

# Hukum Indikasi Geografis dan Indikasi Asal

**Dr. Almusawir, SH. M.Hum**

**Dr. Baso Madiong, SH. MH**

**Dr. Zulkifli Makkawaru, SH. MH**

**Dr. Kamsilaniah, SH. MH**

# Hukum Indikasi Geografis dan Indikasi Asal

Copyright@penulis 2022

Penulis:

**Dr. Almusawir, SH. M.Hum**

**Dr. Baso Madiung, SH. MH**

**Dr. Zulkifli Makkawaru, SH. MH**

**Dr. Kamsilaniah, SH. MH**

Tata Letak & Sampul:

**Mutmainnah**

vi+230 halaman

15,5 x 23 cm

Cetakan: 2022

Di Cetak Oleh: CV. Berkah Utami

**ISBN: 978-623-226-414-4**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang memperbanyak seluruh atau sebagian isi buku ini  
tanpa izin tertulis penerbit



Penerbit: Pusaka Almaida

Jl. Tun Abdul Razak I Blok G.5 No. 18

Gowa - Sulawesi Selatan – Indonesia

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena buku yang berjudul: **Hukum Indikasi Geografis dan Indikasi Asal**” telah selesai disusun. Buku ini disusun agar dapat membantu para mahasiswa, pelaku usaha dan Industri dalam mempelajari perlindungan hukum terhadap produk sumberdaya alam, barang kerajinan dan tangan hasil industri dengan indikasi Geografis serta memahami secara jauh indikasi Geografis dalam lingkup Hak Kekayaan Intelektual (HKI)

Penulis pun menyadari jika didalam penyusunan buku ini mempunyai kekurangan, namun penulis meyakini sepenuhnya bahwa sekecil apapun buku ini tetap akan memberikan sebuah manfaat bagi pembaca.

Akhirnya penulis tak lupa mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun buku ini. Mengingat ketidaksempurnaan buku ini, penulis juga akan berterima kasih atas berbagai masukan dan kritikan demi kesempurnaan buku ini di masa datang.

Makassar, Juni 2022

Tim Penulis



# DAFTAR ISI

Kata Pengantar .....	iii
Daftar Isi .....	v
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Pengantar .....	1
B. Indikasi Geografis dan Indikasi Asal dalam Kerangka Hukum Indonesia .....	9
<b>BAB II INDIKASI GEOGRAFIS .....</b>	<b>13</b>
A. Pengertian Indikasi Geografis .....	13
B. Ruang Lingkup Indikasi Geografis .....	15
C. Indikasi Geografis dalam Hukum Kekayaan Intelektual (KI) .....	16
D. Perbedaan Indikasi Geografis dengan Merek .....	24
E. Pengaturan Hukum Indikasi Geografis..	26
F. Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Indikasi Geografis.....	52
G. Kerangka Teori Perlindungan Hukum Atas Indikasi Geografis .....	54
H. Konsep Perlindungan Hukum Atas Indikasi Geografis.....	87
I. Perlindungan Hukum Indikasi Geografis di Indonesia .....	93
J. Hak Atas Indikasi Geografis .....	97

<b>BAB III</b>	<b>ANALISIS KASUS INDIKASI GEOGRAFIS KOPI ARABIKA TORAJA DAN KALOSI.....</b>	<b>121</b>
	A. Analisis Konsep Hukum Perlindungan ..	121
	B. Analisis Hak Ekonomi Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja dan Kalosi .....	148
	C. Analisis Perlindungan Hukum Indikasi Geografis Terkait Penggunaan Tanda yang Memiliki Persamaan dengan Indikasi Geografis Terdaftar .....	185
<b>BAB IV</b>	<b>PRAKTIK PERLINDUNGAN HUKUM INDIKASI GEOGRAFIS INTERNASIONAL .....</b>	<b>203</b>
<b>BAB V</b>	<b>INDIKASI ASAL .....</b>	<b>209</b>
	A. Pengertian Indikasi Asal .....	209
	B. Perlindungan Hukum Indikasi Asal .....	213
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>219</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Pengantar**

Pengaruh globalisasi di segala bidang kehidupan masyarakat, baik di bidang sosial, ekonomi, maupun budaya semakin mendorong laju perkembangan perekonomian masyarakat. Di samping itu, dengan semakin meningkatnya perkembangan teknologi informasi dan sarana transportasi, telah menjadikan kegiatan di sektor perdagangan baik barang maupun jasa mengalami perkembangan yang sangat pesat. Kecenderungan akan meningkatnya arus perdagangan barang dan jasa tersebut akan terus berlangsung secara terus menerus sejalan dengan pertumbuhan ekonomi nasional yang semakin meningkat. Apalagi beberapa negara semakin mengandalkan kegiatan ekonomi dan perdagangannya pada produk yang dihasilkan atas dasar kemampuan intelektualitas manusia. Mengingat akan kenyataan tersebut, Indikasi Geografis sebagai salah satu karya intelektual manusia yang erat hubungannya dengan kegiatan ekonomi dan perdagangan memegang peranan yang sangat penting.

Keikutsertaan Indonesia meratifikasi Konvensi tentang Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia (World Trade Organization) yang mencakup pula persetujuan tentang Aspek-aspek Dagang dari Hak Kekayaan Intelektual (Trade Related Aspect of Intellectual Property Rights/TRiPs) sebagaimana telah disahkan dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang

Pengesahan *Agreement Establishing the World Trade Organization* (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia), telah menuntut Indonesia untuk mematuhi dan melaksanakan isi dari perjanjian internasional tersebut. Ratifikasi dari peraturan tersebut mendorong keikutsertaan Indonesia dalam meratifikasi *Paris Convention for the Protection of Industrial Property* (Konvensi Paris) yang telah disahkan dengan Keputusan Presiden Nomor 15 Tahun 1997 dan *Trademark Law Treaty* (Traktat Hukum Merek) yang disahkan dengan Keputusan Presiden Nomor 17 Tahun 1997. Perjanjian internasional tersebut menjadikan adanya kewajiban bagi Indonesia untuk menyesuaikan Undang-Undang Merek yang berlaku dengan ketentuan dalam perjanjian internasional yang telah diratifikasi tersebut. Salah satu hal yang diatur dalam Undang-Undang ini adalah tentang Indikasi Geografis, mengingat Indikasi Geografis merupakan potensi nasional yang dapat menjadi komoditas unggulan, baik dalam perdagangan domestik maupun internasional.

Dalam pembukaan persetujuan pembentukan *WTO* dijelaskan, *GATT* merupakan persetujuan multilateral yang pada dasarnya bertujuan meningkatkan standar hidup dan pendapatan, menjaga *full employment*, memperluas produksi dan perdagangan, serta menggunakan *world resources* yang optimal.<sup>1</sup> Penerapan persetujuan *TRIPs* dalam sistem perdagangan dunia, selain mengaju pada standar normatif yang secara jelas dimuat dalam berbagai konvensi internasional terkait, dimana negara-negara anggota *WTO* diwajibkan menerapkan prinsip-prinsip *General Agreement on Tariff and Trade* (*GATT*) yaitu:

---

<sup>1</sup> International Trade Centre. *Business Guide to the World Trading System*, Second Edition, Commonwealth Secretariat, 2003, hlm. 38.



1. Prinsip *National Treatment*, yakni pemilik HKI asing harus diberi perlindungan hukum yang sama dengan warga negara dari negara yang bersangkutan.
2. Prinsip *Most Favoured Nations* (MFN) atau non diskriminasi antara pemilik HKI asing dengan pemilik HKI dari negara yang bersangkutan atau negara lain. Tidak boleh ada perlakuan kepada pihak asing yang berasal dari satu negara yang lebih baik daripada perlakuan terhadap pihak asing dari negara lain.
3. Prinsip transparansi (*transparancy*), yakni prinsip yang mengharuskan negara-negara anggota untuk lebih terbuka dalam ketentuan perundang-undangan dan pelaksanaan aturan nasional dalam perlindungan hukum atas HKI.

Prinsip-prinsip tersebut adalah asas hukum yang dijadikan tempat kembali bila terjadi sengketa atau norma hukum yang ada tidak dapat memberi penyelesaian konkret dalam hal terjadinya sengketa.<sup>2</sup>

Pengesahan persetujuan *TRIPs* pada *Annex IC* dalam persetujuan pembentukan *WTO* dimaksudkan untuk memberi perlindungan hukum atas HKI dan prosedur penegakan hukum menuju perdagangan yang sehat,<sup>3</sup> dengan norma-norma standar yang berlaku secara internasional serta mengikat mayoritas negara di dunia. Perlindungan hukum atas HKI melalui persetujuan *TRIPs*, meliputi: ketentuan mengenai jenis HKI, standar minimum

---

<sup>2</sup> H.OK.Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual* (Intellectual Property Rights), RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2015, hlm.65-66

<sup>3</sup> Penjelasan Atas Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 7 tahun 1994 tentang Pengesahan *Agreement Establishing the World Trade Organization* (WTO Agreement), Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1994 Nomor 57, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3564, hlm.14

perlindungan atau rincian ketentuan mengenai ruang lingkup perlindungan tersebut yang harus dilakukan oleh negara peserta, ketentuan mengenai pelaksanaan kewajiban perlindungan hukum atas HKI, ketentuan mengenai kelembagaan, dan ketentuan mengenai penyelesaian sengketa.<sup>4</sup> Pada standar minimum ditentukan norma-norma dan standar substantif minimum perlindungan hukum atas HKI yang ditentukan dalam persetujuan-persetujuan atau konvensi-konvensi yang berada di bawah naungan *World Intellectual Property Organization* (WIPO), dan mewajibkan negara-negara anggota untuk meratifikasi persetujuan-persetujuan yang terkait dengan perlindungan hukum atas HKI serta menetapkan negara-negara penandatangan persetujuan tersebut untuk dapat memberlakukan perlindungan hukum HKI yang melebihi dari yang diharuskan dalam hukum nasionalnya, sepanjang tidak menyimpang dari ketentuan dalam persetujuan ini, dan langkah-langkah yang sesuai perlu disediakan untuk mencegah penyalahgunaan HKI yang secara tidak wajar menghambat perdagangan atau proses alih teknologi secara internasional.<sup>5</sup> Persyaratan tersebut dapat digunakan sebagai sumber penekanan untuk meningkatkan perlindungan hukum atas HKI melalui tindakan resiprositas.<sup>6</sup>

Dimasukkannya persetujuan *TRIPs*, sebagai bagian dari paket *WTO* merupakan bukti semakin pentingnya peran HKI dalam perdagangan.<sup>7</sup> Keberadaan *TRIPs* dapat

---

<sup>4</sup> *Ibid.* hlm. 253-276

<sup>5</sup> Pasal 8 Ayat (2) persetujuan TRIPS

<sup>6</sup> Penjelasan Atas Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1994 tentang Pengesahan *Agreement Establishing the World Trade Organization* (WTO Agreement), hlm.35

<sup>7</sup> Ahmad M. Ramli, *e-tutorial HKI*, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), (online), (<http://www.dgip.go.id/indikasi-geografis/diakses> 10 september 2014).

dianggap sebagai hal yang sangat penting dalam upaya liberalisasi perdagangan internasional, dan Indikasi Geografis menjadi salah satu topik yang diakomodir dalam persetujuan *TRIPs*,<sup>8</sup> dan wajib dilakukan perlindungan hukumnya oleh negara-negara anggota *WTO*. Indikasi Geografis dalam konsep HKI adalah hasil kreativitas intelektual manusia berupa tanda dan digunakan dalam perdagangan produk barang dengan spesifik lokasi tertentu, dalam siklus permintaan dan penawaran dengan peran sangat yang penting dalam bidang ekonomi.<sup>9</sup> Secara teoretis produk yang potensial untuk dilakukan perlindungan hukum dengan Indikasi Geografis adalah semua produk sumber daya alam, barang kerajinan tangan dan hasil industri,<sup>10</sup> selama produk-produk tersebut mengusung nama tempat asal dan kualitasnya secara nyata dipengaruhi oleh karakteristik khas tempat asal barang diproduksi. Contoh Indikasi Geografis yang telah mendunia, keju

---

<sup>8</sup> Djulaeka, *Konsep Perlindungan, Hak Kekayaan Intelektual, Perspektif Kajian Filosofis Haki Kolektif-Komunal*, Setara Press, Malang, 2014, hlm. 3.

<sup>9</sup> A. Zen Umar Purba, *Makalah, Peta Mutakhir Hak Kekayaan Intelektual Indonesia*. Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Departemen Kehakiman Dan Hak Asasi Manusia RI Jakarta, disampaikan pada acara Orientasi Kepailitan bagi para Hakim Agung, diselenggarakan oleh Pusdiklat Mahkamah Agung RI tanggal 29 Januari 2002.

<sup>10</sup> Sumber daya alam: Segala sesuatu yang berdasar dari alam yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia yang mencakup tidak hanya komponen biotik seperti hewan, tumbuhan, dan mikroorganisme tetapi juga komponen abiotik seperti minyak bumi, gas alam, berbagai jenis logam, air, dan tanah. Hasil industri adalah basil dari olahan manusia berupa barang mentah menjadi barang jadi antara lain Tunun Gringsing, Tenun Sikka. Penjelasan atas Pasal 3 Ayat (3) huruf a, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 252, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5953

*Requefort*<sup>11</sup> dari *Prancis* dan beras *Basmati*<sup>12</sup> yang terkenal dengan bahasa aslinya dari daerah *Haryana India*.

Indonesia negara kepulauan yang kaya akan pengetahuan, tradisi, dan budaya, serta iklim tropis yang menghasilkan berbagai macam barang yang memiliki potensi ekonomi yang tidak kecil. Dalam kehidupan sehari-hari masyarakat mengenal atau menyebut nama suatu barang yang diikuti dengan nama tempat atau daerah asal barang sebagai Indikasi Geografis. Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang tanpa disadari sudah lama ada dan secara tidak langsung dapat menunjukkan adanya kekhususan pada suatu barang yang dihasilkan dari daerah tertentu. Tanda dimaksud selanjutnya digunakan untuk menunjukkan asal suatu barang, berupa hasil pertanian, bahan pangan, hasil kerajinan tangan, atau barang lainnya, termasuk bahan mentah dan hasil olahan yang berasal dari hasil pertanian dan tambang.<sup>13</sup>

Indikasi Geografis dalam lingkup Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan hal baru bagi masyarakat Indonesia yang mengusahakan produk Indikasi Geografis.

---

<sup>11</sup> *Requefort* nama desa di Prancis yang masyarakatnya memproduksi keju *Requefort* dan kemudian dianugerahi Piagam Kehormatan Kerajaan (Royal Charter) oleh Raja *Charles VI*, sehingga *Requefort* menjadi satu-satunya desa yang boleh memproduksi keju dengan nama *Requefort*. Penganugerahan piagam ini menjadi momentum penting perlindungan Apelasi Asal (Appellation of Origins atau AO) yang pertama. Pada Tahun 1863, keju *Requefort* menerima perlindungan dalam wujud Sertifikat Merek sederhana. Saat ini, *Requefort* merupakan salah satu produk Komunitas Eropa dari Prancis yang dilindungi dalam bentuk Penunjukan Asal (Protected Designation of Origins atau PDO). *Ch.Teubner*, dalam *Miranda Risang Ayu. Memperbincangkan Hak Kekayaan Intelektual "Indikasi Geografis"*, P.T.Alumni, Bandung, 2006, hlm.2-3.

<sup>12</sup> Beras *Basmati* adalah nama beras yang berasal dari daerah Haryana, yang terletak di perbatasan antara India dan Pakistan. *Basmati* bukan nama tempat, tetapi merupakan nama tradisional yang berarti "ratu beras wangi". Nama tradisional atau pemakaian bahasa tradisional India inilah yang secara tersirat mengaitkan produk beras beraroma ini dengan tempat asalnya, Haryana, India. *Ibid.* hlm.43

<sup>13</sup> Penjelasan Atas Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 51 Tahun 2007 tentang Indikasi Geografis Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4763, hlm.1

Walaupun di negara-negara Eropa telah lama berkembang, khususnya yang tergabung dalam *European Union* (EU) dan dikenal dengan nama Indikasi Asal. Contoh: *Roquefort* dan *Champagne*, nama produk keju dan minuman anggur yang memiliki kriteria geografis tertentu yang dilindungi dengan *Appellation d'Origine Contrôlée* (AOC). Dengan perlindungan hukum tersebut, setiap tindakan memproduksi keju *Roquefort* dan *Champagne* tanpa hak dianggap salah satu modus perbuatan curang, dan dalam konvensi Paris dikategorikan sebagai persaingan usaha tidak sehat (*unfair competition*) dan bertentangan dengan *fair trade principles*.<sup>14</sup> Secara internasional, perlindungan hukum atas Indikasi Geografis di atur dalam norma *Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPs), dan harus ditaati negara-negara anggota peserta *Agreement on Establishing the World Trade Organization* (WTO), yang dibentuk tanggal 1 Januari 1995 dengan tujuan untuk mewujudkan liberalisasi perdagangan dunia, forum negara-negara anggota untuk menegosiasikan perjanjian di bidang perdagangan barang (*trade in merchandise goods*), perdagangan jasa (*trade in services*), perdagangan Kekayaan Intelektual (*trade related aspects of intellectual property*) dan tempat penyelesaian sengketa perdagangan.<sup>15</sup>

Penunjukkan asal suatu barang menjadi hal penting, karena pengaruh dari faktor geografis termasuk faktor alam, faktor manusia, atau kombinasi dari kedua faktor tersebut di daerah tertentu tempat barang tersebut dihasilkan dapat memberikan ciri dan kualitas tertentu

---

<sup>14</sup> H.L.M.S. Kartadjoemena, *GATT, WTO dan Hasil Uruguay Round*, Jakarta, UI Press, 1997, hlm. 269

<sup>15</sup> Hendra Djaja, *Perlindungan Indikasi Geografis pada Produk Lokal dalam Sistem Perdagangan Internasional*, Jurnal Cakrawala Hukum, Vol.18, No.2 Desember 2013, hlm. 138. Fakultas Hukum Universitas Merdeka Malang.

pada barang tersebut. Ciri dan kualitas barang yang dipelihara dan dapat dipertahankan dalam jangka waktu tertentu akan melahirkan reputasi (keterkenalan) atas barang tersebut, yang selanjutnya memungkinkan barang tersebut memiliki nilai ekonomi tinggi dan sepatutnya mendapat perlindungan hukum yang memadai.<sup>16</sup>

Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis diberikan apabila pendaftarannya telah dilakukan oleh pihak yang berhak. Maksud pendaftaran Indikasi Geografis adalah untuk menjamin kepastian hukum, dengan jangka waktu perlindungan berlangsung selama ciri dan kualitas yang menjadi dasar diberikannya perlindungan hukum tersebut masih ada. Ciri dan kualitas yang menjadi dasar diberikannya perlindungan hukum atas Indikasi Geografis dituangkan dalam Buku Persyaratan, yang berisi informasi pengaruh lingkungan geografis, faktor alam, serta faktor manusia yang mempengaruhi kualitas atau karakteristik barang tersebut. Informasi tentang: peta wilayah, sejarah, dan tradisi, proses pengolahan, metode pengujian kualitas barang, serta label yang digunakan. Buku Persyaratan Indikasi Geografis disusun oleh kelompok masyarakat tempat dihasilkannya barang dimaksud. Pemilik Indikasi Geografis adalah produsen yang mengusahakan, memelihara, mempertahankan, dan memakai Indikasi Geografis sesuai ketentuan Buku Persyaratan Indikasi Geografis.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> *Ibid.*, hlm.2

<sup>17</sup> *Ibid.*

## **B. Indikasi Geografis dan Indikasi Asal dalam Kerangka Hukum Indonesia**

Indonesia meratifikasi persetujuan *TRIPs* dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang persetujuan pembentukan *World Trade Organisation* (WTO) tanggal 2 November 1994. Isinya secara umum mengatur Indikasi Geografis pada Pasal 22 s/d Pasal 24 persetujuan *TRIPs*, dan secara khusus Pasal 10 *The Paris Convention for the Protection of Industrial Property 1883* tentang ketentuan larangan memperdagangkan barang yang menggunakan Indikasi Asal untuk barang dari wilayah teritorial tertentu, yang menunjukkan kualitas, reputasi atau karakter khusus dari barang tersebut secara esensial berkaitan dengan letak geografis barang dihasilkan.<sup>18</sup> Manfaat keikutsertaan Indonesia dalam persetujuan tersebut adalah pada bukan saja memungkinkan terbukanya peluang pasar internasional yang lebih luas, tetapi juga menyediakan kerangka perlindungan hukum atas HKI secara multilateral yang lebih baik bagi kepentingan nasional dalam perdagangan internasional, khususnya menghadapi mitra dagang dan untuk menangani perdagangan barang-barang hasil pemalsuan atau pembajakan atas HKI.<sup>19</sup> Secara nasional, aturan hukum atas Indikasi Geografis diatur terintegrasi ke dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek dan Indikasi Geografis).

Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang atau produk yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam,

---

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

<sup>19</sup> Penjelasan Umum tentang *Pengesahan Agreement Establishing the World Trade Organization* (WTO Agreement), hlm. 14

faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada barang atau produk yang dihasilkan. Indikasi Geografis memperoleh perlindungan hukum setelah didaftar dan dilakukan penerbitan sertifikat berdasarkan Buku Persyaratan oleh Menteri,<sup>20</sup> dari departemen yang salah satu lingkup tugas dan tanggung jawabnya meliputi HKI. Penyusunan Buku Persyaratan Indikasi Geografis dilakukan oleh lembaga yang mewakili masyarakat dan pemerintah daerah asal barang dimaksud,<sup>21</sup> berisi informasi tentang pengaruh lingkungan geografis, faktor alam, serta faktor manusia yang mempengaruhi kualitas atau karakteristik produk yang disertifikasi tersebut, dan mencakup juga informasi tentang: peta wilayah, sejarah, tradisi, proses pengolahan, metode pengujian kualitas barang, serta label yang digunakan.

Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis, tidak saja berkaitan dengan identitas dari suatu barang yang berasal dari suatu tempat tertentu yang menunjukkan kualitas, reputasi dan karakteristik termasuk faktor alam dan manusia, tetapi berkaitan juga dengan hak ekonomi Indikasi Geografis untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat asal produk tersebut. Hak ekonomi Indikasi Geografis adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada Pemegang Indikasi Geografis yang terdaftar, selama reputasi, kualitas, dan karakteristik yang menjadi dasar diberikannya perlindungan hukum atas Indikasi Geografis tersebut masih ada.<sup>22</sup> Hak tersebut diberikan atas permohonan lembaga yang mewakili masyarakat atau

---

<sup>20</sup> Pasal 1 angka 6 dan Pasal 53 Ayat (1) UU Merek dan Indikasi Geografis

<sup>21</sup> Penjelasan Umum PP Indikasi Geografis, hlm.2

<sup>22</sup> Pasal 1 angka 7 UU Merek dan Indikasi Geografis



pemerintah daerah provinsi atau kabupaten dari kawasan geografis yang mengusahakan, memelihara, mempertahankan, dan memakai Indikasi Geografis untuk perdagangan ke Menteri. Contoh: Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja milik MPIG-Kopi arabika Toraja dan Kopi Arabika Kalosi milik MPKE.

Di Indonesia perlindungan hukum atas Indikasi Geografis telah dilakukan untuk 40 (empat puluh) jenis produk lokal dan 6 (enam) Indikasi Geografis asing melalui sistem pendaftaran dan penerbitan sertifikat Indikasi Geografis oleh Menteri (eks.Ditjen HKI). Khusus untuk kopi arabika telah diterbitkan 16 (enam belas) sertifikat Indikasi Geografis dari sekitar 300 (tiga ratus) jenis kopi yang ada di Indonesia.<sup>23</sup> Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis melalui pendaftaran ke Menteri diharapkan dapat memberikan kepastian hukum kepada Pemegang Indikasi Geografis, agar potensi Indikasi Geografis yang telah dikembangkan oleh masyarakat lokal secara turun temurun dapat memberikan manfaat ekonomi yang memadai, secara adil untuk meningkatkan kesejahteraannya.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> (Online),( <http://www.agrofarm.co.id/> ), diakses Tanggal 23 Nopember 2017

<sup>24</sup> (Online), (<http://www.kemenkumham.go.id/>), diakses Tanggal 29 Agustus 2016



## **BAB II**

### **INDIKASI GEOGRAFIS**

#### **A. Pengertian Indikasi Geografis**

Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang atau produk yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada barang atau produk yang dihasilkan. Tanda tersebut dapat berupa nama tempat, daerah, atau wilayah, kata, gambar, atau huruf, yang dilekatkan pada produk yang berasal dari suatu wilayah geografis tertentu untuk membedakan produk sejenis dalam perdagangan. Indikasi Geografis menawarkan produk dengan ciri khas, kualitas dan reputasi tertentu, karena perbedaan lingkungan geografis daerah asal produk dengan produk sejenis dari daerah lain, dan bernilai ekonomi tinggi. Pengertian nama geografis berasal dari nama tempat yang tertera dalam peta geografis menunjukkan tempat asal barang yang dimaksud.

*A geographical indication is a sign used on products that have a specific geographical origin and possess qualities or a reputation that are due to that origin.*<sup>25</sup>

Dalam Article 2 “(1) of the Lisbon Agreement defines appellations of origin as *the Geographical denomination of a*

---

<sup>25</sup> WIPO Intellectual Property Handbook, WIPO Publication No. 489 (E), 2004. Article 22.1 of the TRIPS Agreement defines geographical indications as ...indications which identify a good as originating in the territory of a Member [of the World Trade Organization], 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. p.8

*country, region, or locality, which serves to designate a product originating therein, the quality or characteristics of which are due exclusively or essentially to the geographical environment, including natural and human factors. (2) The Country of Origin as the Country whose name, or the country in which is situated the region or locality whose name, constitutes the appellation of origin that has given the product its reputation”.*

Unsur-unsur Indikasi Geografis dalam perjanjian *Lisbon* lebih spesifik karena dengan cakupan sebagai berikut:

- a. Keadaan geografis. Faktor pertama yang harus terdapat adalah faktor geografis yang memberikan identitas terhadap produk yang menunjukkan asal dari negara tertentu.
- b. Reputasi produk tersebut di mata masyarakat luas. Reputasi produk yang di mata masyarakat sangat dipengaruhi oleh sejarah yang panjang dan dibangun pada suatu produk, termasuk hasil survey konsumen, ataupun peran dari para pelaku (kelompok produsen dan asosiasi lainnya) yang berada di wilayah asal produk dengan karakteristik khusus/unik.<sup>26</sup>
- c. Ada keterkaitan antara lingkungan geografis dengan produk yang dihasilkan yang ditentukan oleh faktor alam (seperti iklim dan tanah) dan faktor manusia (seperti pengetahuan tradisional).

Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang dan/atau produk yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor

---

<sup>26</sup> Daniel Gervais, *The Lisbon Agreement's Misunderstood Potential*, WIPO Journal, No.1, 2009, hlm.90-91 dalam Djulaeka, *Konsep Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual*, Perspektif Kajian Filosofis HaKI Kolektif-Komunal. Setara Press, Malang, 2014, hlm.21

alam, faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada barang dan/atau produk yang dihasilkan. Sedangkan hak atas Indikasi Geografis adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada Pemegang Indikasi Geografis yang terdaftar, selama reputasi, kualitas, dan karakteristik yang menjadi dasar diberikannya perlindungan hukum atas Indikasi Geografis tersebut masih ada.<sup>27</sup>

Indikasi Geografis dalam konsep HKI adalah hasil kreativitas intelektual manusia berupa tanda dan digunakan dalam perdagangan produk barang dengan spesifik lokasi tertentu, dalam siklus permintaan dan penawaran dengan peran sangat yang penting dalam bidang ekonomi.<sup>28</sup>

## **B. Ruang Lingkup Indikasi Geografis**

Produk Indikasi Geografis pada dasarnya berasal dari produk-produk pertanian, namun demikian dalam perkembangannya banyak juga produk non pertanian, yang dihasilkan masyarakat dengan cara-cara tradisional dari wilayah tertentu.<sup>29</sup> Di Indonesia, produk Indikasi Geografis dapat berupa: sumber daya alam, barang kerajinan tangan dan hasil industri. Sumber daya alam adalah segala sesuatu yang berasal dari alam yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia yang mencakup

---

<sup>27</sup> Pasal 1 angka 6 dan 7 UU Merek dan Indikasi Geografis.

<sup>28</sup> A. Zen Umar Purba, *Makalah, Peta Mutakhir Hak Kekayaan Intelektual Indonesia*. Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Departemen Kehakiman Dan Hak Asasi Manusia RI Jakarta, disampaikan pada acara Orientasi Kepailitan bagi para Hakim Agung, diselenggarakan oleh Pusdiklat Mahkamah Agung RI tanggal 29 Januari 2002.

<sup>29</sup> ...However, the use of GIs is not limited to agricultural products. A GI may also highlight specific qualities of a product that are due to human factors found in the product's place of origin, such as specific manufacturing skills and traditions. That is the case, for instance, for handicrafts, which are generally handmade using local natural resources and usually embedded in the traditions of local communities.

komponen biotik, seperti: hewan, tumbuhan, mikroorganisme dan komponen abiotik, seperti: minyak bumi, gas alam, berbagai jenis logam, air, dan tanah.

Hasil industri adalah hasil dari olahan manusia berupa barang mentah menjadi barang jadi antara lain tunun Gringsing, tenun Sikka,<sup>30</sup> tenun sutera Mandar dan tenun sutera Wajo. Produk-produk tersebut kualitasnya secara langsung dipengaruhi oleh faktor alam, seperti: komponen biotik: hewan, tumbuhan, mikroorganisme dan komponen abiotik, seperti: minyak bumi, gas alam, berbagai jenis logam, air, dan tanah.

Objek yang dapat dilindungi dengan indikasi geografis cakupannya meliputi semua produk yang dihasilkan oleh alam dengan, rasa, bentuk, dan karakteristik tertentu yang berbeda dari produk sejenis atau tidak sejenis di daerah lainnya, karena faktor letak geografis dan manusia.

### **C. Indikasi Geografis dalam Hukum Kekayaan Intelektual (KI)**

Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang atau produk yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada barang atau produk yang dihasilkan. Tanda tersebut dapat berupa nama tempat, daerah, atau wilayah, kata, gambar, atau huruf, yang dilekatkan pada produk yang berasal dari suatu wilayah geografis tertentu untuk membedakan produk sejenis dalam perdagangan. Pengertian nama tempat dapat berasal dari nama yang

---

<sup>30</sup> Penjelasan Pasal 53 Ayat (3) UU Merek dan Indikasi Geografis

tertera dalam peta geografis atau nama yang karena pemakaian secara terus menerus, sehingga dikenal sebagai nama tempat asal barang yang bersangkutan.

Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis, melalui sistem pendaftaran ke Menteri berkaitan dengan konsep perlindungan hukum HKI yang mengacu pada persetujuan *TRIPs*. Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan terjemahan atas istilah *Intellectual Property Rights (IPR)*, *gesitiges Eigentum* (Jerman) dan, *intelectuele propriete* (Prancis), sangat dipengaruhi oleh pemikiran *John Locke*<sup>31</sup> tentang hak milik. Menurut *Anthony D'Amato dan Doris Estelle Long*, terdapat dua teori yang secara filosofis terkait anggapan hukum bahwa HKI adalah suatu sistem kepemilikan (*property*).<sup>32</sup> Teori tersebut dikemukakan oleh *John Locke* yang berpengaruh di negara penganut tradisi hukum *Common Law System*<sup>33</sup> dan *Wilhelm Friedrich Hegel* yang berpengaruh di negara-negara penganut tradisi hukum *Civil Law System*.<sup>34</sup>

Menurut *Locke (labour theory)*<sup>35</sup>: Setiap yang bekerja secara produktif dengan upaya dan pengorbanannya akan

---

<sup>31</sup> Syafrinaldi, *Jurnal Al-Mawarid* Edisi IX Tahun 2003, hlm. 6

<sup>32</sup> Anthony D' Amato and Doris Estelle Long, *International Intellectual Property Anthology*, Anderson Publishing, Cincinnati, 1996, h. 25-26. Dikutip Rahmi Jened dalam, *Interface Hukum Kekayaan Intelektual dan Hukum Persaingan (Penyalagunaan HKI)*. RajaGrafindo. Jakarta, 2013, hlm. 24.

<sup>33</sup> *Common Law System* adalah tradisi hukum yang diwarisi dari Anglo Saxon yang berasal dari Kerajaan Inggris (*British Empire*) beserta koloninya. Saat ini berlaku untuk Inggris, Irlandia, Amerika Serikat (walaupun saat ini mulai mengemabngkan Anglo American Law), Canada, Australia, Selandian Baru dan beberapa negara Asia dan Afrika. John Henry Merryman, *The Civil Law Tradition*, (California:Stanford University Press, 1969), hlm.1-6. Rahmi Jened, *Ibid*.

<sup>34</sup> *Civil Law System* adalah tradisi yang diwarisi dari hukum Romawi yang dimulai pada abad 450 sebelum Masehi. Sasat ini berlaku untuk hampi seluruh Eropa Barat atau Eropa Kontinental, Amerika Tengah dan Selatan, Louisiana, Quebec dan Puerto Rico dan bekas jajahan Eropa, termasuk Indonesia yang bekas jajahan Belanda. *Ibid*.

<sup>35</sup> Fisher, W. *Theories of Intellectual Property*. Dalam Munzer, S. (Ed.). *New Essays in the Legal and Political Theory of Property*, Cambridge University Press, Cambridge, 2001, p.170-172 dikutip Basuki Antariksa dalam Karya Ilmiah, *Landasan*

memberikan hak baginya untuk memiliki lebih banyak produk daripada orang lain yang kurang produktif. Namun dengan tindakannya, seseorang tidak diperkenankan oleh haknya untuk merugikan hak asasi orang lain atau hak untuk menghambat akses mereka pada masyarakat.<sup>36</sup> Setiap individu memiliki hak alami (natural right) atas setiap jerih payahnya. Properti adalah hak alamiah, dengan begitu mendahului institusi politik maupun hukum, dan pada gilirannya hanya dibenarkan sejauh ia melindungi dan tidak mengancam hak alamiah ini. Kebahagiaan dan stabilitas selalu sejalan dengan perlindungan properti.<sup>37</sup>

Teori *Locke* tersebut merupakan dasar sangat kuat untuk mengakui eksistensi HKI<sup>38</sup> sebagai hak milik atas benda tidak berwujud, yang berasal dari kemampuan intelektualitas seseorang atau manusia dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi melalui daya cipta, rasa, karsa, dan karyanya.<sup>39</sup> Selanjutnya menurut *Hegel* (personality theory), kepemilikan adalah kebebasan seseorang untuk menunjukkan kepribadiannya bukan hanya karena kekayaannya tetapi juga karena kreasi intelektualnya. Kreasi intelektual merupakan perwujudan kepribadian dan sebagai hak abstrak yang menjadi alasan manusia eksis.<sup>40</sup>

---

*Filosofis Dan Sejarah Perkembangan Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Relevansinya Bagi Kepentingan Pembangunan di Indonesia*, 2013. hlm.6 (Online) **Error! Hyperlink reference not valid.** tanggal 9/7/2015

<sup>36</sup> *Ibid.* hlm.17

<sup>37</sup> Ian Ward, 1998. *An Introduction to Critical Legal Theory*. London: Cavendish Publishing Limited, 1998. Terjemahan Narulita Yusron dan M.Khozim. 2014. Pengantar Teori Hukum Kritis, Nusa Media. Bandung, hlm. 187.

<sup>38</sup> Justin Hughes, *The Philosophy of Intellectual Property*, Georgetown University Law Center and Georgetown Law Journal, December, 1988. 77 Geo. L.J. 287. hlm.29

<sup>39</sup> Rachmadi Usman, *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Alumni, Bandung, 2003, hlm. 2.

<sup>40</sup> The property is, among other things, the means by which an individual could objectively express a personal, singular will. In property, a person exists for the first time as reason. J.W. Harris, *Property and Justice*, Oxford University Press, London, 2001, hlm. 32-38, dikutip Rahmi Jened, *Op. Cit.*, h. 26-27, dibandingkan dengan penjelasan *Justin*



Kekayaan (property) dalam kreasi intelektual, timbul dari cara individu membentuk pemikiran mereka yang dipengaruhi oleh lingkungan materinya dan dapat dialihkan melalui peralihan material bendanya atau peralihan intelektualitas untuk membuat kreativitas ide baru. Hak abstrak (abstract right) bukan dari entitas manusia alamiah, tetapi dari kehendak bebas di dalamnya dan dengan sendirinya hal tersebut merupakan konsepsi abstrak kekayaan yang merupakan ekspresi dari kehendak sebagai bagian dari kepribadian, dan hal itu menciptakan persyaratan untuk tindakan selanjutnya.<sup>41</sup> Adapun hak almiah (natural rights) yang diperoleh dari alam sesungguhnya adalah untuk materi kekayaan berwujud.

Kekayaan berwujud maupun tidak berwujud keduanya tidak langsung memberikan konsepsi tentang HKI. Artinya dengan merujuk pada *labour theory*, konsep umum dan pembenaran HKI telah didominasi dari kekayaan yang berwujud (physical property), dan diasosiasikan sebagai upaya manusia memanfaatkan barang alamiah untuk memenuhi kebutuhannya. Sedangkan pada *personality theory*, HKI akan ada apabila kemampuan intelektual manusia membentuk sesuatu yang dapat dilihat, didengar, dibaca, dan bernilai ekonomi.<sup>42</sup> Kaitannya dengan Indikasi Geografis, harus dimaknai sebagai kekayaan (property right) tidak berwujud yang dapat berupa tanda (a sign) dalam bentuk huruf, nama, etiket atau label, lambang, logo, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut, yang

---

*Hughes* yang menyatakan bahwa konsep *Hegel* tentang HKI lebih menekankan kepada kebebasan setiap individu untuk mengekspresikan gagasannya menjadi sesuatu yang riil sebagai hak milik, sehingga pikiran, kehendak, bakat, dan sebagainya dimiliki oleh pikiran bebas, *Op., Cit.* hlm. hlm.33

<sup>41</sup> *Ibid.* hlm. 30-31

<sup>42</sup> Rahmi Jened, *Op., Cit.* hlm. 29.

digunakan pada produk yang mempunyai kualitas spesifikasi lokasi meliputi: produk yang dihasilkan oleh alam, produk hasil pertanian, hasil kerajinan tangan atau hasil industri lainnya yang proses produksinya dipengaruhi oleh faktor lokal seperti: iklim, tanah dan pengetahuan masyarakat.

Secara tradisional manusia memiliki dua macam hak, yaitu: Hak yang dianggap melekat pada tiap-tiap manusia sebagai manusia, sebab berkaitan dengan realitas hidup manusia sendiri. Karenanya hak itu dinamakan hak manusia. Hak itu ada pada manusia, sebab manusia harus dinilai menurut martabatnya. Hak yang ada pada manusia akibat adanya peraturan, yaitu hak yang lahir berdasarkan undang-undang dan tidak langsung berhubungan dengan martabat manusia, tetapi menjadi hak karena tertampung dalam undang-undang yang sah,<sup>43</sup> dengan ciri-ciri sebagai berikut:<sup>44</sup>

- a. Hak itu dilekatkan pada seseorang yang disebut sebagai pemilik atau subjek dari hak itu. Ia juga disebut sebagai orang yang memiliki titel atas barang yang menjadi sasaran hak.
- b. Hak itu tertuju pada orang lain, yaitu yang menjadi pemegang kewajiban di mana antara hak dan kewajiban terdapat hubungan korelatif.
- c. Hak yang ada pada seseorang mewajibkan pihak lain untuk melakukan (omission) atau tidak melakukan (omission) sesuatu perbuatan. Hal ini dapat disebut sebagai isi dari hak.
- d. Perbuatan (omission) itu menyangkut sesuatu yang dapat disebut sebagai objek dari hak.

---

<sup>43</sup>Theo Huijbers. *Op., Cit.* hlm .96-97.

<sup>44</sup> Fitzgerald dikutip Ahmad Ali dalam, *Menguak Tabir Hukum*, Chandra Pratama. Jakarta, 1996, hlm. 244.

- e. Setiap hak menurut hukum itu mempunyai titel, yaitu suatu peristiwa tertentu yang merupakan alasan melekatnya hak itu pada pemilikinya.

Hak lahir atas dasar prinsip kesamaan, yang dapat diperoleh setiap orang melalui dua cara. Pertama, sesuatu dapat menjadi hak seseorang melalui kodratnya. Hak ini disebut hak kodrati. Hak kodrati sebagaimana diatur oleh hukum alam bersumber dari Tuhan. Kedua, sesuatu dapat menjadi hak seseorang melalui perjanjian atau persetujuan dengan orang lain, baik persetujuan antar individu maupun persetujuan publik. Hak yang kedua ini disebut hak positif dan diatur di dalam hukum positif. Hubungan hukum kodrat dengan hukum positif biasanya dirumuskan dalam bentuk hak.<sup>45</sup> Dalam *Black's Law Dictionary* hak (right) adalah tuntutan yang dapat ditegakkan secara hukum dari seseorang terhadap pihak lain yang membuat pihak lain harus bertindak atau tidak bertindak (sesuai hukum yang berlaku). Hak milik dapat dibagi 3 (tiga) jenis, yaitu: *collective property* pengaturan dan pengambilan keputusan atas hak milik tersebut dibuat berdasarkan kepentingan sosial (*social interest*), *common property*, dan pengaturan penggunaan benda dilakukan oleh para pengguna barang tersebut. Contoh: Taman umum, atau individual, yang pengaturan dan penggunaannya di bawah kekuasaan individu.<sup>46</sup> Hak yang memberikan kenikmatan sempurna bagi pemilikinya dinamakan hak kepemilikan, dan diberbagai perundang-undangan negara dengan nama *property right*.<sup>47</sup> Dalam hukum perdata, Kekayaan

---

<sup>45</sup> E. Sumaryono, *Etika Hukum: Relevansi Hukum Kodrat Thomas Aquinas*, Yogyakarta: Kanisius, 2002, hlm. 21

<sup>46</sup> Henry Campell *Black's Law Dictionary*, dalam Rahmi Jened, *Op., Cit.* hlm.32

<sup>47</sup> *Ibid.* hlm.33.

Intelektual (KI) diklasifikasikan bagian hukum benda tentang hak kebendaan yang dikenal dengan *Intellectual Property Rights*, yaitu setiap hasil kreasi dari kemampuan intelektual dalam masyarakat beradab diakui bahwa yang menciptakan boleh menguasai untuk tujuan yang menguntungkannya. Kreasi sebagai milik berdasarkan postulat hak milik dalam arti seluas-luasnya meliputi milik tak berwujud.<sup>48</sup> Menurut *Roscoe Pound* kekayaan intelektual bukan benda berwujud, karena:

Hak pemilikan hasil intelektual sangat abstrak jika dibandingkan dengan hak pemilikan benda yang terlihat, tetapi hak-hak tersebut mendekati hak-hak benda, lagi pula kedua hak tersebut bersifat mutlak. Selanjutnya terdapat analogi, bahwa setelah benda yang tidak berwujud itu keluar dari pikiran manusia, maka menjelma dalam suatu ciptaan seni, sastra dan ilmu pengetahuan atau dalam bentuk pendapat, jadi berupa benda berwujud (lichamelijk zaak) yang dalam pemanfaatannya (exploit), dan reproduksinya dapat merupakan sumber keuntungan uang. Inilah yang membenarkan pengolongan hak tersebut ke dalam hukum harta benda.<sup>49</sup>

Hukum pada hakikatnya sesuatu yang abstrak, tetapi dalam manifestasinya bisa berwujud konkrit. Suatu ketentuan hukum baru dapat dinilai baik jika akibat-akibat yang dihasilkan dari penerapan adalah kebaikan, kebahagiaan yang sebesar-besarnya dan berkurangnya

---

<sup>48</sup> Roscoe Pound, *Pengantar Filsafat-Hukum*, Terjemahan Mohamad Rajab, Jakarta, Batara Karya Aksara, 1982, hlm. 118

<sup>49</sup> Van Apeldoorn L.J. *Penganfar Ilmu Hukum*, Terjemahan Oetarid Sadino, Cetakan Pradnya Paramita, Jakarta, 1985, hlm.173

penderitaan.<sup>50</sup> Hukum dibutuhkan dalam hak milik bertujuan untuk menyelesaikan konflik tentang benda yang jumlahnya terbatas dalam hal akses penggunaan dan penguasaan benda yang sifatnya terbatas.<sup>51</sup> Kekayaan sebagai hak dalam sistem hukum meletakkan kekayaan dalam tiga kategori, yaitu: pertama, sebagian besar masyarakat mengakui hak kepemilikan pribadi dalam kekayaan pribadi, yang dikenal dengan *intangible things*, kedua, kekayaan dalam pengertian riil, seperti tanah dan bangunan, dan ketiga, kekayaan yang diketahui sebagai kekayaan intelektual.<sup>52</sup>

Dalam sistem hukum benda kekayaan intelektual termasuk hak yang ditentukan dalam Pasal 499 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata): Kebendaan adalah tiap-tiap barang dan tiap-tiap hak yang dapat dikuasai oleh hak milik. Menurut Mahadi, dalam pasal tersebut ditentukan objek hak milik, yaitu barang dan hak. Barang adalah benda materiil, sedangkan hak adalah benda *immateriil*.<sup>53</sup> HKI termasuk hak yang ditentukan Pasal 499 KUH Perdata dan menjadi objek dari suatu hak benda, yaitu hak absolut atas suatu benda yang objeknya bukan benda dan disebut dengan HKI (*intellectual property rights*).<sup>54</sup> Selanjutnya Pasal 503 KUH Perdata: Tiap-tiap kebendaan adalah bertubuh atau tidak bertubuh. Ketentuan tersebut dimaknai bahwa, barang adalah benda

---

<sup>50</sup> Lili Rasjidi dan I. B. Wyasa Putra, *Hukum Sebagai Suatu Sistem*. Remaja Rosdakarya, Bandung, 1993, hlm. 79.

<sup>51</sup> Bambang Pratama. Publikasi Ilmiah, *Rekonseptualisasi Karakteristik Hak Kekayaan Intelektual dalam Hukum Siber*, (online), (<https://publikasiilmiah.ums.ac.id/diakses> 1 Agustus 2015 ). hlm.418.

<sup>52</sup> Khaerul H. Tanjung, *Op., Cit*, hlm. 1

<sup>53</sup> Mahadi, *Hak Milik Immateriil*, Binacipta, Bandung, 1985, hlm. 65.

<sup>54</sup> *Ibid*

bertubuh atau benda materiil yang ada wujudnya, karena dapat dilihat dan diraba (tangible good), contoh: rumah, tanah. Sedangkan benda tidak bertubuh atau benda *immateriil* tidak ada wujudnya karena tidak dapat dilihat dan tidak dapat diraba (intangible good). Contoh: surat-surat berharga dan HKI.

Konsep kepemilikan atas benda-benda yang ditentukan KUH Perdata tersebut di atas, bersifat *individual right* karena lebih menekankan perlindungan hukum kepada setiap orang yang menghasilkan suatu karya intelektual. Namun demikian, dalam perkembangannya perlindungan hukum atas HKI tidak lagi terbatas pada hak-hak individu saja tetapi termasuk juga hak milik komunal. Contoh: Hak milik komunal Indikasi Geografis. Pada hak milik tersebut, hukum memberikan jaminan keadilan, kepastian penguasaan dan pemanfaatan Indikasi Geografis kepada kelompok masyarakat tertentu secara monopoli dengan bantuan negara. Gambaran ini menunjukkan bahwa, perlindungan hukum atas Indikasi Geografis adalah untuk kepentingan Pemegang Indikasi Geografis sebagai subjek hukum, yang telah mengusahakan produk lokasi dengan karakteristik tertentu secara turun temurun.

#### **D. Perbedaan Indikasi Geografis dengan Merek**

Antara Indikasi Geografis dan Merek memiliki sifat, karakteristik yang berbeda serta tata cara perlindungan hukum yang berbeda pula. Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi, 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan

barang dan jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa.<sup>55</sup>

Tabel 1. Perbedaan Indikasi Geografis Dengan Merek

No.	Indikasi Geografis	Merek
1.	Definisi:	Definisi
	Geographical indications and trademarks are distinctive signs used to distinguish goods or services in the marketplace. Both convey information about the origin of a good or service, and enable consumers to associate a particular quality with a good or service.	Trademarks inform consumers about the source of a good or service. They identify a good or service as originating from a <i>particular company</i> . Trademarks help consumers associate a good or service with a specific quality or reputation, based on information about the company responsible for producing or offering it.
2.	Geographical indications identify a good as originating from a particular place. Based on its place of origin, consumers may associate a good with a particular quality, characteristic or reputation.	A trademark often consists of a fanciful or arbitrary sign that may be used by its owner or another person authorized to do so. A trademark can be assigned or licensed to anyone, anywhere in the world, because it is linked to a specific company and not to a particular place.

Sumber: **WIPO Intellectual Property Handbook, WIPO Publication No. 489 (E), 2004, p13**

<sup>55</sup> Pasal 1 angka 1 UU Merek dan Indikasi Geografis

## E. Pengaturan Hukum Indikasi Geografis

### 1. Internasional

#### a. *The Paris Convention for The Protection of Industrial Property, 1883 (Konvensi Paris)*

Konvensi Paris 1883 adalah salah satu perjanjian internasional mengenai kekayaan intelektual dan ditandatangani oleh beberapa negara pada tanggal 20 Maret 1883. Konvensi Paris telah diubah beberapa kali, setelah pertama kalinya disahkan pada tanggal 20 Maret 1883 kemudian direvisi di *Brussels*, Belgia tanggal 14 Desember 1900, di *Washington*, USA pada 2 Juni 1911, di *Den Haag*, Belanda pada 6 November 1925, di *London*, Inggris pada 2 Juni 1934, di *Lisbon*, Portugal tanggal 31 Oktober 1958 dan di *Stockholm*, Swedia tanggal 14 Juli 1967 dan terakhir pada 18 September 1979.<sup>56</sup> Konvensi Paris adalah yang pertama melakukan perlindungan hukum atas Indikasi Geografis dalam Hak Kekayaan Industrial yang mencakup: Paten (Patent), Model Kegunaan (Utility Model), Desain Industri (Industrial Design), Merek Dagang (Trade Mark), Merek Jasa (Service Mark), Nama Dagang (Trade Name),<sup>57</sup> Indikasi Sumber atau Indikasi Asal dan Pencegahan Persaingan Tidak Sehat. Konvensi ini juga memberikan penjelasan yang luas terhadap objek yang dilindungi, yang tidak hanya dari sektor industri tetapi juga dari sektor pertanian dan ekstratif untuk semua produk yang diproduksi dari alam misalnya anggur, gandum, daun tembakau, buah-buahan, ternak, mineral, air mineral, biji, bunga dan tepung.<sup>58</sup> Indonesia telah meratifikasi konvensi

---

<sup>56</sup> (Online), ([http://www.repository.uib.ac.id/254/5/S-1051067-Chapter% 20II. pdf](http://www.repository.uib.ac.id/254/5/S-1051067-Chapter%20II.pdf), diakses tanggal 10 Desember 2016)

<sup>57</sup> Mahadi, *Op., Cit*, hlm.16-17

<sup>58</sup>, Article1, *Paris Convention for the Protection of Industrial Property, 1883* **Error! Hyperlink reference not valid.** tanggal 23 Oktober 2015)



tersebut tanggal 10 Mei 1979, dengan Keputusan Presiden Nomor 24 tahun 1979.<sup>59</sup> Dan pada tanggal 7 Mei 1997, Indonesia kembali meratifikasi konvensi tersebut dengan Keputusan Presiden Nomor 15 tahun 1997 tentang Pengesahan *Paris Convention for the Protection of Industrial Property* dan *Convention Establishing the World Intellectual Property Organization*.<sup>60</sup> Dalam Konvensi Paris ditentukan: Produsen, pabrikan, atau pedagang baik itu yang bersifat perorangan maupun badan hukum yang melakukan suatu proses produksi atau memperdagangkan sumber-sumber yang berindikasi palsu baik itu secara lokal ataupun regional atau dalam negara di mana sumber itu berindikasi palsu ataupun dalam negara dimana indikasi palsu tersebut digunakan, maka orang atau badan (interested party) tersebut dianggap sebagai yang bertanggung jawab terhadap indikasi pemalsuan itu.<sup>61</sup>

Konvensi Paris tidak mengatur kemungkinan adanya perbedaan konsep yang memisahkan antara nama dagang, termasuk nama dagang yang menggunakan nama tempat asal produk yang dalam konvensi ini disebut Indikasi Sumber atau Indikasi Asal (Indication of Source)<sup>62</sup> dengan Apelasi Asal (Appellation of Origin),<sup>63</sup> tetapi hanya

---

<sup>59</sup> Online), ([http://www.repository.uib.ac.id/254/5/S-1051067-Chapter% 20II. pdf](http://www.repository.uib.ac.id/254/5/S-1051067-Chapter%20II.pdf)), diakses tanggal 23 Oktober 2015

<sup>60</sup> Laode Rudita, *Hak Kekayaan Intelektual dan Perlindungan Konsumen (Studi Tentang Indikasi Geografis Dari Perspektif Kepentingan Konsumen)*, Disertasi, Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Jakarta, 2011, hlm.45.

<sup>61</sup> Pasal 10 Ayat (2) Konvensi Paris 1883

<sup>62</sup> Indikasi Sumber (Indications of Source) hanya menyebutkan asal-usul barang yang bersangkutan tanpa harus mempersoalkan kualitas hubungan antara barang dengan asal barang. WIPO, *Request for Comments on Issues Addressed in the Secound WIPO Internet Domain Name Process WIPO2 RFC-2* (<http://wipo2.wipo.int/process2/rtc>), (Online), (diakses tanggal 23 Oktober 2015, hlm. 6-7)

<sup>63</sup> Apelasi Asal (Appellations of Origin) adalah nama geografis dari suatu negara, daerah atau tempat khusus yang menunjukkan suatu produk berasal dari sana, yang karakteristiknya secara eksklusif atau esensial berkaitan dengan lingkungan geografis

menegaskan bahwa semua produk yang menggunakan kedua jenis rezim ini akan dilindungi dengan keharusan untuk menyita impor barang yang secara langsung atau pun tidak langsung menggunakan indikasi yang salah, baik salah dalam mengindikasikan tempat asal maupun salah dalam mengindikasikan produsen.<sup>64</sup>

Dalam Konvensi Paris diatur 3 (tiga) hal penting dalam melakukan perlindungan hukum atas Kekayaan Industrial, yaitu:<sup>65</sup> Pertama, prinsip *national treatment*, yaitu prinsip yang mengamanatkan negara-negara anggota dalam upaya perlindungan kekayaan industri, harus memberikan perlindungan yang sama kepada warga negara dari negara anggota lainnya seperti kepada warga negaranya sendiri. Prinsip *national treatment* tersebut diadopsi persetujuan *TRIPs* dalam memberlakukan ketentuan-ketentuannya. Kedua, berupaya mencegah penyalahgunaan indikasi yang salah (*false indications*), dengan mengharuskan negara-negara peserta untuk menyita import barang yang secara langsung ataupun tidak langsung menggunakan indikasi yang salah (*false indications*), baik salah dalam identifikasi tempat asal maupun salah dalam mengindikasikan identitas produsen. Ketiga, pencegahan persaingan curang (*Unfair Competition*) yang diatur Pasal 10bis Konvensi Paris, dan menjadi rujukan persetujuan *TRIPs* untuk melakukan Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis. Dalam Pasal 10bis Ayat (2) Konvensi Paris ditentukan: Jika terdapat suatu tindakan persaingan yang bertentangan dengan

---

termasuk faktor-faktor alam atau manusia atau kedua-duanya. Pasal 2 ayat (1) Perjanjian Lisbon 1958

<sup>64</sup> Risang Ayu, *Op., Cit.*, hlm.17

<sup>65</sup> Laode Rudita, *Op., Cit.* hlm.45-46

praktek-praktek sebagaimana lazimnya (contrary to honest practices) dalam dunia perdagangan atau industrial, maka hal itu dianggap sebagai suatu tindakan yang tidak sehat (unfair competition). Secara spesifik dalam pasal tersebut diatur 3 (tiga) hal yang dapat menimbulkan persaingan tidak sehat, yaitu:<sup>66</sup>

1. Semua tindakan yang bersifat menciptakan kebingungan dalam maksud apapun dengan kegiatan perusahaan, perdagangan, industri maupun barang dagangan dari seorang kompetitor.
2. Pernyataan-pernyataan palsu selama perdagangan tersebut bersifat mendiskreditkan perusahaan, barang dagang, atau kegiatan komersial dan industrial dari seorang kompetitor.
3. Indikasi-indikasi atau pernyataan penggunaan sepanjang perdagangan tersebut dapat dikenakan sebagai tindakan menyesatkan umum terhadap sifat, proses pabrikasi, karakteristik, keserasian maksud atau kuantitas dari barang dagangan itu.

Meskipun demikian, ketentuan Pasal 10 dan Pasal 10bis Konvensi Paris tidak memberikan penjelasan secara khusus mengenai kualitas atau karakteristik dari produk di mana sumber indikasi tersebut digunakan, tetapi Konvensi Paris telah memberikan pedoman pengaturan hukum yang efektif untuk mencegah tindakan yang persaingan curang yang dapat menimbulkan kebingungan (confusion, tindakan menyesatkan (mislead) terkait dengan produk barang berdasarkan faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia, atau kombinasi dari kedua faktor tersebut, memberikan ciri dan kualitas tertentu pada

---

<sup>66</sup> Pasal 10bis ayat (3) Konvensi Paris 1883

barang yang dihasilkan dengan barang sejenis yang berasal dari wilayah atau daerah lain.<sup>67</sup> Perlindungan hukum atas Apelasi Asal dalam Konvensi Paris merupakan perlindungan hukum pertama, yang berkaitan langsung dengan Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis, yaitu pada saat pertama kali dianugerahkan penghargaan kepada produk keju *Requefort* 4,5 (empat setengah) abad lalu di Prancis, dengan kondisi dan syarat-syarat sebagai berikut:<sup>68</sup>

1. adanya kaitan atau hubungan yang jelas antara asal geografis dan karakter produk,
2. nama produk diakui oleh keputusan pengadilan atau peraturan –peraturan administrasi,
3. nama produk telah terdaftar pada badan pemerintah atau Lembaga *Nasional Apelasi Asal atau Institut Nationale des Appellations d’Origine (INAO)*

**b. Perjanjian Madrid 1891 tentang Penghapusan Indikasi Sumber Barang yang Palsu atau Menipu (The Madrid Agreement 1891 for the Repression of False or Deceptive Indications of Source on Goods)**

Perjanjian Madrid dibentuk pada tanggal 14 April 1891, dan merupakan perjanjian Internasional yang memfokuskan pengaturan perlindungan hukum atas Indikasi Sumber atau Indikasi Asal (Indication of Source), berdasarkan Konvensi *Paris* 1883. Perjanjian tersebut telah direvisi 4 (empat) kali dan revisi yang terakhir dilakukan

---

<sup>67</sup> Achmad Zen Umar Purba. *Hak kekayaan Intelektual PascaTRIPS*, Alumni, Bandung, 2011, hlm.37

<sup>68</sup> Risang Ayu, *Op., Cit.* hlm.105-106

pada tanggal 31 Oktober 1958.<sup>69</sup> Lingkup dan objek perjanjian tersebut adalah Indikasi Sumber untuk produk barang saja, dan jasa tidak tercakup.<sup>70</sup>

Dalam Pasal 1 Ayat (1) perjanjian Madrid ditentukan: Setiap negara penandatanganan diwajibkan untuk menyita barang impor yang menggunakan Indikasi Sumber yang palsu atau menipu konsumen, baik penipuan secara langsung maupun tidak langsung. Dan apabila penyitaan belum diatur di negara penandatanganan perjanjian Madrid, maka negara tersebut harus mengambil langkah untuk memodifikasi hukum nasionalnya agar sejalan dengan ketentuan tersebut. Negara juga harus menentukan biaya pengganti selama proses modifikasi tersebut, atau jika perlu dalam kekosongan hukum membelakakan sanksi hukum lain untuk diaplikasikan.<sup>71</sup>

Berdasarkan ketentuan tersebut di atas dimaknai bahwa, setiap negara penandatanganan perjanjian *Madrid* (the contracting party) wajib melakukan penahanan terhadap setiap aktivitas perdagangan yang terkait Indikasi Sumber dan terindikasi akan merugikan produsen serta menyesatkan konsumen yang berada dalam wilayah yuridiksinya. Perjanjian *Madrid* 1891 memberikan juga perlindungan hukum secara khusus untuk informasi menyesatkan mengenai barang tersebut berasal, tetapi tidak secara spesifik mengatur konsep Indikasi Geografis. Perjanjian ini hanya mengatur keharusan negara peserta konvensi untuk menyita setiap barang berIndikasi

---

<sup>69</sup> Revisi pertama dilakukan di Washington pada tanggal 2 Juni 1911, Revisi ke-dua di *Hague* pada tanggal 6 November 1925, Revisi ketiga di London pada tanggal 2 Juni 1934, dan terakhir di *Lisbon* pada tanggal 31 Oktober 1958.(Online),<http://www.wipo.int/treaties>, (diakses tanggal 23 Oktober 2015) .

<sup>70</sup> Risang Ayu, *Op. Cit*, hlm.19

<sup>71</sup> *Ibid*

Geografis yang salah atau menyesatkan.<sup>72</sup> Dalam perjanjian *Madrid*, lingkup dan objek perlindungan hukum Indikasi Sumber diperluas dengan memberikan perlindungan hukum kepada produsen atas tindakan yang mengarah kepada penggunaan nama palsu (false) atau penipuan (deceptive), yang berkaitan dengan sumber atau asal barang yang diperdagangkan (Indication of Source) dari wilayah geografis yang tidak sebenarnya di negara-negara peserta perjanjian *Madrid*. Hal tersebut mengindikasikan bahwa, sesungguhnya perjanjian *Madrid* telah mengatur perlindungan hukum atas Indikasi Geografis dengan nama *Indication of Sources*.

***c. The Lisbon Agreement for The Protection of Appellations of Origin and Their International Registration.***

Perjanjian *Lisbon* disetujui pembentukannya tahun 1958 (Lisbon Agreement of 1958 for the Protection of Appellations of Origin), memberikan perlindungan hukum ekstra kuat terhadap Indikasi Geografis dengan nama Apelasi Asal (Appellation of Origin).<sup>73</sup> Perjanjian *Lisbon* berisi ketentuan yang lengkap dan sistematis tentang perlindungan hukum atas Indikasi Geografis di dunia internasional dan mulai berlaku tanggal 26 September 1966. Tujuan Perjanjian *Lisbon* adalah untuk memenuhi kebutuhan hukum internasional, terkait perlindungan hukum atas Indikasi Geografis di beberapa negara melalui sistem *single registration* di *World Intellectual Property Organization* (WIPO) untuk produk yang diperdagangkan

---

<sup>72</sup> (Online), **Error! Hyperlink reference not valid.** /jmh/article.../251/, (diakses tanggal 16 Oktober 2015)

<sup>73</sup> *Ibid.* hlm.21

dengan nama tempat asal, dan ditandatangani oleh negara-negara di Eropa dengan tradisi perlindungan hukum atas Indikasi Geografis yang kuat terutama Prancis.<sup>74</sup> Karena perjanjian tersebut memberikan ketentuan yang lengkap dan sistematis yang terkait dengan perlindungan hukum atas Indikasi Geografis di dunia internasional jika dibandingkan dengan ketentuan-ketentuan perjanjian internasional lainnya dalam beberapa hal, sebagai berikut<sup>75</sup>

### 1. Pengertian Indikasi Geografis

Dalam Pasal 2: Ayat (1) *An Appellation of Origin as the Geographical denomination of a country, region, or locality, wich serves to designate a product originating therein, the quality or characteristics of which are due exclusively or essentially to the geographical enviroment, including natural and human factory.* Ayat (2) *The Country of Origin as the Country whose name, or the country in which is situated the region or locality whose name, constitutes the appellation of origin that has given the product its reputation.* Ketentuan tersebut dimaknai bahwa, unsur yang membedakan konsep Indikasi Geografis dalam perjanjian *Lisbon* dengan konsep Indikasi Geografis pada perjanjian lain yang telah diuraikan adalah:

- a. Keadaan geografis. Faktor pertama yang harus terdapat adalah faktor geografis yang memberikan identitas terhadap produk yang menunjukkan asal dari negara tertentu.
- b. Reputasi produk tersebut di mata masyarakat luas. Reputasi produk yang di mata masyarakat sangat dipengaruhi oleh sejarah yang panjang dan dibangun

---

<sup>74</sup> Risang Ayu, *Op., Cit.* hlm.20-21

<sup>75</sup> (Online), (<https://indrarahmatullah.wordpress.com>, diakses tanggal 16 Oktober 2015)

pada suatu produk, termasuk hasil survey konsumen, ataupun peran dari para pelaku (kelompok produsen dan asosiasi lainnya) yang berada di wilayah asal produk dengan karakteristik khusus/unik.<sup>76</sup>

- c. Ada keterkaitan antara lingkungan geografis dengan produk yang dihasilkan yang ditentukan oleh faktor alam (seperti iklim dan tanah) dan faktor manusia (seperti pengetahuan tradisional).

## 2. **Perlindungan Hukum atas Indikasi Geografis**

Ruang lingkup Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis dalam perjanjian *Lisbon* ada 2 (dua) macam, yakni pemalsuan (usurpation/ imitation) dan persaingan curang (unfair competition). Perbuatan pemalsuan (usurpation/ imitation) dalam Pasal 3 perjanjian *Lisbon* 1958: Perlindungan hukum yang sesuai dengan perjanjian ini, diperluas hingga tidak hanya mencangkup segala bentuk tindakan penipuan terhadap konsumen akibat representasi yang salah dari tempat asal suatu produk, tetapi juga perlindungan produsen. Dalam hal ini, produsen dilindungi dari segala bentuk peniruan, sekali pun itu peniruan yang secara terang-terangan tetap mencantumkan nama asal tempat barang yang sebenarnya, misalnya dengan menambahkan terjemahan, atau ditulis dengan tambahan kata seperti: macam dari..., Jenis dari..., buatan...,tiruan dari...atau semacanya.<sup>77</sup> Sedangkan persaingan curang (unfair competition) diatur Pasal 4: *confirms the protection that may already exist in a member country by virtue of other international instrument, national law or court decision.*

---

<sup>76</sup> Daniel Gervais, *The Lisbon Agreement's Misunderstood Potential*, WIPO Journal, No.1, 2009, hlm.90-91 dalam Djulaeka, *Konsep Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual*, Perspektif Kajian Filosofis HaKI Kolektif-Komunal. Setara Press, Malang, 2014,hlm.21

<sup>77</sup> Risang Ayu, *Op., Cit.*hlm.21



Ketentuan ini kemudian ditambahkan dalam *Records Lisbon Conference 1958*, paragraf 816 yaitu *a part from usurpation or counterfeiting, there are a whole range of acts that may quality as acts unfair competition and are to be prohibited.*

Menurut *Matthijs Geuze* ada 4 (empat) dasar yang menjadi ketentuan Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis dan pembentukan norma berstandar internasional oleh *WIPO* dan *Standing Committee on the Law of Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indication (SCT)*, yaitu:<sup>78</sup>

- a. Kualitas. Petunjuk hukum yang menerangkan identifikasi asal dari suatu barang.
- b. Karakteristik. Karakter suatu produk yang ditentukan oleh faktor alam dan faktor manusia.
- c. Reputasi. Reputasi ini berkaitan dengan historis produk tersebut, ciri pembeda dan persepsi masyarakat luas.
- d. Adanya keterkaitan antara produk yang dihasilkan dengan kondisi geografis asal barang tersebut baik kualitasnya, reputasinya atau karakteristiknya.

### **3. Perjanjian *Lisbon* memfasilitasi perlindungan hukum atas Indikasi Geografis melalui sistem pendaftaran internasional.**

Dalam perjanjian *Lisbon*, produk yang dapat didaftar melalui sistem pendaftaran internasional tidak dibatasi jenisnya dengan persyaratan bahwa produk tersebut telah terdaftar dan dilindungi di negeri asalnya. Pengajuan permohonan pendaftaran dapat dilakukan oleh pemerintah negara asal produk, pihak yang berkepentingan, badan

---

<sup>78</sup> Indrarahmatulla, *Op., Cit.*

hukum publik atau badan hukum swasta.<sup>79</sup> Selanjutnya Pasal 5 Ayat (6): Apabila terjadi tumpang-tindih antara ruang lingkup Merek dan Apelasi Asal yang menggunakan tanda yang sama, maka Merek harus ditempatkan pada prioritas kedua, sekalipun Merek terdaftar tersebut telah memperoleh perlindungan hukum, digunakan dengan itikad baik sebelum dilakukan registrasi Apelasi Asal. Apabila Apelasi Asal memperoleh perlindungan hukum setelah registrasi, maka Merek yang sama dengan Apelasi Asal harus dihentikan pemakaiannya dalam jangka waktu dua tahun.

Apelasi Asal dalam perjanjian *Lisbon* tidak dapat dilisensikan dan mendapat prioritas di atas Merek terdaftar. Ciri lain perjanjian tersebut adalah memberikan perlindungan hukum yang amat kuat untuk produk-produk spesifikasi dari suatu wilayah tertentu, yang ditentukan dalam Pasal 6 Perjanjian *Lisbon*: Suatu Apelasi Asal tidak akan pernah menjadi generik. Artinya, bahwa Apelasi Asal yang telah menjadi generik tidak dapat dimintakan registrasi. Akan tetapi, sekali suatu Apelasi Asal yang unik memperoleh perlindungan hukum, ia tidak akan pernah menjadi generik. Berbeda dengan Merek, yang tidak memperoleh perlindungan hukum setelah menjadi generik sedangkan Apelasi Asal tidak demikian.<sup>80</sup> Apelasi Asal tidak mengenal lisensi dan memberikan perlindungan hukum khusus, tidak hanya terhadap penggunaan suatu nama tempat secara tanpa hak tetapi juga segala bentuk turunan dari produk yang berasal dari daerah lain.<sup>81</sup>

---

<sup>79</sup> Pasal 1 ayat (2) Perjanjian Lisbon 1958

<sup>80</sup> Risang Ayu. *Op., Cit.* 22-23

<sup>81</sup> *Ibid.* hlm.45

Lingkup dan objek perlindungan hukum Apelasi Asal dalam perjanjian *Lisbon* lebih luas dan lebih identik dengan konsep perlindungan hukum atas Indikasi Geografis dalam hal: nama geografis, identitas produk, penunjuk reputasi, kualitas dan karakter produk yang bersifat eksklusif serta ada keterkaitan antara lingkungan geografis dengan produk yang dihasilkan dan ditentukan oleh faktor alam (iklim dan tanah) serta faktor manusia (pengetahuan tradisional).

**d. Perjanjian Multilateral tentang Aspek-Aspek Hak Kekayaan Intelektual Yang Terkait Dengan Perdagangan, *Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPs)**

Konsep Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis diatur Pasal 22 s/d Pasal 24 persetujuan *TRIPs*. Indikasi Geografis adalah tanda yang mengidentifikasi suatu barang yang berasal dari wilayah salah satu anggota, atau suatu daerah di dalam wilayah tersebut, di mana tempat asal barang tersebut merupakan hal yang sangat penting bagi reputasi dari barang yang bersangkutan karena kualitas dan karakteristik. Setiap negara anggota persetujuan *TRIPs* wajib menyediakan sarana hukum untuk pihak yang berkepentingan untuk mencegah.<sup>82</sup>

1. Digunakan cara apapun dalam rangka peruntukan atau penampilan suatu barang yang memberikan kesan atau gambaran bahwa barang yang bersangkutan berasal dari wilayah lain di luar wilayah asal sebenarnya dan barang tersebut dengan cara yang menyesatkan masyarakat mengenai wilayah asal barang tersebut;

---

<sup>82</sup> Pasal 22 Persetujuan *TRIPs*

2. Setiap penggunaan yang merupakan tindakan persaingan curang sebagaimana yang dalam Pasal 10 bis, yang tercantum dalam Konvensi Paris 1967.

Persetujuan *TRIPs* mengadopsi konsep perlindungan hukum *Appellation of Origins dan indication of source* pada konvensi *Paris*, perjanjian *Madrid* dan *Appellation of Origins* pada perjanjian *Lisbon*, dalam beberapa hal sebagai berikut:<sup>83</sup>

- a. Indikasi yang menandakan (*Indications which identify*)

Indikasi mempunyai cakupan yang luas, dapat berupa nama tempat asal, Contoh: Kopi arabika Toraja dan Kalosi, dan dapat juga berarti menyebutkan suatu produk yang hanya menyiratkan asal tempat produk, Contoh beras *Basmati* India, berasal dari *Haryana* yang terletak di perbatasan India dan Pakistan. *Basmati* bukanlah nama tempat, tetapi merupakan nama tradisional dari produk beras di daerah *Haryana* yang berarti ratu beras wangi. Nama tradisional atau pemakaian bahasa tradisional India inilah yang berkaitan dengan produk beras beraroma ini dengan tempat asalnya *Haryana* di India. Contoh lain: Kopi arabika Kalosi, produk tersebut tidak menyebutkan nama tempat asal geografisnya, tetapi menyebutkan nama tempat kopi arabika tersebut diperdagangkan. Kalosi adalah nama pasar tempat perdagangan kopi yang berasal dari beberapa wilayah di Kabupaten Enrekang. Kata Kalosi selanjutnya digunakan oleh pedagang sebagai tanda untuk menunjukkan kualitas dan ciri khas kopi arabika dari Kabupaten Enrekang yang dipasarkan secara nasional maupun

---

<sup>83</sup> Laode Rudita, *Op., Cit.* hlm. 68-70

internasional. Kopi arabika Kalosi berarti kopi yang dibeli pedagang di pasar Kalosi dan berasal dari daerah geografis tertentu di Kabupaten Enrekang.

Unsur Indikasi dapat juga berupa benda, simbol, atau lambang yang unik yang secara langsung berasosiasi dengan tempat asalnya. Simbol dimaksud adalah simbol yang dapat mengindikasikan bahwa suatu barang berasal dari asal geografis tertentu tanpa menyebutkan secara tersirat nama asal geografis barang tersebut. Dengan adanya simbol tersebut pada barang, secara tidak langsung menggiring masyarakat bahwa barang itu berasal dari asal geografis tertentu. Contoh Indikasi Geografis dalam bentuk ini adalah menara Eiffel untuk mengindikasikan barang dari Prancis, *Taj Mahal* untuk mengindikasikan barang dari India, Monas untuk mengindikasikan barang dari Indonesia, dan gambar rumah Toraja untuk produk Kopi arabika yang mengindikasikan produk tersebut berasal dari Toraja salah satu kabupaten di provinsi Sulawesi Selatan.

Dalam Pasal 22 persetujuan *TRIPS* dan perjanjian Lisbon 1958, kata *Indications ...* (indikasi) adalah salah satu unsur atau elemen yang membedakan antara rumusan Indikasi Geografis dan Apelasi Asal (*Appellation of Origins*). Apelasi Asal mempunyai lingkup terbatas dibandingkan dengan unsur indikasi dalam persetujuan *TRIPS*, karena Apelasi Asal dalam Pasal 2 Ayat (1) Perjanjian *Lisbon* 1958, diartikan sebagai nama geografis dari suatu negara, daerah atau tempat khusus yang menunjukkan asal produk, dengan karakteristik dan reputasi secara esensial berkaitan langsung dengan lingkungan geografis termasuk faktor-faktor alam atau manusia atau kedua-duanya.

b. Suatu Barang (a goods)

Lingkup dan Objek perlindungan hukum Apelasi Asal dalam perjanjian *Lisbon* adalah produk, yaitu barang (goods) dan jasa (services). Sedangkan dalam persetujuan *TRIPS* menggunakan istilah barang (goods) untuk objek Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis. Penggunaan istilah barang adalah untuk membatasi bahwa, jasa tidak termasuk objek perlindungan hukum atas Indikasi. Selain itu, Istilah barang dapat lebih mudah dikenal terkait dengan daerah atau wilayah geografis tertentu, sedangkan jasa tidak demikian. Hal tersebut menjadi pertimbangan, sehingga persetujuan *TRIPS* lebih memilih menggunakan istilah barang dari pada produk dalam rumusan Indikasi Geografis.

Perlindungan hukum atas Barang dalam ketentuan persetujuan *TRIPS* dibagi menjadi 2 (dua) tingkatan, yaitu: Perlindungan hukum tingkat pertama, yaitu: setiap negara anggota persetujuan *TRIPs* wajib menyediakan sarana hukum untuk pihak yang berkepentingan untuk mencegah.<sup>84</sup>

1. Digunakan cara apapun dalam rangka peruntukan atau penampilan suatu barang yang memberikan kesan atau gambaran bahwa barang yang bersangkutan berasal dari wilayah lain di luar wilayah asal sebenarnya dan barang tersebut dengan cara yang menyesatkan masyarakat mengenai wlayah asal barang tersebut;
2. Setiap penggunaan yang merupakan tindakan persaingan curang sebagaimana yang dalam Pasal 10 bis, yang tercantum dalam Konvensi Paris (1967

---

<sup>84</sup> Pasal 22 Ayat 2 Persetujuan *TRIPs*

Selanjutnya perlindungan hukum tingkat dua, yaitu: perlindungan hukum tambahan atas Indikasi Geografis untuk produk minuman anggur dan minuman keras (wine and spirit). Perlindungan hukum tingkat dua ini sangat kuat, karena melarang pemakaian indikasi terkait pada barang-barang selain produk yang dihasilkan oleh Pemegang Indikasi Geografis sekalipun pemakaian itu dilakukan secara itikad baik dengan menyebut tempat asal barang tersebut,<sup>85</sup> Contoh: nama *Champagne*.

- c. Ada keterkaitan antara barang dengan, tempat, daerah, atau lokalitas di wilayah teritorial negara-negara anggota (originating in the territory of a Member, or a region or locality in that territory)

Unsur ini juga sesuai dengan rumusan Indikasi Sumber (Indications of Source), yang digunakan dalam konvensi Paris 1967. Indikasi Sumber diartikan sebagai setiap ekspresi atau tanda yang digunakan untuk menunjukkan suatu produk atau jasa berasal di suatu negara, daerah atau tempat tertentu.<sup>86</sup> Hal ini menunjukkan bahwa, Indikasi Geografis selalu memiliki hubungan atau kaitan yang khusus dengan wilayah asal barang. Dengan demikian menjamin konsumen bahwa keaslian suatu barang secara esensial dapat dikaitkan dengan tempat asalnya. Namun, yang dimaksud dengan kaitan itu sendiri beragam, tergantung penerapan perlindungan hukum atas Indikasi Geografis yang dianut oleh negara anggota persetujuan *TRIPs*. Ada yang mengharuskan kaitan tersebut dengan aspek alamiah yang khusus, aspek manusia pembuat, hingga aspek historis, kultural, dan pewarisan metode tradisional yang telah

---

<sup>85</sup> Pasal 23 Persetujuan *TRIPs*

<sup>86</sup> (Online), (<http://www.wipo>, diakses tanggal 20 Oktober 2016)

dijaga secara turun-temurun hingga menentukan reputasi barang, seperti perlindungan hukum Apelasi Asal dalam konvensi Paris.<sup>87</sup> Dan ada juga yang mengharuskan kaitan tersebut hanya bermakna penunjuk bahwa, suatu produk memang benar berasal dari nama geografis dari indikasi tersebut. Adanya keterkaitan antara barang dengan tempat atau wilayah tertentu ini, sehingga membuat barang dengan tanda Indikasi Geografis berbeda dengan barang sejenis lainnya yang dipasarkan.

d. Kualitas, Reputasi, atau Karakteristik lainnya  
(Quality, reputation or other characteristic)

Unsur kualitas, reputasi atau karakteristik tertentu merupakan unsur atau elemen Indikasi Geografis yang juga penting. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, Kualitas (quality) diartikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu, kadar, atau mutu. Reputasi (reputation) diartikan sebagai sebab mendapatkan nama baik, atau nama baik itu sendiri. Sedangkan karakteristik (characteristic) diartikan sebagai mempunyai sifat khas sesuai dengan perwatakan tertentu.<sup>88</sup> Apabila dibandingkan antara rumusan Indikasi Geografis dalam persetujuan *TRIPS* dengan rumusan Apelasi Asal dalam Perjanjian Lisbon 1958, terlihat ada 2 (dua) perbedaan yang penting, yaitu ...*quality, reputation or other characteristic*...dalam Perjanjian *TRIPS* dengan *quality and characteristic* dalam perjanjian *Lisbon* 1958.

Perbedaan pertama adalah: penggunaan kata atau (or) dalam Indikasi Geografis dan penggunaan kata dan (and) dalam Apelasi Asal. Kata atau dalam Indikasi Geografis mengartikan bahwa unsur kualitas, reputasi dan

---

<sup>87</sup> Perjanjian *Lisbon* 1958, *Op., Cit.*

<sup>88</sup> Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1988.



karakteristik adalah 3 (tiga) unsur independen yang merupakan pilihan (options). Artinya salah satu saja dari unsur tersebut dimungkinkan untuk dipenuhi, dan tidak mengharuskan ketiga-tiganya harus terpenuhi dalam Indikasi Geografis. Hal tersebut berbeda dengan kata dan yang digunakan dalam Apelas Asal yang harus diartikan bahwa unsur kualitas dan karakteristik adalah dua unsur yang harus dipenuhi pada Apelas Asal.<sup>89</sup> Kedua, penggunaan unsur reputasi (reputation) dalam Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis, dan merupakan unsur yang amat penting meskipun sifatnya pilihan (fakultatif)...<sup>90</sup> Dalam perjanjian *Lisbon* 1958, tidak ditemukan kata reputasi (reputation). Perjanjian ini hanya mencantumkan *unsur quality* dan *characteristics* dalam merumuskan Apelas Asal.<sup>91</sup>

- e. Ada unsur geografis yang melekat pada barang sesuai dengan daerah asal. (Essentially attributable to its geographical origin)

Unsur *essentially attributable to its geographical origin* berarti bahwa unsur-unsur geografis yang melekat pada barang tersebut, dapat ditemukan pada daerah atau wilayah tempat asal barang. itu dan daerah atau wilayah tersebut sangat berpengaruh terhadap unsur-unsur barang itu. Dengan menyertakan nama atau menyiratkan asal geografis ke dalam nama barang tersebut, menunjukkan hubungan atau keterkaitan antara barang dengan asal geografis tersebut harus jelas. Apabila unsur-unsur barang tidak secara esensial terkait dengan asal geografisnya atau gagal mengekspresikan hubungan yang jelas antara barang

---

<sup>89</sup> Laode Rudita, *Op., Cit.* hlm. 77

<sup>90</sup> Miranda Risang Ayu, *Op., Cit.* hlm.172

<sup>91</sup> Pasal 22 Persetujuan *TRIPs*

dengan tempat aslinya, maka validitas sebagai barang Indikasi Geografis menjadi tidak benar.<sup>92</sup> Indikasi Geografis terkait erat dengan kelompok masyarakat di suatu wilayah geografis tertentu dan digunakan untuk mengidentifikasi suatu barang yang secara spesifik terkait dengan wilayah geografis tersebut.<sup>93</sup>

Hak atas Indikasi Geografis adalah hak milik komunal, yaitu hak milik yang diberikan negara kepada kelompok masyarakat tertentu yang mengusahakan produk Indikasi Geografis dalam bentuk hak eksklusif dengan tujuan untuk memberikan perlindungan hukum kepada Pemegang Indikasi Geografis dari penyalahgunaan Indikasi Geografis oleh pihak lain yang tidak berhak. Menurut *Frederick Abbott, dkk*, bahwa Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis memiliki 2 (dua) fungsi, yaitu:<sup>94</sup>

1. Fungsi promosi produk yang mempunyai karakter tertentu yang membawa manfaat kewilayahan tempat produk tersebut dibuat (manufactured) atau dipasarkan. Indikasi Geografis dengan demikian melindungi Pemegang Indikasi Geografis (produsen) di wilayah tersebut terhadap penggunaan yang tidak sah (unauthorized) dari *goodwill* yang diciptakan oleh kualitas produk itu oleh pesaingnya.
2. Indikasi Geografis adalah sumber informasi penting untuk konsumen pada pasar yang sangat beragam dalam kaitan dengan asal, kualitas, atau reputasi produk yang bersangkutan. Terkait dengan hal ini, maka perlindungan Indikasi Geografis bertujuan

---

<sup>92</sup> Risang Ayu, *Op., Cit.* hlm.122

<sup>93</sup> Agus Sardjono, *Membumikan HKI di Indonesia*, Bandung: CV. Nuansa Aulia, 2009, hlm. 178

<sup>94</sup> Frederick Abbott, et.al. *Dalam Naskah Akademik Peraturan Perundang-Undangan RUU Tentang Merek*, Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, Jakarta, 2015, hlm. 18.

untuk melindungi konsumen dari penyalahgunaan Indikasi Geografis itu yang berakibat timbulnya informasi yang menyesatkan (misleading) konsumen terhadap barang yang beredar di pasar.

Dalam persetujuan *TRIPs* Indikasi Geografis dan Merek merupakan rezim HKI yang independen tetapi memiliki tujuan dan fungsi sama. Tujuannya adalah untuk melindungi masyarakat dari penyesatan produk yang diperdagangkan. Sedangkan fungsinya adalah sebagai tanda pembeda untuk produk sejenis yang di pasarkan. Persamaan-persamaan demikian dapat menimbulkan perbedaan pendapat tentang eksistensi perlindungan hukum atas Indikasi Geografis dan Merek. Pendapat pertama lebih mengutamakan Indikasi Geografis dari pada Merek. Konsekuensinya adalah Indikasi Geografis yang memperoleh proteksi hukum melalui registrasi dengan nama yang sama dengan suatu Merek terdaftar, maka Merek tersebut hanya bisa digunakan dengan itikad baik paling lama 2 tahun dimulai sejak Indikasi Geografis memperoleh perlindungan hukum.<sup>95</sup> Sedangkan pendapat kedua memandang Indikasi Geografis dan Merek sama kuat. Jika terjadi tumpang-tindih dalam perlindungan hukum atas Indikasi Geografis dan Merek, maka keduanya dapat ditentukan melalui prinsip *the first in time first in right* atau prinsip yang paling dulu yang paling berhak.<sup>96</sup> Prinsip tersebut sejalan dengan Pasal 24 ayat (5) persetujuan *TRIPs*: Jika suatu Merek telah dipakai dan didaftarkan dengan niat baik, atau jika sekumpulan hak yang terkait dengan suatu merek telah diperoleh melalui pemakaian dengan niat baik...Sebelum suatu Indikasi

---

<sup>95</sup> Pasal 68 Ayat (1) UU Merek dan Indikasi Geografis

<sup>96</sup> *Ibid.*, hlm.37

Geografis dilindungi di negara asalnya, langkah-langkah yang diambil untuk melaksanakan perlindungan ini tidak boleh mengancam keberadaan atau kebebasan Merek terdaftar itu, dengan alasan bahwa Merek tersebut sama persis atau mirip dengan Indikasi Geografis terkait.

Ketentuan tersebut di atas dimaknai bahwa, tindakan pembatalan Merek terdaftar dan penolakan permohonan perpanjangan Merek terdaftar apabila suatu Merek terdaftar identik atau sama dengan Indikasi Geografis pengaturannya berdasarkan hukum nasional negara anggota *TRIPs*, dengan ketentuan bahwa perlindungan hukum atas Indikasi Geografis tidak boleh mengancam eksistensi Merek terdaftar. Walaupun persetujuan *TRIPs* secara tegas menggunakan konsep Indikasi Geografis yang identik dengan konsep Apelasi Asal dari Konvensi *Lisbon*. Menurut *Sergio Escudero* terdapat 5 (lima) hal yang membedakan antara Apelasi Asal dan Indikasi Geografis, yaitu:<sup>97</sup>

1. Jika suatu Apelasi Asal harus berwujud nama tempat, baik itu suatu negara, daerah atau lokalitas tertentu, seperti Tequila, Porto, dan Jerez, sedangkan Indikasi Geografis dapat berwujud nama geografis atau tanda-tanda lain, selama tanda-tanda tersebut dapat mengidentifikasi secara jelas tempat asal produk tersebut,
2. Apelasi Asal berfungsi utama sebagai tanda pembeda suatu produk, sedangkan Indikasi Geografis lebih berfungsi untuk menandakan asal tempat suatu produk. Artinya, Apelasi Asal harus sama persis dengan nama produk. Sementara Indikasi Geografis

---

<sup>97</sup> Risang Ayu. *Op., Cit.* hlm.46.

- memiliki arti yang lebih luas dari sekadar nama tempat. Indikasi Geografis tidak hanya mencakup nama tempat, tetapi juga tanda lain yang langsung menggiring konsumen untuk berasosiasi kepada tempat geografis yang memproduksi produk tersebut.
3. Apelasi Asal hanya melindungi nama asal suatu produk, sedangkan Indikasi Geografis juga melindungi simbol. Sebagaimana telah diuraikan sebelumnya bahwa para ahli sepakat “indikasi” atau tanda tersebut mempunyai cakupan yang luas. Ia tentu saja bisa berarti nama tempat asal, namun bisa juga berarti menyebutkan suatu produk yang hanya “menyiratkan” asal tempat produk itu. Bahkan unsur “indikasi...” tersebut, lebih jauh lagi dikatakan bisa juga berwujud benda atau simbol yang unik yang secara langsung berasosiasi dengan tempat asalnya.
  4. Apelasi Asal hanya berkaitan dengan kualitas dan karakter suatu produk, sedangkan Indikasi Geografis juga menunjuk pada reputasi produk, walaupun unsur reputasi itu adalah unsur yang optional. Apelasi Asal hanya mempertimbangkan lingkungan geografis, termasuk faktor alam dan manusia (*natural and human factor*), sedangkan Indikasi Geografis juga mempertimbangkan asal geografis produk secara lebih umum. Artinya bahwa suatu Indikasi Geografis tidak hanya terbatas pada apa yang dimaksud dengan unsur *natural and human factor* tersebut. Suatu produk tidak perlu memenuhi unsur alam ataupun unsur manusia, asalkan produk tersebut memiliki kualitas, reputasi atau karakteristik tertentu yang terkait dengan asal geografis produk tersebut.

Selanjutnya menurut Adrian Sutedi, antara Apelasi Asal dan Indikasi Geografis itu memiliki perbedaan karena:<sup>98</sup>

1. Apelasi Asal harus berwujud nama tempat suatu negara, daerah atau lokalitas, sedangkan Indikasi Geografis dapat berwujud nama geografis atau tanda lain selama tanda itu mengidentifikasi secara jelas tanda tersebut,
  2. Apelasi Asal harus juga merupakan tanda pembeda suatu produk. Apelasi Asal sama persis dengan nama produk. Indikasi Geografis menandakan asal tempat suatu barang. Indikasi Geografis memiliki arti lebih luas dari sekedar nama tempat, sehingga dapat juga menjadi symbol,
  3. Apelasi Asal hanya berkaitan dengan kualitas dan karakter suatu produk, sedangkan Indikasi Geografis juga menunjuk pada reputasi produk terkait.
2. Nasional
- a. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang Pengesahan *Agreement Establishing The World Trade Organization* (WTO)  
*World Trade Organization* (WTO) merupakan satu-satunya badan internasional yang secara khusus mengatur masalah perdagangan antar Negara. Dengan pengesahan (ratifikasi) *WTO* tersebut, maka semua persetujuan yang terkait *Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPs) atau Persetujuan tentang Aspek-Aspek Dagang Hak Kekayaan Intelektual)

---

<sup>98</sup> Adrian Sutedi, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, hlm.168

menjadi bagian dari hukum nasional. Salah satu HKI yang diatur persetujuan *TRIPs* adalah Indikasi Geografis. Indikasi Geografis adalah tanda yang mengidentifikasikan suatu barang yang berasal dari wilayah salah satu anggota, atau suatu daerah di dalam wilayah tersebut, di mana tempat asal barang tersebut merupakan hal yang sangat penting bagi reputasi dari barang yang bersangkutan karena kualitas dan karakteristik, yang wajib diupayakan perlindungannya oleh negara-negara anggota persetujuan *TRIPs*.<sup>99</sup>

- b. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek dan Indikasi Geografis).

Salah satu hal yang diatur dalam UU Merek dan Indikasi Geografis adalah tentang Indikasi Geografis, mengingat Indikasi Geografis *merupakan* potensi nasional dan telah menjadi komoditas unggulan, baik dalam perdagangan domestik maupun internasional. Indikasi Geografis adalah adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang, yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia, atau kombinasi dari kedua faktor tersebut, memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan.<sup>100</sup>

3. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2004 tentang Perkebunan

Perkebunan *mempunyai* peranan yang penting dan strategis dalam pembangunan nasional, terutama

---

<sup>99</sup> Pasal 22 Ayat (1.2) Persetujuan *TRIPs*

<sup>100</sup> Pasal 1 angka 6 UU Merek dan Indikasi Geografis

dalam meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat, diantaranya melalui optimalisasi pengelolaan sumber daya alam secara berkelanjutan dan penetapan Wilayah Geografis Penghasil Produk Perkebunan Spesifik Lokasi (WGPPPSL). Paling tidak ada tiga syarat yang harus dipenuhi, yaitu: Pertama, produk perkebunan yang dihasilkan mempunyai mutu yang khas, termasuk cita rasa spesifik. Ketika suatu komoditas perkebunan mempunyai cita rasa yang khas, spesifik, maka ia harus dilindungi. Kedua, produk perkebunan tersebut mempunyai reputasi atau ketenaran baik lokal dan nasional, maupun internasional yang tidak dapat diperoleh di wilayah lainnya. Ketiga, tanamannya diusahakan secara baik oleh pelaku usaha perkebunan.<sup>101</sup> Dalam Pasal 24 Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2004 tentang Perkebunan (UU Perkebunan) ditentukan:<sup>102</sup>

- (1) Wilayah geografis yang menghasilkan produk perkebunan yang bersifat spesifik lokasi dilindungi kelestariannya dengan Indikasi Geografis.
- (2) Wilayah geografis yang sudah ditetapkan untuk dilindungi kelestariannya dengan Indikasi Geografis dilarang dialihfungsikan.
- (3) Setiap orang atau badan hukum yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dikenakan sanksi berupa wajib membatalkan

---

<sup>101</sup> (Online), (<http://www.hukumonline.com>, Senin, 06 July 2009 / diakses tanggal 24 Oktober 2016)

<sup>102</sup> Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2004 tentang Perkebunan, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 85 Tambahan, Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 441



fungsi yang bersangkutan dan wajib mengembalikan wilayah geografis kepada fungsi semula.

- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai wilayah geografis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) meliputi jenis tanaman perkebunan dan hubungannya dengan cita rasa spesifik hasil tanaman tersebut serta tata cara penetapan batas wilayah ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah.

Ketentuan tersebut di atas dimaknai bahwa, UU Perkebunan mengatur tata cara penetapan batas wilayah Indikasi Geografis dalam hubungannya dengan produk spesifikasi dengan citarasa yang diproduksi di daerah tertentu sebagai tanaman perkebunan. Tujuannya adalah untuk menunjukkan daerah asal suatu komoditas perkebunan yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia, atau kombinasi dari kedua faktor tersebut, memberikan ciri khas dan kualitas tertentu pada komoditas perkebunan yang dihasilkan dan tidak dapat diperoleh pada wilayah lainnya. Contoh: Kopi arabika Toraja dan Kalosi dengan cita rasa yang khas apabila ditanam di wilayah Toraja dan Kalosi Enrekang. Cita rasa yang khas tersebut, akan berbeda jika kopi arabika ditanam di daerah lain walaupun lingkungan geografisnya menyerupai daerah Toraja dan Kalosi Enrekang. Kemudian untuk mencegah alih fungsi lahan yang telah ditetapkan menjadi batasan wilayah Indikasi Geografis dalam Buku Pesyaratan, dibentuk Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 2009 tentang Perlindungan Wilayah Geografis Penghasil Produk Perkebunan Spesifik Lokasi (PP

31/2009),<sup>103</sup> dan merupakan peraturan pelaksana dari UU Perkebunan. Tujuan peraturan tersebut adalah untuk mencegah peralihan fungsi lahan dalam batas wilayah Indikasi Geografis, menjaga kelestarian budidaya produk dalam kawasan wilayah geografis yang memiliki kualitas, reputasi dan cita rasa yang khas. Dengan demikian, UU Perkebunan mengatur Indikasi Geografis sebagai bagian dari wilayah usaha perkebunan, sehingga pendekatan yang dilakukan adalah berbasis kewilayahan (*spasial*), dalam suatu konsep peruntukan tata ruang bagi usaha perkebunan. Sedangkan PP Indikasi Geografis mengatur Indikasi Geografis sebagai bagian dari Merek, sehingga pendekatan yang dilakukan adalah berbasis kebendaan, yaitu hak atas benda tidak berwujud berupa HKI dan dilindungi oleh hukum.

## **F. Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Indikasi Geografis**

Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesejahteraannya Pemegang Indikasi Geografis melalui sistem perdagangan yang sehat dan persaingan usaha yang jujur, dimana kepentingan Pemegang Indikasi Geografis terlindungi dari praktik perbuatan curang dan itikad buruk dari pihak lain yang tidak berhak atas reputasi Indikasi Geografis terdaftar dengan meniru, memalsukan atau menggunakan Indikasi Geografis tersebut pada produk yang dipasarkan. Pada tingkat paling tinggi dari hubungan kepemilikan tersebut adalah jaminan keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum atas HKI kepada

---

<sup>103</sup> Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 60, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4997

Pemegang Indikasi Geografis, untuk mengeksploitasi secara memadai manfaat ekonomi Indikasi Geografis terdaftar dengan bantuan negara.

Gambaran tersebut di atas, menunjukkan bahwa hak atas Indikasi Geografis seharusnya dalam bentuk hak milik komunal dan bersifat monopoli dalam hukum kekayaan intelektual, dengan mengedepankan kepentingan masyarakat daerah asal produk sebagai subjek hukum dan pemilik Indikasi Geografis terdaftar. Pelaksanaan hak tersebut dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip HKI, sebagai berikut:<sup>104</sup>

a. Prinsip Keadilan (the principle of natural justice)

Hukum memberikan perlindungan hukum demi kepentingan Pemegang Indikasi Geografis, berupa suatu kekuasaan untuk bertindak dalam rangka kepentingan hak tersebut. Setiap hak menurut hukum mempunyai titel, yaitu suatu peristiwa tertentu yang menjadi alasan melekatnya hak itu pada pemiliknya. Dalam HKI, peristiwa yang menjadi alasan melekatnya hak tersebut adalah kreativitas manusia berdasarkan kemampuan intelektual untuk menghasilkan kekayaan berupa hak atas benda tidak berwujud. Dengan hak tersebut mewajibkan pihak lain untuk melakukan sesuatu (commission) atau tidak melakukan sesuatu perbuatan (omission) yang terkait dengan Indikasi Geografis tersebut.

b. Prinsip Ekonomi (the economic argument)

HKI berasal dari proses kreatif yang memiliki manfaat serta berguna dalam menunjang kehidupan manusia. Kepemilikan tersebut wajar, karena sifat ekonomis manusia yang menjadikan hak atas kekayaan

---

<sup>104</sup> Draft Naskah Akademik: *Peraturan Perundang-undangan, RUU Tentang Merek, Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI, Jakarta, 2015, hlm.22*

menjadi keharusan untuk menunjang kehidupannya dalam masyarakat. Indikasi Geografis merupakan salah satu bentuk kekayaan intelektual, yang dapat memberikan keuntungan ekonomi kepada pemiliknya untuk meningkatkan kesejateraan.

c. Prinsip Sosial (the social argument).

Hukum tidak mengatur manusia sebagai perseorangan yang berdiri sendiri dan terlepas dari manusia yang lain, akan tetapi hukum mengatur kepentingan manusia sebagai warga masyarakat. Interaksi antara individu dengan individu lain dalam masyarakat, dibentuk berdasarkan ikatan kekeluargaan. Penegasan tersebut menjadi penting, karena dalam penjelasan Pasal 53 Ayat (3) huruf a UU Merek dan Indikasi Geografis yang dimaksud dengan lembaga yang mewakili masyarakat di kawasan geografis tertentu, antara lain: asosiasi produsen, koperasi, dan Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG).

## **G. Kerangka Teori Perlindungan Hukum Atas Indikasi Geografis**

Kerangka teori merupakan teori yang dibuat untuk memberikan gambaran yang sistematis mengenai masalah yang akan diteliti. Teori ini masih bersifat sementara dan akan dibuktikan kebenarannya dengan cara meneliti dalam realitas. Pada prinsipnya suatu teori adalah hubungan antara dua fakta atau lebih, atau pengaturan fakta menurut cara-cara tertentu dan fakta tersebut merupakan suatu yang dapat diamati dan pada umumnya dapat diuji secara empiris. Dalam bentuknya yang paling sederhana, suatu teori merupakan hubungan antara dua variabel atau lebih

yang telah diuji kebenarannya.<sup>105</sup> Suatu teori umumnya mengandung 3 (tiga) elemen, yaitu: Pertama, penjelasan antara hubungan berbagai unsur dalam suatu teori. Kedua, teori menganut sistem deduktif, yaitu sesuatu yang bertolak dari suatu yang umum (abstrak) menuju suatu yang khusus dan nyata, dan ketiga teori memberikan penjelasan atas gejala yang dikemukakannya. Dalam penelitian fungsi teori adalah mempunyai tujuan memberikan pengarahan kepada penelitian yang akan dilakukan.<sup>106</sup> Terkait dengan disertasi, teori yang digunakan untuk menganalisis masalah perlindungan hukum hak ekonomi Pemegang Indikasi Geografis dalam perspektif hukum kekayaan intelektual Indonesia, adalah: teori perlindungan hukum hak Milik Bersama (hak milik komunal), teori keadilan sosial dalam Islam, dan teori penegakan hukum. Selanjutnya diuraikan sebagai berikut:

#### 1. Teori Perlindungan Hukum Hak Milik Bersama (Hak Milik Komunal)

Menurut *Cicero* alam telah menetapkan segala sesuatu merupakan hak milik bersama (hak milik komunal) untuk digunakan secara bersama harus dipertahankan dan dihargai. Tuntutan alam yang membuat manusia ditarik untuk berkumpul bersama dalam masyarakat, dengan tujuan mencari perlindungan hukum dari pemerintah dengan harapan untuk menyelamatkan hak miliknya.<sup>107</sup>

---

<sup>105</sup> Soerjono Soekanto, *Loc., Cit.*, hlm.30.

<sup>106</sup> Duanne R. Monette Thomas J. Sullivan, Cornell R. De Jong, *Applied Social Research*, Chicago, San Fransisco: Halt, Reinhart and Winston Inc., 1989, hlm. 31, dikutip Laode Rudita dalam Disertasi, *Hak Kekayaan Intelektual & Perlindungan Konsumen* (Studi Tentang Indikasi Geografis Dari Perspektif Kepentingan Konsumen), Universitas Indonesia, 2011, hlm. 22.

<sup>107</sup> A.Sonny Keraf, *Hukum Kodrad & Teori Hak Milik Pribadi*, Kanisius, 1997, hlm.54-55.

Kemudian menurut *Grotius*, hak milik bersama bukanlah semua orang adalah pemilik segala barang di alam ini, melainkan semua orang boleh menggunakan barang-barang alam demi kepentingannya. Barang milik bersama terbuka untuk digunakan oleh siapa saja, karena komunitas asal manusia adalah suatu komunitas negatif dimana di bawah hukum kodrat semua manusia mempunyai hak sama untuk menggunakan semua yang disediakan oleh alam. Akan tetapi sesuatu bisa menjadi hak milik pribadi dalam pengertian seseorang bisa mempunyai hak untuk memiliki dan menggunakannya secara pribadi. Pranata hak milik pribadi tidak muncul secara alamiah, melainkan diperoleh melalui kerja seseorang berdasarkan persetujuan tertentu dan disahkan hukum positif.<sup>108</sup>

Selanjutnya *Thomas Aquinas* membagi (2) dua macam hak milik pribadi yaitu: Pertama. Hak memperoleh dan mengurus barang milik. Kedua. Hak menggunakan milik pribadi. Untuk hak yang kedua manusia tidak boleh melihat barang milik sebagai pemilikan pribadi secara eksklusif, melainkan sebagai barang milik pribadi yang secara sukarela akan gunakan bersama dengan orang lain yang membutuhkan. Hak milik pribadi hanya berlaku dalam pengertian hak untuk memperoleh dan mengurusnya atau mengelola, bukan dalam hal penggunaannya. Hak milik pribadi bersifat terbuka untuk digunakan oleh orang lain (*inklusif*) dan tidak bersifat individualistis (*eksklusif*) tetapi hak milik pribadi dalam semangat komunal.<sup>109</sup>

Pada masyarakat komunal, konsep tatanan berpikir individu yang senantiasa menempatkan pola tingkah laku

---

<sup>108</sup> *Ibid.* hlm.59-60

<sup>109</sup> *Ibid.* hlm.57-58

pengutamakan pada ego kelompok dan ego personal akan dikalahkan oleh superioritas kelompok. Setiap tingkah laku dari individu harus selalu dilaksanakan dalam kedudukannya sebagai anggota persekutuan dan dalam kerangka persekutuan.<sup>110</sup> Apabila hak milik komunal dikaitkan dengan perlindungan hukum atas Indikasi Geografis, maka hal ini bermakna adanya pengakuan terhadap pihak-pihak berkepentingan (*interested parties*) sebagai Pemegang Indikasi Geografis terdaftar yaitu: lembaga yang mewakili masyarakat dan pemerintah daerah provinsi atau kabupaten dan kota dari suatu kawasan geografis tertentu yang memiliki potensi dan mengusahakan produk Indikasi Geografis berupa: sumber daya alam, barang kerajinan tangan dan hasil industri, serta berkompeten memelihara, mempertahankan kualitas dan reputasi dari produk tersebut. Pihak tersebut selanjutnya menjadi pemohon pendaftaran Indikasi Geografis kepada Menteri<sup>111</sup> sesuai dengan persyaratan yang ditentukan UU Merek dan Indikasi Geografis serta menjadi pemilik Indikasi Geografis terdaftar.<sup>112</sup>

Karakteristik hak milik atas Indikasi Geografis dari sudut hak komunal adalah hak tersebut melibatkan kelompok masyarakat tertentu di daerah yang mengusahakan produk Indikasi Geografis sebagai Pemilik dan pengguna Indikasi Geografis terdaftar untuk meningkatkan kesejateraanannya. Contoh: nama Toraja dan Kalosi adalah Indikasi Geografis masyarakat Toraja dan

---

<sup>110</sup> Djulaeka, *Op., Cit.* hlm.77

<sup>111</sup> Pasal 53 UU Merek dan Indikasi Geografis, *Op., Cit.*

<sup>112</sup> Djulaeka, *Op., Cit.*, hlm.75

Kalosi Enrekang yang digunakan sebagai tanda untuk produk kopi arabika yang dipasarkan.

Kedudukan hak milik komunal Indikasi Geografis dalam rezim hukum HKI sebagai *intangible asset*, terkandung hak-hak ekonomi (economic rights) dan menjadi gagasan filosofis doktrin hukum kodrat untuk memberikan perlindungan hukum terhadap hak milik bersama. Walaupun pada awalnya, perlindungan hukum atas HKI dilakukan berdasarkan hak moral dan bersifat individu sejak ide penghargaan bagi pencipta atau penemu atas kreasi intelektual yang berguna bagi masyarakat.<sup>113</sup> Tetapi dengan adanya hak ekonomi tersebut, memungkinkan pemegang HKI dapat mengeksploitasi karya-karya intelektualnya secara maksimal untuk memperoleh keuntungan ekonomi sebagai kompensasi atas pengorbankan tenaga, waktu, pikiran dan biaya untuk menghasilkan sebuah karya atau penemuan yang berguna bagi kehidupan manusia. Rasionalitas untuk melindungi modal investasi tersebut mesti dibarengi dengan pemberian hak eksklusif yang tidak hanya terbatas pada individu, tetapi termasuk juga kelompok masyarakat yang mengusahakan produk dengan karakteristik tertentu karena pengaruh geografis daerah asal produk, agar dapat secara eksklusif menikmati hasil olah pikirnya tersebut.<sup>114</sup> Contoh: Hak milik komunal atas Indikasi Geografis berupa tanda yang digunakan untuk produk dengan ciri dan kualitas berdasarkan lokasi geografis tertentu.

---

<sup>113</sup> Rahmi Jened, *Op., Cit.* hlm. 23

<sup>114</sup> Khaerulhanjung, *Op., Cit.* hlm. 2



Menurut *Jill Mc Keough* dan *Andrew Stewart*, terdapat dua alasan penting dilakukan perlindungan hukum atas HKI, yaitu:<sup>115</sup>

1. Alasan Moral, seorang yang melakukan usaha kreatif memiliki hak dasar untuk diakui dan memiliki hasil karya kreatifnya. Sebagaimana tercantum dalam Pasal 27 (2) Deklarasi Hak Asasi manusia yang menyatakan bahwa Setiap orang berhak mendapatkan perlindungan secara moral dan keuntungan material dari hasil kreativitasnya di bidang ilmu pengetahuan, karya seni dan sastra. Oleh karena itu seorang yang menghasilkan karya (pencipta, inventor) berhak untuk menikmati hasil jerih payahnya.
2. Alasan Ekonomi, alasan ini didasarkan pada pertimbangan ekonomis bahwa proses atau tahapan untuk menghasilkan HKI selalu membutuhkan biaya, waktu dan tenaga, yang semua itu harus dibayar kembali.

Berkaitan dengan Indikasi Geografis yang diatur dalam persetujuan *TRIPs* sebagai bagian HKI, negara-negara anggota wajib menyesuaikan pengaturan hukum tersebut dengan prinsip-prinsip perlindungan hukum atas HKI, dengan ketentuan:<sup>116</sup>

1. Sepanjang tidak menyimpang dari ketentuan dalam persetujuan ini, Anggota dapat, dalam rangka pembentukan dan penyesuaian hukum dan peraturan perundang-undangan nasionalnya,

---

<sup>115</sup> Mc Keough and Stewart, *Intellectual Property In Australia*, 2nd Edition, Butterworth, Sydney, 1998, (online), ( [wordpress.com/](http://wordpress.com/)diakses tanggal 25 Oktober 2015)

<sup>116</sup> Article 22, Article 8, *Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS)*. Annex 1 C.

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 teknologi.

2. Sepanjang tidak menyimpang dari ketentuan dalam persetujuan ini, langkah-langkah yang sesuai perlu disediakan untuk mencegah penyalahgunaan HKI atau praktek-praktek yang secara tidak wajar menghambat perdagangan atau proses alih teknologi secara internasional.

Secara konstitusional, pengakuan hak milik komunal yang terkait dengan ekonomi ditentukan Pasal 33 Ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD'1945): Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan.<sup>117</sup> Dan secara yuridis Indikasi Geografis diatur terintegrasi kedalam UU Merek dan Indikasi Geografis, untuk produk barang dengan ciri khas dan spesifikasi tertentu karena pengaruh lingkungan geografis. Produk tersebut dapat berupa produk biotik dan abiotik. Contoh: produk Biotik, hewan, tumbuhan, dan mikroorganisme. Produk Abiotik, minyak bumi, gas alam, berbagai jenis logam, air, dan tanah.<sup>118</sup> Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis dilakukan oleh negara setelah Indikasi Geografis didaftar oleh Menteri, atas permohonan lembaga yang mewakili masyarakat di kawasan geografis tertentu yang

---

<sup>117</sup> Undang-Undang Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945

<sup>118</sup> Asas kekeluargaan dibangun atas dasar konsep Ketuhanan Yang Maha Esa, kemanusiaan, persatuan, musyawarah dan keadilan sosial.

mengusahakan suatu produk berupa: sumber daya alam, barang kerajinan tangan dan hasil industri.<sup>119</sup>

Jangka waktu Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis berlaku selama lingkungan geografis asal produk tersebut yang melahirkan kualitas, ciri khas dan reputasi tetap dapat dipertahankan oleh Pemegang Indikasi Geografis. Dari sudut perdagangan, perlindungan hukum atas Indikasi Geografis akan memberikan beberapa nilai tambah pada produk dan berpengaruh terhadap daya saing produk tersebut ketika masuk ke pasar, karena:<sup>120</sup>

1. Pengakuan internasional atas Indikasi Geografis sebagai bagian hak kekayaan intelektual, berarti mendudukan status Pemegang Ha katas Indikasi Geografis adalah pemegang hak eksklusif yang dilindungi oleh undang-undang sebagaimana halnya dengan obyek Hak Kekayaan Intelektual lainnya
2. Indikasi Geografis tersebut tidak diberikan kepada individu tertentu, melainkan diberikan kepada sekelompok masyarakat sehingga Pemegang Indikasi Geografis ini sifatnya dimiliki bersama atau bersifat komunal
3. Berbeda dengan perlindungan atas Merek Dagang yang sifatnya individualistik sehingga manfaat ekonomi atas merek tersebut hanya dinikmati sendiri oleh pemilik merek, maka konsep kepemilikan dalam Indikasi Geografis adalah kepemilikan bersama (komunal), sehingga otomatis manfaat ekonominya dinikmati oleh masyarakat bersangkutan yang jauh lebih luas jika

---

<sup>119</sup> Pasal 53 Ayat (1) dan (3) huruf a UU Merek dan Indikasi Geografis

<sup>120</sup> Hendra Djaja, *Op., Cit.*, hlm.140

dibandingkan dengan merek yang hanya dimiliki individual

4. Di dalam Merek Dagang, pihak ke tiga yang ingin menikmati manfaat ekonomi dari merek terdaftar, dapat memperoleh dengan melalui mekanisme kontrak bisnis misalnya kontrak lisensi. Sedangkan kepemilikan atas Indikasi Geografis, tidak dapat dilisensikan sehingga kemanfaatan ekonominya hanya dinikmati kelompok masyarakat bersangkutan
5. Oleh karena hak ekonomi hanya dimiliki oleh Pemegang Indikasi Geografis, maka dari sudut strategi perdagangan, tentu saja kelompok masyarakat tersebut akan selalu mempertahankan aspek-aspek kualitas (reputasi) produk barang yang dihasilkan, sehingga mempertahankan syarat substantive diberikannya Indikasi Geografis bersangkutan secara konsisten tetap dipertahankan, sekaligus menjaga loyalitas konsumen
6. Dari segi pemasaran produk (*marketing*), dengan terbatasnya Pemegang Indikasi Geografis tersebut maka otomatis, mereka tidak memiliki kompetitor sehingga dapat menjual produknya di atas harga produk lain yang sejenis. Sedangkan dari sudut konsumen sendiri, tentu mereka tidak berkeberatan membayar lebih mahal, karena mereka sadar kualitas produknya dipastikan telah memenuhi standar
7. Di daerah sentra produksi dapat dijadikan sebagai model industri agrowisata.

Menurut *Lina Monten*, perlindungan hukum atas Indikasi Geografis penting dengan beberapa alasan:<sup>121</sup> Pertama, Indikasi Geografis mengidentifikasi sumber atau asal produk. Kedua, Indikasi Geografis mengindikasikan kualitas produk dengan menginformasikan konsumen bahwa suatu barang berasal dari daerah atau wilayah yang memberikan kualitas, reputasi, atau karakteristik lainnya yang esensial dapat dikaitkan dengan asal geografisnya. Ketiga, Indikasi Geografis dapat mempresentasikan kepentingan bisnis (*business interest*) karena menjamin keaslian suatu barang yang berkarakteristik dari daerah tertentu.

Sistem perlindungan hukum atas Indikasi Geografis sebagai hak milik komunal pertama kali diperkenalkan oleh Prancis pada awal abad ke-20, yaitu dengan memberikan perlindungan hukum atas *Appellation d'Origine Contrôlée* (AOC) untuk produk lokal yang memiliki kriteria geografis tertentu dan kriteria khusus lainnya. Contoh: keju *Roquefort*, yaitu keju susu domba dari *trah Lacaune, Manech*, dan keturunan *Basco-Bearnaise*. Hanya keju yang disimpan dalam gua-gua *Combalou* di wilayah *Roqueforty-sur-Soulzon* saja yang boleh diberi nama *Roquefort*. Pada tatanan internasional, perlindungan hukum atas Indikasi Geografis diatur dalam persetujuan *TRIPs*,<sup>122</sup> dengan ketentuan,... setiap negara anggota di beri kebebasan untuk menentukan sendiri tata cara Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis di negara masing-masing yang

---

<sup>121</sup> Lina Monten, *Geographical Indications of Origin: Should They Be Protected and Why? An Analysis of The Issue from US and EU Perspective*, Santa Clara Computer and High Technology Law Journal, Januari 2006, hlm.315

<sup>122</sup> (Online), (<http://www.kemenkumham.go.id/>), diakses Tanggal 29 Agustus 2016

disesuaikan dengan prinsip-prinsip perlindungan hukum atas HKI sebagai berikut:<sup>123</sup>

1. Sepanjang tidak menyimpang dari ketentuan dalam persetujuan ini, Anggota dapat, dalam rangka pembentukan dan penyesuaian hukum dan peraturan perundang-undangan nasionalnya, 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 teknologi.
2. Sepanjang tidak menyimpang dari ketentuan dalam persetujuan ini, langkah-langkah yang sesuai perlu disediakan untuk mencegah penyalahgunaan HKI atau praktek-praktek yang secara tidak wajar menghambat perdagangan atau proses alih teknologi secara internasional.

Menurut *Jeremy Bentham*, tujuan hukum adalah memberikan jaminan kebahagiaan kepada individu-individu dan orang banyak. Keberadaan negara dan hukum semata-mata sebagai alat untuk mencapai manfaat yang hakiki yaitu kebahagiaan mayoritas rakyat.<sup>124</sup> Agar tiap-tiap individu memiliki sikap simpati dengan individu yang lainnya, maka terciptanya kebahagiaan individu dengan sendirinya kebahagiaan masyarakat akan terwujud.<sup>125</sup> Oleh

---

<sup>123</sup> Article 22, Article 8, Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS). Annex 1 C.

<sup>124</sup> Lilik Rasyidi dan Ira Thania Rasyidi, *Dasar-Dasar Filsafat dan Teori Hukum*, Bandung, PT. Citra Aditya Bhakti, 2004, hlm 64.

<sup>125</sup> Darji Darmodiharjo dan Shidarta, *Pokok-Pokok Filsafat Hukum, Apa dan Bagaimana Filsafat Hukum Indonesia*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 2008, hlm. 118.

karena itu, suatu peraturan perundang-undangan yang diberlakukan kepada masyarakat harus bertujuan.<sup>126</sup>

1. *To provide subsistence* (untuk memberi nafkah hidup)
2. *To Provide abundance* (untuk memberikan nafkah makanan berlimpah)
3. *To provide security* (untuk memberikan perlindungan)
4. *To attain equity* (untuk mencapai persamaan).

Menurut *Fitzgerald*, Hukum bertujuan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena suatu lalu lintas kepentingan, perlindungan terhadap kepentingan tertentu hanya dapat dilakukan dengan cara membatasi berbagai kepentingan. Di lain pihak, hukum melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam rangka kepentingannya tersebut. Pengalokasian kekuasaan ini dilakukan secara terukur, dalam arti, ditentukan keluasan dan kedalamannya. Kekuasaan yang demikian itulah yang disebut hak. Tetapi tidak di setiap kekuasaan dalam masyarakat bisa disebut sebagai hak, melainkan hanya kekuasaan tertentu yang menjadi alasan melekatnya hak itu pada seseorang.<sup>127</sup>

Selanjutnya menurut Suhardjo, hukum bertujuan untuk mengayomi manusia baik secara aktif maupun pasif. Secara aktif dimaksudkan sebagai upaya untuk menciptakan suatu kondisi kemasyarakatan yang manusiawi dalam proses yang berlangsung secara wajar. Sedangkan yang dimaksud secara pasif adalah

---

<sup>126</sup> Muh. Erwin, *Op., Cit*, hlm 180-181.

<sup>127</sup> *Fitzgerald* dalam Satjipto Rahardjo, *Ilmu hukum*, Citra Aditya Bakti, Cetakan ke-V . Bandung, 2000, hlm 53

mengupayakan pencegahan atas upaya yang sewenang-wenang dan penyalahgunaan hak secara tidak adil.<sup>128</sup>

Keentingan hukum mengurus hak dan kepentingan manusia, sehingga hukum memiliki otoritas tertinggi untuk menentukan kepentingan manusia yang perlu diatur dan dilindungi. Perlindungan hukum yang menjadi harapan setiap manusia adalah ketertiban dan keteraturan antara nilai dasar dari hukum untuk mewujudkan kepastian hukum, kemanfaatan hukum dan keadilan hukum. Walaupun dalam praktek ketiga nilai dasar hukum tersebut tidak selalu terlaksana, tetapi harus selalu diupayakan agar nilai-nilai dasar hukum tersebut dapat terlaksana secara bersamaan.<sup>129</sup>

Di dalam UUD'1945 diatur: negara Indonesia adalah negara hukum.<sup>130</sup> Oleh karena itu setiap kebijakan yang dilakukan pemerintah harus berdasarkan hukum, yang jenis dan hierarkinya terdiri dari: Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat, Undang-Undang, Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, Peraturan Presiden, Peraturan Daerah Provinsi, dan Peraturan Daerah Kabupaten/Kota.<sup>131</sup> Berkaitan dengan perlindungan hukum atas Indikasi Geografis yang diatur terintegrasi kedalam UU Merek dan Indikasi Geografis, tidak hanya dimkanai sebagai kewajiban negara yang telah meratifikasi persetujuan *TRIPs*, tetapi

---

<sup>128</sup> Abdul Manan. *Aspek-Aspek Pengubah Hukum* ,Kencana Prenada Media Group. Jakarta, 2005, hlm.23

<sup>129</sup> *Ibid*, hlm. 69

<sup>130</sup> Pasal 1 Ayat (3) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

<sup>131</sup> Pasal 7 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5234



secara esensial dimaknai juga sebagai kewajiban negara untuk melindungi segenap bangsa Indonesia<sup>132</sup> dalam segala aspek kehidupan berdasarkan hukum. Keberadaan dan peran hukum sebagai sarana pembangunan nasional, dengan memberi pengakuan dan perlindungan hukum atas Indikasi Geografis sebagai hak milik komunal dan monopoli dalam rezim hukum Kekayaan Intelektual kepada kelompok masyarakat yang mengusahakan produk spesifikasi lokasi tertentu. Hak tersebut berupa hak eksklusif atas Indikasi Geografis yang diberikan negara kepada Pemegang Indikasi Geografis terdaftar, selama reputasi, kualitas, dan karakteristik yang menjadi dasar diberikannya perlindungan hukum atas Indikasi Geografis tersebut masih ada.<sup>133</sup>

## 2. Teori Keadilan Sosial Dalam Islam

Menurut *Sayyid Quthub*, keadilan sosial dalam Islam mempunyai karakter khusus, yaitu kesatuan yang harmoni. Islam memandang manusia sebagai kesatuan harmoni dan sebagai bagian dari harmoni yang lebih luas dari alam raya di bawah arahan Penciptanya. Keadilan sosial dalam Islam menyeimbangkan kapasitas dan keterbatasan manusia, individu dan kelompok, masalah ekonomi dan spiritual dan variasi-variasi dalam kemampuan individu. Ia berpihak pada kesamaan kesempatan dan mendorong kompetisi. Ia

---

<sup>132</sup> Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Alinea IV. Kemudian daripada itu untuk membentuk suatu pemerintah negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial, maka disusunlah kemerdekaan kebangsaan Indonesia itu dalam suatu Undang-Undang Dasar negara Indonesia, yang terbentuk dalam suatu susunan negara Republik Indonesia yang berkedaulatan rakyat dengan berdasar kepada : Ketuhanan Yang Maha Esa, Kemanusiaan yang Adil dan Beradab, Persatuan Indonesia, dan Kerakyatan Yang Dipimpin oleh Hikmat Kebijaksanaan dalam Permusyawaratan/ Perwakilan, serta dengan Mewujudkan suatu Keadilan Sosial bagi Seluruh Rakyat Indonesia.

<sup>133</sup> Pasal 1 angka 1 UU Merek dan Indikasi Geografis

menjamin kehidupan minimum bagi setiap orang dan menentang kemewahan, tetapi tidak mengharapkan kesamaan kekayaan.<sup>134</sup>

Keadilan sosial dalam islam adalah semua perbuatan yang bermanfaat bagi masyarakat secara keseluruhan dengan tujuan untuk meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan ummat manusia. Islam memelihara keseimbangan hubungan antara Tuhan dan manusia, serta berusaha membentuk keseimbangan hubungan antara sesama manusia dalam rangka melindungi hubungan tersebut dari dampak buruk yang ditimbulkan oleh tindakan yang berlebihan dalam aspek ekonomi. Itulah sebabnya mengapa Islam menginginkan terciptanya keadilan dalam seluruh kehidupan manusia dan tidak hanya dalam satu aspek saja.<sup>135</sup> Hukum Islam disyariatkan untuk mewujudkan dan memelihara maslahat umat manusia. Konsep tersebut telah diakui para ulama yang diformulasikan dalam suatu kaidah di mana ada maslahat, di sana terdapat hukum Allah.<sup>136</sup> Jumhur ulama sepakat bahwa, *Al-maslahah* sebagai dalil hukum dengan ruang lingkup hal-hal yang berada diluar masalah-masalah ibadah. Sedangkan yang menjadi pedoman dalam hal hal yang berada dalam bidang ibadah adalah al-nash, baik melalui al-Qur'an maupun al-Sunnah.<sup>137</sup>

---

<sup>134</sup> Sayyid Quthub, *Teori Keadilan Sosial Dalam Islam*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2009, hlm. 3.

<sup>135</sup> Harun Nasution dan Bahtiar Effendy (peny), *Hak Asasi Manusia dalam Islam*, Yayasan Obor Indonesia, 1995, hlm. 218

<sup>136</sup> Muhammad Sa'id Ramdan al-Buti, Dawabit, dikutip oleh Ahmad Zaenal Fanani dalam, *Teori Keadilan dalam Perspektif Filsafat Hukum dan Islam*, UII Yogyakarta, hlm.10.

<sup>137</sup> Abu Hamid Muhammad al-Gazali dikutip oleh Muhammad Harfin Zuhdi dalam *Formulasi Teori Mashlahah Dalam Pradigma Pemikiran Hukum Islam Kontemporer*, Jurnal Istinbath, Vol.12, No.1, Desember 2013, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Mataram, hlm.289

Secara etimologi kata *mashlahah* berasal dari kata *al-salah* yang berarti kebaikan dan manfaat. Kata *al-mashlahah* menunjukkan pengertian tentang sesuatu yang banyak kebaikan dan manfaatnya. Sedangkan lawan kata dari kata *al-mashlahah* adalah kata *al-mafsadah*, yaitu sesuatu yang banyak keburukannya. Sedangkan secara terminologi, *mashlahah* dapat diartikan mengambil manfa'at dan menolak madharat (bahaya) dalam rangka memelihara tujuan syariah (hukum Islam), yaitu agama, jiwa, akal, keturunan dan harta. Apabila seseorang melakukan aktivitas yang pada intinya untuk memelihara kelima aspek tujuan syariah di atas, maka dinamakan *mashlahah*.<sup>138</sup>

Menurut Imam al-Ghazali, suatu kemaslahatan harus sejalan dengan tujuan syariah, sekalipun bertentangan dengan tujuan-tujuan manusia, karena kemaslahatan manusia tidak selamanya didasarkan kepada kehendak syariah, tetapi sering didasarkan kepada kehendak hawa nafsu. Patokan dalam menentukan kemaslahatan itu adalah kehendak dan tujuan syariah, bukan kehendak dan tujuan manusia. Kemaslahatan dapat dijadikan pertimbangan (landasan) untuk menetapkan hukum apabila: Pertama, *mashlahah* itu sejalan dengan jenis tindakan-tindakan syariaiah. Kedua, *mashlahah* itu tidak meninggalkan atau bertentangan dengan *nashh* syariaiah. Dan ketiga, *mashlahah* itu termasuk ke dalam kategori *mashlahah* yang *dhoruri*, baik yang menyangkut kemaslahatan pribadi maupun orang banyak dan universal, yaitu berlaku sama untuk semua orang. *Mashlahah* menurut *Ibn Asyur* adalah sifat perbuatan yang menghasilkan sebuah kemanfaatan yang berlangsung terus

---

<sup>138</sup> *Ibid.*, hlm.290

menerus dan ditetapkan berdasarkan pendapat mayoritas ulama.<sup>139</sup> Esensi masalah adalah sebagai standar dalam memaknai hukum Islam secara universal, bukan diukur dengan logika manusia yang cenderung mengedepankan aspek rasionalitas dan mengagungkan akal dalam berpikir dan bertindak.<sup>140</sup>

Masalah sama dengan teori keadilan sosial dalam hukum Islam,<sup>141</sup> yang selalu menekankan adanya keseimbangan sikap manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dengan mendistribusikan sebahagian hasilnya kepada anggota masyarakat untuk dimanfaatkan secara proporsional. Distribusi menurut bahasa adalah penyaluran (pembagian, pengiriman) kepada beberapa orang atau beberapa tempat.<sup>142</sup> Dalam istilah ekonomi distribusi diartikan sebagai pembagian hasil penduduk kepada individu-individu atau pembagian kekayaan nasional kepada semua anggota masyarakat atau pembagian pemasukan penduduk untuk setiap orang dari faktor-faktor produksi.<sup>143</sup>

Menurut Afzalur Rahman, ada dua hal yang mendasari tujuan pendistribusian dalam ekonomi Islam: Pertama, agar kekayaan tidak menumpuk pada segolongan kecil masyarakat, tetapi selalu beredar dalam masyarakat. Kedua, berbagai faktor produksi yang ada perlu mendapatkan pembagian yang adil dalam kemakmuran

---

<sup>139</sup> *Ibid.*, hlm.291

<sup>140</sup> *Ibid.*, hlm.292

<sup>141</sup> Masdar F. Mas'udi, *Meletakkan Kembali Masalah Sebagai Acuan Syari'ah*, Jurnal Ilmu dan Kebudayaan Ulumul Qur'an No.3, Vol. VI Th. 1995. hlm. 97.

<sup>142</sup> Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta 1990, hlm. 209.

<sup>143</sup> Thahir Abdul Muhsin Sulaiman, *Menanggulangi Krisis Ekonomi Secara Islam*, Al-Ma'arif, Bandung, 1987, hlm. 297.

negara.<sup>144</sup> Prinsip fundamental dalam proses produksi adalah prinsip kesejateraan ekonomi, yang dalam konsep kesejateraan ekonomi Islam terletak pada kenyataan bahwa hal tersebut tidak dapat mengabaikan pertimbangan kesejateraan umum yang lebih luas yang menyangkut persoalan-persoalan tentang moral, pendidikan, dan agama. Kreteria objektif tercermin dalam bentuk kesejateraan yang diukur dengan uang, dan kreteria subjektif diukur dari segi etika ekonomi yang di dasarkan atas perintah-perintah Al Qur'an dan Sunnah.<sup>145</sup> Keadilan dalam Islam adalah ketentuan wajib sebagai salah satu unsur dalam kehidupan sosial, yang ditetapkan oleh Allah SWT bagi semua manusia tanpa pengecualian. Firman Allah SWT:

Perumpamaan orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh butir, pada tiap-tiap butir seratus biji. Allah melipat gandakan bagi siapa Dia kehendaki dan Allah maha luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui.<sup>146</sup>

Dan apa saja harta yang baik yang kamu nafkahkan (di jalan Allah), maka pahalanya untuk kamu sendiri. Dan janganlah kamu membelanjakan sesuatu melainkan karena mencari keridhan Allah. Dan apa saja harta yang kamu nafkahkan, niscaya kamu akan diberi pahalanya dengan cukup dan sedikit-pun kamu tidak akan dianiaya.<sup>147</sup>

---

<sup>144</sup> Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, Soeroyo, MA (Pent.), PT. Dana Bhakti Wakaf, Yogyakarta 1995, hlm. 82

<sup>145</sup> Muhammad Abdul Mannan. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, PT.Dana Bhakti Wakaf, Yogyakarta, 1993, hlm.54

<sup>146</sup> Q.S. Al Baqarah, 2:261

<sup>147</sup> Q.S. Al Baqarah, 2:272

Keadilan sosial dalam islam selalu menekankan adanya keseimbangan sikap masyarakat dalam melakukan aktivitas untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, dan kemudian hasilnya didistribusikan kepada anggota masyarakat lainnya untuk dimanfaatkan secara proporsional. Hak memiliki dalam kehidupan sosial Islam tunduk kepada kemaslahatan umat dan masyarakat.<sup>148</sup> Konsep tersebut menunjukkan juga sesuatu yang sama dengan konsep keadilan dalam pemikiran hukum kodrat. Menurut *John Stuart Mill*, terdapat 2 (dua) asumsi yang mendasari keadilan, yaitu:<sup>149</sup>

1. Tujuan hidup adalah kebahagiaan.

Bahwa setiap orang secara universal sungguh mengharapkan kebahagiaan. Karena itulah tujuan akhir hidup manusia adalah kebahagiaan, dan kita tahu hal ini karena setiap orang mendambakan kebahagiaan, dan dengan melakukan hal seperti ini nampak alami bagi kita.

2. Kebenaran dari suatu tindakan ditentukan oleh kontribusinya bagi kebahagiaan.

Bahwa tindakan menjadi benar jika proporsinya cenderung meningkatkan kebahagiaan. Oleh karena suatu tindakan dinilai benar atau salah tergantung pada apakah tindakan tersebut meningkatkan kebahagiaan atau tidak. Kemudian gagasan tersebut menentukan pengimplementasian mazhab *Utilitarianisme* dalam konsep keadilan.

---

<sup>148</sup> Musthafa Assiba'i, *Isytirakiyah fi al-Islam*, Terjemahan. M. Abdai Ratomy, *Kehidupan Sosial menurut Islam: Tuntunan Hidup Bermasyarakat*, CV. Diponegoro, Bandung, 1993, hlm. 317.

<sup>149</sup> Karen Leback, *Six Theories of Justice (Teori-Teori Keadilan)*, Terjemahan Yudi Santoso, Nusa Media, Bandung, 2014, hlm. 15.

Dalam konsep *utilitarian*, kemanfaatan atau prinsip kebahagiaan terbesar berarti bahwa suatu tindakan tertentu benar jika cenderung memperbesar kebahagiaan, dan keliru jika cenderung menghasilkan berkurangnya kebahagiaan. Hukum dalam konsep *utilitarian* dibuat untuk memberi manfaat bagi individu dan kelompok masyarakat atau dengan kata lain hukum diasumsikan sebagai perangkat asas dan kaidah-kaidah yang mengatur hubungan antar manusia dalam masyarakat. Ukuran rasional yang objektif dari kemanfaatan adalah apabila hukum yang dibuat secara ekonomi mampu menciptakan kesejahteraan sebagian besar warga masyarakat.

Selanjutnya menurut *John Rawls* dalam keadilan terdapat dua prinsip utama, yaitu:<sup>150</sup> Pertama, setiap orang menerima dan mengetahui bahwa orang lain menganut prinsip keadilan yang sama. Kedua, institusi-institusi sosial dasar yang ada pada umumnya sejalan dengan prinsip-prinsip tersebut. Prinsip yang pertama disebut dengan prinsip kebebasan dasar yang sama. Sedangkan prinsip pertama dari prinsip ke dua dikenal dengan prinsip kesamaan kesempatan yang adil dan prinsip ke dua dinamai dengan prinsip perbedaan. Kedua prinsip tersebut diatur dalam suatu tatanan (*lexical order*). Artinya prinsip kebebasan dasar yang sama harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum prinsip kedua dilibatkan dan prinsip kesamaan kesempatan yang adil harus dipenuhi sebelum prinsip perbedaan dijalankan. Dengan demikian, setiap anggota

---

<sup>150</sup>Now let us say that a society is well-ordered when it is not only designed to advance the good of its members but when it is also effectively regulated by a public conception of justice. That is, it is a society in which (1) everyone accepts and knows that the others accept the same principles of justice, and (2) the basic social institutions generally satisfy and are generally known to satisfy these principles. John Rawls. *A Theory of Justice, revised edition*, (The Belknap of Harvard University, Press, 1999), hlm. 4

masyarakat akan memperoleh prinsip persamaan yang adil (Justice as fairness),<sup>151</sup> dalam arti tidak hanya mereka yang memiliki kemampuan lebih saja yang berhak memperoleh manfaat sosial lebih banyak, tetapi manfaat sosial tersebut harus dapat dinikmati juga oleh mereka yang kurang beruntung dalam meningkatkan kesejahteraannya. Keadilan (justice) sebagai *fairness* merupakan *pure procedural justice*, artinya keadilan sebagai *fairness* harus berproses sekaligus terefleksi melalui suatu prosedur yang adil untuk menjamin hasil yang adil pula,<sup>152</sup> dan hanya bisa dipahami jika ia diposisikan sebagai keadaan yang hendak diwujudkan oleh hukum.<sup>153</sup> Hukum yang tidak adil sama sekali bukanlah hukum,<sup>154</sup> karena untuk dapat dikatakan hukum positif yang adil harus memiliki daya ikat melalui hati nurani subjek hukum dengan syarat:<sup>155</sup>

- a. Diperintahkan atau diundangkan demi kebaikan umum;
- b. Ditetapkan oleh legislator yang tidak menyalahgunakan kewenangan legislatifnya; dan
- c. Hukum positif memberikan beban yang setimpal demi kepentingan kebaikan umum.

Menurut Magnis Suseno, keadilan dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu:<sup>156</sup>

---

<sup>151</sup> Pan Mohamad Faiz, *Teori Keadilan John Rawls*, dalam Jurnal Konstitusi, Volume 6 Nomor 1 April 2009, hlm.139-140

<sup>152</sup> Muhammad Taufik, *Filsafat John Rawls Tentang Teori keadilan*, Jurnal Mukaddimah, Vol. 19, No. 1, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2013, hlm.52

<sup>153</sup> Carl Joachim Friedrich, *Filsafat Hukum Perspektif Historis*, Nuansa dan Nusamedia ,Bandung, 2004, hlm. 239.

<sup>154</sup> E. Sumaryono, *Etika dan Hukum, Relevansi Teori Hukum Kodrat Thomas Aquinas*, Kanisius, Yogyakarta,2002, hlm. 11.

<sup>155</sup> *Ibid.*hlm.20

<sup>156</sup> Magnis Suseno, *Kuasa dan Moral*, Gramedia ,Jakarta,1986,hlm. 44-45



a. Keadilan Individual

Keadilan yang tergantung dari kehendak baik atau buruk dari masing-masing individu. Ini berarti bahwa keadilan individu tergantung pada sikap seorang individu.

b. Keadilan Sosial

Keadilan yang pelaksanaannya tergantung dari struktur-struktur kekuasaan dalam masyarakat. Maka membangun keadilan sosial berarti menciptakan struktur-struktur yang memungkinkan pelaksanaan keadilan.

Relevansi hukum dalam kehidupan sosial manusia, tampak pada perubahan gagasan dasar tentang peranan hukum sebagai *ius quia iussum* (keberlakuan hukum karena dipaksakan) menjadi *ius quia iustum* (keberlakuan hukum karena sifat adil) atau perubahan dari pemahaman hukum yang hanya didasarkan atas bentuknya ke pemahaman hukum atas dasar makna isi yang terkandung di dalamnya. Isi hukum ditekankan karena memuat nilai-nilai etika dan moral.<sup>157</sup> Berkaitan dengan keadilan sosial dalam ekonomi yang berbasis pada sumber daya alam, maka setiap kegiatan ekonomi harus diarahkan untuk dikelola berdasarkan aturan hukum sebagai kegiatan terpadu yang bertujuan untuk menciptakan pemerataan dan keadilan sosial. Konsep tersebut sejalan dengan amanat konstitusi: Bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung didalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat, diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi, berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan

---

<sup>157</sup>*Ibid*

menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional yang pelaksanaannya diatur dengan undang-undang.<sup>158</sup>

Menurut Sunaryati Hartono terdapat 2 (dua) aspek penting dalam pembentukan peraturan perundang-undangan yang berkaitan hukum dengan pembangunan ekonomi nasional, yaitu:<sup>159</sup> Pertama, aspek pengaturan usaha-usaha pembangunan ekonomi dalam arti peningkatan kehidupan nasional secara keseluruhan.<sup>160</sup> Kedua, aspek pengaturan usaha-usaha pembagian hasil pembangunan ekonomi secara merata di antara seluruh lapisan masyarakat, sehingga setiap warga negara Indonesia dapat menikmati hasil pembangunan ekonomi sesuai dengan sumbangannya kepada usaha pembangunan ekonomi tersebut.<sup>161</sup> Terkait dengan pembentukan hukum, menurut *Posner* hukum akan berkontribusi dalam kehidupan sosial masyarakat apabila dibuat berdasarkan konsep-konsep *economic standard*, yang terdiri dari:<sup>162</sup>

a. Konsep nilai (value),

Nilai (value) dapat diartikan sebagai sesuatu yang berarti atau penting (significance), keinginan atau

---

<sup>158</sup> Pasal 33 Ayat (1,2,3) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

<sup>159</sup>Sumantoro. *Hukum Ekonomi*, Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press), Jakarta, 2008, hlm.17

<sup>160</sup>Hukum ekonomi Pembangunan, yang menyangkut pengaturan dan pemikiran hukum mengenai cara-cara peningkatan dan pengembangan kehidupan ekonomi Indonesia, mencakup: Tanah, bentuk-bentuk usaha, kredit dan bantuan luar negeri, perkreditan, HKI, Asuransi, ekspor-impor, pertambangan, perburuhan, perumahan, pengangkutan dan perijinan internasional. *Ibid.*, Hlm.27

<sup>161</sup>Hukum ekonomi Sosial, yang menyangkut pengaturan dan pemikiran hukum mengenai cara-cara peningkatan dan pengembangan kehidupan ekonomi Indonesia. Mencakup: obat-obatan, kesehatan dan keluarga, perumahan, bencana alam, transmigrasi, pertanian, bentuk-bentuk perumahan rakyat, bantuan dan pendidikan bagi pengusaha kecil, perburuhan, pendidikan, penderita cacat, orang-orang, orang tua dan pensiun. *Ibid.*

<sup>162</sup>Fajar Sugianto, *Economic Analysis of Law, Seri Analisis Ke-ekonomian Tentang Hukum*, Seri I. Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2013, hlm.35

hasrat (desirability) terhadap sesuatu, baik secara moneter maupun non moneter, sehingga sifat yang melekat padanya berupa kepentingan pribadi (self interest) manusia untuk mencapai kepuasan.

b. Konsep kegunaan (utilitas)

*Utilitas* adalah suatu daya guna yang dapat dilihat dari fungsinya menghasilkan keuntungan yang lebih bermanfaat, berfaedah (meritorious).<sup>163</sup>

c. Konsep efisiensi (efficiency)

Konsep efisiensi adalah suatu kondisi dimana sumber daya dialokasikan sehingga nilainya (value) dimemadai.<sup>164</sup>

Apabila konsep *economic standard* tersebut dikaitkan dengan hak ekonomi Indikasi Geografis dimaknai bahwa, pembentukan aturan-aturan hukum Indikasi Geografis dalam peraturan perundang-undangan tidak hanya bertujuan memberikan legalitas formal hak milik atas Indikasi Geografis dalam rezim hukum kekayaan intelektual, tetapi harus juga secara memadai memberikan keadilan dan kemanfaatan kepada Pemegang Indikasi Geografis. Untuk itu aturan-aturan hukum tersebut mengadopsi konsep *economic standard* sebagai berikut: Pertama, nilai (value), artinya kaidah hukum tersebut dapat diterima dan ditegakan penerapannya. Kedua, berdaya guna (utilitas) artinya kaidah hukum Indikasi Geografis berfungsi sesuai dengan tujuannya. Ketiga, efisien (efficiency), yaitu kaidah hukum Indikasi Geografis dapat memberikan manfaat yang memadai. Dengan demikian konsep *economic standard* di arahkan untuk meningkatkan

---

<sup>163</sup> *Ibid.*, hlm. 38

<sup>164</sup> Richard A. Posner, *Economic Analysis of Law*, Ed. 4, USA: Harvart University Press, 1994, hlm. 4, dikutip Muhammad Rustamaji dalam Jurnal Rechts Vinding, Vol. 2 No.1, April 2013, hlm.102

daya dukung pembentukan peraturan perundang-undangan yang tidak hanya menciptakan kapastian hukum , tetapi harus diupayakan juga agar supaya Indikasi Geografis terdaftar dapat mendukung hak-hak ekonomi (*economic rights*) Pemegang Indikasi Geografis dalam rezim HKI. Tujuannya adalah untuk memberikan keuntungan secara memadai,<sup>165</sup> berupa keuntungan sejumlah uang yang diperoleh Pemegang Indikasi Geografis sebagai penghargaan karena telah mengusahakan produk berkarakteristik di wilayah tertentu secara turun temurun dengan metode tradisional. Diaturinya perlindungan hukum atas Indikasi Geografis secara terintegrasi kedalam UU Merek dan Indikasi menunjukkan bahwa keberadaan dan peranan hukum sebagai sarana pembangunan nasional untuk mewujudkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia berdasarkan konsep Ketuhanan Yang Maha Esa.

### 3. Teori Penegakan Hukum

Menurut *Gustav Radbruch*, penegakan hukum (law enforcement) bertujuan mewujudkan ide-ide tentang keadilan, kepastian hukum dan kemanfaatan sosial.<sup>166</sup> Keadilan, kepastian dan kemanfaatan sebagai tiga nilai dasar hukum,<sup>167</sup> dan menjadi variabel yang sangat esensial dalam proses bekerjanya hukum di masyarakat. Hukum merupakan instrumen yang ampuh guna mewujudkan ketertiban dalam tata kehidupan masyarakat.<sup>168</sup> Penegakan

---

<sup>165</sup> A. Muhammad, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, Bandung: Cet. Ke-1, Citra Aditya Bakti, 2001, hlm. 20.

<sup>166</sup> Satjipto Rahardjo, *Penegakan Hukum, Suatu Tinjauan Sosiologis*, Genta Publishing, Yogyakarta, 2009, hlm. 12

<sup>167</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT. RajaGrafindo Persada, Edisi 1, Cetakan 1, Jakarta, 2004, hlm. 26

<sup>168</sup> Abdullah Marlang, *Penegakan Hukum di Bidang Konservasi Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya di Sulawesi Selatan*. Disertasi Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin, Makassar, 1997, hlm. 103

hukum tidak lain dari segala daya upaya untuk menjabarkan kaidah-kaidah hukum di masyarakat, sehingga dapat terlaksananya tujuan hukum di masyarakat berupa perwujudan nilai-nilai keadilan, kesebandingan, kepastian hukum, perlindungan hak, ketertiban, kebahagiaan masyarakat.<sup>169</sup>

Penegakan hukum (law enforcement) yang dilakukan dengan baik dan efektif merupakan salah satu tolok ukur keberhasilan suatu negara dalam upaya mengangkat harkat dan martabat bangsanya di bidang hukum terutama dalam memberikan perlindungan hukum terhadap warganya. Hal ini berarti pula bahwa adanya jaminan kepastian hukum bagi rakyat, sehingga rakyat merasa aman dan terlindungi hak-haknya dalam menjalani kehidupannya. Sebaliknya penegakan hukum yang tidak berjalan sebagaimana mestinya merupakan indikator bahwa negara yang bersangkutan belum sepenuhnya mampu memberikan perlindungan hukum kepada warganya.<sup>170</sup> Tujuan pokok dan pertama dari hukum adalah ketertiban, karena ketertiban merupakan syarat pokok (fundamental) bagi adanya suatu masyarakat yang teratur, disamping tercapainya keadilan yang berbeda-beda isi dan ukurannya, menurut masyarakat dari zamannya. Untuk mencapai ketertiban dalam masyarakat ini diperlukan adanya kepastian hukum dalam pergaulan antar manusia dalam masyarakat.<sup>171</sup>

---

<sup>169</sup> Munir Fuady, *Hukum Kontrak (Dari sudut Pandang Hukum Bisnis)* Buku Kedua, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003, hlm.39

<sup>170</sup> Bambang Sutiyoso, *Reformasi Keadilan dan Penegakan Hukum di Indonesia*, UII Press, Yogyakarta, Cetakan Pertama, 2010, hlm. 18-19

<sup>171</sup> Otje Salman dan Eddy Damian (ed), *"Konsep-konsep Hukum dalam Pembangunan."* Kumpulan Karya Tulis Prof. Dr. Mochtar Kusumaatmadja. Alumni, 2002, hlm. 3.

Menurut *Jan Michiel Otto*, kepastian hukum nyata sesungguhnya mencakup pengertian kepastian hukum yuridis, namun sekaligus lebih dari itu dengan berbagai kemungkinan dan dalam situasi tertentu dengan syarat-syarat berikut:<sup>172</sup>

- a. tersedia aturan-aturan hukum yang jelas, konsisten dan mudah diperoleh (*accessible*), diterbitkan oleh atau diakui karena (kekuasaan) negara;
- b. bahwa instansi-instansi pemerintah menerapkan aturan-aturan hukum itu secara konsisten dan juga tunduk dan taat terhadapnya;
- c. bahwa pada prinsipnya bagian terbesar atau mayoritas dari warga-negara menyetujui muatan isi dan karena itu menyesuaikan perilaku mereka terhadap aturan-aturan tersebut;
- d. bahwa hakim-hakim (*peradilan*) yang mandiri dan tidak berpihak (*independent and impartial judges*) menerapkan aturan-aturan hukum tersebut secara konsisten sewaktu mereka menyelesaikan sengketa hukum yang dibawa kehadapan mereka;
- e. bahwa keputusan peradilan secara konkrit dilaksanakan.

Selanjutnya menurut Peter Mahmud, kepastian hukum mengandung 2 (dua) pengertian, yaitu: pertama adanya aturan yang bersifat umum membuat individu mengetahui perbuatan apa yang boleh atau tidak boleh dilakukan dan kedua, berupa keamanan hukum bagi individu dari kewenangan pemerintah karena dengan adanya aturan yang bersifat umum itu, individu dapat mengetahui apa saja yang boleh dibebankan atau dilakukan

---

<sup>172</sup> Jan Michiel Otto, *Kajian sosio-legal. Kepastian Hukum Yang Nyata di Negara Berkembang*. Pustaka Larasan. Denpasar, Bali, Edisi Pertama 2012.hlm.122-123

oleh Negara terhadap individu.<sup>173</sup> Hukum harus dipahami sebagai komando karena semua hukum tidak lain merupakan kumpulan perintah yang bersifat komando ( laws are commands).<sup>174</sup> Hukum adalah perintah penguasa yang dapat diidentifikasi, tidak terbatas, dan tidak dapat dibagi. Kedaulatan yang diberikan menjelma dalam bentuk kebiasaan masyarakat untuk menjadi patuh, dimana kebiasaan tersebut ditanamkan oleh rasa takut akan sanksi yang menjadi bagian dari hukum dan menjadi penopang dari sistem hukum itu sendiri.<sup>175</sup> Untuk dapat dikatakan hukum, suatu norma harus memiliki 4 (empat) unsur penting, yaitu: Perintah, Sanksi, Kewajiban, dan Kedaulatan. Unsur perintah berarti bahwa satu pihak menghendaki agar orang lain melakukan kehendaknya, pihak yang diperintah akan mengalami penderitaan jika perintah ini tidak dijalankan atau ditaati. Perintah itu merupakan pembedaan kewajiban terhadap yang diperintah, dan yang terakhir ini hanya dapat terlaksana jika yang memerintah itu adalah pihak yang berdaulat. Pihak yang memiliki kedaulatan itu dapat berupa seorang atau sekelompok orang (A sovereign person, or a sovereign body of persons).<sup>176</sup> Hakikat dari semua hukum adalah perintah (command), yang dibuat oleh penguasa yang berdaulat dan ditujukan kepada yang diperintah dengan disertai sanksi apabila perintah itu dilanggar.

---

<sup>173</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Pengantar Ilmu Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2013, hlm.137

<sup>174</sup> Andre Ata Ujan, *Filsafat Hukum, Membangun Hukum, Membela Keadilan*, Yogyakarta, Kanisius, 2009, hlm. 68.

<sup>175</sup> Hilaire Barnet, *Constitutional and Administrative Law*.Oxon: Routledge, 2011.Eighth Edition, dikutip Mariana Molnar Gabor dalam Tesis *Efektifitas Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis di Indoneisa*, Universitas Indonesia, Jakarta, 2012, hlm.25

<sup>176</sup> Turiman, *Memahami Hukum Progresif Prof Satjipto Rahardjo Dalam Paradigma "Thawaf"(Sebuah Kontemplasi Bagaimana Mewujudkan Teori Hukum Yang Membumi/ Grounded Theory Meng-Indonesia)* hlm.12, (online),( <http://core.ac.uk/>, diakses 21 oktober 2015).

Semua hukum positif adalah perintah dari yang berdaulat atau *command of sovereign* atau *command of law giver*,<sup>177</sup> yaitu penguasa tertinggi yang *de facto* dipatuhi oleh segenap anggota masyarakat dan secara faktual empiris diakui memiliki otoritas untuk menciptakan hukum.<sup>178</sup>

Menurut *Lawrence M. Friedman*, terdapat 3 (tiga) unsur utama untuk terciptanya suatu peraturan hukum yang ideal dan dapat berlaku efektif di masyarakat, yaitu:<sup>179</sup> Pertama. Struktur hukum (legal structure), yaitu kerangka kerangka atau rangkanya, bagian yang tetap bertahan, bagian yang memberi semacam bentuk dan batasan terhadap keseluruhan. Kedua: Substansi hukum (legal substance), yaitu aturan, norma, dan pola perilaku nyata manusia yang berada dalam sistem itu. Penekanannya terletak pada hukum yang hidup, bukan hanya pada aturan dalam kitab hukum (law books). Ketiga: Budaya hukum (legal culture), yaitu sikap manusia terhadap hukum dan sistem hukum, kepercayaan, nilai, pemikiran dan harapannya. Dengan kata lain, budaya hukum adalah suasana pikiran sosial dan kekuatan sosial yang menentukan bagaimana hukum digunakan, dihindari atau disalahgunakan. Selanjutnya menurut Soerjono Soekanto, berlakunya hukum secara efektif di masyarakat dipengaruhi oleh 5 (lima) faktor yaitu:<sup>180</sup>

1. Faktor hukumnya sendiri (undang-undang).
2. Faktor penegak hukum, yakni pihak-pihak yang membentuk maupun menerapkan hukum.

---

<sup>177</sup> *Ibid.* hlm. 13.

<sup>178</sup> Andre Ata Ujan, *Op., Cit.*, hlm.70

<sup>179</sup> Lawrence M. Friedman, *Hukum Amerika, Sebuah Pengantar*, Terjemahan Wishnu Basuki, Second Edition, Tatanusa, Jakarta, Indonesia, 2001, hlm. 8

<sup>180</sup> Soerjono Soekanto, 2008, *Loc., Cit.*, hlm. 80



3. Faktor sarana atau fasilitas yang mendukung penegakan hukum.
4. Faktor masyarakat, yakni lingkungan dimana hukum tersebut berlaku atau diterapkan.
5. Faktor kebudayaan, yakni sebagai hasil karya, cipta dan rasa yang didasarkan pada karsa manusia di dalam pergaulan hidup.

Kelima faktor tersebut di atas, saling terkait dengan erat karena merupakan esensi dari penegakan hukum, juga merupakan tolok ukur daripada efektivitas penegakan hukum. Pada elemen pertama, menentukan dapat berfungsinya hukum tertulis tersebut dengan baik atau tidak adalah tergantung dari aturan hukum itu sendiri. Ukuran efektivitas pada elemen pertama adalah :

1. Peraturan yang ada mengenai bidang-bidang kehidupan tertentu sudah cukup sistematis.
2. Peraturan yang ada mengenai bidang-bidang kehidupan tertentu sudah cukup sinkron, secara hierarki dan horizontal tidak ada pertentangan.
3. Secara kualitatif dan kuantitatif peraturan-peraturan yang mengatur bidang-bidang kehidupan tertentu sudah mencukupi.
4. Penerbitan peraturan-peraturan tertentu sudah sesuai dengan persyaratan yuridis yang ada.

Untuk mengetahui efektifitas hukum di masyarakat tidak hanya dengan menilai hukum dalam konteks *law-in-books*, yaitu suatu gejala normatif berupa kumpulan norma yang mengatur hubungan individu dalam masyarakat. Akan tetapi, juga harus melihat hukum dalam kerangka *law-in-action*, yaitu suatu fenomena sosial berupa interaksi antara norma-norma dalam masyarakat dengan faktor

sosial yang mempengaruhi.<sup>181</sup> Hukum tidak sebatas sebagai perangkat norma atau sejumlah kaidah, tetapi hukum merupakan fakta sosial yang empiris. Hukum selain dikonsepsikan sebagai, *law as what it is in the books*, hukum juga dikonsepsikan secara empiris sebagai, *law as what is (functioning) in society*.<sup>182</sup> Atau dengan kata lain, hukum tidak lagi berdiri sebagai norma-norma yang eksis secara eksklusif di dalam suatu sistem legitimasi yang formal, melainkan merupakan gejala empiris yang teramati di dalam pengalaman. Dari segi substansinya, hukum terlihat sebagai suatu kekuatan sosial yang nyata di dalam masyarakat dan wujudnya empiris, yang bekerja dengan hasil efektif atau tidak efektif.<sup>183</sup> Untuk mewujudkan hukum yang efektif penegakan hukum menjadi penting dan merupakan pusat dari seluruh aktivitas kehidupan hukum yang dimulai dari perencanaan hukum, pembentukan hukum, penegakan hukum dan evaluasi hukum.

Penegakan hukum pada hakikatnya suatu upaya interaksi antara berbagai perilaku manusia yang mewakili kepentingan-kepentingan yang berbeda dalam bingkai aturan yang telah disepakati bersama. Penegakan hukum tidak dapat semata-mata dianggap sebagai proses menerapkan hukum sebagaimana pendapat kaum legalistik. Namun proses penegakan hukum mempunyai dimensi yang lebih luas daripada pendapat tersebut, karena dalam penegakan hukum akan melibatkan dimensi

---

<sup>181</sup> Soemitro, Ronny Hanitijo, *Metodologi Penelitian Hukum*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1983, hlm. 14

<sup>182</sup> Soetandyo Wignjosoebroto, *Hukum: Paradigma, Metode dan Dinamika Masalahnya*, ELSAM dan HUMA, Jakarta, 2002, hlm. 3

<sup>183</sup> *Ibid*

perilaku manusia. Dengan pemahaman tersebut, dapat diketahui bahwa problem-problem hukum yang akan selalu menonjol adalah problema *law in action* bukan pada *law in the books*.<sup>184</sup> Oleh karena itu, relevansinya penegakan hukum terkait perlindungan hukum pemegang Indikasi Geografis adalah upaya membangun kesadaran hukum masyarakat untuk menegakan hak atas Indikasi Geografis miliknya, yang digunakan oleh pihak lain tanpa hak dan dianggap sebagai pelanggaran hukum atas Indikasi Geografis, yang ditentukan UU Merek, mencakup:<sup>185</sup>

- a. pemakaian Indikasi Geografis, baik secara langsung maupun tidak langsung atas barang dan/atau produk yang tidak memenuhi Dokumen Deskripsi Indikasi Geografis;
- b. pemakaian suatu tanda Indikasi Geografis, baik secara langsung maupun tidak langsung atas barang dan/atau produk yang dilindungi atau tidak dilindungi dengan maksud untuk:
  1. menunjukkan bahwa barang dan/atau produk tersebut sebanding kualitasnya dengan barang dan/atau produk yang dilindungi oleh Indikasi Geografis;
  2. mendapatkan keuntungan dari pemakaian tersebut; atau
  3. mendapatkan keuntungan atas reputasi Indikasi Geografis.
- c. pemakaian Indikasi Geografis yang dapat menyesatkan masyarakat sehubungan dengan asal-usul geografis barang itu;

---

<sup>184</sup> Zudan Arif Fakrulloh, *Penegakan Hukum Sebagai Peluang Menciptakan Keadilan*, Jurisprudence, Vol. 2, No1, Maret 2005, hlm. 22 – 34.

<sup>185</sup> Pasal 66 dan Pasal 69 UU Merek dan Indikasi Geografis.

- d. pemakaian Indikasi Geografis oleh bukan Pemakai Indikasi Geografis terdaftar;
- e. peniruan atau penyalahgunaan yang dapat menyesatkan sehubungan dengan asal tempat barang dan/atau produk atau kualitas barang dan/atau produk yang terdapat pada:
  - 1. pembungkus atau kemasan;
  - 2. keterangan dalam iklan;
  - 3. keterangan dalam dokumen mengenai barang dan/atau produk tersebut; atau
  - 4. informasi yang dapat menyesatkan mengenai asal-usulnya dalam suatu kemasan.
- f. tindakan lainnya yang dapat menyesatkan masyarakat luas mengenai kebenaran asal barang dan/atau

Bentuk-bentuk pelanggaran hukum Indikasi Geografis tersebut di atas, dapat dilakukan upaya penegakan hukum dalam bentuk penegakan privat dan hukum publik. Penegakan hukum privat yaitu, gugatan perdata ke Pengadilan Niaga berupa tuntutan ganti rugi terhadap pihak yang menggunakan Indikasi Geografis tanpa hak.. Untuk mencegah kerugian yang lebih besar yang dapat dialami Pemegang Indikasi Geografis, hakim dapat memerintahkan pelanggar hukum atas Indikasi Geografis untuk menghentikan kegiatan pembuatan, perbanyakan, serta pemusnahan label Indikasi Geografis yang digunakan secara tanpa hak.<sup>186</sup> Kemudian penegakan hukum publik dapat dilakukan secara administratif yaitu pembatalan dan pencoretan Merek oleh Menteri,<sup>187</sup> penghapusan Merek atas prakarsa Menteri,<sup>188</sup>. Dan

---

<sup>186</sup> Pasal 69 UU Merek dan Indikasi Geografis.

<sup>187</sup> Pasal 68 Ayat (2) UU Merek Indikasi Geografis

<sup>188</sup> Pasal 72 Ayat (7) huruf a UU Merek dan Indikasi Geografis

tuntutan pidana dengan ancaman sanksi pidana penjara dan denda terhadap setiap orang yang dengan tanpa hak menggunakan tanda yang mempunyai persamaan pada keseluruhan atau pokoknya dengan Indikasi Geografis milik pihak lain untuk barang atau produk yang sama atau sejenis dengan barang atau produk yang terdaftar, dipidana penjara paling lama 4 (empat) tahun atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00(dua miliar rupiah) perbuatan.<sup>189</sup>

## **H. Konsep Perlindungan Hukum Atas Indikasi Geografis**

### **1. Konsep**

Konsep diartikan sebagai kata yang menyatakan abstrak yang digeneralisasikan dari hal-hal yang khusus, yang disebut dengan defenisi operasional.<sup>190</sup> Menurut Masri Singarimbun, konsep adalah salah satu bagian terpenting dari teori. Peranan konsep dalam penelitian adalah untuk menghubungkan dunia teori dan observasi, antara abstraksi dan realitas.<sup>191</sup> Sedangkan konsepsi adalah suatu pengertian mengenai sesuatu fakta atau dapat berbentuk batasan atau definisi tentang sesuatu yang akan dikerjakan. Jadi, jika teori berhadapan dengan sesuatu hasil kerja yang telah selesai, sedangkan konsepsi masih merupakan permulaan dari sesuatu karya yang setelah diadakan pengolahan akan dapat menjadikan suatu teori.<sup>192</sup> Suatu kerangka konsepsi merupakan kerangka yang menggambarkan hubungan antara konsep-konsep khusus yang ingin atau akan diteliti. Suatu konsep bukan merupakan gejala yang akan diteliti,

---

<sup>189</sup> Pasal 101 UU Merek dan Indikasi Geografis

<sup>190</sup> Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Raja Grafindo, Jakarta, 1998, hlm.3

<sup>191</sup> Masri Singarimbun dkk, *Metode Penelitian Survei*, LP3ES, Jakarta, 1989, hlm.34

<sup>192</sup> Hilman Hadikusuma, *Hukum Waris Adat*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003, hlm. 5.

akan tetapi merupakan suatu abstraksi dari gejala tersebut. Gejala itu sendiri biasanya dinamakan fakta, sedangkan konsep merupakan suatu uraian mengenai hubungan-hubungan dalam fakta tersebut....<sup>193</sup> Penggunaan konsep dalam suatu penelitian adalah untuk menghindari penafsiran yang berbeda terhadap kerangka konsep yang dipergunakan.<sup>194</sup>

## 2. Konsep Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum, diartikan bahwa hukum hadir guna mengatur hubungan-hubungan hukum, yaitu adanya ikatan-ikatan antara individu dengan masyarakat dan antara individu dengan individu. Ikatan-ikatan tersebut terlihat pada hak dan kewajiban. Hukum menyesuaikan kepentingan perorangan dengan kepentingan masyarakat dengan sebaik-baiknya, dan berusaha mencari keseimbangan antara memberi kebebasan kepada individu dan melindungi masyarakat terhadap kebebasan individu, dengan mengingat bahwa masyarakat adalah individu-individu yang saling beriteraksi dan selalu menimbulkan konflik, karena terjadi perbedaan antara kepentingan perorangan dengan kepentingan masyarakat.<sup>195</sup>

Setiap hubungan hukum yang diciptakan selalu mempunyai dua segi yang isinya di satu pihak hak sedang pihak lain kewajiban. Tidak ada hak tanpa kewajiban, sebaliknya tidak ada kewajiban tanpa hak. Hak dan kewajiban bukanlah merupakan kumpulan peraturan atau kaidah, melainkan merupakan perimbangan kekuasaan dalam bentuk hak individu di satu pihak yang tercermin

---

<sup>193</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 1984, hlm. 132.

<sup>194</sup> *Ibid.* hlm. 307.

<sup>195</sup> Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, Citra Aditya, Bandung, 1991, hlm. 53

pada kewajiban pihak lawan. Kalau ada hak maka ada kewajiban. Hak dan kewajiban merupakan kewenangan yang diberikan kepada seseorang oleh hukum.<sup>196</sup>

### 3. Konsep Keadilan

Kata keadilan dalam Bahasa Inggris adalah *justice* yang berasal dari bahasa latin *iustitia*. Kata *justice* memiliki tiga macam makna yang berbeda yaitu: (1) secara atributif berarti suatu kualitas yang adil atau fair (sinonimnya *justness*); (2) sebagai tindakan berarti tindakan menjalankan hukum atau tindakan yang menentukan hak dan ganjaran atau hukuman (sinonimnya *ajudicature*); dan (3) orang, yaitu pejabat publik yang berhak menentukan persyaratan sebelum suatu perkara di bawa ke pengadilan (sinonimnya *judge, jurist, magistrate*).<sup>197</sup> Sedangkan kata adil dalam bahasa Indonesia merupakan serapan dari bahasa Arab *al'adl* yang artinya sesuatu yang baik, sikap yang tidak memihak, penjagaan hak-hak seseorang dan cara yang tepat dalam mengambil keputusan.<sup>198</sup>

Keadilan adalah suatu keadaan atau situasi di mana setiap orang memperoleh apa yang menjadi haknya dan setiap orang memperoleh bagian yang sama dari kekayaan bersama. Keadilan adalah adanya keseimbangan antara hak dan kewajiban.

### 4. Konsep Hak (Rights)

Hak adalah kepentingan yang dilindungi hukum, sedangkan kepentingan adalah tuntutan perorangan atau kelompok yang diharapkan untuk dipenuhi. Kepentingan pada hakikatnya mengandung kekuasaan yang dijamin dan

---

<sup>196</sup> *Ibid.* hlm. 53-54.

<sup>197</sup> Muchamad Ali Safa'at, *Pemikiran Keadilan* (Plato, Aristoteles, dan John Rawls), (online), (<http://safaat.lecture.ub.ac.id/>) diakses tanggal 2 Maret 2015).

<sup>198</sup> *Ibid.*

dilindungi oleh hukum dalam melaksanakannya. Dalam setiap hak terdapat empat unsur, yaitu subjek hukum, objek hukum, hubungan hukum yang mengikat pihak lain dengan kewajiban dan perlindungan hukum.<sup>199</sup> Apa yang dinamakan hak itu sah karena dilindungi oleh sistem hukum. Pemegang hak melaksanakan kehendak menurut cara tertentu dan kehendaknya itu diarahkan untuk memuaskan.<sup>200</sup> Hukum melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam rangka suatu kepentingan tertentu. Pengalokasian kekuasaan dilakukan secara terukur, dalam arti, ditentukan keleluasaan dan kedalamannya. Kekuasaan yang demikian itulah yang disebut sebagai hak. Dengan demikian, tidak setiap kekuasaan dalam masyarakat itu bisa disebut sebagai hak, melainkan hanya kekuasaan tertentu saja, yaitu yang diberikan oleh hukum kepada seseorang.<sup>201</sup>

## **5. Konsep Hak Kekayaan Intelektual (HKI)**

Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights) adalah kekayaan yang timbul atau lahir dari kemampuan intelektual manusia, dan akan menjadi kekayaan apabila bisa dilihat, dibaca maupun digunakan secara praktis. Terdapat analogi bahwa benda yang tidak berwujud itu keluar dari pikiran manusia, dan menjelma dalam suatu ciptaan kesusastraan, ilmu pengetahuan atau kesenian, atau dalam bentuk pendapat. Jadi berupa benda berwujud yang dalam pemanfaatannya (eksploitasi), dan reproduksinya dapat menjadi sumber keuntungan yang dinilai dengan uang. Inilah yang membenarkan

---

<sup>199</sup> *Ibid*

<sup>200</sup> Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Liberty, Yogyakarta, 2002, hlm. 41

<sup>201</sup> Satjipto Raharjo, *Op., Cit.* hlm 53



penggolongan hak tersebut ke dalam hukum harta benda.<sup>202</sup> Dalam hukum tersebut, pemiliknnya bebas berbuat apa saja sesuai dengan kehendaknya serta memberikan izin kepada pihak yang dikehendaknya dalam suatu hubungan hukum. Namun dalam perkembangannya, kebebasan itu mengalami perubahan, misalnya ada pembatasan berupa lisensi wajib, pengambilalihan oleh Negara, kreasi dan penciptaan tidak boleh bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum.<sup>203</sup> Timbulnya konsep kekayaan atas karya-karya intelektual pada akhirnya menimbulkan kewajiban untuk melindungi atau mempertahankan kekayaan tersebut dari penguasaan dan penggunaan oleh pihak lain yang tidak berhak, dan pada gilirannya kebutuhan tersebut melahirkan konsepsi perlindungan hukum atas benda yang tidak berwujud (intangible) sebagai kekayaan.

## **6. Konsep Indikasi Geografis (IG)**

Indikasi Geografis adalah tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang, yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia, atau kombinasi dari kedua faktor tersebut, memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan.<sup>204</sup> Tanda dimaksud merupakan nama tempat atau daerah maupun tanda tertentu lainnya yang menunjukkan asal tempat dihasilkannya barang yang dilindungi oleh Indikasi Geografis. Suatu tanda disebut Indikasi Geografis apabila telah terdaftar dalam Daftar Umum Indikasi Geografis di

---

<sup>202</sup> Muhammad Jumhana dan R.Jubaedillah. *Hak Milik Intelektual, Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1997, hlm. 8

<sup>203</sup> *Ibid*

<sup>204</sup> Pasal 1 ayat (1), PP Indikasi Geografis

Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (HKI), Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia.<sup>205</sup>

Indikasi Geografis merupakan salah satu jenis dari HKI, selain Paten, Hak Cipta, Rahasia Dagang, dan beberapa jenis HKI lainnya, dan digunakan sebagai tanda atau nama dagang yang dikaitkan, dipakai atau dilekatkan pada kemasan suatu produk dan berfungsi menunjukkan tempat asal produk. Penunjukan nama tempat asal mengisyaratkan bahwa kualitas dan reputasi produk tersebut sangat dipengaruhi oleh tempat asalnya, sehingga produk itu bernilai unik di benak masyarakat, khususnya konsumen, yang mengetahui bahwa tempat asal itu memang punya kelebihan khusus dalam menghasilkan suatu produk.<sup>206</sup>

### **7. Konsep Pemegang Indikasi Geografis (IG)**

Konsep Pemegang Indikasi Geografis adalah kelompok masyarakat yang mengusahakan produk spesifikasi lokasi tertentu, dan melakukan pendaftaran Indikasi Geografis ke Menteri untuk memperoleh perlindungan hukum dari negara.

### **8. Konsep Produk Indikasi Geografis (IG)**

Produk Indikasi Geografis adalah semua produk yang bersumber dari alam, kerajinan tangan dan hasil industri, dengan karakteristik tertentu karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia, atau kombinasi dari kedua faktor tersebut, memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia.

---

<sup>205</sup> Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian Kementerian Pertanian, *Pedoman Teknis Pelaksanaan Indikasi Geografis*, Jakarta, 2012, hlm. 8.

<sup>206</sup> Risang Ayu, *Op., Cit.*, hlm.1 .

## **9. Konsep Buku Persyaratan Indikasi Geografis**

Suatu dokumen yang memuat informasi tentang sejarah, tradisi kualitas dan karakteristik yang khas dari suatu produk Indikasi Geografis, dan digunakan untuk membedakan produk Indikasi Geografis yang satu dengan produk lainnya yang memiliki kategori sama.

### **I. Perlindungan Hukum Indikasi Geografis di Indonesia**

Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang atau produk yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada barang atau produk yang dihasilkan. Tanda tersebut dapat berupa nama tempat, daerah, atau wilayah, kata, gambar, atau huruf, yang dilekatkan pada produk yang berasal dari suatu wilayah geografis tertentu untuk membedakan produk sejenis dalam perdagangan. 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 hukum atas Indikasi Geografis, melalui sistem pendaftaran ke Menteri berkaitan dengan konsep perlindungan hukum HKI yang mengacu pada persetujuan *TRIPs*. Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan terjemahan *atas istilah Intellectual Property Rights (IPR)*, *gesitiges Eigentum* (Jerman) dan, *intelectuele propriete* (Prancis), sangat dipengaruhi oleh pemikiran *John Locke*<sup>207</sup> tentang hak milik. Menurut *Anthony D'Amato dan Doris*

---

<sup>207</sup> Syafrinaldi, *Jurnal Al-Mawarid* Edisi IX Tahun 2003, hlm. 6

*Estelle Long*, terdapat dua teori yang secara filosofis terkait anggapan hukum bahwa HKI adalah suatu sistem kepemilikan (property).<sup>208</sup> Teori tersebut dikemukakan oleh *John Locke* yang berpengaruh di negara penganut tradisi hukum *Common Law System*<sup>209</sup> dan *Wilhelm Friedrich Hegel* yang berpengaruh di negara-negara penganut tradisi hukum *Civil Law System*.<sup>210</sup>

Menurut *Locke (labour theory)*<sup>211</sup>: Setiap yang bekerja secara produktif dengan upaya dan pengorbanannya akan memberikan hak baginya untuk memiliki lebih banyak produk daripada orang lain yang kurang produktif. Namun dengan tindakannya, seseorang tidak diperkenankan oleh haknya untuk merugikan hak asasi orang lain atau hak untuk menghambat akses mereka pada masyarakat.<sup>212</sup> Setiap individu memiliki hak alami (natural right) atas setiap jerih payahnya. Properti adalah hak alamiah, dengan begitu mendahului institusi politik maupun hukum, dan pada gilirannya hanya dibenarkan sejauh ia melindungi dan

---

<sup>208</sup> Anthony D' Amato and Doris Estelle Long, *International Intellectual Property Anthology*, Anderson Publishing, Cincinnati, 1996, h. 25-26. Dikutip Rahmi Jened dalam, *Interface Hukum Kekayaan Intelektual dan Hukum Persaingan (Penyalagunaan HKI)*. RajaGrafindo. Jakarta, 2013, hlm. 24.

<sup>209</sup> *Common Law System* adalah tradisi hukum yang diwarisi dari Anglo Saxon yang berasal dari Kerajaan Inggris (*British Empire*) beserta koloninya. Saat ini berlaku untuk Inggris, Irlandia, Amerika Serikat (walaupun saat ini mulai mengemabngkan Anglo American Law), Canada, Australia, Selandian Baru dan beberapa negara Asia dan Afrika. John Henry Merryman, *The Civil Law Tradition*, (California:Stanford University Press,1969), hlm.1-6. Rahmi Jened,*Ibid*.

<sup>210</sup> *Civil Law System* adalah tradisi yang diwarisi dari hukum Romawi yang dimulai pada abad 450 sebelum Masehi. Sasat ini berlaku untuk hampi seluruh Eropa Barat atau Eropa Kontinental, Amerika Tengah dan Selatan , Lousiana, Quebec dan Puerto Rico dan bekas jajahan Eropa, termasuk Indonesia yang bekas jajahan Belanda.*Ibid*.

<sup>211</sup> Fisher, W. *Theories of Intellectual Property*. Dalam Munzer, S. (Ed.). *New Essays in the Legal and Political Theory of Property*, Cambridge University Press, Cambridge,2001,p.170-172 dikutip Basuki Antariksa dalam Karya Ilmiah, *Landasan Filosofis Dan Sejarah Perkembangan Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Relevansinya Bagi Kepentingan Pembangunan di Indonesia*,2013. hlm.6 (Online) **Error! Hyperlink reference not valid.** tanggal 9/7/2015

<sup>212</sup> *Ibid*.hlm. 17

tidak mengancam hak alamiah ini. Kebahagiaan dan stabilitas selalu sejalan dengan perlindungan properti.<sup>213</sup>

Teori *Locke* tersebut merupakan dasar sangat kuat untuk mengakui eksistensi HKI<sup>214</sup> sebagai hak milik atas benda tidak berwujud, yang berasal dari kemampuan intelektualitas seseorang atau manusia dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi melalui daya cipta, rasa, karsa, dan karyanya.<sup>215</sup> Selanjutnya menurut *Hegel* (personality theory), kepemilikan adalah kebebasan seseorang untuk menunjukkan kepribadiannya bukan hanya karena kekayaannya tetapi juga karena kreasi intelektualnya. Kreasi intelektual merupakan perwujudan kepribadian dan sebagai hak abstrak yang menjadi alasan manusia eksis.<sup>216</sup>

Kekayaan (property) dalam kreasi intelektual, timbul dari cara individu membentuk pemikiran mereka yang dipengaruhi oleh lingkungan materinya dan dapat dialihkan melalui peralihan material bendanya atau peralihan intelektualitas untuk membuat kreativitas ide baru. Hak abstrak (abstract right) bukan dari entitas manusia alamiah, tetapi dari kehendak bebas di dalamnya dan dengan sendirinya hal tersebut merupakan konsepsi abstrak kekayaan yang merupakan ekspresi dari kehendak

---

<sup>213</sup> Ian Ward, 1998. *An Introduction to Critical Legal Theory*. London: Cavendish Publishing Limited, 1998. Terjemahan Narulita Yusron dan M. Khozim. 2014. Pengantar Teori Hukum Kritis, Nusa Media. Bandung, hlm. 187.

<sup>214</sup> Justin Hughes, *The Philosophy of Intellectual Property*, Georgetown University Law Center and Georgetown Law Journal, December, 1988. 77 Geo. L.J. 287. hlm. 29

<sup>215</sup> Rachmadi Usman, *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Alumni, Bandung, 2003, hlm. 2.

<sup>216</sup> The property is, among other things, the means by which an individual could objectively express a personal, singular will. In property, a person exists for the first time as reason. J.W. Harris, *Property and Justice*, Oxford University Press, London, 2001, hlm. 32-38, dikutip Rahmi Jened, *Op. Cit.*, h. 26-27, dibandingkan dengan penjelasan *Justin Hughes* yang menyatakan bahwa konsep *Hegel* tentang HKI lebih menekankan kepada kebebasan setiap individu untuk mengekspresikan gagasannya menjadi sesuatu yang riil sebagai hak milik, sehingga pikiran, kehendak, bakat, dan sebagainya dimiliki oleh pikiran bebas, *Op., Cit.* hlm. 33

sebagai bagian dari kepribadian, dan hal itu menciptakan persyaratan untuk tindakan selanjutnya.<sup>217</sup> Adapun hak almiah (natural rights) yang diperoleh dari alam sesungguhnya adalah untuk materi kekayaan berwujud.

Kekayaan berwujud maupun tidak berwujud keduanya tidak langsung memberikan konsepsi tentang HKI. Artinya dengan merujuk pada *labour theory*, konsep umum dan pembenaran HKI telah didominasi dari kekayaan yang berwujud (physical property), dan diasosiasikan sebagai upaya manusia memanfaatkan barang alamiah untuk memenuhi kebutuhannya. Sedangkan pada *personality theory*, HKI akan ada apabila kemampuan intelektual manusia membentuk sesuatu yang dapat dilihat, didengar, dibaca, dan bernilai ekonomi.<sup>218</sup>

Kaitannya dengan Indikasi Geografis, harus dimaknai sebagai kekayaan (property right) tidak berwujud yang dapat berupa tanda (a sign) dalam bentuk huruf, nama, etiket atau label, lambang, logo, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut, yang digunakan pada produk yang mempunyai kualitas spesifikasi lokasi meliputi: produk yang dihasilkan oleh alam, produk hasil pertanian, hasil kerajinan tangan atau hasil industri lainnya yang proses produksinya dipengaruhi oleh faktor lokal seperti: iklim, tanah dan pengetahuan masyarakat.

## **J. Hak Atas Indikasi Geografis**

Secara tradisional manusia memiliki dua macam hak, yaitu: Hak yang dianggap melekat pada tiap-tiap manusia sebagai manusia, sebab berkaitan dengan realitas hidup manusia sendiri. Karenanya hak itu dinamakan hak

---

<sup>217</sup> *Ibid.* hlm. 30-31

<sup>218</sup> Rahmi Jened, *Op., Cit.* hlm. 29.

manusia. Hak itu ada pada manusia, sebab manusia harus dinilai menurut martabatnya. Hak yang ada pada manusia akibat adanya peraturan, yaitu hak yang lahir berdasarkan undang-undang dan tidak langsung berhubungan dengan martabat manusia, tetapi menjadi hak karena tertampung dalam undang-undang yang sah,<sup>219</sup> dengan ciri-ciri sebagai berikut:<sup>220</sup>

- a. Hak itu dilekatkan pada seseorang yang disebut sebagai pemilik atau subjek dari hak itu. Ia juga disebut sebagai orang yang memiliki titel atas barang yang menjadi sasaran hak.
- b. Hak itu tertuju pada orang lain, yaitu yang menjadi pemegang kewajiban di mana antara hak dan kewajiban terdapat hubungan korelatif.
- c. Hak yang ada pada seseorang mewajibkan pihak lain untuk melakukan (*monisson*) atau tidak melakukan (*omission*) sesuatu perbuatan. Hal ini dapat disebut sebagai isi dari hak.
- d. Perbuatan (*omission*) itu menyangkut sesuatu yang dapat disebut sebagai objek dari hak.
- e. Setiap hak menurut hukum itu mempunyai titel, yaitu suatu peristiwa tertentu yang merupakan alasan melekatnya hak itu pada pemiliknya.

Hak lahir atas dasar prinsip kesamaan, yang dapat diperoleh setiap orang melalui dua cara: Pertama, sesuatu dapat menjadi hak seseorang melalui kodratnya. Hak ini disebut hak kodrati. Hak kodrati sebagaimana diatur oleh hukum alam bersumber dari Tuhan. Kedua, sesuatu dapat menjadi hak seseorang melalui perjanjian atau persetujuan

---

<sup>219</sup>Theo Huijbers. *Op., Cit.* hlm .96-97.

<sup>220</sup> *Fitzgerald* dikutip Ahmad Ali dalam, *Menguak Tabir Hukum*, Chandra Pratama. Jakarta, 1996, hlm. 244.

dengan orang lain, baik persetujuan antar individu maupun persetujuan publik. Hak yang kedua ini disebut hak positif dan diatur di dalam hukum positif. Hubungan hukum kodrat dengan hukum positif biasanya dirumuskan dalam bentuk hak.<sup>221</sup>

Dalam *Black's Law Dictionary* hak (right) adalah tuntutan yang dapat ditegakan secara hukum dari seseorang terhadap pihak lain yang membuat pihak lain harus bertindak atau tidak bertindak (sesuai hukum yang berlaku). Hak milik dapat dibagi 3 (tiga) jenis, yaitu: *collective property* pengaturan dan pengambilan keputusan atas hak milik tersebut dibuat berdasarkan kepentingan sosial (*social interest*), *common property*, dan pengaturan penggunaan benda dilakukan oleh para pengguna barang tersebut. Contoh: Taman umum, atau individual, yang pengaturan dan penggunaannya di bawah kekuasaan individu.<sup>222</sup> Hak yang memberikan kenikmatan sempurna bagi pemiliknya dinamakan hak kepemilikan, dan diberbagai perundang-undangan negara dengan nama *property right*.<sup>223</sup> Dalam hukum perdata, Kekayaan Intelektual (KI) diklasifikasikan bagian hukum benda tentang hak kebendaan yang dikenal dengan *Intellectual Property Rights*, yaitu setiap hasil kreasi dari kemampuan intelektual dalam masyarakat beradab diakui bahwa yang menciptakan boleh menguasai untuk tujuan yang menguntungkannya. Kreasi sebagai milik berdasarkan postulat hak milik dalam arti seluas-luasnya meliputi milik

---

<sup>221</sup> E. Sumaryono, *Etika Hukum: Relevansi Hukum Kodrat Thomas Aquinas*, Yogyakarta: Kanisius, 2002, hlm. 21

<sup>222</sup> Henry Campell *Black's Law Dictionary*, dalam Rahmi Jened, *Op., Cit.* hlm.32

<sup>223</sup> *Ibid.* hlm.33.



tak berwujud.<sup>224</sup> Menurut *Roscoe Pound* kekayaan intelektual bukan benda berwujud, karena:

Hak pemilikan hasil intelektual sangat abstrak jika dibandingkan dengan hak pemilikan benda yang terlihat, tetapi hak-hak tersebut mendekati hak-hak benda, lagi pula kedua hak tersebut bersifat mutlak. Selanjutnya terdapat analogi, bahwa setelah benda yang tidak berwujud itu keluar dari pikiran manusia, maka menjelma dalam suatu ciptaan seni, sastra dan ilmu pengetahuan atau dalam bentuk pendapat, jadi berupa benda berwujud (*lichamelijk zaak*) yang dalam pemanfaatannya (*exploit*), dan reproduksinya dapat merupakan sumber keuntungan uang. Inilah yang membenarkan pengolongan hak tersebut ke dalam hukum harta benda.<sup>225</sup>

Hukum pada hakikatnya sesuatu yang abstrak, tetapi dalam manifestasinya bisa berwujud konkrit. Suatu ketentuan hukum baru dapat dinilai baik jika akibat-akibat yang dihasilkan dari penerapan adalah kebaikan, kebahagiaan yang sebesar-besarnya dan berkurangnya penderitaan.<sup>226</sup> Hukum dibutuhkan dalam hak milik bertujuan untuk menyelesaikan konflik tentang benda yang jumlahnya terbatas dalam hal akses penggunaan dan penguasaan benda yang sifatnya terbatas.<sup>227</sup> Kekayaan sebagai hak dalam sistem hukum meletakkan kekayaan

---

<sup>224</sup> Roscoe Pound, *Pengantar Filsafat-Hukum*, Terjemahan Mohamad Rajab, Jakarta, Batara Karya Aksara, 1982, hlm. 118

<sup>225</sup> Van Apeldoorn L.J. *Penganfar Ilmu Hukum*, Terjemahan Oetarid Sadino, Cetakan Pradnya Paramita, Jakarta, 1985, hlm.173

<sup>226</sup> Lili Rasjidi dan I. B. Wyasa Putra, *Hukum Sebagai Suatu Sistem*. Remaja Rosdakarya, Bandung, 1993, hlm. 79.

<sup>227</sup> Bambang Pratama. Publikasi Ilmiah, *Rekonseptualisasi Karakteristik Hak Kekayaan Intelektual dalam Hukum Siber*, (online), (<https://publikasiilmiah.ums.ac.id/> diakses 1 Agustus 2015 ). hlm.418.

dalam tiga kategori, yaitu: pertama, sebagian besar masyarakat mengakui hak kepemilikan pribadi dalam kekayaan pribadi, yang dikenal dengan *intangible things*, kedua, kekayaan dalam pengertian riil, seperti tanah dan bangunan, dan ketiga, kekayaan yang diketahui sebagai kekayaan intelektual.<sup>228</sup>

Dalam sistem hukum benda, kekayaan intelektual termasuk hak yang ditentukan dalam Pasal 499 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata): Kebendaan adalah tiap-tiap barang dan tiap-tiap hak yang dapat dikuasai oleh hak milik.

Menurut Mahadi, dalam pasal tersebut ditentukan objek hak milik, yaitu barang dan hak. Barang adalah benda materiil, sedangkan hak adalah benda *immateriil*.<sup>229</sup> HKI termasuk hak yang ditentukan Pasal 499 KUH Perdata dan menjadi objek dari suatu hak benda, yaitu hak absolut atas suatu benda yang objeknya bukan benda dan disebut dengan HKI (intellectual property rights).<sup>230</sup> Selanjutnya Pasal 503 KUH Perdata: Tiap-tiap kebendaan adalah bertubuh atau tidak bertubuh. Ketentuan tersebut dimaknai bahwa, barang adalah benda bertubuh atau benda materiil yang ada wujudnya, karena dapat dilihat dan diraba (*tangible good*), contoh: rumah, tanah. Sedangkan benda tidak bertubuh atau benda *immateriil* tidak ada wujudnya karena tidak dapat dilihat dan tidak dapat diraba (*intangible good*). Contoh: surat-surat berharga dan HKI.

Konsep kepemilikan atas benda-benda yang ditentukan KUH Perdata tersebut di atas bersifat *individual right* karena lebih menekankan perlindungan

---

<sup>228</sup> Khaerul H. Tanjung, *Op., Cit*, hlm. 1

<sup>229</sup> Mahadi, *Hak Milik Immateriil*, Binacipta, Bandung, 1985, hlm. 65.

<sup>230</sup> *Ibid*

hukum kepada setiap orang yang menghasilkan suatu karya intelektual. Namun demikian, dalam perkembangannya perlindungan hukum atas HKI tidak lagi terbatas pada hak-hak individu saja tetapi termasuk juga hak milik komunal. Contoh: Hak milik komunal Indikasi Geografis. Pada hak milik tersebut, hukum memberikan jaminan keadilan, kepastian penguasaan dan pemanfaatan Indikasi Geografis kepada kelompok masyarakat tertentu secara monopoli dengan bantuan negara. Gambaran ini menunjukkan bahwa, perlindungan hukum atas Indikasi Geografis adalah untuk kepentingan Pemegang Indikasi Geografis sebagai subjek hukum, yang telah mengusahakan produk lokasi dengan karakteristik tertentu secara turun temurun.

a. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek dan Indikasi Geografis).

Salah satu hal yang diatur dalam UU Merek dan Indikasi Geografis adalah tentang Indikasi Geografis, mengingat Indikasi Geografis merupakan potensi nasional dan telah menjadi komoditas unggulan, baik dalam perdagangan domestik maupun internasional. Indikasi Geografis adalah adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang, yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia, atau kombinasi dari kedua faktor tersebut, memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan.<sup>231</sup>

Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis dapat diberikan, apabila pendaftarannya telah dilakukan oleh Menteri atas permohonan lembaga yang mewakili masyarakat dan Pemerintah daerah provinsi atau

---

<sup>231</sup> Pasal 1 angka 6 UU Merek dan Indikasi Geografis

kabupaten/kota di kawasan geografis tertentu, untuk produk berupa: sumber daya alam, barang kerajinan tangan, hasil industri.<sup>232</sup> Lembaga yang mewakili masyarakat di kawasan geografis tertentu terdiri adalah: Asosiasi Produsen, Koperasi, Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG), Pemerintah daerah Provinsi, daerah Kabupaten dan Kota.<sup>233</sup>

Maksud pendaftaran Indikasi Geografis adalah untuk menjamin kepastian hukum Pemegang Indikasi Geografis, dengan jangka waktu perlindungan hukum yang dapat berlangsung secara tidak terbatas, selama ciri dan kualitas yang menjadi dasar diberikannya perlindungan hukum tersebut masih ada. Indikasi Geografis dikatakan terdaftar apabila telah dilakukan pemeriksaan formalitas, pengumuman, pemeriksaan substantif dan mendapatkan persetujuan Menteri untuk diterbitkan sertifikat Indikasi Geografis, dengan tahap-tahap sebagai berikut:<sup>234</sup>

#### I. Mengajukan Permohonan

- Setiap Asosiasi produsen, koperasi, Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG) dan Pemerintah daerah Provinsi, daerah Kabupaten dan Kota, dapat mengajukan permohonan dengan memenuhi persyaratan-persyaratan yaitu dengan melampirkan :
  1. Permohonan diajukan secara tertulis dalam bahasa Indonesia oleh Pemohon atau melalui Kuasanya dengan mengisi formulir dalam rangkap 3 (tiga) kepada Menteri.

---

<sup>232</sup> Pasal 53 Ayat (1,2,3) UU Merek dan Indikasi Geografis

<sup>233</sup> Penjelasan Pasal 53 Ayat 3 UU Merek dan Indikasi Geografis

<sup>234</sup> Online), (<http://www.dgip.go.id/>), diakses tanggal 20 Desember 2016) diolah berdasarkan UU Merek dan Indikasi Geografis.

2. surat kuasa khusus, apabila Permohonan diajukan melalui Kuasa;
3. Bukti pembayaran biaya
4. Buku Persyaratan Indikasi Geografis yang terdiri atas:
  - i. nama Indikasi Geografis dimohonkan pendaftarannya;
  - ii. nama barang yang dilindungi oleh Indikasi-geografis;
  - iii. uraian mengenai karakteristik dan kualitas yang membedakan barang tertentu dengan barang lain yang memiliki kategori sama, dan menjelaskan tentang hubungannya dengan daerah tempat barang tersebut dihasilkan;
  - iv. uraian mengenai lingkungan geografis serta faktor alam dan faktor manusia yang merupakan satu kesatuan dalam memberikan pengaruh terhadap kualitas atau karakteristik dari barang yang dihasilkan;
  - v. uraian tentang batas -batas daerah dan/atau peta wilayah yang dicakup oleh Indikasi-geografis;
  - vi. uraian mengenai sejarah dan tradisi yang berhubungan dengan pemakaian Indikasi-geografis untuk menandai barang yang dihasilkan di daerah tersebut, termasuk pengakuan dari masyarakat mengenai Indikasi-geografis tersebut;
  - vii. uraian yang menjelaskan tentang proses produksi, proses pengolahan, dan proses

pembuatan yang digunakan sehingga memungkinkan setiap produsen di daerah tersebut untuk memproduksi, mengolah, atau membuat barang terkait;

viii. menguji kualitas barang yang dihasilkan; dan

ix. uraian mengenai metode yang digunakan untuk label yang digunakan pada barang dan memuat Indikasi-geografis.

5. Uraian tentang batas-batas daerah dan/atau peta wilayah yang dicakup oleh Indikasi-geografis yang mendapat rekomendasi dari instansi yang berwenang.

## II. Pemeriksaan Administratif

- Pada tahap ini pemeriksa melakukan pemeriksaan secara cermat dari permohonan untuk melihat apabila adanya kekurangan-kekurangan persyaratan yang diajukan. Dalam hal adanya kekurangan Pemeriksa dapat mengkomunikasikan hal ini kepada pemohon untuk diperbaiki dalam tenggang waktu 3 (tiga) bulan dan apabila tidak dapat diperbaiki maka permohonan tersebut ditolak.

## III. Pengumuman

- Dalam jangka waktu paling lama 15 (lima belas) hari sejak tanggal disetujuinya Indikasi-geografis untuk didaftar maupun ditolak, Direktorat Jenderal mengumumkan keputusan tersebut dalam Berita Resmi Indikasi Geografis selama 2 (dua) bulan.
- Pengumuman akan memuat hal-hal antara lain: nomor Permohonan, nama lengkap dan alamat

Pemohon, nama dan alamat Kuasanya, Tanggal Penerimaan, Indikasi Geografis dimaksud, dan abstrak dari Buku Persyaratan Indikasi Geografis

#### IV. Pemeriksaan Substansi

- Pada tahap ini dilakukan pemeriksaan substantif terhadap permohonan dalam jangka waktu paling lama 30 (tiga puluh) hari terhitung sejak tanggal berakhirnya pengumuman dalam Berita Resmi Indikasi Geografis.
- Permohonan Indikasi Geografis dengan tipe produk yang berbeda-beda, Tim Ahli yang terdiri dari para pemeriksa yang ahli pada bidangnya memeriksa isi dari pernyataan-pernyataan yang telah diajukan untuk memastikan kebenarannya dengan pengkoreksian, setelah dinyatakan memadai maka akan dikeluarkan Laporan Pemeriksaan yang usulannya akan disampaikan kepada Menteri
- Dalam Permohonan ditolak maka pemohon dapat mengajukan tanggapan terhadap penolakan tersebut, Pemeriksaan substansi dilaksanakan paling lama selama 30 (tiga puluh) hari terhitung sejak tanggal berakhirnya batas waktu penyampaian sanggahan.

#### V. Oposisi Pendaftaran.

- Setiap orang yang memperhatikan adanya Persetujuan Pendaftaran Indikasi Geografis dalam Berita Resmi Indikasi Geografis dapat mengajukan oposisi dengan membuat keberatan disertai dengan alasan-alasannya kepada Menteri dan dalam waktu paling lama 14 (empat belas) hari terhitung sejak tanggal penerimaan keberatan, salinan surat yang

berisikan keberatan tersebut dikirimkan kepada Pemohon atau Kuasanya.

- Pemohon atau Kuasanya berhak mengajukan sanggahan secara tertulis dalam waktu paling lama 2(dua) bulan terhitung sejak tanggal pengiriman salinan keberatan pendaftaran Indikasi Geografis yang disampaikan oleh Menteri.

#### VI. Pendaftaran

- Terhadap Permohonan Indikasi Geografis yang disetujui dan tidak ada oposisi atau sudah adanya keputusan final atas oposisi untuk tetap didaftar. Tanggal pendaftaran sama dengan tanggal ketika diajukan aplikasi. Menteri kemudian memberikan sertifikat Pendaftaran Indikasi Geografis, Sertifikat dapat diperbaiki apabila terjadi kekeliruan.

#### VII. Pengawasan terhadap Pemakaian Indikasi-Geografis

- Pada Tahap ini Tim Ahli Indikasi Geografis mengorganisasikan dan memonitor pengawasan terhadap pemakaian Indikasi Geografis di wilayah Republik Indonesia. Dalam hal ini berarti bahwa Indikasi Geografis yang dipakai tetap sesuai sebagaimana Buku Persyaratan Indikasi Geografis yang diajukan.

#### VIII. Banding

- Permohonan banding dapat diajukan kepada Komisi Banding Merekoleh Pemohon atau Kuasanya terhadap penolakan Permohonan sejak putusan penolakan diterima dengan membayar biaya yang telah ditetapkan.



- b. Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 tentang Indikasi Geografis (PP Indikasi Geografis).

Dalam UU Merek dan Indikasi Geografis, ditentukan bahwa tata cara pendaftaran Indikasi Geografis akan diatur lebih lanjut dengan Peraturan Menteri.<sup>235</sup> Namun hingga saat ini peraturan Menteri dimaksud belum ada. Oleh karena itu, Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 tentang Indikasi Geografis (PP Indikasi Geografis),<sup>236</sup> tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan ketentuan UU Merek dan Indikasi Geografis untuk jangka waktu paling lama 2 (dua) tahun, terhitung sejak UU tersebut mulai berlaku.<sup>237</sup> Dalam PP tersebut ditentukan isi Buku Persyaratan Indikasi Geografis yang menjadi persyaratan permohonan pendaftaran Indikasi Geografis sebagai berikut:<sup>238</sup>

Tabel 1. Persyaratan Permohonan Pendaftaran Indikasi Geografis

No.	Syarat Pendaftaran Indikasi Geografis	Yang harus dipenuhi	Jumlah
1.	Formulir Permohonan	a. Nama Organisasi/Lembag b. Alamat c. Konsultan HKI/Perwakilan Diplomatik (jika ada) d. Nama Indikasi Geografis	4 Rangkap

<sup>235</sup> Pasal 60 UU Merek dan Indikasi Geografis

<sup>236</sup> Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 115, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4763

<sup>237</sup> Pasal 106 dan Pasal 108 UU Merek dan Indikasi Geografis

<sup>238</sup> Ditjen KI, Kelengkapan Permohonan Indikasi Geografis, Jakarta, 2013, hlm. 1

		<ul style="list-style-type: none"> <li>e. Jenis Produk</li> <li>f. Etiket GI Sebanyak 10 Lembar max -9x9 Cm. min-5x5 Cm.</li> </ul>	
2.	Buku Persyaratan Indikasi Geografis	<p>Buku Persyaratan Indikasi Geografis harus memuat :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Daftar Isi</li> <li>b. Nama Indikasi-Geografis yang dimohonkan pendaftarannya</li> <li>c. Nama barang yang akan dilindungi Indikasi Geografis</li> <li>d. Uraian Karakteristik dan kualitas barang yang dihasilkan</li> <li>e. Uraian mengenai pengaruh lingkungan geografis dan alam serta factor manusia terhadap kualitasatau karakteristik barang tersebut.</li> <li>f. Uraian tentang batas-batas wilayah dan /atau peta daerah yang dilindungi oleh Indikasi- Geografis. Peta yang dimaksud disini adalah peta geografis bukan peta administratif wilayah</li> <li>g. Uraian mengenai sejarah dan tradisi yang berhubungan dengan pemakaian Indikasi Geografis untuk menandai barang yang dihasilkan didaerah</li> </ul>	4 Rangkap

		<p>tersebut termasuk pengakuan dari masyarakat mengenai Indikasi Geografis tersebut.</p> <p>h. 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 barang terkait</p> <p>i. Uraian mengenai metode yang digunakan untuk menguji kualitas barang yang dihasilkan</p> <p>j. Uraian mengenai Label yang digunakan pada barang dan memuat Indikasi Geografis sebanyak 10 lembar memadai 9x9 Cm min 5x5 Cm.</p> <p>k. Daftar Pustaka, rujukan yang digunakan dalam penulisan Buku Persyaratan Indikasi Geografis</p> <p>l. Daftar Lampiran.</p>	
3.	Abstrak Buku Persyaratan Indikasi Geografis	Ringkasan dari Buku Persyaratan Indikasi Geografis dibuat dalam Satu lembar	4 Rangkap

4.	Surat Kuasa	Apabila diajukan melalui kuasa	
5.	Peta Wilayah	Peta Wilayah sebagaimana yang dimaksud dalam ketentuan huruf f diatas harus dilampirkan dan dilengkapi dengan surat rekomendasi dari instansi yang berwenang	
6.	Bukti Pembayaran	Dilampirkan	
7.	Khusus permohonan Luar Negeri	Selain syarat formal tersebut diatas juga melampirkan bukti pendaftaran IG dinegara Asal atau apabila negara yang bersangkutan tidak menganut sistem IG sebagaimana yang dianut Indonesia maka harus dilampirkan bukti pengakuan dalam bentuk lainnya	

Sumber: Ditjen KI, Kelengkapan Pendaftaran Indikasi Geografis, 2013

Indikasi Geografis yang telah terdaftar tidak dapat berubah menjadi milik umum, dan hanya dapat dipergunakan pada barang yang memenuhi persyaratan sebagaimana diatur dalam Buku Persyaratan Indikasi Geografis.<sup>239</sup> Jangka waktu Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis terdaftar berlaku selama karakteristik khas dan kualitas yang menjadi dasar bagi diberikannya perlindungan atas Indikasi Geografis tersebut masih ada. Tetapi suatu Indikasi Geografis dapat dihapus oleh Menteri jika tidak dipenuhinya lagi Buku Persyaratan, bertentangan

<sup>239</sup> Pasal 1 ayat (1) dan Pasal 2 PP Indikasi Geografis

dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, dan ketertiban umum.<sup>240</sup>

#### 4. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2004 tentang Perkebunan

Perkebunan mempunyai peranan yang penting dan strategis dalam pembangunan nasional, terutama dalam meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat, diantaranya melalui optimalisasi pengelolaan sumber daya alam secara berkelanjutan dan penetapan Wilayah Geografis Penghasil Produk Perkebunan Spesifik Lokasi (WGPPPSL). Paling tidak ada tiga syarat yang harus dipenuhi, yaitu: Pertama, produk perkebunan yang dihasilkan mempunyai mutu yang khas, termasuk cita rasa spesifik. Ketika suatu komoditas perkebunan mempunyai cita rasa yang khas, spesifik, maka ia harus dilindungi. Kedua, produk perkebunan tersebut mempunyai reputasi atau ketenaran baik lokal dan nasional, maupun internasional yang tidak dapat diperoleh di wilayah lainnya. Ketiga, tanamannya diusahakan secara baik oleh pelaku usaha perkebunan.<sup>241</sup> Dalam Pasal 24 Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2004 tentang Perkebunan (UU Perkebunan) ditentukan:<sup>242</sup>

- (1) Wilayah geografis yang menghasilkan produk perkebunan yang bersifat spesifik lokasi dilindungi kelestariannya dengan Indikasi Geografis.

---

<sup>240</sup> Pasal 56 ayat (1) huruf a dan Pasal 61 ayat (2) UU Merek dan Indikasi Geografis.

<sup>241</sup> (Online), (<http://www.hukumonline.com>, Senin, 06 July 2009 / diakses tanggal 24 Oktober 2016)

<sup>242</sup> Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2004 tentang Perkebunan, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 85 Tambahan, Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 441

- (2) Wilayah geografis yang sudah ditetapkan untuk dilindungi kelestariannya dengan Indikasi Geografis dilarang dialihfungsikan.
- (3) Setiap orang atau badan hukum yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dikenakan sanksi berupa wajib membatalkan-alihkan fungsi yang bersangkutan dan wajib mengembalikan wilayah geografis kepada fungsi semula.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai wilayah geografis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) meliputi jenis tanaman perkebunan dan hubungannya dengan cita rasa spesifik hasil tanaman tersebut serta tata cara penetapan batas wilayah ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah.

Ketentuan tersebut di atas dimaknai bahwa, UU Perkebunan mengatur tata cara penetapan batas wilayah Indikasi Geografis dalam hubungannya dengan produk spesifikasi dengan citarasa yang diproduksi di daerah tertentu sebagai tanaman perkebunan. Tujuannya adalah untuk menunjukkan daerah asal suatu komoditas perkebunan yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia, atau kombinasi dari kedua faktor tersebut, memberikan ciri khas dan kualitas tertentu pada komoditas perkebunan yang dihasilkan dan tidak dapat diperoleh pada wilayah lainnya. Contoh: Kopi arabika Toraja dan Kalosi dengan cita rasa yang khas apabila ditanam di wilayah Toraja dan Kalosi Enrekang. Cita rasa yang khas tersebut, akan berbeda jika kopi arabika ditanam di daerah lain walaupun lingkungan geografisnya menyerupai daerah Toraja dan Kalosi Enrekang. Kemudian untuk mencegah alih fungsi lahan yang telah ditetapkan menjadi batasan wilayah Indikasi Geografis dalam Buku

Pesyaratan, dibentuk Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 2009 tentang Perlindungan Wilayah Geografis Penghasil Produk Perkebunan Spesifik Lokasi (PP 31/2009),<sup>243</sup> dan merupakan peraturan pelaksana dari UU Perkebunan. Tujuan peraturan tersebut adalah untuk mencegah peralihan fungsi lahan dalam batas wilayah Indikasi Geografis, menjaga kelestarian budidaya produk dalam kawasan wilayah geografis yang memiliki kualitas, reputasi dan cita rasa yang khas. Dengan demikian, UU Perkebunan mengatur Indikasi Geografis sebagai bagian dari wilayah usaha perkebunan, sehingga pendekatan yang dilakukan adalah berbasis kewilayahan (*spasial*), dalam suatu konsep peruntukan tata ruang bagi usaha perkebunan. Sedangkan PP Indikasi Geografis mengatur Indikasi Geografis sebagai bagian dari Merek, sehingga pendekatan yang dilakukan adalah berbasis kebendaan, yaitu hak atas benda tidak berwujud berupa HKI dan dilindungi oleh hukum.

Berdasarkan Keputusan Menteri Pertanian Nomor 46/Kpts/ PD.300//2015 tentang Penetapan Kawasan Perkebunan Nasional, Kabupaten Tanah Toraja dan Kabupaten Enrekang ditetapkan sebagai kawasan perkebunan kopi untuk jangka waktu 5(lima) tahun, dan mulai berlaku sejak Tanggal 16 Januari 2015. Perubahan fungsi tanah dari wilayah yang dilindungi dengan Indikasi Geografis menjadi fungsi yang lain, misalnya perubahan jenis komoditas, atau bahkan untuk kepentingan permukiman dan industri dilarang.

---

<sup>243</sup> Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 60, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4997

## c. Pelindungan Hukum Indikasi Geografis di Beberapa Negara

### 1. Perancis

Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis di Perancis sudah dimulai sejak tahun 1919, yaitu ketika hukum Perancis mulai memperkenalkan perbedaan perlindungan hukum antara Apelasi Asal (l'Appellation d'Origine/ Appellation of Origins) dengan Indikasi Sumber (l'Indication de Provenance/Indication of Source). Perancis melindungi Indikasi Geografisnya berdasarkan hukum nasionalnya dalam harmonisasi dengan Hukum Komunitas Eropa atau hukum Uni Eropa. Selain itu, Perancis juga telah meratifikasi serangkaian perjanjian multilateral dan bilateral. Dalam mempraktikkan ketentuan-ketentuan hukumnya, Perancis juga menggunakan beberapa keputusan Mahkamah Eropa sebagai bahan pertimbangan. Secara spesifik, hukum Perancis menetapkan kondisi-kondisi yang menjadi syarat pemberian perlindungan Apelasi Asal, yaitu:<sup>244</sup>

- a. Adanya kaitan atau hubungan yang jelas antara asal geografis dan karakter produk;
- b. Nama produk diakui oleh keputusan pengadilan atau peraturan-peraturan administratif;
- c. Nama produk telah terdaftar pada badan pemerintah Lembaga Nasional Apelasi Asal atau *Institut Nationale des Appellations d'Origins* (INAO).

Hukum Perancis juga menetapkan bahwa, tujuan perlindungan hukum Apelasi Asal adalah memberikan hak

---

<sup>244</sup> Risang Ayu, *Op..Cit.*hlm.105-106.



kepada kelompok produsen di daerah tertentu yang telah terdaftar, untuk menggunakan sumber daya dan nama daerahnya untuk memperoleh keuntungan ekonomi. Produsen sebagai pemegang hak monopoli atas Apelas Asal terlindungi juga dari kemungkinan hadirnya kompetitor yang berbasis tempat asal produk yang sejenis. Kemudian produsen terlindungi juga dari kemungkinan adanya pendomplengan reputasi secara tanpa hak (passing-off). Karakter perlindungan hukum produsen seperti ini, melampaui standar minimum perlindungan Indikasi Geografis pada tingkat pertama dalam persetujuan *TRIPs* yang lebih menekankan perlindungan konsumen dari efek informasi asal atau sumber barang yang salah. Perlindungan tipe Perancis inilah yang tampak kuat mewarnai perlindungan tingkat kedua dalam Pasal 23 perjanjian *TRIPs* tentang perlindungan tambahan (Additional Protection) bagi minuman anggur dan minuman keras. Dalam berhubungan dengan negara di luar Komunitas Eropa, hukum Perancis bertumpu kepada perjanjian yang khusus mengenai suatu produk. Contohnya: Perjanjian antara produsen minuman anggur *Champagne* dari Perancis dengan Asosiasi Pembuat Minuman Keras dan minuman *Liquor* Jepang untuk melindungi Apelas *Champagne* pada tahun 1972. Sedangkan untuk Indikasi Sumber, perlindungan hukum dilakukan untuk setiap Indikasi Sumber dari sumber regional tertentu tanpa mensyaratkan harus adanya hubungan antara tempat dengan karakter produk. Tidak seperti Apelas Asal yang sepenuhnya terlindungi dari kemungkinan menjadi generik sedangkan Indikasi Sumber tidak demikian, karena kemungkinan menjadi generik jika terlalu terkenal. Perlindungan hukum atas Indikasi Sumber dalam hukum

Perancis merujuk kepada perjanjian-perjanjian bilateral, yang telah banyak ditandatangani sejak tahun 1960 hingga sekitar tahun 1970.<sup>245</sup>

## 2. Amerika Serikat

Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis di Amerika Serikat dilakukan dibawah undang-undang Merek, dan diberikan untuk produk yang tidak terdaftar dalam rezim sertifikat Merek. Jangka waktu perlindungan hukum 10 (sepuluh tahun) dan perpanjangan dapat dilakukan tidak terbatas sepanjang Indikasi Geografis tersebut masih digunakan dalam perdagangan. Dalam Pasal 1 huruf (a) Undang-Undang Merek Amerika Serikat ditentukan, bahwa:<sup>246</sup>

- i. aplikasi permohonan untuk mendapatkan sertifikat Merek harus menerangkan secara spesifik kondisi-kondisi yang akan dijamin oleh sertifikat tersebut,
- ii. menegaskan bahwa pemohon memiliki kontrol yang diakui untuk menggunakan Merek,
- iii. menegaskan bahwa pemohon tidak terikat dalam produksi atau pemasaran barang atau jasa terkait
- iv. menyertakan salinan standar-standar yang menetapkan pihak-pihak pengguna dan batas-batas penggunaan dari sertifikat Merek yang dimohonkan. kondisi-kondisi yang akan dijamin oleh sertifikat Merek
- v. yang menerangkan bahwa tentang kondisi-kondisi yang dijamin dan adanya kontrol yang diakui atas produk tersebut, serta adanya persyaratan hubungan atau kaitan antara produk dengan tempat asal produk.

---

<sup>245</sup> *Ibid.* hlm. 107-108.

<sup>246</sup> *Ibid.* hlm.87

Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis dalam hukum kebiasaan *Anglo Saxon* Amerika Serikat, memang memungkinkan untuk Indikasi Geografis yang belum didaftarkan atau belum memiliki Sertifikat Merek diberi perlindungan hukum, asalkan dalam proses pengadilan dapat dibuktikan bahwa produk tersebut telah memiliki reputasi di Amerika Serikat. Contoh kasus *brendi Cognac* dari Perancis mendapat perlindungan berdasarkan Keputusan *Institute National Des Appellations v Brown-Forman Corp.*,<sup>247</sup> *47 US PQ2d 1875 (TTAB 1998)*.<sup>247</sup> Kasus tersebut dimaknai bahwa, perlindungan hukum atas Indikasi Geografis dalam hukum Merek Amerika dapat diberikan untuk semua produk Indikasi Geografis yang masuk pasar Amerika, meskipun belum terdaftar dengan ketentuan bahwa pemilik produk dapat membuktikan reputasi dan asal produk tersebut di pengadilan.

Hukum di Inggris dan Amerika mengatur perlindungan hukum atas Indikasi Geografis dalam bentuk *collective mark* dan *certification mark*. Contoh: Di Inggris, *Stilton chesse* dan *Harirs Tweed* dilindungi dengan *certification trade mark*. *The Harris Tweed mark* terdaftar tahun 1909 pada sistem hukum *Civil Law the appellation of origin* yang digunakan untuk melindungi klaim asal barang yang menyesatkan (*false claims of geographic origin*).<sup>248</sup>

### 3. India.

Perlindungan Indikasi Geografis di India diatur dalam perundang-undangan dengan nama, *Geographical Indications of Goods (Registration and Protection) Act, Number 48,1999*, yang berlaku efektif sejak tanggal 15

---

<sup>247</sup> *Ibid.* hlm.88-89.

<sup>248</sup> Repository. uib, *Op., Cit.*

September 2003.<sup>249</sup> Dan secara khusus diatur dalam *The Geographical Indications of Goods 2002* GSR 176 (E) yang disahkan pada tanggal 8 Maret 2002. Peraturan ini adalah peraturan pelaksana dari Pasal 87 *Geographical Indication of Goods Act, Number 48, 1999*.

Dalam Pasal 1 ayat (3) huruf e, ditentukan bahwa Indikasi Geografis adalah barang hasil pertanian, barang alami atau barang yang dibuat di wilayah suatu negara, atau daerah lokal dari wilayah tersebut, dimana kualitas, reputasi dan karakteristiknya secara esensial berkaitan dengan geografis asal barang dihasilkan.<sup>250</sup> Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis melalui pendaftaran dilakukan oleh lembaga yang dibentuk untuk mewakili masyarakat dan pemerintah daerah provinsi, Kabupaten dan kota asal produk Indikasi Geografis.

Produk-produk yang dapat didaftar dengan Indikasi Geografis, meliputi: produk almhiah, produk pertanian dan produk industri, yang berasal dari wilayah atau daerah geografis dengan reputasi, karakter, dan kualitas tertentu. Misalnya, *Champagne, Darjeeling Tea, Basmati Rice, Arabian horses, Alphanso Mango* dsb. Jangka waktu Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis di India selama 10 tahun dan dapat diperpanjang untuk 10 tahun lagi. Apabila tidak dilakukan perpanjangan setelah masa perlindungan berakhir, maka Indikasi Geografis tersebut dihapus oleh badan registrasi Indikasi Geografis dan menjadi milik umum.<sup>251</sup>

---

<sup>249</sup> *Ibid.*

<sup>250</sup> Surbhi Jain. *Effects of The Extension Of Geographical Indications: A South South Asian Perspective*, Asia-Pacific Development Journal, Vol. 16, No. 2, December 2009, hlm.82

<sup>251</sup> *Ibid.*,

Dalam Pasal 26 Ayat (1), ditentukan bahwa apabila Merek yang telah terlebih dahulu didaftar yang mempunyai tanda Indikasi Geografis yang sama sebelum Indikasi Geografis terdaftar, oleh undang-undang ini Merek yang telah didaftar (eksis) dan dengan niat baik ini dianggap valid. Meskipun tanda yang digunakan persis sama (identik) antara Merek dan Indikasi Geografis. Ketentuan tersebut mengatur koeksistensi Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis, karena tetap memberikan perlindungan hukum atas Merek terdaftar walaupun memiliki persamaan dengan Indikasi Geografis terdaftar. Untuk produk Indikasi Geografis yang berasal dari negara yang bukan anggota persetujuan *TRIPs* diakui sebagai Indikasi Sumber. Dan jika produk berasal dari negara anggota persetujuan *TRPs*, diperlakukan yang sama dengan produk Indikasi Geografis dalam negerinya.<sup>252</sup>

#### 4. Thailand

Perlindungan Indikasi Geografis di Thailand diatur dalam *Geographical Indication Act of B.E 2546*. Peraturan perundang-undangan ini membagi Indikasi Geografis menjadi dua bagian, yaitu: *Direct Geographical Indication* dan *Indirect Geographical Indication*. *Direct Geographical Indication* adalah nama geografis yang secara langsung berhubungan dengan produk, seperti: Bordeaux, Himalaya, Kintamani Gayo, Torja, dan Kalosi di Indonesia. Sedangkan *Indirect Geographical Indication* adalah tanda tanpa nama Geografis, tetapi biasanya tanda tersebut menunjukkan

---

<sup>252</sup>I Gede Agus Kurniawan, *Pengaturan Penghentian Pemakaian Indikasi Geografis Pada Merek Terdaftar Oleh Pihak Lain Yang Tidak Berhak (Studi Komparatif Beberapa Negara)*, Jurnal Program Studi Magister Ilmu Hukum Pasca Sarjana Universitas Udayana, Denpasar, 2013, hlm.15

suatu tempat asal dari barang, seperti: tanda Menara *Eiffel*,  
tanda Menara *Pisa*,<sup>253</sup> menara Petronas dan Monas.

---

<sup>253</sup> International Symposium on Geographical Indication organized by WIPO. *Geographical Indication Protection and Promotion in Thailand* . (Online), (**Error! Hyperlink reference not valid.** tanggal 24 Oktober 2015)

# **BAB III**

## **ANALISIS KASUS INDIKASI GEOGRAFIS KOPI ARABIKA TORAJA DAN KALOSI**

### **A. Analisis Konsep Hukum Perlindungan**

#### **1. Substansi Materi Hukum**

Analisis substansi hukum dilakukan terkait dengan konsep perlindungan hukum atas Indikasi Geografis dalam mendukung hak ekonomi dalam mendukung hak ekonomi Pemegang Hak Indikasi Geografis. Dengan adanya perlindungan hukum yang memadai tersebut, diharapkan Pemegang Indikasi Geografis dapat mempertahankan kualitas dan reputasi produk yang dilindungi Indikasi Geografis, serta mencegah pihak lain yang tidak berhak mendaftarkan Indikasi Geografis untuk menggunakan atau memiliki reputasi dari suatu Indikasi Geografis. Selain itu, perlindungan hukum atas Indikasi Geografis diharapkan dapat menstimulasi Pemegang Indikasi Geografis untuk melakukan standarisasi proses pengolahan produk berdasarkan Buku Persyaratan Indikasi Geografis.

Indikasi Geografis menawarkan produk dengan ciri khas, kualitas dan reputasi tertentu, karena perbedaan lingkungan geografis daerah asal produk dengan produk sejenis dari daerah lain, dan bernilai ekonomi tinggi. Oleh karena itu, dibutuhkan aturan hukum yang memadai untuk mendukung perlindungan hukum hak ekonomi Pemegang Indikasi Geografis terdaftar.

Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis<sup>254</sup> dalam hukum kekayaan intelektual diatur terintegrasi ke dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek dan Indikasi Geografis). Dalam UU tersebut, Indikasi Geografis secara substansial diatur pada Bab VIII s/d Bab XI dari Pasal 53 s/d Pasal 71, yang mengganti aturan hukum Indikasi Geografis dalam Pasal 56 s/d Pasal 59 UU Merek, yang telah dicabut dan dinyatakan tidak berlaku sejak tanggal 25 November 2016. Penggantian tersebut, secara substansi mengubah beberapa materi hukum, susunan pasal, menambah beberapa pasal tentang Indikasi Geografis dan Indikasi Asal, baik yang telah disinggung maupun yang belum disinggung dalam UU Merek, mencakup:

1. Nama undang-undang berubah menjadi Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis.
2. Pengertian Indikasi Geografis diatur Pasal 1 angka 6 di UU Merek dan Indikasi Geografis , di UU Merek diatur Pasal 53 Ayat (1)
3. Pasal 53 Ayat (1,2,) Merek dan Indikasi Geografis tentang pihak yang berhak melakukan pendaftaran Indikasi Geografis ke Menteri, yaitu lembaga yang mewakili masyarakat di kawasan geografis tertentu dan pemerintah daerah Provinsi, Kabupaten dan Kota. Ketentuan tersebut, mengubah ketentuan Pasal 56 Ayat (2) UU Merek, dimana pihak tersebut terdiri :
  - a. lembaga yang mewakili masyarakat di daerah yang memproduksi barang yang bersangkutan, terdiri atas

---

<sup>254</sup> Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis adalah untuk melindungi kepentingan Pemegang Indikasi Geografis terhadap pelanggaran hak eksklusif Indikasi Geografis oleh pihak yang tidak berhak.



1. pihak yang mengusahakan barang yang merupakan hasil alam atau kekayaan alam
  2. produsen barang hasil pertanian
  3. pembuat barang-barang kerajinan tangan atau hasil industri
  4. pedagang yang menjual barang tersebut.
- b. lembaga yang diberi kewenangan untuk itu
  - c. kelompok konsumen barang tersebut.
4. Lingkup dan objek produk Indikasi Geografis dapat berupa: sumber daya alam, barang kerajinan tangan atau hasil industri. Sumber daya alam adalah segala sesuatu yang berasal dari alam, yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia yang mencakup tidak hanya komponen biotik seperti hewan, tumbuhan, dan mikro-organisme tetapi juga komponen abiotik seperti minyak bumi, gas alam, berbagai jenis logam, air, dan tanah. Sedangkan hasil industri adalah hasil dari olahan manusia berupa barang mentah menjadi barang jadi, contoh: Sutera Mandar, Tunun Gringsing dan Tenun Sikka.<sup>255</sup> Kata biotik dan abiotik tidak disinggung dalam Pasal 56 Ayat (2) UU Merek.
  5. Pasal 53 Ayat (2) UU Merek dan Indikasi Geografis tentang permohonan pendaftaran Indikasi Geografis diajukan ke Menteri, dalam UU Merek permohonan pendaftaran Indikasi Geografis di ajukan ke Ditjen HKI. ( Pasal 56 UU Merek)
  6. Pasal 55 Ayat (1) UU Merek dan Indikasi Geografis tentang Indikasi Geografis yang dapat didaftarkan

---

<sup>255</sup> Penjelasan Pasal 53 Ayat (3) huruf a angka 1 dan 3 UU Merek dan Indikasi Geografis

berdasarkan perjanjian internasional. Ketentuan ini tidak disinggung di UU Merek.

7. Pasal 56 Ayat (1) huruf c UU Merek dan Indikasi Geografis tentang permohonan Indikasi Geografis tidak dapat didaftar jika: merupakan nama yang telah digunakan sebagai varietas tanaman dan digunakan bagi varietas tanaman yang sejenis, kecuali ada penambahan padanan kata yang menunjukkan faktor Indikasi Geografis yang sejenis. Varietas tanaman tidak disinggung di UU Merek.
8. Pasal 58 UU Merek dan Indikasi Geografis tentang Pemeriksaan Substantif Indikasi Geografis dilakukan dengan alur pemeriksaan sebagai berikut: permohonan - pemeriksaan formal - pengumuman - pemeriksaan substantif - penerbitan sertifikat Indikasi Geografis. Sedangkan pada UU Merek alur pemeriksian dilakukan dengan pola sebagai berikut: permohonan - pemeriksaan formal - pemeriksaan substantif - pengumuman - penerbitan sertifikat Indikasi Geografis.
9. Jangka waktu dan proses pendaftaran Indikasi Geografis hingga penerbitan sertifikat selama 9 (sembilan) bulan. Sedangkan di UU Merek jangka waktunya bisa mencapai 14 (empat belas) bulan 10 (sepuluh) hari.
10. Pasal 61 Ayat (2) huruf a dan b UU Merek dan Indikasi Geografis, tentang jangka waktu perlindungan dan penghapusan Indikasi Geografis ditentukan Indikasi Geografis dapat dihapus jika: reputasi, kualitas, dan karakteristik yang menjadi dasar diberikannya perlindungan Indikasi Geografis pada suatu barang tidak dapat dipertahankan, dan

huruf bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, dan ketertiban umum. Di UU Merek ketentuan tersebut diatur pada Pasal 56 Ayat (1) dan Ayat (4) huruf a.

11. Pasal 62 UU Merek dan Indikasi Geografis tentang Penghapusan Indikasi oleh Menteri berdasarkan laporan hasil penelitian tim ahli Indikasi Geografis atas reputasi, kualitas, dan karakteristik Indikasi Geografis terdaftar yang dilakukan atas inisiatif sendiri atau karena laporan masyarakat. Ketentuan tersebut tidak disinggung dalam UU Merek.
12. Pasal 68 Ayat (2) UU Merek dan Indikasi Geografis tentang pembatalan dan pencoretan Merek terdaftar oleh Menteri untuk seluruh atau sebagian jenis barang yang memiliki persamaan dengan Indikasi Geografis setelah jangka waktu 2 (dua) tahun terhitung sejak tanda tersebut terdaftar sebagai Indikasi Geografis. Ketentuan tersebut tidak disinggung dalam UU Merek.
13. Pasal 80 dan Pasal 81 tentang sistem jaringan dokumentasi dan informasi Indikasi Geografis diselenggarakan melalui sarana elektronik dan non elektronik, serta dapat diakses secara nasional dan internasional. Ketentuan tersebut belum disinggung dalam UU Merek.
14. Pasal 101 UU Merek dan Indikasi Geografis tentang sanksi pidana penjara dan denda terhadap setiap orang yang dengan tanpa hak menggunakan tanda yang mempunyai persamaan pada keseluruhan atau pada pokoknya dengan Indikasi Geografis milik pihak lain untuk barang atau produk sejenis yang terdaftar,

dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Ketentuan sanksi pidana tersebut sama untuk tindak pidana yang berbeda, yaitu pidana penjara maksimal 4 (empat) tahun dan denda maksimal Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Sedangkan dalam Pasal 92 UU Merek dibedakan sanksi pidana penjara dan denda berbeda terhadap pihak yang menggunakan tanpa hak tanda yang sama pada keseluruhan dengan Indikasi Geografis terdaftar dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah). Sedangkan penggunaan tanpa hak tanda yang sama pada pokoknya dengan Indikasi Geografis terdaftar dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan denda paling banyak Rp 800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah).

Berdasarkan uraian tersebut di atas, secara substansi konsep perlindungan hukum Pemegang Indikasi Geografis yang dituangkan dalam pasal-pasal UU Merek dan Indikasi Geografis dilakukan secara hukum preventif dan represif. Perlindungan hukum preventif adalah perlindungan hukum atas Indikasi Geografis oleh pihak yang berhak, dengan melakukan pendaftaran Indikasi Geografis ke Menteri (eks.Ditjen HKI) sebelum terjadi pelanggaran hukum atas Indikasi Geografis, dan merupakan syarat untuk memperoleh perlindungan hukum dari negara. Dalam hal ini sangat tergantung pada lembaga Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG) dan Pemerintah Daerah Provinsi, Kabupaten dan Kota yang memiliki potensi produk Indikasi Geografis berupa: sumber daya

alam, barang kerajinan tangan dan hasil industri dengan mengajukan permohonan pendaftaran Indikasi Geografis ke Menteri,<sup>256</sup> agar potensi tersebut memperoleh perlindungan hukum (sistem konstitutif) dari negara.<sup>257</sup> Permohonan pendaftaran Indikasi Geografis diterima oleh Menteri, apabila memenuhi persyaratan formalitas, masa pengumuman dan persyaratan substantif sehingga dapat diberikan Sertifikat, kemudian didaftar dan diumumkan dalam Berita Resmi Indikasi Geografis.

Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang dan/atau produk yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada barang dan/atau produk yang dihasilkan. Sedangkan hak atas Indikasi Geografis adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada Pemegang Indikasi Geografis yang terdaftar, selama reputasi, kualitas, dan karakteristik yang menjadi dasar diberikannya perlindungan hukum atas Indikasi Geografis tersebut masih ada.<sup>258</sup> Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesejateraan Pemegang Indikasi Geografis melalui sistem perdagangan yang sehat dan persaingan usaha yang jujur, dimana kepentingan Pemegang Indikasi Geografis terlindungi dari praktik perbuatan curang dan itikad buruk dari pihak lain yang tidak berhak atas reputasi Indikasi Geografis terdaftar dengan meniru, memalsukan atau menggunakan Indikasi Geografis tersebut pada produk yang dipasarkan. Pada tingkat paling tinggi dari hubungan kepemilikan tersebut

---

<sup>256</sup> Pasal 1 angka 8 UU Merek dan Indikasi Geografis. Permohonan adalah permintaan pendaftaran Indikasi Geografis yang diajukan kepada Menteri.

<sup>257</sup> Pasal 53 Ayat (1,2,3) UU Merek dan Indikasi Geografis.

<sup>258</sup> Pasal 1 angka 6 dan 7 UU Merek dan Indikasi Geografis.

adalah jaminan keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum atas HKI kepada Pemegang Indikasi Geografis, untuk mengeksploitasi secara memadai manfaat ekonomi Indikasi Geografis terdaftar dengan bantuan negara.

Gambaran tersebut di atas, menunjukkan bahwa hak atas Indikasi Geografis terdaftar seharusnya hanya diberikan dalam bentuk hak milik komunal dan monopoli dalam hukum kekayaan intelektual, dengan mengedepankan kepentingan masyarakat daerah asal produk sebagai subjek hukum dan pemilik Indikasi Geografis terdaftar. Pelaksanaan hak tersebut dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip HKI, sebagai berikut:<sup>259</sup>

a. Prinsip Keadilan (the principle of natural justice)

Hukum memberikan perlindungan hukum demi kepentingan Pemegang Indikasi Geografis, berupa suatu kekuasaan untuk bertindak dalam rangka kepentingan hak tersebut. Setiap hak menurut hukum mempunyai titel, yaitu suatu peristiwa tertentu yang menjadi alasan melekatnya hak itu pada pemilikinya. Dalam HKI, peristiwa yang menjadi alasan melekatnya hak tersebut adalah kreativitas manusia berdasarkan kemampuan intelektual untuk menghasilkan kekayaan berupa hak atas benda tidak berwujud. Dengan hak tersebut mewajibkan pihak lain untuk melakukan sesuatu (commission) atau tidak melakukan sesuatu perbuatan (omission) yang terkait dengan Indikasi Geografis tersebut.

b. Prinsip Ekonomi (the economic argument)

HKI berasal dari proses kreatif yang memiliki manfaat serta berguna dalam menunjang kehidupan manusia. Kepemilikan tersebut wajar, karena sifat

---

<sup>259</sup> Draft Naskah Akademik: *Peraturan Perundang-undangan, RUU Tentang Merek*, Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI, Jakarta, 2015, hlm. 22

ekonomis manusia yang menjadikan hak atas kekayaan menjadi keharusan untuk menunjang kehidupannya dalam masyarakat. Indikasi Geografis merupakan salah satu bentuk kekayaan intelektual, yang dapat memberikan keuntungan ekonomi kepada pemiliknya untuk meningkatkan kesejateraan.

c. Prinsip Sosial (the social argument).

Hukum tidak mengatur manusia sebagai perseorangan yang berdiri sendiri dan terlepas dari manusia yang lain, akan tetapi hukum mengatur kepentingan manusia sebagai warga masyarakat. Interaksi antara individu dengan individu lain dalam masyarakat, dibentuk berdasarkan ikatan kekeluargaan. Penegasan tersebut menjadi penting, karena dalam penjelasan Pasal 53 Ayat (3) huruf a UU Merek dan Indikasi Geografis yang dimaksud dengan lembaga yang mewakili masyarakat di kawasan geografis tertentu, antara lain: asosiasi produsen, koperasi, dan Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG).

Penjelasan tersebut UU tersebut di atas dimaknai bahwa, MPIG dan Pemerintah tidak menjadi Pemegang hak milik komunal dan monopoli atas Indikasi Geografis, karena pendaftaran Indikasi Geografis untuk memperoleh perlindungan hukum dari negara dapat juga dilakukan oleh koperasi dan perusahaan perkebunan yang tergabung dalam asosiasi produsen produk Indikasi Geografis. Konsep seperti ini, menempatkan Indikasi Geografis terdaftar dapat dimiliki secara kolektif maupun komunal. Pada hal perlindungan hukum atas Indikasi Geografis adalah perlindungan hukum hak milik komunal dan monopoli kepada masyarakat yang telah mengusahakan produk spesifikasi lokasi tertentu, dengan jangka waktu selama reputasi, kualitas, dan karakteristik yang menjadi dasar

diberikannya perlindungan hukum tersebut masih ada.<sup>260</sup> Hak monopoli atas Indikasi Geografis bukan yang dilarang, sebagaimana yang diatur Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat,<sup>261</sup> tetapi hak yang bersifat khusus dalam rangka memberi penghargaan kepada masyarakat tertentu yang telah mengusahakan produk Indikasi Geografis secara turun temurun dengan metode tradisional. Dalam Pasal 56 UU Merek dan Indikasi Geografis ditentukan:

- (1) Permohonan Indikasi Geografis tidak dapat didaftar jika:
  - a. bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, dan ketertiban umum
  - b. menyesatkan atau memperdaya masyarakat mengenai reputasi, kualitas, karakteristik, asal sumber, proses pembuatan barang, dan kegunaannya
  - c. merupakan nama yang telah digunakan sebagai varietas tanaman dan digunakan bagi varietas tanaman yang sejenis, kecuali ada penambahan padanan kata yang menunjukkan faktor Indikasi Geografis yang sejenis.
- (2) Permohonan Indikasi Geografis ditolak jika:
  - a. Dokumen deskripsi Indikasi Geografis tidak dapat dibuktikan kebenarannya.
  - b. Memiliki persamaan pada keseluruhannya dengan Indikasi Geografis yang sudah terdaftar.

Kemudian dalam Pasal 21 UU Merek dan Indikasi Geografis ditentukan: Permohonan pendaftarannya Merek

---

<sup>260</sup> Pasal 1 angka 7 UU Merek dan Indikasi Geografis

<sup>261</sup> Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3817



ditolak jika mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Indikasi Geografis terdaftar.<sup>262</sup> Persamaan pada pokoknya adalah adanya kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur yang dominan antara Merek yang dimohonkan pendaftarannya dengan Indikasi Geografis terdaftar sehingga menimbulkan kesan adanya persamaan, baik mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan atau kombinasi antara unsur, maupun persamaan bunyi ucapan yang terdapat dalam Merek tersebut. Contoh, nama Toraja dan Kalosi yang digunakan pada kemasan produk kopi arabika Toraja dan Kalosi yang dipasarkan oleh pengusaha kopi, seperti: Toraja & Kalosi, Sulotco Kalosi Toraja. Sedangkan persamaan keseluruhan dengan Indikasi Geografis terdaftar adalah Merek yang dimohonkan pendaftarannya identik (sama persis) dengan Indikasi Geografis terdaftar baik mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan atau kombinasi antara unsur, maupun persamaan bunyi ucapannya. Untuk tanda yang telah digunakan sebagai Merek dengan itikad baik oleh pihak yang tidak berhak mendaftarkan Indikasi Geografis, tetap dapat menggunakan Merek tersebut untuk jangka waktu 2 (dua) tahun terhitung sejak Merek terdaftar sebagai Indikasi Geografis. Setelah jangka waktu 2 (dua) tahun, Menteri dapat membatalkan dan mencoret pendaftaran Merek tersebut untuk seluruh atau sebagian jenis barang yang sama dengan Indikasi Geografis terdaftar.<sup>263</sup>

Pemohon yang beritikad baik adalah Pemohon yang mendaftarkan Mereknya secara layak dan jujur, tanpa ada niat apa pun untuk membonceng, meniru reputasi

---

<sup>262</sup> Pasal 21 huruf d UU Merek dan Indikasi Geografis

<sup>263</sup> Pasal 68 ayat (1,2) UU Merek dan Indikasi Geografis

(ketenaran) Indikasi Geografis terdaftar, yang dapat menimbulkan kerugian ekonomi Pemegang Indikasi Geografis terdaftar.

Selanjutnya perlindungan hukum represif yaitu, suatu bentuk upaya hukum yang dapat dilakukan Pemegang Indikasi Geografis, apabila Indikasi Geografis terdaftar miliknya digunakan tanpa hak oleh pihak lain. UU Merek dan Indikasi Geografis, memberi peluang kepada Pemegang Indikasi Geografis untuk melakukan gugatan perdata dan tuntutan pidana.

Gugatan perdata dilakukan untuk setiap pelanggaran hukum atas Geografis terdaftar<sup>264</sup> melalui pengadilan Niaga, berupa: tuntutan ganti rugi, penghentian penggunaan dan pemusnahan label Indikasi Geografis yang digunakan oleh pihak lain yang tidak berhak. Untuk mencegah kerugian yang lebih besar yang dialami Pemegang Indikasi Geografis, hakim dapat memerintahkan

---

<sup>264</sup> Pasal 66 UU Merek dan Indikasi Geografis. Pelanggaran atas Indikasi Geografis mencakup:

- a. pemakaian Indikasi Geografis, baik secara langsung maupun tidak langsung atas barang dan/atau produk yang tidak memenuhi Dokumen Deskripsi Indikasi Geografis;
- b. pemakaian suatu tanda Indikasi Geografis, baik secara langsung maupun tidak langsung atas barang dan/atau produk yang dilindungi atau tidak dilindungi dengan maksud untuk:
  1. menunjukkan bahwa barang dan/atau produk tersebut sebanding kualitasnya dengan barang dan/atau produk yang dilindungi oleh Indikasi Geografis;
  2. mendapatkan keuntungan dari pemakaian tersebut; atau
  3. mendapatkan keuntungan atas reputasi Indikasi Geografis.
- c. pemakaian Indikasi Geografis yang dapat menyesatkan masyarakat sehubungan dengan asal-usul geografis barang itu;
- d. pemakaian Indikasi Geografis oleh bukan Pemakai Indikasi Geografis terdaftar;
- e. peniruan atau penyalahgunaan yang dapat menyesatkan sehubungan dengan asal tempat barang dan/atau produk atau kualitas barang dan/atau produk yang terdapat pada:
  1. pembungkus atau kemasan;
  2. keterangan dalam iklan;
  3. keterangan dalam dokumen mengenai barang dan/atau produk tersebut; atau
  4. informasi yang dapat menyesatkan mengenai asal-usulnya dalam suatu kemasan.
- f. tindakan lainnya yang dapat menyesatkan masyarakat luas mengenai kebenaran asal barang dan/atau produk tersebut.

pelanggar hukum atas Indikasi Geografis untuk menghentikan kegiatan pembuatan, memperbanyak, serta pemusnahan label Indikasi Geografis tersebut.<sup>265</sup>

Untuk pelaku tindak pidana Indikasi Geografis terdaftar, pelaksanaan penegakan hukumnya dilakukan atas bantuan kepolisian, penyidik pegawai negeri sipil (PPNS), kejaksaan dan lembaga peradilan, dengan ancaman sanksi pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).<sup>266</sup> Selain itu, penegakan hukum dapat juga dilakukan secara administratif, melalui: Pertama. Pembatalan dan pencoretan Merek terdaftar oleh Menteri, apabila suatu tanda telah dipakai dengan iktikad baik oleh pihak lain yang tidak berhak mendaftarkan Indikasi Geografis dengan ketentuan pemilik Merek tetap dapat menggunakan Merek tersebut untuk jangka waktu 2 (dua) tahun terhitung sejak tanda tersebut terdaftar sebagai Indikasi Geografis. Setelah jangka waktu penggunaan Merek berakhir, Menteri membatalkan dan mencoret pendaftaran Merek tersebut untuk seluruh atau sebagian jenis barang yang sama dengan produk Indikasi Geografis. Kedua. Penghapusan Merek terdaftar atas prakarsa Menteri yang dapat dilakukan jika Merek terdaftar tersebut memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Indikasi Geografis terdaftar.<sup>267</sup>

Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis melalui sistem pendaftaran ke Menteri untuk mendukung hak ekonomi Pemegang Indikasi Geografis, secara mutatis mutandis berlaku juga beberapa ketentuan perlindungan

---

<sup>265</sup> Pasal 67 dan Pasal 69 UU Merek dan Indikasi Geografis

<sup>266</sup> Pasal 101 UU Merek dan Indikasi Geografis

<sup>267</sup> Pasal 68 Ayat (1,2) dan Pasal 72 Ayat (7) huruf a UU Merek dan Indikasi Geografis

hukum atas Merek, yaitu: ketentuan mengenai tentang pengumuman, keberatan, sanggahan dan penarikan kembali permohonan pendaftaran Merek secara mutatis mutandis berlaku ketentuan Pasal 14 s/d Pasal 19, ketentuan tentang pemeriksaan substantif permohonan pendaftaran Indikasi Geografis secara mutatis mutandis berlaku ketentuan Pasal 23 s/d Pasal 26. ketentuan tentang permohonan banding terhadap penolakan permohonan pendaftaran Indikasi Geografis berlaku secara mutatis mutandis ketentuan Pasal 28 s/d Pasal 32.<sup>268</sup> Pengaturan hukum seperti di atas dimungkinkan, karena persetujuan *TRIPs* tidak mengatur lebih jauh Indikasi Geografis dengan norma hukum tertentu yang harus diikuti negara anggota untuk melakukan perlindungan hukum atas Indikasi Geografis dinegaranya. Persetujuan *TRIPs* hanya mengatur norma standar minimum, yang harus dilakukan oleh setiap negara anggota dalam menyediakan sarana-sarana hukum (*legal means*) dalam rangka perlindungan hukum atas Indikasi Geografis, termasuk singgungannya dengan persaingan usaha tidak sehat (*unfair competition*). Bagaimana bentuk perlindungan hukum atas Indikasi Geografis, pengaturannya diserahkan kepada kebijakan masing-masing negara anggota. Meskipun dalam persetujuan *TRIPs*, Indikasi Geografis dan Merek merupakan rezim HKI yang independen,<sup>269</sup> dengan beberapa perbedaan yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

---

<sup>268</sup> Pasal 57 ayat (2) dan Pasal 58 ayat (2) UU Merek dan Indikasi Geografis

<sup>269</sup>(Online),(<http://www.hukumonline.com/>, diakses tanggal 16 Oktober 2016)

Tabel 2. Perbedaan Indikasi Geografis Dengan Merek

No.	Indikasi Geografis	Merek
1.	Definisi:	Definisi
	Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang atau produk yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada barang atau produk yang dihasilkan.	Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum untuk di perdagangan.
2.	Objek Yang Dilindungi	Objek Yang Dilindungi
	Barang dengan ciri khas dan kualitas tertentu karena pengaruh geografis asal produk dan manusia, berupa sumber daya alam biotik dan abiotik, kerajinan tangan dan hasil industri.	Barang dan jasa, dimana kualitas dan reputasi tidak dipengaruhi oleh faktor geografis asal produk .
3.	Pemegang dan Sifat Hak	Pemegang dan Sifat Hak
	Kelompok masyarakat yang mengusahakan produk Indikasi Geografis di daerah tertentu dan bersifat Hak Komunal dan monopoli.	Perorangan dan badan usaha, yang bersifat hak Individu dan kolektif
4.	Pengalihan Hak	Pengalihan Hak
	Hak atas Indikasi Geografis tidak dapat dialihkan (lisensi) kepada pihak lain.	Merek dapat dialihkan (lisensi) kepada pihak lain.

5.	Jangka waktu perlindungan hukum	Jangka waktu perlindungan hukum
	Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis berlangsung selama reputasi, kualitas, dan karakteristik yang menjadi dasar perlindungan atas Indikasi Geografis masih ada.	Perlindungan hukum atas Merek berlaku untuk jangka waktu 10 tahun dan dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama.

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2017

Patut diakui bahwa kehadiran UU Merek dan Indikasi Geografis, merupakan suatu upaya pemerintah memberikan perlindungan hukum Pemegang Indikasi Geografis secara memadai dalam hukum nasional maupun internasional, untuk mendukung hak ekonomi Indikasi Geografis terdaftar. Namun demikian, masih terdapat ketentuan pasal-pasal yang merupakan kaidah-kaidah hukum substantif dan bersifat normatif dogmatis, karena perlu pengaturan yang lebih rinci dan jelas untuk dapat diberlakukan secara substansialnya maupun secara normatif empirik di masyarakat. Ketentuan-ketentuan hukum tersebut adalah: Pasal 21 Ayat (1) huruf d, Pasal 56 s/d Pasal 59 tentang pendaftaran Indikasi Geografis, Pasal 63 dan 64 tentang Indikasi Asal dan Pasal 71 tentang Pengawasan Indikasi Geografis. Hal tersebut menjadi penting, mengingat bahwa hanyalah hukum yang kemampuan substansialnya teruji dengan mapan baik secara normatif maupun secara empirik dapat memberikan corak dan warna rekayasa sosial yang diinginkan sesuai dengan perencanaan.<sup>270</sup>

---

<sup>270</sup> Hasbir Paserangi dan Ibrahim Ahmad. *Op., Cit.* hlm.116

Menurut Reto Meili, permohonan pendaftaran dan sertifikasi Indikasi Geografis di Indonesia masih menemui hambatan dan tantangan, karena: Pertama. Penguatan organisasi masyarakat sebagai produsen barang yang dilindungi rezim Indikasi Geografis. Proses sertifikasi produk Indikasi Geografis tergantung kepada Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG). Kedua. Penyusunan Buku Persyaratan Indikasi Geografis. MPIG masih mengalami kesulitan dalam mendefinisikan produk Indikasi Geografisnya. Ketiga. Peningkatan skala produksi produk Indikasi Geografis untuk diekspor menggunakan banyak variabel yang harus diperhatikan dalam proses produksi.<sup>271</sup> Keterbatasan pemahaman tersebut, dapat menimbulkan pemahaman keliru atas Indikasi Geografis dan Merek dalam hal-hal sebagai berikut:

1. Indikasi Geografis dan Merek

Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang atau produk yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada barang dan/atau produk yang dihasilkan.<sup>272</sup> Tanda dimaksud dapat berupa: nama tempat atau daerah, kata, gambar, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang dijadikan atribut barang Indikasi Geografis. 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

---

<sup>271</sup> Reto Meili, *Project Coordinator Indonesia-Swiss Intellectual Property (ISIP)* dalam *Seminar Nasional Indikasi Geografis "Best Practice of Geographical Indication"*, Jakarta, 2016, (Online), (<http://www.hukumonline.com/> diakses tanggal 12 Oktober 2016)

<sup>272</sup> Pasal 1 angka 6 UU Merek dan Indikasi Geografis

bersangkutan. Contoh: Nama Toraja dan Kalosi, mengindikasikan nama daerah produsen kopi arabika yang terletak di Provinsi Sulawesi Selatan. Sedangkan Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi, 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa.<sup>273</sup> Antara Indikasi Geografis dan Merek memiliki sifat, karakteristik yang berbeda serta tata cara perlindungan hukum yang berbeda pula. Namun demikian, masyarakat masih menganggap Indikasi Geografis dan Merek adalah sama.

## 2. Pemilik dan Pemakai Indikasi Geografis

Masyarakat asal Indikasi Geografis terdaftar, pada umumnya menganagap Pemilik dan Pemakai Indikasi Geografis sama dengan Pemilik dan Pemakai Merek. Pada hal dalam UU Merek dan Indikasi Geografis ditentukan, : Permohonan pendaftaran Merek diajukan oleh Pemohon atau Kuasanya kepada Menteri secara elektronik atau non-elektronik dalam bahasa Indonesia. Pemohon dimaksud dapat dilakukan seseorang, beberapa orang secara bersama-sama (Merek kolektif)<sup>274</sup> dan badan hukum.<sup>275</sup> Sedangkan

---

<sup>273</sup> Pasal 1 angka 1 UU Merek dan Indikasi Geografis

<sup>274</sup> Pasal 1 angka 4 UU Merek dan Indikasi Geografis. Merek Kolektif adalah Merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasannya yang akan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.

<sup>275</sup> Pasal 4 ayat (1) dan Pasal 1 ayat (2) UU Merek dan Indikasi Geografis



permohonan pendaftaran Indikasi Geografis<sup>276</sup> yang dilakukan oleh lembaga yang mewakili masyarakat di kawasan geografis tertentu dan Pemerintah daerah Provinsi, Kabupaten dan Kota yang memiliki potensi produk Indikasi Geografis.

Lembaga yang mewakili masyarakat, adalah masyarakat yang mengusahakan produk berIndikasi Geografis berupa sumber daya alam, barang kerajinan tangan dan hasil industri di kawasan geografis tertentu yang terdiri dari: asosiasi produsen, koperasi, dan masyarakat perlindungan Indikasi Geografis (MPIG). Sedangkan pemerintah adalah pemerintah daerah provinsi, kabupaten atau kota tempat produk berIndikasi Geografis berasal.<sup>277</sup> Dan Pemilik Indikasi Geografis (Pemegang Indikasi Geografis) adalah kelompok masyarakat di daerah tertentu, yang mengusahakan produk Indikasi Geografis.

Pemakai Indikasi Geografis adalah Pemegang Indikasi Geografis dan pihak lain yang mendapat izin dari Pemegang Indikasi Geografis yang terdaftar untuk mengolah dan memasarkan produk yang memenuhi persyaratan sebagaimana diatur dalam Buku Persyaratan Indikasi Geografis Indikasi Geografis serta terdaftar pada daftar umum Indikasi Geografis. Berbeda dengan Merek yang dapat dimiliki dan dipakai secara pribadi, kolektif oleh orang dan badan hukum, pemilik Merek terdaftar dapat mengalihkan Merek tersebut kepada pihak lain berdasarkan perjanjian tertulis atau dalam bentuk lainnya, menurut

---

<sup>276</sup> Pasal 53 ayat (1) dan Pasal 1 angka 12 PP Indikasi Geografis. Menteri adalah menteri yang membawahkan departemen yang salah satu lingkup tugas dan tanggung jawabnya meliputi bidang hak kekayaan intelektual, termasuk Indikasi Geografis.

<sup>277</sup> Penjelasan Pasal 53 Ayat (3) atas UU Merek dan Indikasi Geografis

peraturan perundang-undangan yang mengatur penggunaan dan peralihan Merek terdaftar tersebut.<sup>278</sup>

### 3. Jangka Waktu Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis

Jangka waktu Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis berlaku selama reputasi, kualitas, dan karakteristik yang menjadi dasar perlindungan atas Indikasi Geografis tersebut masih ada. Artinya bahwa, Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis sangat ditentukan oleh faktor lingkungan geografis asal produk. Sedangkan jangka waktu perlindungan hukum atas Merek terdaftar 10 (sepuluh) tahun, berlaku sejak tanggal penerimaan persetujuan pendaftaran Merek oleh Menteri serta dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama, untuk menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.<sup>279</sup>

### 4. Lingkup dan Objek Indikasi Geografis dan Merek

Lingkup dan objek Indikasi Geografis dapat berupa: sumber daya alam, barang kerajinan tangan dan hasil industri. Sumber daya alam adalah segala sesuatu yang berasal dari alam yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia yang mencakup komponen biotik, seperti: hewan, tumbuhan, mikroorganisme dan komponen abiotik, seperti: minyak bumi, gas alam, berbagai jenis logam, air, dan tanah. Hasil industri adalah hasil dari olahan manusia berupa barang mentah menjadi barang jadi antara lain tunun Gringsing, tenun Sikka,<sup>280</sup> tenun sutera Mandar dan tenun sutera Wajo.

---

<sup>278</sup> Pasal 1 angka 18 UU Merek dan Indikasi Geografis

<sup>279</sup> Pasal 61 Ayat (1), Pasal 1 angka 5 dan Pasal 35 Ayat (1,2) UU Merek dan Indikasi Geografis

<sup>280</sup> Penjelasan Pasal 53 Ayat (3) UU Merek dan Indikasi Geografis

Menurut penulis lingkup dan objek tersebut di atas sangat luas, karena meliputi semua produk yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia yang mencakup komponen biotik dan abiotik serta hasil Industri. Cakupan yang luas seperti ini, akan menimbulkan kesulitan dalam permohonan perlindungan hukumnya. Walaupun produk-produk tersebut kualitasnya secara langsung dipengaruhi oleh faktor alam, seperti: komponen biotik: hewan, tumbuhan, mikroorganisme dan komponen abiotik, seperti: minyak bumi, gas alam, berbagai jenis logam, air, dan tanah. Tetapi masyarakat lokal dengan pengetahuan dan modal terbatas, akan kesulitan dalam mengusahakan komponen-komponen tersebut sebagai produk Indikasi Geografis.

Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis dengan melakukan permohonan pendaftaran ke Menteri, mengikuti sistem konstitutif (*first to file principle*), yaitu suatu Indikasi Geografis akan memperoleh perlindungan hukum setelah dilakukan pendaftaran pertama oleh pihak yang beritikad baik.<sup>281</sup> Dalam sistem tersebut, pihak yang berhak atas Indikasi Geografis adalah pihak yang pertama kali mengajukan pendaftaran Indikasi Geografis ke Menteri sesuai persyaratan yang ditentukan UU Merek dan Indikasi Geografis, dan beritikad baik. Oleh karena itu, permohonan pendaftaran suatu Indikasi Geografis harus ditolak jika diajukan oleh Pemohon yang beritikad tidak baik,<sup>282</sup> yaitu pihak yang mendaftarkan Indikasi Geografis secara tidak layak dan tidak jujur, atau ada niat tersembunyi. Contoh: membonceng, meniru, atau menjiplak ketenaran, yang

---

<sup>281</sup> Rachmadi Usman, *Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual, Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*, PT.Alumni, Bandung, 2003, hlm. 326.

<sup>282</sup> Pasal 21 ayat (3) UU Merek dan Indikasi Geografis.

dapat menimbulkan persaingan tidak sehat dan menyesatkan konsumen.<sup>283</sup>

Selanjutnya, setiap penggunaan tanda yang memiliki persamaan pada pokoknya<sup>284</sup> atau keseluruhannya dengan Indikasi Geografis yang sudah dikenal,<sup>285</sup> oleh pihak yang tidak berhak harus dianggap pelanggaran hukum atas Indikasi Geografis. Selain sistem konstitutif (*first to file principle*) dikenal juga sistem deklaratif yaitu sistem perlindungan hukum atas HKI diberikan kepada pihak pemakai pertama HKI. Ketentuan ini berlaku sepanjang tidak ada pihak lain yang dapat membuktikan bahwa pihaknyalah yang menjadi pemakai pertama kali dari HKI Indikasi tersebut. Pendaftaran HKI pada sistem tersebut hanya merupakan dugaan hukum sebagai pemakai pertama kali.<sup>286</sup> Pendaftaran HKI bukan menjadi syarat perlindungan hukum tetapi untuk memudahkan pembuktian di Pengadilan apabila ada pihak lain yang mengklaim bahwa HKI terdaftar tersebut adalah miliknya.

Menurut Yahya Harahap, terdapat 2 (dua) doktrin tentang eksistensi perlindungan hukum atas Indikasi Geografis dan Merek terdaftar, yaitu:

Doktrin pendaftaran pertama atau *first to file principle*, siapa pendaftar pertama dianggap mempunyai hak yang lebih unggul dan lebih utama dari pemilik Merek dan Indikasi Geografis lainnya

---

<sup>283</sup> Jacki Ambadar, Miranty Abidin dan Yanty Isa, *Mengelola Merek*, Jakarta, Yayasan Bina Karsa Mandiri, 2007, hlm. 79.

<sup>284</sup> Dimaksud dengan persamaan pada pokoknya adalah adanya kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur-unsur Indikasi Geografis yang menonjol pada Merek, sehingga menimbulkan kesan adanya persamaan antara Merek dengan Indikasi Geografis terdaftar.

<sup>285</sup> Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*, PT. Refika Aditama, Bandung, 2004, hlm. 11

<sup>286</sup> Sudargo Gautama dan Rizawanto Winata, *Hukum Merek Indonesia*, PT, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1993, hlm.33.

sesuai dengan *asas prior in filling* dan berbarengan dengan itu ditegakkan pula doktrin pemakai pertama atau *prior user (first to use system)*, apabila dapat membuktikan bahwa dia pemakai pertama yang sesungguhnya dianggap pemilik paling unggul haknya jika seseorang dapat membuktikan sebagai pemakai pertama sesungguhnya. Penjelasan umum tersebut memberikan kedudukan yang utama pada asas *prior user has a better right* atau pemakai pertama mempunyai hak yang lebih baik dari pendaftar pertama.<sup>287</sup>

Pada sistem deklaratif perlindungan hukum atas Indikasi Geografis bersifat sementara, karena pendaftaran tersebut masih dapat digugat dan dibatalkan apabila penggugat dapat membuktikan bahwa dialah sebagai pemilik (pemakai) pertama dari Indikasi Geografis terdaftar. Sedangkan pada sistem konstitutif (*first to file principle*), pendaftaran Indikasi Geografis yang dilakukan dengan itikad baik memberikan perlindungan hukum yang lebih terjamin kepada Pemegang Indikasi Geografis, karena pihak lain tidak dapat menggugat untuk membatalkan Indikasi Geografis terdaftar tersebut.

## **2. Aktualisasi Materi Hukum**

Sistem perlindungan hukum atas Indikasi Geografis untuk mendukung hak ekonomi Pemegang Indikasi Geografis, pertama kali diperkenalkan di Prancis pada awal abad ke-20 dengan memberikan perlindungan hukum terhadap produk lokal yang memiliki kriteria geografis

---

<sup>287</sup> M. Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek Di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Merek Nomor 19 tahun 1992*, Bandung, Citra Adityabakti, 1996, hlm, 335-336.

tertentu dan kriteria khusus lainnya dalam bentuk *Appellation d'Origine Contrôlée* (AOC). Contoh: Keju *Roquefort*. Keju susu domba dari *trah Lacaune, Manech*, keturunan *Basco-Bearnaise*. Hanya keju yang disimpan dalam gua-gua *Combalou*, di wilayah *Roqueforty-sur-Soulzon* yang boleh menggunakan nama *Roquefort*.<sup>288</sup> Pada tatanan internasional, perlindungan hukum atas Indikasi diatur dalam Pasal 22 s/d Pasal 24 persetujuan *TRIPs*. Sedangkan dalam hukum nasional, aturan hukum Indikasi Geografis yang terintegrasi kedalam UU Merek dan Indikasi Geografis, mengakomodir juga beberapa perjanjian-perjanjian Internasional yang terkait dengan Indikasi Geografis selain persetujuan *TRIPs*, seperti: konvensi Paris, Madrid dan Lisbon. Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang mengidentifikasikan suatu barang yang berasal dari wilayah salah satu anggota, atau suatu daerah di dalam wilayah tersebut, di mana tempat asal barang tersebut merupakan hal yang sangat penting bagi reputasi dari barang yang bersangkutan karena kualitas dan karakteristik.<sup>289</sup> Ketentuan tersebut, tidak membatasi produk Indikasi Geografis pada produk pertanian saja, tetapi berlaku untuk semua produk barang (*goods*) yang kualitas dan reputasinya dipengaruhi lingkungan geografis serta dipasarkan menggunakan identitas wilayah asal produk.<sup>290</sup> Contoh produk pertanian: keju *Requefort*,

---

<sup>288</sup> (Online), (<http://www.dgip.go.id> /diakses tanggal 24 Oktober 2016

<sup>289</sup> Pasal 22 Ayat (1) Persetujuan *TRIPs*: *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 characteristics of the good is essentially attributable to its geographical origin.*

<sup>290</sup> Pasal 1 Ayat (3) Konvensi Paris: *Industrial property shall be understood in the broadest sense and shall apply not only to industry and commerce proper, but likewise to agricultural and extractive industries and to all manufactured or natural products, for*

minuman anggur *champagne* Prancis dan beras *Basmati* India yang terkenal dengan daerah atau nama daerah asalnya. Contoh produk Indikasi Geografis yang tidak berkaitan secara langsung dengan lingkungan geografis asalnya: *Kanchipuram Silks* dan *Kolhapuri Chappal* India, *Thai Silk Thailand* dan *Erzincan Copper Handicrafts* Turki.<sup>291</sup> Produk-produk tersebut memperoleh perlindungan hukum Indikasi Geografis dengan mengesampingkan nama tempat asalnya.

Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis Indonesia telah dilakukan untuk produk-produk: sumber daya alam, kerajinan tangan dan hasil industri.<sup>292</sup> Produk sumber daya alam adalah segala sesuatu yang berasal dari alam, dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia yang mencakup tidak hanya komponen biotik seperti hewan, tumbuhan, dan mikroorganisme tetapi juga komponen abiotik. Contoh: Minyak bumi, gas alam, berbagai jenis logam, air, dan tanah. Hasil industri, yaitu barang hasil olahan manusia yang berasal dari sumber daya alam. Contoh: Kain sutera Sengkang di Sulawesi Selatan dan kain tenun Sikka di Nusa Tenggara Timur dapat dilindungi sebagai Indikasi Geografis karena dari metode pembuatan di ketahui bahwa bahan baku pembuatan kain sutera Sengkang dari Kabupaten Wajo dan kain tenun Sikka berasal dari Kabupaten Sikka menjadi dasar pembeda produk sejenis dari daerah lain.

---

*example, wines, grain, tobacco leaf, fruit, cattle, minerals, mineral waters, beer, flowers, and flour.*)

<sup>291</sup> I Gede Agus Kurniawan, *Pengaturan Penghentian Pemakaian Indikasi Pada Merek Terdaftar Oleh Pihak Lain Yang Tidak Berhak” Studi Komperatif Beberapa Negara”* Jurnal Program Pascasarjana Universitas Udayana Denpasar, 2013. hlm. 11

<sup>292</sup> Pasal 53 Ayat (3) huruf a UU Merek dan Indikasi Geografis

Lingkup dan objek Indikasi Geografis tersebut di atas, mencakup semua produk yang memiliki keterkaitan langsung atau tidak langsung dengan faktor geografis, termasuk faktor alam dan manusia yang menjadi dominan terbentuknya ciri khas dan kualitas dapat dilindungi dengan Indikasi Geografis.<sup>293</sup> Mengingat Indikasi Geografis merupakan potensi nasional dan menjadi komoditas unggulan yang bernilai ekonomi tinggi, dan perlu memperoleh perlindungan hukum yang memadai secara nasional maupun internasional, melalui perjanjian internasional<sup>294</sup> untuk membantu Pemegang Indikasi Geografis mendaftarkan Indikasi Geografisnya di luar negeri dengan mudah dan biaya yang terjangkau. Contoh: *Konvensi Madrid*.<sup>295</sup>

### **3. Sanksi Hukum**

Hak atas Indikasi Geografis adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada Pemegang Indikasi Geografis yang terdaftar, selama reputasi, kualitas, dan karakteristik yang menjadi dasar diberikannya perlindungan atas Indikasi Geografis tersebut masih ada.<sup>296</sup> Penggunaan tanda Indikasi Geografis terdaftar tanpa hak oleh pihak lain dimaknai sama dengan tindak pidana pencurian atas kekayaan orang lain dan diancamkan sanksi pidana. Hal tersebut diatur dalam Pasal 101 UU Merek dan Indikasi Geografis:

- (1) Setiap orang yang dengan tanpa hak menggunakan tanda yang mempunyai persamaan pada keseluruhan

---

<sup>293</sup> Penjelasan Atas UU Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 53 Ayat (3) huruf a angka 1 dan 3 angka PP Indikasi Geografis

<sup>294</sup> Pasal 55 Ayat (1) UU Merek dan Indikasi Geografis

<sup>295</sup> Penjelasan umum atas UU Merek dan Indikasi Geografis

<sup>296</sup> Pasal 1 angka 7 UU Merek dan Indikasi Geografis



dengan Indikasi Geografis milik pihak lain untuk barang atau produk sejenis dengan barang atau produk yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4(empat) tahun atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

- (2) Setiap orang yang dengan tanpa hak menggunakan tanda yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Indikasi Geografis milik pihak lain untuk barang atau produk sejenis dengan barang atau produk yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Kalau dicermati ketentuan hukum tersebut di atas jika dikaitkan dengan sanksi hukum diatur 2 (dua) jenis perbuatan yang dikategorikan tindak pidana Indikasi Geografis, yaitu: Pertama. Menggunakan tanpa hak tanda yang memiliki persamaan secara keseluruhan dengan Indikasi Geografis terdaftar.<sup>297</sup> Kedua. Menggunakan tanpa hak tanda yang memiliki persamaan pada pokoknya dengan Indikasi Geografis terdaftar. Perbuatan tersebut di ancaman pidana yang sama, yaitu pidana penjara paling lama 4(empat) tahun dan denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Penerapan sanksi pidana yang sama tersebut tidak realistis jika dikaitkan dengan pengertian penggunaan secara keseluruhan dan pada pokoknya tanpa hak Indikasi terdaftar, karena delik

---

<sup>297</sup> Penjelasan Atas Pasal 1 Ayat (3) UU Merek dan Indikasi Geografis. Yang dimaksud dengan terdaftar adalah setelah Permohonan melalui proses pemeriksaan formalitas, proses pengumuman, dan proses pemeriksaan substantif serta mendapatkan persetujuan Menteri untuk diterbitkan sertifikat.

yang berbeda seharusnya diancam sanksi yang berbeda pula. Walaupun secara substansi, sanksi pidana denda dalam UU Merek dan Indikasi Geografis lebih tinggi, tetapi dengan sanksi pidana penjara yang lebih ringan jika dibandingkan dengan ketentuan yang sama yang diatur Pasal 92 UU Merek:

- (1) Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang sama pada keseluruhan dengan Indikasi Geografis milik pihak lain untuk barang yang sama atau sejenis dengan barang yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (2) Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang sama pada pokoknya dengan Indikasi Geografis milik pihak lain untuk barang yang sama atau sejenis dengan barang yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun atau denda paling banyak Rp 800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah).

## **B. Analisis Hak Ekonomi Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja Dan Kalosi**

Analisis kontribusi hak Ekonomi Indikasi Geografis dilakukan untuk hak monopoli produksi, penggunaan dan pemasaran produk Indikasi Geografis, pada lembaga Masyarakat Pelindungan Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja (MPIG-Kopi Arabika Toraja) sertifikat No.ID G 000 000 025 dan Masyarakat Perlindungan Kopi Enrekang (MPKE) sertifikat No.ID G 000 000 018, sebagai berikut:

## 1. Kopi Arabika Toraja

### a. Hak Produksi

Kopi Arabika Toraja diproduksi oleh lembaga Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja (MPIG-Kopi Arabika Toraja), yang anggotanya terdiri dari :<sup>298</sup>

Tabel 3: Anggota MPIG-Kopi Arabika Toraja

No.	Anggota MPIG	Jumlah Kelompok Tani	Jumlah Anggota	Luas Kebun Kopi arabika	Porsentase (%)
1.	Kelompok Tani	210 Klp	4.491 Org	3.675 ha	69,1%
2.	PT. Toarco Jaya	-	-	543 ha	10,2%
3.	PT. Sulatco	-	-	1.100 ha	20,7%
Jumlah		210 Klp	4.491 Org	5.318 ha	100%

Sumber: MPIG-Kopi Arabika Toraja. Buku Persyaratan Indikasi Geografis Indikasi Geografis, 2013.

Tabel 3 tersebut di atas menggambarkan bahwa MPIG-Kopi Arabika Toraja sebagai Pemegang Indikasi Geografis terdiri dari: petani kopi (*smallholders coffee*) dengan luas areal kebun kopi 3.675 ha (69,1%), dan perusahaan perkebunan besar (*estates coffee*) yaitu: PT. Toarco Jaya di Kabupten

Toraja Utara dengan luas areal perkebunan 543 ha (10,2%) dan PT. Sulatco di Kabupaten Toraja luas areal perkebunan 1.100 ha (20,7%), dari jumlah areal kebun kopi arabika di Toraja dengan luas 5.318 ha. Secara kuantitas, kebun kopi arabika yang dikelola oleh kelompok tani lebih luas (3.675 ha) jika dibandingkan dengan yang dikelola perusahaan perkebunan (1.643 ha), tetapi produktifitasnya rendah karena hanya rata-rata 0,7 ton/ha/tahun atau setara dengan 2.507.4 ton kopi biji beras kering per tahun.<sup>299</sup>

Menurut Elias Pasalli, produktifitas kebun kopi arabika petani rendah karena masih dioalah secara

<sup>298</sup> MPIG-Kopi Arabika Toraja. *Op., Cit.* hlm.11-15

<sup>299</sup> *Ibid.*

tradisioanl dengan perawatan yang minim. Terkait dengan PT. Toarco Jaya dan PT.Sulotco menjadi anggota MPIG-Kopi Arabika Toraja, karena reputasi (kepopuleran) kopi arabika Toraja sangat dibantu oleh *Hisashi Ohki* wakil direktur perusahaan *Key Coffe Inc Corporation* Japan, yang membuka perkebunan kopi arabika di Pedamaran, Kecamatan Rantepao tahun 1990 dengan luas 543 ha. Demikian juga dengan PT.Sulotco, yang membuka perkebunan kopi seluas 1.100 ha di Kecamatan Bittuang dan Kecamatan Mengkendek. Namun demikian, luas perkebunan kopi perusahaan tersebut tidak sebanding dengan luas kebun kopi arabika milik masyarakat Toraja.<sup>300</sup>

Menurut penulis PT. Toarco Jaya dan PT. Sulatco seharusnya tidak menjadi bagian dari MPIG-Kopi Arabika Toraja apabila pihak yang berkepentingan memiliki pengetahuan yang memadai atas Indikasi Geografis, karena:

1. Kopi arabika di Toraja telah dibudidayakan di daerah Toraja sebelum abad ke-17. Hal tersebut didasarkan penemuan tanaman kopi arabika di daerah Bolokan dan Pangala oleh *Van Rijn* dan *Van Dijke* waktu membuka *Onderneming* kopi arabika dengan umur antara 200-300 tahun.<sup>301</sup> Oleh karena tidak tepat kalau dikatakan reputasi kopi arabika Toraja karena dipromosikan oleh perusahaan *Key Coffe, Inc. Corporation* Japan Pemilik PT. Toarco Jaya dan *IFES Inc. Corporation California* pemilik PT. Sulatco.
2. Meskipun perusahaan tersebut hanya memiliki perkebunan kopi seluas 1.643 ha (30,9 %), tetapi

---

<sup>300</sup> Hasil wawancara dengan Ketua MPIG-Kopi Arabika Toraja di Rantepao Tanggal 17 Desember 2016

<sup>301</sup> MPIG. *Op., Cit.* hlm.40

- dikelolah secara moderen dengan produkdivitas dan standar kualitas yang tinggi.
3. PT.Toarco Jaya pemilik Merek Toarco Toraja dan PT.Sulotco adalah pemilik Merek Sulatco Kalosi Toraja Coffee telah terdaftar di Jepang dan Amerika sebelum Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja terdaftar.
  4. Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis seharusnya hanya diberikan kepada kelompok masyarakat di daerah, yang telah mengusahakan produk spesifikasi lokasi tertentu secara turun dengan kualitas dan reputasi yang terbetuk karena pengaruh faktor lingkungan geografis dan manusia.
  5. Hak milik atas Indikasi Geografis adalah hak milik komunal dan monopoli, yaitu konsep hak milik yang hanya diberikan kepada kelompok masyarakat di wilayah tertentu yang mengusahakan, mengolah dan memasarkan produk berdasarkan Buku Persyaratan Indikasi Geografis.
  6. Konsep hak milik komunal atas Indikasi Geografis telah dikenal sejak tahun 1411, saat masyarakat *Requefort* dianugerahi Piagam Kehormatan Kerajaan (*Royal Charter*) oleh Raja *Charles VI* atas keunggulan kualitas keju *Requefort*. Atas penghargaan tersebut, hanya masyarakat desa *Requefort* yang boleh memproduksi keju dengan nama *Requefort*.<sup>302</sup> Demikan juga dengan nama *Champagne*, Indikasi Geografis milik masyarakat petani anggur dari desa *Aisne, Aube, Marne, Haute-Marne dan Seine-et-Marne*, yaitu daerah yang terletak di daerah administratif bagian timur laut Prancis, yang meminta hak monopoli penggunaan nama *Champagne* pada tahun 1911.<sup>303</sup>

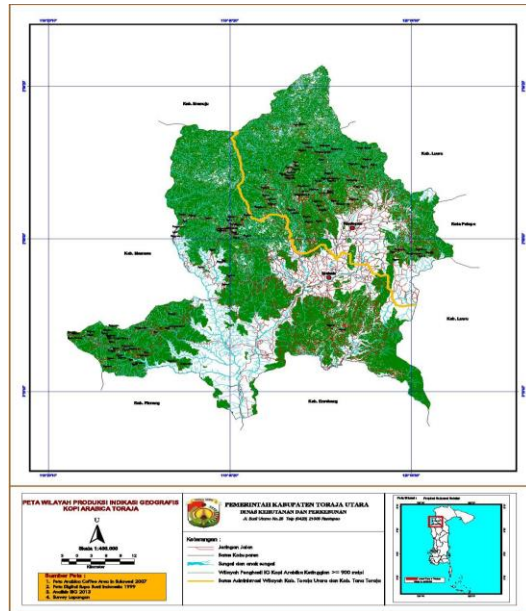
---

<sup>302</sup> Risang Ayu, *Op., Cit.* hlm.2

<sup>303</sup> Ditjen KI, *Buku Persyaratan Indikasi Geografis Indikasi Geografis Champagne*, Jakarta, 2008, hlm.1-2

Dalam Buku Persyaratan Indikasi Geografis ditentukan, batasan kawasan Indikasi Geografis kopi arabika Toraja pada ketinggian 900m s/d 2.800m dari permukaan laut (dpl).<sup>304</sup> Batasan kawasan yang diklasifikasikan sebagai wilayah Indikasi Geografis, selain untuk budidaya kopi arabika digunakan juga sebagai tempat proses pengolahan pasca panen untuk produk yang tidak boleh dilakukan diluar batasan kawasan Indikasi Geografis. Batasan kawasan tersebut dapat dilihat pada gambar peta berikut ini:

Gambar 2. Peta Batasan Kawasan Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja



Sumber: Buku Persyaratan Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja 2013

Dalam batasan kawasan yang diklasifikasikan sebagai wilayah Indikasi Geografis, budidaya kopi arabika

<sup>304</sup> MPIG.*Op., Cit.* hlm.25

dan proses pengolahan kopi arabika pasca panen dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. Proses Dan Tempat Pengolahan Kopi Arabika Toraja

No.	Proses Pengolahan Produk Kopi Arabika Toraja	Tempat
1.	Produk kopi gelondongan merah	Kawasan dalam batas wilayah IG Kopi Arabika Toraja
2.	Pengolahan kopi gelondongan merah menjadi kopi berkulit tanduk setengah kering	Kawasan dalam batas wilayah IG Kopi Arabika Toraja
3.	Penjemuran kopi berkulit tanduk setengah kering menjadi kopi berkulit tanduk kering dan kopi biji kering	Kawasan dalam batas IG dan di luar batas IG oleh anggota MPIG-Kopi Arabika Toraja
4.	Penjemuran kopi berkulit tanduk setengah kering menjadi kopi berkulit tanduk kering dan kopi biji kering	Kawasan dalam batas IG dan di luar batas IG oleh anggota MPIG-Kopi Arabika Toraja
5.	Penggerbusan, sortasi dan pengemasan biji kopi	Kawasan dalam batas IG dan di luar batas IG oleh anggota MPIG-Kopi Arabika Toraja
6.	Penyangraian dan pembubukan	Kawasan dalam batas IG dan di luar batas IG oleh anggota MPIG-Kopi Arabika Toraja

Sumber: MPIG. *Buku Persyaratan Indikasi Geografis Kopi arabika Toraja*, 2013, hlm.35.

Tabel 2 tersebut di atas dimaknai bahwa, proses pengolahan kopi arabika gelondongan merah dan biji kopi

berkulit tanduk setengah harus dilakukan dalam batas kawasan Indikasi Geografis. Sedangkan turunan dari produk tersebut dapat dilakukan di luar kawasan Indikasi Geografis. Hal tersebut dimungkinkan karena beberapa anggota MPIG-Kopi Arabika Toraja memiliki tempat penjemuran dengan tingkat kelembaban yang lebih rendah di luar areal wilayah kawasan Indikasi Geografis produksi kopi gelondong merah. Tujuannya untuk mendapatkan biji kopi dengan nilai cacat fisik kurang dari 5 per 300gr, dan ukuran yang lebih besar atau sama dengan nilai 16/64 inci.<sup>305</sup> Adapun jenis produk Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja yang diproduksi MPIG-Kopi Arabika Toraja terdiri dari 5 (lima) jenis yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5. Produk Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja

No.	Nama Produk Indikasi Geografis
1.	Biji kopi setengah kering berkulit tanduk (Kopi HS basah),
2.	Biji kopi kering berkulit tanduk (Kopi HS kering),
3.	Biji kopi kering tidak berkulit tanduk (Kopi Labu),
4.	Biji Kopi Sangrai dan Kopi Bubuk.

Sumber: MPIG. *Buku Persyaratan Indikasi Geografis Kopi arabika Toraja*, 2013.

---

<sup>305</sup> Metode pemutuan biji kopi menurut SCAA adalah : biji kopi sebanyak 300 gram dikuliti kemudian diurutkan dengan menggunakan ayakan dengan ukuran lubang 14/64 inci, 15/64 inci, 16/64 inci, 17/64 inci, dan 18/64 inci. Biji kopi yang tersisa di setiap ayakan ditimbang dan persentasenya dicatat. Cara pengklasifikasian dengan menggunakan sampel sebanyak 300 gram kopi ini sangat memakan waktu, sehingga biasanya hanya 100 gram kopi yang digunakan. Jika berurusan dengan kopi kelas tinggi dengan hanya beberapa cacat, maka digunakan 300 gram. Jika kopi kualitas yang lebih rendah dengan banyak cacat, 100 gram biasanya cukup dalam klasifikasi yang tepat baik sebagai *Below Standard Grade* atau *Off Grade*. Sri Citra Yuliana Madi. *Pemutuan Biji Kopi Dengan Menggunakan Pengolahan Citra (Image Processing)*, Fakultas Teknologi Pertanian Institut Pertanian Bogor, 2010.hlm.8



Seluruh proses budidaya dan pengolahan kopi arabika Toraja dalam batasan dan diluar kawasan Indikasi Geografis dilakukan berdasarkan Buku Persyaratan Indikasi Geografis agar produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas produk Indikasi Geografis, sebagai berikut:<sup>306</sup>

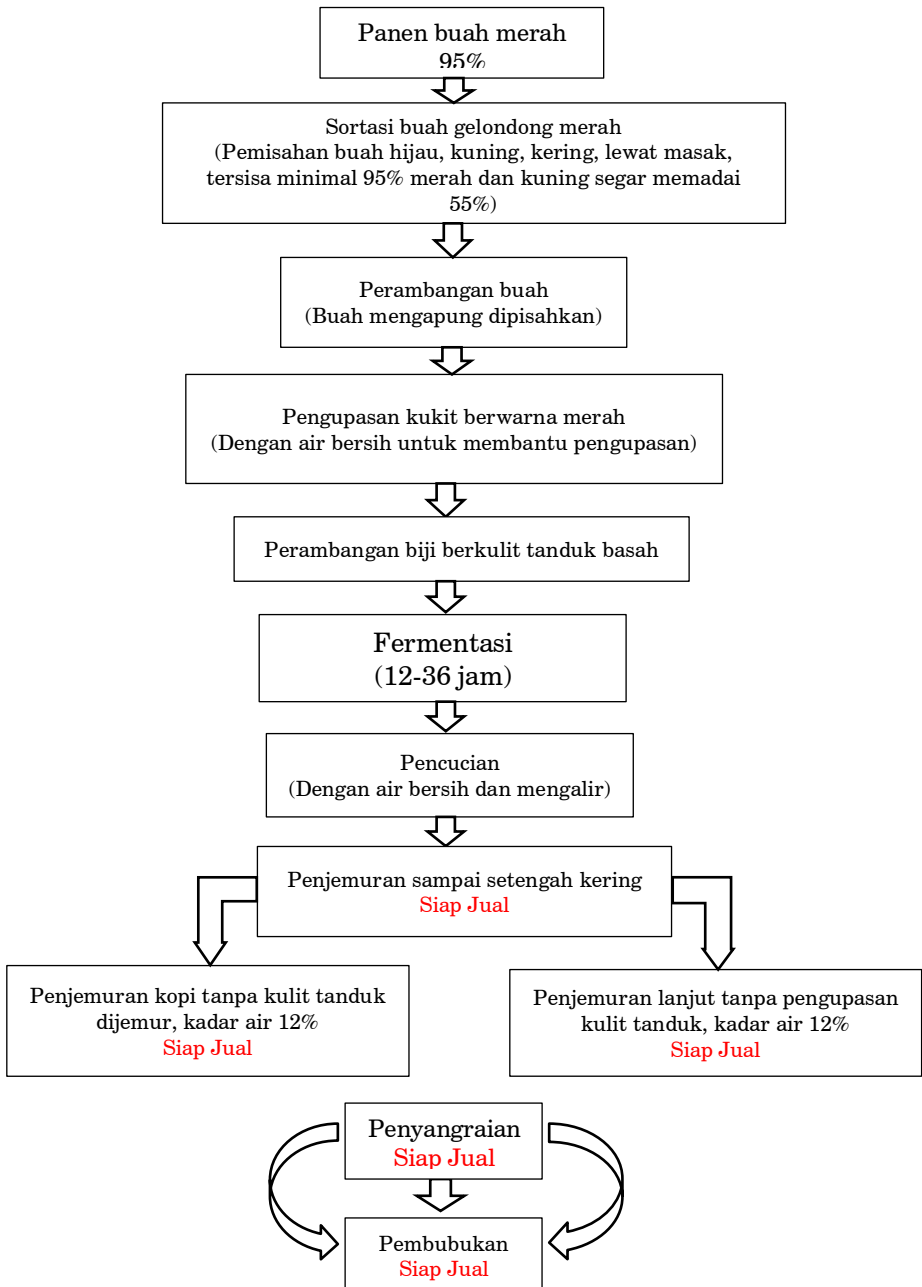
1. Penanaman Bibit Kopi Arabika Toraja, adalah dari biji dan bubuk hasil olahan dari buah kopi arabika varietas Lini S-795, USDA dan Tipika yang ditanam di wilayah kabupaten Tana Toraja dan kabupaten Toraja Utara oleh anggota MPIG Kopi arabika Toraja
2. Pemetikan Buah Kopi, dilakukan secara manual agar diperoleh buah yang memenuhi syarat produk Indikasi Geografis, yaitu minimal 95% gelondong merah dan memadai 5% gelondong kuning tanpa ada gelondong hijau atau hitam.
2. Pengupasan kulit merah dilakukan dengan menggunakan mesin pengupas mekanik (pulper) dan difermentasi selama 12 jam sampai 36 jam.
3. Pengolahan kopi setengah kering berkulit tanduk (kopi HS basah)  
Pengolahan dengan cara Olah Basah Gerbus Basah (OBGB) dengan menggunakan lantai jemur, alas jemur atau para-para selama 1 atau memadai 2 hari menjadi kopi berkulit tanduk setengah kering (kopi HS) basah yang siap untuk dipasarkan.
4. Pengolahan kopi kering berkulit tanduk (Kopi HS kering) Pengolahan Kopi HS Kering dilakukan dengan cara menjemur dibawah sinar matahari hingga kulit tanduk berwarna kuning dengan kadar air memadai 12%.

---

<sup>306</sup> *Ibid.*, hlm.55-59

5. Pengolahan biji kopi kering tanpa kulit tanduk (Kopi labu) dari kopi setengah kering berkulit tanduk (kopi HS basah) yang dikupas (dihulling) kulit tanduknya, kemudian di jemur hingga kadar air memadai 12%.
6. Penyangraian, biji kopi kering berkulit tanduk (kopi HS kering) yang telah dilepas dari kulit tanduknya (kopi labu) disortasi untuk mendapatkan kualitas biji kopi yang baik dan ukuran yang seragam, kemudian dicuci dan dikerinkan untuk disangrai. Penyangraian dilakukan sampai derajat kematangan yang diinginkan.
7. Pembubukan, dilakukan untuk Biji kopi hasil disangrai melauai proses penggilingan sampai tingkat kehalusan yang diinginkan atau tingkat kehalusan disesuaikan dengan permintaan konsumen.
8. Pengemasan disesuaikan dengan bentuk produknya, yaitu kopi biji setengah kering berkulit tanduk (kopi HS basah), kopi biji kering berkulit tanduk (Kopi HS kering), dan kopi biji kering tidak berkult tanduk (kopi labu), dikemas dalam karung yang disediakan oleh MPIG-Kopi arabika Toraja.  
Untuk kopi sangrai dan kopi bubuk pengemasan menggunakan kantong plastik atau aluminium foil dengan tanda Indikasi Geografis Kopi arabika Toraja berupa logo dan Kode keterunutan. Pencantuman logo Indikasi Geografis pada kemasan dilakukan setelah pengujian mutu oleh Tim Pengawas Mutu MPIG-Kopi arabika Toraja atas perintah MPIG-Kopi arabika Toraja.
9. Penyimpanan produk Kopi arabika Toraja dilakukan dalam gudang penyimpanan khusus kopi dengan menggunakan palet sehingga kemasan produk tidak langsung bersentuhan dengan lantai. Jarak tumpukan dengan dinding gudang minimal sekitar 25 cm.

### Bagan 3. Proses Pengolahan Kopi Arabika Toraja



Sumber: Buku Persyaratan Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja, 2013

Elias Pasalli, proses pengolahannya kopi arabika hasil panen petani kopi di Toraja belum berdasarkan Buku Persyaratan Indikasi Geografis. MPIG-Kopi Arabika Toraja belum melakukan sosialisasi Buku Persyaratan kepada kelompok tani. Belum ada peraturan dari pemerintah daerah Toraja yang mengatur tata cara sosialisasi Buku Persyaratan tersebut. Namun demikian MPIG-Arabika Toraja tetap melakukan promosi kopi arabika Toraja melalui pameran di tingkat provinsi maupun pusat serta mengirim kelompok-kelompok tani untuk mengikuti lomba kontes kopi arabika yang dilakukan Asosiasi Ekspor Kopi Indonesia (AEKI).<sup>307</sup>

Terkai dengan dengan Buku Persyaratan Indikasi Geografis, hasil penelitian dengan angket kepada 200 responden yang terdiri dari petani kopi di kabupaten Toraja dan Toraja Utara menunjukkan bahwa 200 (100%) responden memberikan jawaban belum mengetahui Buku Persyaratan tersebut. Selengkapnya jawaban responden dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel.6 Pengetahuan Anggota MPIG-Kopi Arabika Toraja Atas Buku Persyaratan Indikasi Geografis

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1	Mengetahui	-	-
2	Belum Mengetahui	200	100
Jumlah		200	100

Sumber:Data Primer,2018.

Kemudian terkait dengan eksistensi lembaga MPIG-Kopi Arabika Toraja sebagai Pemegang Indikasi Geografis, 200 (100%) responden menjawab belum mengetahui

<sup>307</sup> Ketua MPIG-Kopi Arabika Toraja Tanggal 8 Desember 2016

lembaga tersebut. Untuk jelasnya jawaban responden tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel.7 Pengetahuan Petani Kopi Atas MPIG-Kopi Arabika Toraja

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1	Mengetahui	0	0
2	Belum Mengetahui	200	100
Jumlah		200	100

Sumber:Data Primer,2018.

Menurut penulis jawaban 200 (100%) responden yang mengatakan belum mengetahui Buku persyaratan Indikasi Geografis Kopi Arabika Totaja dan lembaga MPIG-Kopi Arabika Toraja adalah sejalan dengan penjelasan ketua MPIG-Kopi Arabika Toraja, yang mengatakan bahwa belum melakukan sosialisasi Buku Persyaratan Indikasi Geografis kepada kelompok tani di Toraja. Selain itu, jawaban responden tersebut mengindikasikan juga bahwa pembentukan lembaga MPIG-Kopi Arabika Toraja tidak dilakukan secara partisipatif, dengan melibatkan perwakilan dari semua kelompok tani di Kabupaten Toraja dan Toraja Utara. Meskipun inisiator perlindungan hukum atas Indikasi Geografis Arabika Toraja adalah Pemerintah Kabupaten Tana Toraja dan Toraja Utara, yang bekerjasama dengan Asosiasi Kopi Spesial Indonesia (AKSI), AMARTA dan USAID.<sup>308</sup> Namun demikian, yang menjadi pihak permohonan pendaftaran Indikasi Geografis ke Menteri (Ditjen HKI) adalah MPIG-Kopi Arabika Toraja. Oleh karena, ada tidaknya sosialisasi dari lembaga MPIG-Kopi Arabika Toraja seharusnya Buku Persyaratan Indikasi

---

<sup>308</sup> MPIG-Kopi Arabika Toraja.*Op.,Cit.*Hlm.11

Geografis telah diimplementasikan oleh anggota MPIG-Kopi Arabika Toraja dalam setiap proses produksi kopi arabika Toraja sebagai produk Indikasi Geografis.

b. Hak Menggunakan Tanda Indikasi Geografis

Menurut Owen Dandan, tanda Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja belum diketahui oleh Petugas Penyuluh Lapangan (PPL) dilingkungan Dinas Pertanian Kabupaten Toraja Utara. Anggota PPL yang bertugas dilapangan, belum melakukan sosialisasi yang terkait dengan Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja kepada kelompok tani kopi arabika di Kabupaten Toraja Utara.<sup>309</sup> Hal yang sama diutarakan oleh Haryadi bahwa, tanda Indikasi Kopi Arabika Toraja belum dikenal oleh PPL dilingkungan Dinas Pertanian Kabupaten Toraja. PPL belum melakukan sosialisasi tanda Indikasi Geografis kepada kelompok tani di Toraja. Penyuluhan yang dilakukan selama ini adalah cara-cara meningkatkan kualitas kopi arabika Toraja untuk meningkatkan harganya dipasaran.<sup>310</sup>

Dalam Buku Persyaratan Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja, ditentukan, kopi arabika Toraja yang dipasarkan oleh anggota MPIG-Kopi Arabika Toraja harus menggunakan kemasan yang bertanda Indikasi Geografis Kopi arabika Toraja. Tanda tersebut berupa label atau nama Kopi arabika Toraja, logo Kopi arabika Toraja dan Kode Keterunutan. Penggunaan tanda indikasi tersebut hanya dilakukan oleh Tim Pengawas Mutu MPIG-Kopi arabika Toraja atas perintah ketua MPIG-Kopi Arabika Toraja

---

<sup>309</sup> Hasil wawancara dengan Kabid.Penyuluhan Dinas Pertanian Kabupaten Toraja Utara, Tanggal 22 Maret 2018

<sup>310</sup> Hasil wawancara dengan Koordinator PPL Kecamatan Gandasil Dinas Pertanian Kabupaten Toraja Tanggal 23 Maret 2018

berdasarkan permintaan anggota. Adapun produk yang dijual tidak menggunakan tanda Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja atau dijual dalam kemasan bertanda Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja, tetapi kemasannya tidak utuh lagi, maka MPIG-Kopi Arabika Toraja tidak bertanggungjawab atas kualitasnya kopi arabika tersebut. Tanda Indikasi Geografis yang dimaksud adalah: tulisan Kopi Arabika Toraja dengan logo seperti pada gambar berikut ini:<sup>311</sup>

Gambar 4. Logo Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja



Sumber: MPIG-Kopi Arabika Toraja. Buku Persyaratan Indikasi Geografis, 2012

Logo Kopi arabika Toraja memiliki arti :<sup>312</sup>

1. Lingkaran bertulisan KOPI ARABIKA TORAJA melambangkan dunia internasional sudah mengenal produk Kopi arabika Toraja.
2. Gambar pegunungan dan gambar rumah Toraja menunjukkan bahwa biji Kopi arabika Toraja dihasilkan dari dataran tinggi sejuk dan subur dengan masyarakatnya yang menjaga adat istiadat leluhur sepanjang masa. Tiga buah biji kopi beras merupakan simbol Tallulolona yang bermakna hubungan harmonis antara manusia, hewan dan

---

<sup>311</sup> MPIG. *Op., Cit.* hlm.73-74

<sup>312</sup> *Ibid.*, hlm.73

tumbuhan dan sekaligus merupakan simbol berkat dan karunia Tuhan bagi Masyarakat Toraja.

3. Warna yang terdiri dari merah, hitam, kuning, putih merupakan warna dasar tradisi dan budaya Toraja.
4. Tulisan KOPI ARABIKA TORAJA bermakna bahwa Kopi arabika Toraja adalah milik masyarakat Toraja, maka harus dilindungi dengan Indikasi Geografis.

Penggunaan tanda Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja, dapat digunakan pada semua kemasan produk kopi arabika Toraja yang memenuhi syarat ciri fisik dan kualitas cita rasa serta diproses sesuai standar Buku Persyaratan Indikasi Geografis. Nama Kopi Arabika Toraja dan logo hanya digunakan untuk kopi arabika Toraja asli dan murni dengan komposisi 100%. Namun demikian, untuk kopi arabika yang dicampur dengan kopi arabika Toraja tetap dapat menggunakan nama Kopi Arabika Toraja, dengan syarat harus mencantumkan komposisi kandungan kopi arabika Toraja pada kemasan yang digunakan untuk memasarkan kopi arabika tersebut.<sup>313</sup>

Menurut Elias Pasalli, logo Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja belum digunakan oleh petani pada karung atau kemasan kopi arabika yang dipasarkan. Namun demikian, tanda Indikasi Geografis tersebut telah digunakan secara terbatas oleh pengurus MPIG-Kopi Arabika Torajam, untuk produk kopi bubuk yang diproduksi sebagai sarana promosi kepada konsumen dan masyarakat. Contoh: *Speciality Toraja Arabica Coffee* dan *Luwak Wild Coffee Arabica Toraja* yang diproduksi oleh Kopi Salu Sopai, walaupun produk tersebut belum diproses sesuai dengan

---

<sup>313</sup> *Ibid.*, hlm.63



standar Buku Persyaratan Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja.<sup>314</sup> Hal yang sama diungkapkan Benyamin Sampe, bahwa penggunaan tanda Indikasi Geografis pada kemasan kopi arabika dari Toraja masih terbatas pada pengurus MPIG-Kopi Arabika Toraja sebagai promosi Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja kepada masyarakat dan konsumen. Sedangkan ditingkat petani kopi belum ada yang menggunakan tanda Indikasi Geografis tersebut.<sup>315</sup>

Hasil penelitian dengan angket kepada responden kelompok tani di Kabupaten Toraja dan Toraja Utara, menunjukkan 200 (100%) menjawab belum menggunakan tanda Indikasi Geografis pada karung atau kemasan kopi yang di pasarkan. Selengkapnya jawaban responden tersebut dapat dilihat pada berikut ini:

Tabel.8 Penggunaan Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1	Menggunakan	-	-
2	Belum Menggunakan	200	100
Jumlah		200	100

Sumber:Data Primer, 2018.

Menurut penulis, kelompok tani di Toraja belum ada yang menggunakan tanda Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja, karena: Pertama, kelompok tani di Toraja belum mengetahui logo dan Buku Persyaratan Indikasi Geografis. Kedua, MPIG-Kopi Arabika Toraja belum melakukan

---

<sup>314</sup> Wawancara dengan Ketua MPIG-Kopi Arabika Toraja Tanggal 8 Desember 2016

<sup>315</sup> Wawancara dengan Ketua *Internal Control System* (ICS) Gabungan Kelompok Tani dan Kelompok Tani lainnya(GAPOKTAN) Arabika Organik (ATO) Kabupaten Toraja Utara,Tanggal 24 Maret 2018

sosialisasi Buku Persyaratan Indikasi Geografis. Ketiga, belum ada koordinasi antara MPIG-Kopi Arabika Toraja dengan Petugas penyuluhan Lapangan (PPL) pada Kantor Dinas Pertanian Kabupaten Toraja maupun Toraja Utara. Keempat, infrastruktur pendukung proses standarisasi pengolahan kopi arabika Toraja belum tersedia.

c. Hak Pemasaran

Dalam Buku Persyaratan Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja ditentukan, produk kopi arabika Toraja yang dipasarkan harus menggunakan kemasan bertanda Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja. Tanda tersebut berupa label atau nama kopi arabika Toraja, logo kopi arabika Toraja dan Kode Keterunutan. Produk yang dijual tanpa tanda kopi arabika Toraja, atau dijual dalam kemasan bertanda Indikasi Geografis tetapi kemasan sudah tidak utuh lagi, maka kualitasnya tidak menjadi tanggung jawab MPIG-Kopi Arabika Toraja. Pemasaran kopi arabika Toraja akan dilakukan melalui satu pintu yang diatur oleh MPIG-Kopi Arabika Toraja, serta melakukan promosi melalui berbagai media.<sup>316</sup>

Menurut Elias Pasalli, pemasaran kopi arabika Toraja masih seperti dulu, yaitu dilakukan oleh masing-masing petani atau koperasi. Pola pemasarannya adalah dari petani menjual kopi arabika ke pembeli secara langsung di pasar tradisional atau dari petani ke koperasi langsung ke pedagang perantara yang selanjutnya menjual kepada pedagang dan perusahaan kopi lainnya. Harga kopi arabika Toraja masih tetap sama sebelum dan sesudah disertifikasi Indikasi Geografis pada tingkat petani.<sup>317</sup> Hal yang sama diutarakan oleh Edi Kende bahwa, kopi arabika Toraja

---

<sup>316</sup> MPIG. *Op., Cit.* hlm.63

<sup>317</sup> Wawancara dengan ketua MPIG-Kopi Arabika Toraja tanggal 7 Desember 2016

yang dipasarkan kelompok tani atau koperasi masih tetap sama sebelum dan sesudah kopi arabika Toraja memperoleh perlindungan hukum Indikasi Geografis, yaitu dilakukan di pasar-pasar tradisional yang ada di setiap kecamatan dan pedagang atau pengusaha-pengusaha kopi langsung membeli kopi dari kelompok tani atau koperasi di pasar tersebut. Harga kopi arabika di pasaran juga tetap sama antara Rp 15000 s/d Rp 20000,- per liter. Pembeli utama kopi arabika di Kabupaten Toraja Utara adalah PT.Toarco Jaya dan PT. Sulatco di Kabupaten Toraja.<sup>318</sup>

Selanjutnya menurut Haryadi, pemasaran kopi arabika dari petani dipasarkan langsung ke pedagang dan perusahaan perkebunan dengan menggunakan pola kemitraan, dimana proses pengolahan hasil panen kopi arabika dari kelompok tani harus berdasarkan standar kualitasnya yang ditentukan perusahaan mitra. Apabila tidak diproses berdasarkan standar tersebut, maka kopi arabika akan dibeli perusahaan dengan yang sama, yang berlaku dipasaran. Contoh: PT.Sulotco yang membentuk pola kemitraan dengan kelompok tani yang ada di Toraja, dan membeli harga kopi hasil panen petani lebih tinggi dari harga di pasaran apabila diproses sesuai standar perusahaan.<sup>319</sup>

Penjelasan tersebut di atas menggambarkan bahwa, pemasaran kopi arabika Toraja masih tetap sama sebelum dan sesudah disertifikasi dengan pola pemasaran sebagai berikut. Pertama. Petani, kelompok tani atau koperasi menjual langsung produknya ke pedagang perantara dan kemudian menjualnya kembali kepada perusahaan dalam bentuk kopi golondongan atau dalam bentuk kopi bubuk

---

<sup>318</sup> Wawancara dengan ketua Assosiasi Petani Kopi Toraja (APKT) tanggal 24 Maret 2018

<sup>319</sup> Hasil wawancara dengan Koordinator PPL Kecamatan Gandasil Dinas Pertanian Kabupaten Toraja Tanggal 23 Maret 2018

kepada pengguna akhir. Kedua. Pemasaran dilakukan dengan membentuk pola kemitaraan antara kelompok tani dengan perusahaan besar.

## 2. Analisis Indikasi Geografis Kopi Arabika Kalosi Enrekang

### a. Hak Produksi

Kopi Arabika Kalosi Enrekang diusahakan oleh 186 kelompok tani terdiri dari 4.766 KK, yang tergabung dalam lembaga Masyarakat Perlindungan Kopi Kalosi Enrekang (MPKE) yang dibentuk tahun 2012 dengan areal kebun kopi arabika seluas 7.149 ha. Potensi produksi 2 (dua) ton per ha setiap tahun atau 700 – 800 kg per ha setiap tahun. Produksi kopi arabika Kalosi belum mencapai 50% (lima puluh) persen dari potensi kopi arabika Kalosi Enrekang.<sup>320</sup> Pada umumnya budidaya kopi arabika di Enrekang dilakukan secara tradisional oleh petani dengan luas kebun yang terbatas. Kopi arabika dibudidayakan dalam batasan kawasan Indikasi Geografis pada ketinggian 1000 m dpl sampai 2000 m dpl. Selengkapnya anggota MPKE dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 9. Anggota Masyarakat Perlindungan Kopi Kalosi Enrekang (MPKE)

No.	Nama Anggota MPKE	Jumlah
1.	Kelompok Tani	186
2.	Koperasi Tani (KOPTAN)	3
3.	Penyangrai Kopi	3
3.	Pengusaha Swasta	2
Jumlah		194

Sumber: Buku Persyaratan Indikasi Geografis Kopi Kalosi Enrekang, 2012

<sup>320</sup> MPKE. *Op., Cit.* hlm. 26.

Kawasan budidaya kopi arabika Kalosi dilakukan di kecamatan Bungin, Baraka, Alla, Buntu Batu, Curio, Masalle, Baroko dan sebagian kecil di wilayah Kecamatan Enrekang, Malua dan Anggeraja. Jenis kopi arabika yang di kembang di Enrekang terdiri dari varietas Lini S-288, Lini S-795, Arabusta, Hibrido de timor, Catimmor (Kartika I & II), Tipika serta varietas lokal hasil persilangan dari varietas-varietas kopi yang terdapat di Enrekang. Sedangkan untuk jenis kopi arabika tipika (*Coffea arabica* Linn. var. *Typica*) merupakan produk kopi *spesialty*<sup>321</sup> super premium dengan cita rasa sangat khas,<sup>322</sup> dikembangkan di lereng pegunungan Latimojong di desa Pojappong dan Nating, Kecamatan Bungin dengan metode budidaya dan pengolahan kopi di ketinggian 1000 m dpl hingga 2000 m dpl dengan suhu udara dingin kering yang dapat mencapai 4 °C, serta curah hujan rata-rata sekitar 1.410 mm per tahun selama 137 hari/tahun. Di daerah tersebut terdapat areal perkebunan kopi bekas peninggalan pemerintah Hindia Belanda dengan populasi pohon induk kopi arabika Tipika (*Coffea arabica* Linn. var. *Typica*) dan telah berusia 300 tahun yang dibudidayakan sekitar abad XVII. Pada kontes kopi spesial yang diselenggarakan oleh Puslit Kopi dan Kakao Jember, Kopi Excelso, Kopi Kapal Api dan AEKI, kopi Arabika dari Enrekang dinyatakan sebagai kopi terbaik 1 dan 2, berdasarkan hasil uji fisik dan cita rasa kopi se indonesia yang dilakukan Pusat Penelitian Kopi dan Kakao

---

<sup>321</sup> Kopi *spesialty* adalah istilah yang diberikan oleh *International Coffee Organization* (ICO) yang menunjuk kepada beberapa populasi kopi arabika yang di tanam pada daerah tertentu dan menghasilkan kopi dengan rasa dan aroma istimewa (khas). Contoh: *Kalosi Spesialty Coffee*, *Toraja Spesialty Coffee*.

<sup>322</sup>. Cita rasa khas Kopi Arabika Kalosi Enrekang diperoleh dari interaksi antara varietas kopi yang digunakan dengan kondisi geografis di areal pertanaman dengan sistem budidaya dan pengolahan biji kopi gelondong merah yang dilakukan dengan cara Olah Basah Gerbus Basah (OBGB) menjadi kopi beras berwarna hijau keabu-abuan dan berkadar air sekitar 12 %. *Ibid.*, hlm.28

Indonesia Nomor 1099.A/XII/2008 Tanggal 17 Desember 2008.<sup>323</sup>

Kopi Arabika Kalosi Enrekang diproduksi dalam 3 (tiga) jenis produk yaitu :Kopi Biji Beras (Green bean), Kopi Sangrai dan Kopi Bubuk. Biji kopi beras (green bean)<sup>324</sup> adalah kopi arabika Kalosi Mutu I dengan nilai cacat fisik kurang dari 8 per 100 gram menurut Standar Nasional Indonesia (SNI) dan standar *Specialty Coffee Association of America* (SCAA). Kadar air biji kopi maksimum 12% serta memiliki warna biji hijau keabu-abuan dengan diameter lebih besar atau sama dengan ukuran 6,5 mm atau 16 menurut standar SCAA. Biji kopi beras merupakan hasil pengolahan kopi berkulit tanduk atau kopi gabah basah menjadi kopi gabah setengah kering digerebus menjadi kopi beras atau green bean setengah kering juga di dalam kawasan IG kopi Arabika Enrekang.

Biji kopi sangrai adalah biji kopi beras (green bean) mutu 1 yang disortasi sehingga memiliki ukuran yang seragam dengan tingkat kematangan penyangraian dilakukan sesuai selera penyangraian dan permintaan pasar dalam bentuk sangrai muda, sangrai sedang atau medium dan sangrai tua.

Proses penyangraian dapat dilakukan dimana saja oleh anggota MPKE atau pihak lain dengan izin MPKE.<sup>325</sup> Tujuannya adalah untuk mendapatkan biji kopi dengan nilai cacat fisik kurang dari 8 per 100 gr, dengan ukuran lebih besar atau sama dengan nilai 16/64 inci. Kopi bubuk adalah kopi olahan yang berasal dari kopi sangrai kualitas mutu 1. Untuk memenuhi permintaan pasar, selain ketiga

---

<sup>323</sup> Subdit Indikasi Geografis Ditjen HKI. *Potensi Indikasi Geografis Indonesia*, (online),([www.dgip.go.id/](http://www.dgip.go.id/) diakses tanggal 23 Oktober 2015)

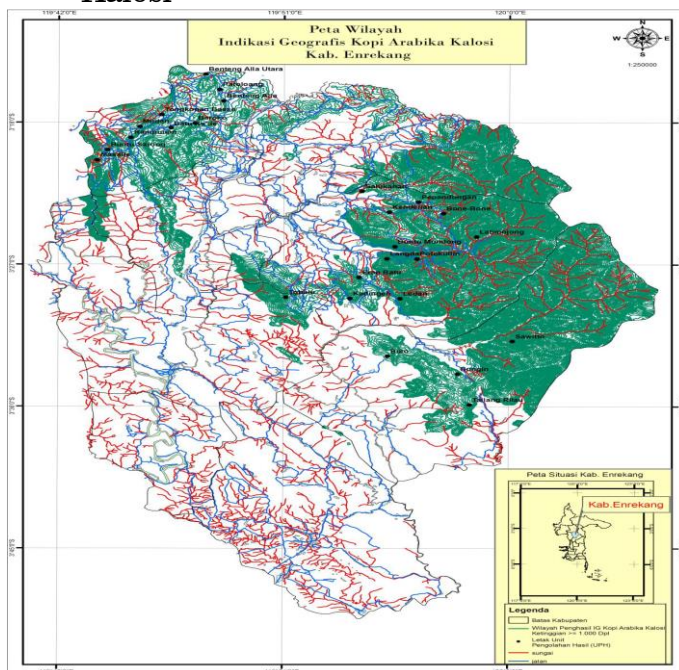
<sup>324</sup> Biji kopi beras (green bean) adalah kopi berkulit tanduk atau kopi gabah setengah kering basah yang digerebus atau digiling untuk memisahkan kopi beras (green bean) dari kulit tanduk menggunakan mesin penggiling (huller) dan dikeringkan dengan sinar matahari.

<sup>325</sup> MPKE. *Ibid.*, hlm. 42

jenis produk tersebut, kopi arabika Kalosi dapat pula diproduksi berdasarkan lokasi dengan standar tertentu, yaitu: Kopi yang memiliki sertifikat lain selain Indikasi Geografis, contoh: sertifikat Organik, Rain Forest dll, kopi dari daerah khusus, contoh: kopi dari lokasi tertentu yang memiliki cita rasa khas sesuai hasil pengujian mutu yang dilakukan oleh Puslit Kopi dan Kako Jembe, kopi dari varietas khusus. Contoh: varietas Tipika, Lini S.795 dan Lini S-288, dan Kopi dengan pengolahan khusus. Contoh: produk kopi dengan proses fermentasi dengan waktu tertentu.

Batasan kawasan Indikasi Geografis Kopi Arabika Kalosi dapat dilihat pada pada gambar peta berikut ini.

Gambar 3. Peta Kawasan Indikasi Geografis Kopi Arabika Kalosi



Sumber: MPKE. Buku Persyaratan Indikasi Geografis Kopi Arabika Kalosi, 2012.

Dari gambar peta tersebut di atas terlihat bahwa batasan kawasan Indikasi Geografis Kopi Arabika Kalosi secara administratif mencakup 5 (lima) kecamatan yaitu: kecamatan Masalle, Baraka, kecamatan Baroko, kecamatan Buntu Batu dan kecamatan Bungin. Dalam batasan kawasan tersebut dibagi menjadi kawasan produksi gelondong merah, kawasan pengolahan gabah basah, kawasan penjemuran, kawasan pengolahan, hingga kawasan penyangraian dan pembubukan yang diuraikan pada berikut ini:

Tabel 10. Proses Dan Batasan Pengolahan Kopi Arabika Kalosi

No.	Proses Pengolahan	Batasan Kawasan
1.	Produksi gelondong merah	Dalam batas kawasan IG
2.	Pengolahan gelondong merah sampai penjemuran kopi gabah setengah kering	Dalam batas kawasan IG
3.	Penggerebusan kopi gabah setengah kering	Dalam batas kawasan IG
4.	Penjemuran biji kopi beras/green bean	Dalam batas kawasan IG
5.	Sortasi, pengemasan, uji mutu dan pemberian label, logo dan kode keterunutan	Dalam batas kawasan IG
6.	Penyimpanan kopi beras/green bean	Diluar batas kawasan IG
7.	Penyangraian kopi beras/green bean dan Pelabelannya Dimana saja	Diluar batas kawasan IG
8.	Pembubukan kopi sangrai dan pelabelannya	Diluar batas kawasan IG

Sumber: MPKE. Buku Persyaratan Indikasi Geografis Kopi Arabika Kalosi Enrekang ,2012, hlm.38



Tabel 3 tersebut di atas menunjukkan bahwa, proses pengolahan produk Indikasi Geografis Kopi Arabika Kalosi ada yang harus dilakukan dalam batasan kawasan Indikasi Geografis, yaitu pengolahan kopi arabika gelondong merah hasil panen dari kawasan wilayah Indikasi Geografis menjadi kopi berkulit tanduk atau kopi gabah basah, penjemuran kopi gabah basah sampai menjadi kopi gabah setengah kering, pengolahan kopi gabah setengah kering menjadi kopi beras atau *green bean* setengah kering dan dijemur sampai mencapai kadar air sekitar 12 %, proses sortasi untuk untuk mendapatkan biji kopi dengan nilai cacat fisik kurang dari 8 per 100 gr. Sementara proses penyimpanan kopi beras (*green bean*), penyangraian, penggunaan label, logo dan kode keteruntutan Kopi Arabika Kalosi pada kemasan serta pembubukan dapat dilakukan diluar batasan kawasan Indikasi Geografis.

Selanjutnya terkait pengetahuan petani kopi terhadap Buku Persyaratan Indikasi Geografis, hasil penelitian dengan angket kepada responden (kelompok tani) menunjukkan bahwa sebgaaian besar responden 83 (83%) menjawab mengetahui Buku Persyaratan tersebut. Untuk jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 11. Pengetahuan Anggota MPKE Atas Buku Persyaratan Indikasi Geografis

No	Katagori Jawaban	Frekuensi	%
1	Mengetahui	83	83
2	Belum Mengetahui	17	17
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer, 2018

Tabel tersebut di atas menunjukkan bahwa, sebagian besar 83 (83%) responden menjawab mengetahui Buku

Persyaratan Indikasi Geografis Kopi Arabika Kalosi, dan 17 (17%) menjawab belum mengetahui Buku Persyaratan. Tetapi Buku Persyaratan Indikasi Geografis tersebut belum diimplemetasikan oleh kelompok tani atau koperasi, dalam proses pengolahan kopi arabika yang dipasarkan. Menurut Patola, petani atau koperasi belum melakukan proses pengolahan kopi arabika berdasarkan Buku Persyaratan Indikasi Geografis, karena membutuhkan peralatan dan waktu. Apalagi kopi adalah tanaman musiman yang hasil panennya tidak selalu menguntungkan petani.<sup>326</sup> Selanjutnya menurut Umar Sappe, proses pengolahan kopi arabika hasil panen petani belum dapat dilakukan berdasarkan Buku Persyaratan Indikasi Geografis, karena infrastruktur pendukung di tingkat kelompok tani atau koperasi maupun di MPKE belum tersedia. Namun demikian, MPKE bersama pemerintah tetap melakukan pembinaan kepada petani melalui penyuluhan dan pelatihan dari dinas dalam hal: teknik pembibitan dan budidaya kopi (pengelolaan secara organik), pemanenan dan penanganan pasca panen serta pengolahan hasil untuk meningkatkan kualitas kopi arabika. Selain itu, pemerintah daerah telah kerjasama dengan Universitas Hasanuddin untuk melakukan revitalisasi kopi arabika tipika, melauai pengadaan bibit sambung pucuk yang dibudidayakan pada lahan seluas 20 ha di desa Nating kecamatan Bungin di ketinggian 1500m dpl.<sup>327</sup>

b. Hak Menggunakan Tanda Indikasi Geografis

Menurut Patola, tanda Indikasi Geografis Kopi Arabika Kalosi belum digunakan pada kopi arabika yang

---

<sup>326</sup> Hasil Wawancara dengan Ketua Koperasi Benteng Alla , Tanggal 8 Desember 2016

<sup>327</sup> Hasil wawancara dengan Sekretaris MPKE tanggal 24 Maret 2018

dipasarkan oleh kelompok tani maupun koperasi. Penggunaan tanda tersebut berarti menambah biaya pembuatan kemasan, sementara harga kopi ditingkat petani tetap sama saja. Contoh: Kopi arabika dari koperasi Benteng Alla, tahun 2016 meraih penghargaan sebagai kopi arabika terbaik pada kontes kopi arabika yang diadakan Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI) di Bali, tetapi prestasi tersebut tidak berpengaruh terhadap harga kopi arabika ditingkat petani. Selain itu kelompok tani dan koperasi memiliki Merek tersendiri .<sup>328</sup>

Dalam Buku Persyaratan Indikasi Geografis Kopi Arabika Kalosi ditentukan label kopi arabika Kalosi Enrekang adalah mencakup nama Indikasi Geografis, yaitu: Kopi Arabika Kalosi Enrekang. Penggunaan tanda Indikasi Geografis hanya digunakan untuk kopi murni yang dijual dengan komposisi 100% kopi arabika Kalosi Enrekang (kopi arabika Kalosi) yang dipanen dalam kawasan Indikasi Geografis oleh anggota MPKE. Untuk kopi arabika Kalosi yang dipasarkan dengan mencampur kopi arabika lain dan tidak diproses dalam batasan wilayah Indikasi Geografis, presentase komposisi kopi arabika Kalosi harus dicantumkan pada kemasan yang digunakan, dengan ketentuan:<sup>329</sup>

1. Pemakaian kata Kopi Arabika Kalosi Enrekang sebagai Merek dagang kopi oleh pihak ketiga tidak diperkenankan
2. Pemakaian kata Kopi Arabika Kalosi Enrekang secara tanpa hak oleh pihak ketiga melingkupi kata

---

<sup>328</sup> Hasil Wawancara dengan Ketua Koperasi Benteng Alla , Tanggal 8 Desember 2016

<sup>329</sup> MPKE.Buku Persyaratan.*Op.,Cit*, hlm. 74-75

serupa, sekualitas, tiruan rasa, dalam bahasa lain termasuk juga penggunaan kata-kata yang dapat menyesatkan konsumen mengenai asal barang tidak diperkenankan

3. Setiap anggota yang telah memiliki Merek dagang terdaftar yang menggunakan kata Kopi Arabika Kalosi Enrekang sebagai unsur dalam Merek dagangnya wajib memberitahukan kepada MPKE. Dan penggunaan kata Kopi Arabika Kalosi Enrekang oleh pihak ketiga, harus mendapatkan izin dari MPKE. Logo Indikasi Geografis Kopi Arabika Kalosi Enrekang terdapat pada gambar berikut ini

Gambar 4. Logo IG Kopi Arabika Kalosi Enrekang



Sumber. MPKE. Buku Persyaratan Indikasi Geografis, 2012

Di dalam logo Kopi Arabika Kalosi Enrekang terdapat :<sup>330</sup>

1. Lingkaran biji kopi berwarna cokelat;
2. Tulisan KOPI ARABIKA KALOSI Berwarna hitam;
3. Tulisan ENREKANG MASSENREMPULU berwarna hitam;
4. Bola dunia berwarna cokelat;
5. Pulau Sulawesi berwarna cokelat muda keemasan;
6. Biji kopi berwarna ungu;

---

<sup>330</sup> *Ibid.*

Makna Logo :

1. Lingkaran biji kopi mengelilingi bumi bermakna kopi merupakan minuman yang mencitrakan persahabatan dan persaudaraan abadi yang diterima secara internasional
2. Tulisan Kopi Arabika Kalosi dan tulisan Enrekang Massenrempulu merupakan nama historis kopi arabika yang ditanam sejak abad ke-17 di dataran tinggi Enrekang Massenrempulu
3. Lambang bola dunia bermakna bahwa kopi merupakan salah satu komoditas utama yang bersifat universal, digemari oleh banyak masyarakat dari kelas atas sampai bawah di berbagai negara di belahan dunia
4. Gambar pulau Sulawesi, pulau sulawesi merupakan pulau purba tertua dari rangkaian kepulauan nusantara yang tidak pernah bersatu dengan benua Asia maupun Australia, dibatasi oleh garis Weber di Timur dan garis Wallace di Barat dengan flora dan fauna khas dan endemis yang tidak ditemukan dimanapun di dunia
5. Biji kopi berwarna ungu menunjukkan letak daerah Enrekang di jantung jazirah selatan pulau Sulawesi Selatan. Warna ungu adalah lambang Kerajaan Enrekang, tanahnya spesifik menumbuhkan kopi dengan cita rasa terbaik di dunia
6. Warna Cokelat adalah warna yang melambangkan Pertiwi atau “Peretiwi” dalam bahasa bugis yang bermakna tanah.
7. Warna cokelat keemasan merupakan warna biji yang telah disangrai dan bubuk kopi.

Pemberian label, logo dan kode keterunutan pada produk kopi arabika Kalosi dilakukan apabila memenuhi persyaratan mutu Indikasi Geografis Kopi Arabika Kalosi

berdasarkan penilaian mutu oleh Tim Penguji Mutu MPKE. Penggunaan tanda Indikasi Geografis pada kemasan merupakan jaminan kualitas dan keaslian kopi arabika Kalosi di pasar nasional maupun internasional melalui mekanisme pemasaran tunggal yang diatur oleh MPKE. Seluruh proses sortasi, pengemasan, pemeriksaan mutu, pemberian label, Logo dan kode keterunutan harus dilakukan di dalam wilayah Indikasi Geografis. Namun tanda lain yang diperlukan pembeli selain tanda Indikasi Geografis tersebut, dapat pula diberikan pada kemasan karung Kopi arabika Kalosi.<sup>331</sup> Untuk pasar Internasional, eksportir wajib meminta dokumen dari masing-masing kelompok tani atau koperasi untuk memastikan bahwa kopi yang dibeli adalah Kopi arabika Kalosi Enrekang dengan melampirkan data pembelian tersebut kepada Importir. Setiap kali petani produsen menjual kopi gelondong merah atau kopi gabah setengah kering kepada Unit Pengolahan (kelompok tani, unit pengolahan swasta dan koperasi), Unit Pengolahan akan mengecek kartu dan mencatat nama produsen, nomor produsen, jumlah kopi yang dibeli dan tanggal transaksi. Sedangkan petani individu yang bukan anggota kelompok tani tetapi tanaman mereka terletak dalam wilayah batasan Indikasi Geografis) juga memiliki keleluasaan untuk menjual gelondong merah kepada kelompok tani dan unit pengolahan, setelah diregistrasi oleh MPKE sebagai produsen kopi gelondong merah dan menjadi anggota MPKE. Selanjutnya, unit Pengolahan akan mengirim daftar pemasok gelondong merah dan kopi gabah setengah kering kepada MPKE dua kali setahun, yaitu pada saat awal panen dan pada saat akhir musim panen kopi,

---

<sup>331</sup> *Ibid.*, hlm.61

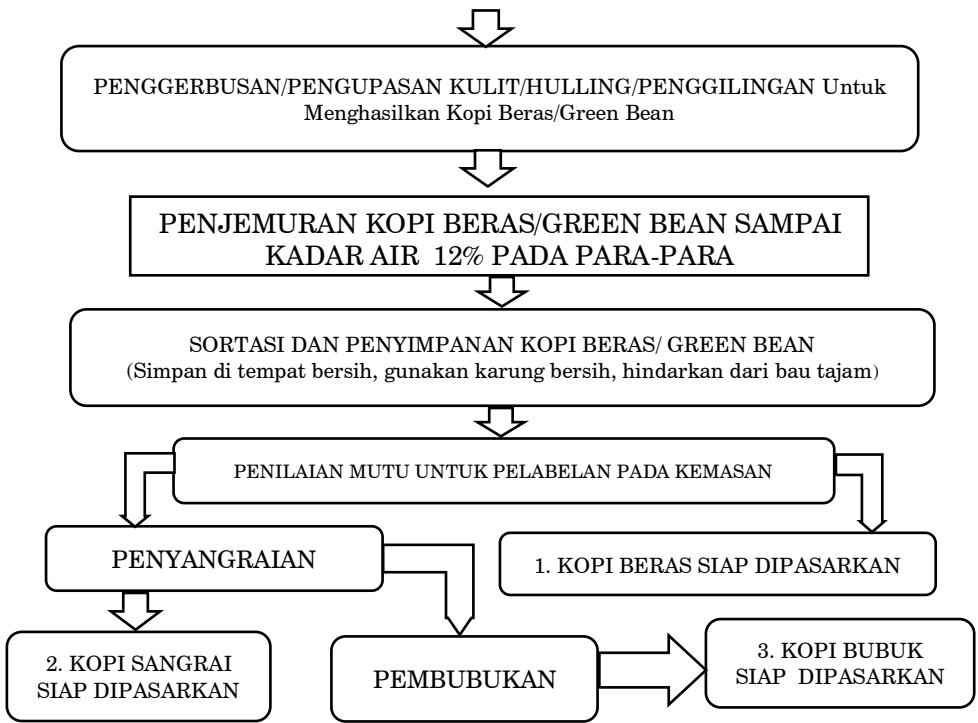
untuk dilakukan pengecekan apakah jumlah gelondong merah dan kopi gabah setengah kering yang dijual oleh satu produsen sesuai dengan luas dan jumlah pohon yang dimilikinya.<sup>332</sup>

Penggunaan tanda Indikasi Geografis hanya digunakan untuk kopi arabika yang diproses berdasarkan Buku Pesyaratan Indikasi Geografis, dan dinilai mutunya oleh Tim Penguji Mutu MPKE. Proses pengolahan produk Indikasi Geografis tersebut dapat dilihat pada gambar bagan berikut:

**BAGAN 7. PROSES PENGOLAHAN KOPI ARABIKA KALOSI**



<sup>332</sup> *Ibid*



Sumber : MPKE. Buku Persyaratan Indikasi Geografis Kopi Arabika Kalosi, 2012

Selanjutnya, untuk menjamin kesesuaian pelaksanaan Buku Persyaratan Indikasi Geografis dalam proses produksi kopi arabika Kalosi dilakukan pengawasan Internal dan Eksternal. Pengawasan eksternal dilakukan oleh MPKE terhadap kelompok tani yang melakukan pengawasan mandiri terhadap anggotanya pada setiap tahapan produksi kopi arabika Kalosi yang dilakukan minimal 2(dua) kali setahun. Apabila tim pengawasan menemukan adanya ketidak sesuaian dalam tahapan proses produksi kopi arabika Kalosi yang ditentukan Buku Persyaratan Indikasi Geografis, tim melakukan pembinaan terhadap ketidak sesuaian tersebut untuk diperbaiki. Jika perbaikan belum dilakukan setelah jangka waktu tertentu, tim dapat merekomendasikan pembekuan sementara



kegiatan anggota kelompok tani tersebut dan produknya tidak boleh menggunakan Indikasi Geografis Kopi arabika Kalosi. Sedangkan pengawasan eksternal dilakukan oleh Kementerian Hukum dan HAM, instansi pembina kegiatan MPKE dan oleh konsumen.

Hasil pengawasan yang disampaikan oleh pengawasan eksternal kepada MPKE wajib dibahas dan ditindak lanjuti oleh MPKE. Hasil pembahasan dan tindak lanjut yang dilakukan oleh MPKE wajib disampaikan kepada pengawas eksternal yang memberikan informasi kepada MPKE.<sup>333</sup> Namun kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa, Kopi arabika Toraja yang memperoleh sertifikat Indikasi Geografis tahun 2013 dan Kalosi tahun 2012, belum melakukan pengawasan mandiri, internal maupun eksternal pelaksanaan Buku Persyaratan Indikasi Geografis.<sup>334</sup> Hal ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum atas Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja dan Kalosi, belum dapat menjamin mutu dan kualitas kopi arabika Toraja maupun Kalosi sebagai produk Indikasi Geografis. Pada hal dalam PP Indikasi Geografis telah ditentukan bahwa salah satu isi Buku Persyaratan adalah menguraikan sejarah dan tradisi masyarakat sebagai pengakuan atas pemakaian Indikasi Geografis terdaftar.<sup>335</sup>

---

<sup>333</sup> *Ibid.*, hlm.67-68

<sup>334</sup> Pasal 71 Ayat (3) UU Merek dan Indikasi Geografis. Pengawasan dilakukan untuk:

- a. menjamin tetap adanya reputasi, kualitas, dan karakteristik yang menjadi dasar diterbitkannya Indikasi Geografis; dan
- b. mencegah penggunaan Indikasi Geografis secara tidak sah.

<sup>335</sup> Pasal 6 Ayat (3) PP Indikasi Geografis. Permohonan pendaftaran Indikasi Geografis harus dilengkapi dengan Buku Persyaratan yang terdiri atas:

- a. nama Indikasi-geografis yang dimohonkan pendaftarannya;
- b. nama barang yang dilindungi oleh Indikasi-geografis;
- c. uraian mengenai karakteristik dan kualitas yang membedakan barang tertentu dengan barang lain yang memiliki kategori sama, dan menjelaskan tentang hubungannya dengan daerah tempat barang tersebut dihasilkan.

Pemegang Indikasi Geografis masih perlu diarahkan untuk berkembang dengan tradisi baru, melalui pemahaman Buku Persyaratan dan aturan-aturan hukum Indikasi Geografis yang bersifat memaksa sebagai komitmen untuk menjalankan dan mempertahankan tradisi tersebut. Dengan demikian, perlindungan hukum atas Indikasi Geografis selain bertujuan untuk menjaga agar tradisi tersebut tetap eksis dan mencegah pihak lain tidak mengklaim sebagai miliknya, harus juga diarahkan agar tradisi tersebut dapat memberikan manfaat ekonomi yang memadai sebagai penghargaan. Oleh karena itu, diperlukan adanya pemahaman yang memadai, kesadaran, komitmen dan mekanisme pengawasan terhadap implementasi Buku Persyaratan Indikasi Geografis dari Pemegang Indikasi Geografis dan pihak terkait lainnya merupakan poin penting, Indikasi Geografis terdaftar dapat berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan Pemegang Indikasi Geografis. Kopi arabika Toraja memperoleh sertifikat Indikasi Geografis tahun 2013 dan Kalosi tahun 2012, tetapi proses dan mekanisme pengawasan pelaksanaan Buku Persyaratan Indikasi Geografis belum dilakukan melalui pengawasan mandiri, internal maupun eksternal.

- 
- d. uraian mengenai lingkungan geografis serta faktor alam dan faktor manusia yang merupakan satu kesatuan dalam memberikan pengaruh terhadap kualitas atau karakteristik dari barang yang dihasilkan;
  - e. uraian tentang batas-batas daerah dan/atau peta wilayah yang dicakup oleh Indikasi-geografis;
  - f. uraian mengenai sejarah dan tradisi yang berhubungan dengan pemakaian Indikasi-geografis untuk menandai barang yang dihasilkan di daerah tersebut, termasuk pengakuan dari masyarakat mengenai Indikasi-geografis tersebut;
  - g. uraian yang menjelaskan tentang proses produksi, proses pengolahan, dan proses pembuatan yang digunakan sehingga memungkinkan setiap produsen di daerah tersebut untuk memproduksi, mengolah, atau membuat barang terkait;
  - h. uraian mengenai metode yang digunakan untuk menguji kualitas barang yang dihasilkan; dan
  - i. label yang digunakan pada barang dan memuat Indikasi-geografis.

### c. Hak Pemasaran

Menurut Patola, pemasaran kopi arabika Kalosi dilakukan secara langsung kepedangang perantara dan perusahaan dari Makassar, Jakarta dan Bandung, dengan standar kualitas yang ditentukan pembeli.<sup>336</sup> Selanjutnya menurut Amiruddin, pemasaran kopi arabika di Enrekang oleh petani atau koperasi masih tetap sama sebelum kopi arabika Kalosi memperoleh sertifikat Indikasi Geografis. Pola pemasaran langsung dari petani atau koperasi langsung menjual ke pasar tradisional atau ke pedangang perantara. Pemasaran tunggal kopi arabika di Enrekang melalui mekanisme lelang belum dapat dilaksanakan MPKE. Infrastruktur pendukung standarisasi kopi arabika pada tingkat petani dan koperasi berdasarkan Buku Persyaratan Indikasi Geografis oleh MPKE belum tersedia.<sup>337</sup>

Menurut penulis pola pemasaran kopi arabika Toraja dan Kalosi belum berdasarkan mekanisme Buku Persyaratan Indikasi Geografis, yaitu melalui lelang yang dilakukan secara berkala dan bertaraf Internasional setiap tahun oleh MPIG-Kopi Arabika Toraja maupun MPKE. Tujuannya adalah untuk meningkatkan harga jual kopi arabika Toraja dan Kalosi pada level terendah ditingkat petani ke tingkat yang lebih tinggi.<sup>338</sup> Tetapi dalam prakteknya pemasaran masih tetap sama sebelum dan sesudah kopi arabika di Toraja dan Kalosi disertifikasi Indikasi Geografis yang dilakukan dengan pola sebagai berikut: Pertama, pemasaran dengan melibatkan pedagang pengumpul tingkat I (PP I), pedagang pengumpul tingkat

---

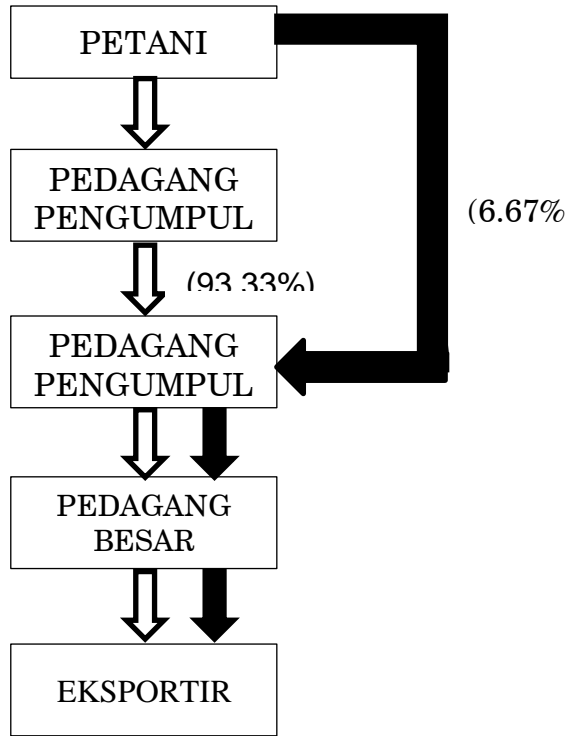
<sup>336</sup> Wawancara dengan Ketua Koperasi Unit Benteng Alla Tanggal 9 Desember 2016

<sup>337</sup> Wawancara dengan Kabid Seksi Produksi Hasil Pertanian Dinas Pertanian Kabupaten Enrekang Tanggal 7 Desember 2016

<sup>338</sup> MPKE.*Op., Cit*, hlm.20

kecamatan (PP II), pedagang besar (PB) dan eksportir. Kedua, pemasaran dengan tidak melibatkan pedagang pengumpul tingkat desa (PP I). Pola pemasaran tersebut dapat dilihat pada bagan berikut ini.<sup>339</sup>

Bagan 8. Proses Pemasaran Kopi Arabika Toraja Dan Kalosi



Keterangan:

- : Saluran Pemasaran 1
- : Saluran Pemasaran 2

Sumber: Ima Aisyah Sallatu, 2006.

<sup>339</sup> Ima Aisyah Sallatu, *Analisis Pangsa Pasar dan Tataniaga Kopi arabika di Kabupaten Tana Toraja dan Enrekang*, Sulawesi Selatan, Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor, 2006. hlm.109

Berkaitan dengan pemasaran kopi arabika dan Kalosi sebagai produk Indikasi Geografis di Makassar, sebagian besar 89 (89%) responden (Kafe/Warung dan konsumen kopi) di Makassar memberikan jawaban belum mengetahui tanda Indikasi Geografis tersebut. Untuk jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 12.  
Pengetahuan Konsumen Kopi Atas Tanda Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja dan Kolosi Di Kota Makassar

No.	Katagori Jawaban	Frekuensi	%
1	Mengetahui	11	11
2	Belum Mengetahui	89	89
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer 2018

Tabel 4 di atas menunjukkan bahwa 89 (89%) responden menjawab belum mengetahui Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja dan Kalosi, 11 (11%) responden menjawab mengetahui Indikasi Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja dan Kalosi.

Menurut penulis jawaban angket responden yang sebagian besar 89 (89%) responden yang belum mengetahui tanda Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja dan Kalosi karena: Pertama. Belum dilakukan standarisasi proses pengolahan kopi arabika Toraja dan Kalosi hasil panen petani atau koperasi oleh MPIG-Kopi Arabika Toraja maupun MPKE. Kedua. Penggunaan tanda Indikasi Geografis pada kemasan kopi arabika Toraja dan Kalosi masih sebatas promosi dengan jumlah terbatas menjadi salah faktor penyebab rendahnya pengetahuan pengelola dan konsumen kopi di Makassar.

Menurut Benyamin Sampe, penggunaan tanda Indikasi Geografis pada kemasan kopi arabika dari Toraja masih terbatas pada pengurus MPIG-Kopi Arabika Toraja sebagai promosi Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja kepada masyarakat dan konsumen. Sedangkan ditingkat petani kopi belum ada yang menggunakan tanda Indikasi Geografis tersebut.<sup>340</sup> Pendapat tersebut sejalan dengan hasil penelitian Laode Rudita terhadap perwakilan Masyarakat Pelindungan Indikasi Geografis (MPIG) Kopi Kintamani Bali, yang mengatakan bahwa: Sejak terdaftar sebagai Indikasi Geografis pada tahun 2008, pengawasan produksi sampai pada penjualan Kopi Kintamani Bali tidak berjalan sebagaimana mestinya, sehingga mekanisme kontrol produksi sampai pada pelabelan dan penjualan relatif tidak memenuhi Buku Persyaratan.<sup>341</sup>

Berkaitan dengan proses produksi, penggunaan tanda Indikasi Geografis dan pemasaran, dalam Buku Persyaratan Indikasi Geografis ditentukan masing-masing unit pengolahan harus membentuk 10 sampai 15 lot dari produksi tahunan mereka (lot-lot dapat dibentuk dari produksi setiap minggu atau dengan cara membentuk sub-kelompok produsen di dalam kelompok). Kode kode lot ini disimpan sampai pada tahap penjualan Kopi arabika Kalosi dan kode-kode lot tersebut tetap disimpan selama mungkin untuk dapat digunakan apabila diperlukan. Setiap transaksi harus dicatat oleh Unit Pengolahan (UP) dan sekali setahun (bulan Juni) data-data tersebut harus dikirim ke MPKE untuk dicek transaksi-transaksi dan kecocokan jumlah kopi arabika Kalosi yang dijual dengan jumlah gelondong merah

---

<sup>340</sup> Wawancara dengan Ketua *Internal Control System* (ICS) Gabungan Kelompok Tani dan Kelompok Tani lainnya (GAPOKTAN) Arabika Organik (ATO) Kabupaten Toraja Utara, Tanggal 24 Maret 2018

<sup>341</sup> Laode Rudita, *Op., Cit.*, hlm.211

dan kopi gabah setengah kering yang dipasarkan dengan standar kualitas kopi arabika Kalosi oleh anggota MPKE.<sup>342</sup>

### **C. Analisis Perlindungan Hukum Indikasi Geografis Terkait Penggunaan Tanda yang Memiliki Persamaan Dengan Indikasi Geografis Terdaftar.**

Dalam Buku Persyaratan Indikasi Geografis ditentukan, nama Indikasi Geografis yang dimohonkan pendaftarannya ke Ditjen HKI oleh MPIG-Kopi Arabika Toraja adalah Kopi Arabika Toraja atau dalam bahasa Inggris *Toraja Arabica Coffee*, untuk jenis produk: Biji kopi setengah kering berkulit tanduk (Kopi HS basah), Biji kopi kering berkulit tanduk (Kopi HS kering), Biji kopi kering tidak berkulit tanduk (Kopi Labu), Biji kopi Sangrai dan Kopi Bubuk.<sup>343</sup> Sedangkan Indikasi Geografis yang dimohonkan pendaftarannya oleh MPKE ke Ditjen HKI adalah nama Kopi Arabika Kalosi Enrekang. Nama tersebut adalah tanda untuk produk Indikasi Geografis Kopi Arabika Kalosi, yang terdiri dari: Kopi Biji Beras (Green bean), Kopi Sangrai dan Kopi Bubuk<sup>344</sup> Namun dalam praktek perdagangan, reputasi nama Toraja dan Kalosi digunakan juga sebagai tanda untuk produk kopi arabika dari Toraja dan Kalosi Enrekang yang dipasarkan di Indonesia maupun untuk ekspor,<sup>345</sup> oleh perusahaan nasional maupun asing. Contoh: *Key Coffe, Inc. Corporation Japan* dengan Merek Toarco Toraja dan terdaftar di Jepang pada tahun 1976<sup>346</sup> dan Amerika. Pendaftaran Merek tersebut tidak menyatakan kata Toraja dan gambar rumah Toraja

---

<sup>342</sup> MPKE. *Op., Cit.* hlm. 72-73

<sup>343</sup> MPIG. *Op., Cit.* hlm. 17

<sup>344</sup> MPKE. *Op., Cit.* hlm. 26

<sup>345</sup> Saky Septiono, *Ibid.*

<sup>346</sup> (Online), (<http://www.hukumonline.com/klinik/>), diakses 24 Oktober 2016)

merupakan simbol daerah Toraja sebagai hak eksklusif. Hal tersebut berarti bahwa, nama Toraja dan gambar rumah Toraja tidak diklaim sebagai Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja dari Indonesia.<sup>347</sup> Merek tersebut dapat dilihat pada gambar 6 berikut ini:

Gambar 9. Merek *Key Coffe, Inc. Corporation Japan*



Sumber:MPIG-Kopi Arabika Toraja. Buku Persyaratan Indikasi Geografis,2013

Pada tahun 1997 *Key Coffee Inc. Corporation Japan* digugat perusahaan di Jepang atas hak monopoli penggunaan nama Toraja oleh *Key Coffee Inc. Corporation Japan* ke pengadilan *Urawa* Jepang. Dasar hukum gugatan adalah penggunaan nama Toraja di Jepang dianggap sebagai domain publik. Gugutan tersebut tidak dilanjutkan, karena ada kesepakatan damai antara *Key Coffe Inc. Corporation* dengan para pengggugat bahwa penggunaan nama Toraja di Jepang dapat dilakukan atas izin *Key Coffee Co.* Di Indonesia, PT. *Toarco Jaya* mendaftarkan Merek *Toarco Toraja Coffee* dengan gambar rumahToraja Nomor Pendaftaran R002004003011 dan IDM000015922 untuk kelas dan klasifikasi barang Nomor 30, jenis barang untuk kopi biji dan kopi bubuk, pada tanggal 14 September 2004. Permohonan tersebut disetujui oleh Ditjen

---

<sup>347</sup> (Online), (<http://tess.uspto.gov/bin/> , diakses tanggal 24 Oktober 2016)



HKI dan terdaftar sampai dengan 24 Februari 2015.<sup>348</sup> Selanjutnya *IFES Inc. Corporation California* dengan Merek *Sulotco Toraja Coffee* dengan gambar rumah Toraja dengan Nomor Pendaftaran 74547000 dan Merek *Sulotco Kalosi Toraja Coffee* Nomor Pendaftaran 74547036. Merek tersebut dapat dilihat pada gambar 7 berikut ini:

Gambar 10. Merek *IFES Inc. Corporation California*



Sumber. MPIG-Kopi Arabika Toraja. Buku Persyaratan Kopi Arabika Toraja, 2013

Menurut penulis, pendaftaran Merek dengan menggunakan nama Toraja oleh *Key Coffe Inc. Corporation Japan* dan nama Kalosi oleh *IFES Inc. Corporation California*, seharusnya tidak dilakukan karena: Pertama, nama Toraja dan Kalosi menunjuk reputasi kopi Arabika yang telah diusahakan secara turun temurun dengan metode tradisional masyarakat di daerah Toraja dan Kalosi Enrekang yang dibawah oleh pedagang arab pada abad ke-14 (lontarak Enrekang).<sup>349</sup> Kedua, pendaftaran tersebut berdampak pada larangan pengusaha kopi di Sulawesi Selatan untuk tidak menggunakan nama Toraja dan Kalosi pada kemasan produk kopi Arabika dari Toraja dan Kalosi yang diekspor ke Jepang, Amerika dan Eropa.<sup>350</sup> Ketiga,

---

<sup>348</sup> (Online).(<http://www.merekindonesia.dgip.go.id/>), diakses tanggal 29 Agustus 2016

<sup>349</sup> MPKE. *Buku Persyaratan Indikasi Geografis Kopi Arabika Kalosi*, 2012, hlm.48

<sup>350</sup> *Harian Bisnis Indonesia*, Jakarta, 21 Januari 2008.

penggunaan nama Toraja dan Kalosi seharusnya dianggap pelanggaran hukum atas Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja dan Kalosi sebagai hak milik komunal dan monopoli, dan penegakan hukumnya dapat dilakukan secara privat maupun publik sebagai berikut:

### **1. Hukum Privat**

Penegakan hukum privat melalui gugatan perdata berupa tuntutan ganti rugi, penghentian penggunaan dan pemusnahan label Indikasi Geografis yang digunakan secara tanpa hak tersebut. Untuk mencegah kerugian lebih besar yang akan dialami Pemegang Indikasi Geografis, hakim dapat memerintahkan pengguna Indikasi Geografis tanpa hak tersebut untuk menghentikan kegiatan pembuatan, perbanyak, serta pemusnahan label Indikasi Geografis yang digunakan secara tanpa hak tersebut.<sup>351</sup> Gugatan perdata dilakukan untuk jenis-jenis pelanggaran hukum Indikasi Geografis yang ditentukan Pasal 66 UU Merek dan Indikasi Geografis.<sup>352</sup>

---

<sup>351</sup> Pasal 69 UU Merek dan Indikasi Geografis

<sup>352</sup> Pasal 66 UU Merek dan Indikasi Geografis

- a. pemakaian Indikasi Geografis, baik secara langsung maupun tidak langsung atas barang dan/atau produk yang tidak memenuhi Dokumen Deskripsi Indikasi Geografis;
- b. pemakaian suatu tanda Indikasi Geografis, baik secara langsung maupun tidak langsung atas barang dan/atau produk yang dilindungi atau tidak dilindungi dengan maksud untuk:
  1. menunjukkan bahwa barang dan/atau produk tersebut sebanding kualitasnya dengan barang dan/atau produk yang dilindungi oleh Indikasi Geografis;
  2. mendapatkan keuntungan dari pemakaian tersebut;
  3. atau mendapatkan keuntungan atas reputasi Indikasi Geografis
- c. pemakaian Indikasi Geografis yang dapat menyesatkan masyarakat sehubungan dengan asal-usul geografis barang itu;
- d. pemakaian Indikasi Geografis oleh bukan Pemakai Indikasi Geografis terdaftar;
- e. peniruan atau penyalahgunaan yang dapat menyesatkan sehubungan dengan asal tempat barang dan/atau produk atau kualitas barang dan/atau produk yang terdapat pada:
  1. pembungkus atau kemasan;
  2. keterangan dalam iklan;
  3. keterangan dalam dokumen mengenai barang dan/atau produk tersebut; atau;
  4. informasi yang dapat menyesatkan mengenai asal-usulnya dalam suatu kemasan.
- f. tindakan lainnya yang dapat menyesatkan masyarakat luas mengenai kebenaran asal barang dan/atau produk tersebut.

Terkait penggunaan nama Toraja sebagai Merek terdaftar, menurut Ellias Pasalli tidak termasuk pelanggaran hukum Indikasi Geografis, karena yang dilindungi adalah nama Kopi Arabika Toraja.<sup>353</sup> Pendapat tersebut sesuai ketentuan Buku Persyaratan bahwa Indikasi Geografis terdaftar adalah nama Kopi Arabika Toraja. Penggunaan kata Kopi atau Toraja atau Kopi Toraja tidak dianggap penyalahgunaan atau tiruan<sup>354</sup> dari Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja.

Selanjutnya dalam Buku Persyaratan Indikasi Geografis Kopi Arabika Kalosi Enrekang ditentukan, nama Indikasi Geografis adalah Kopi Arabika Kalosi Enrekang, dan hanya digunakan untuk kopi murni dengan komposisi 100% Kopi Arabika Kalosi dari wilayah Indikasi Geografis oleh MPKE, dan diproses berdasarkan Buku Persyaratan Indikasi Geografis. Penggunaan nama Kopi Arabika Kalosi Enrekang sebagai Merek dagang oleh pihak ketiga tidak diperkenankan.<sup>355</sup>

Ketentuan Buku Persyaratan tersebut di atas dimaknai bahwa, nama Toraja dan Kalosi bukan Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja maupun Kalosi yang dimohonkan perlindungan hukumnya. Nama Toraja dan Kalosi adalah domain publik, sehingga penggunaan sebagai tanda oleh pihak lain dalam perdagangan tidak termasuk pelanggaran hukum Indikasi Geografis sebagaimana yang ditentukan dalam Pasal 66 UU Merek dan Indikasi Geografis, yang dapat digugat perdata, berupa tuntutan ganti rugi, penghentian penggunaan, kegiatan pembuatan dan perbanyak Indikasi Geografis serta pemusnahan

---

<sup>353</sup> Wawancara dengan Ketua MPIG-Kopi Arabika Toraja Tanggal 8 Desember 2016

<sup>354</sup> MPIG. *Op., Cit.*, hlm.74

<sup>355</sup> MPKE. Buku Persyaratan Indikasi Geografis, hlm.75

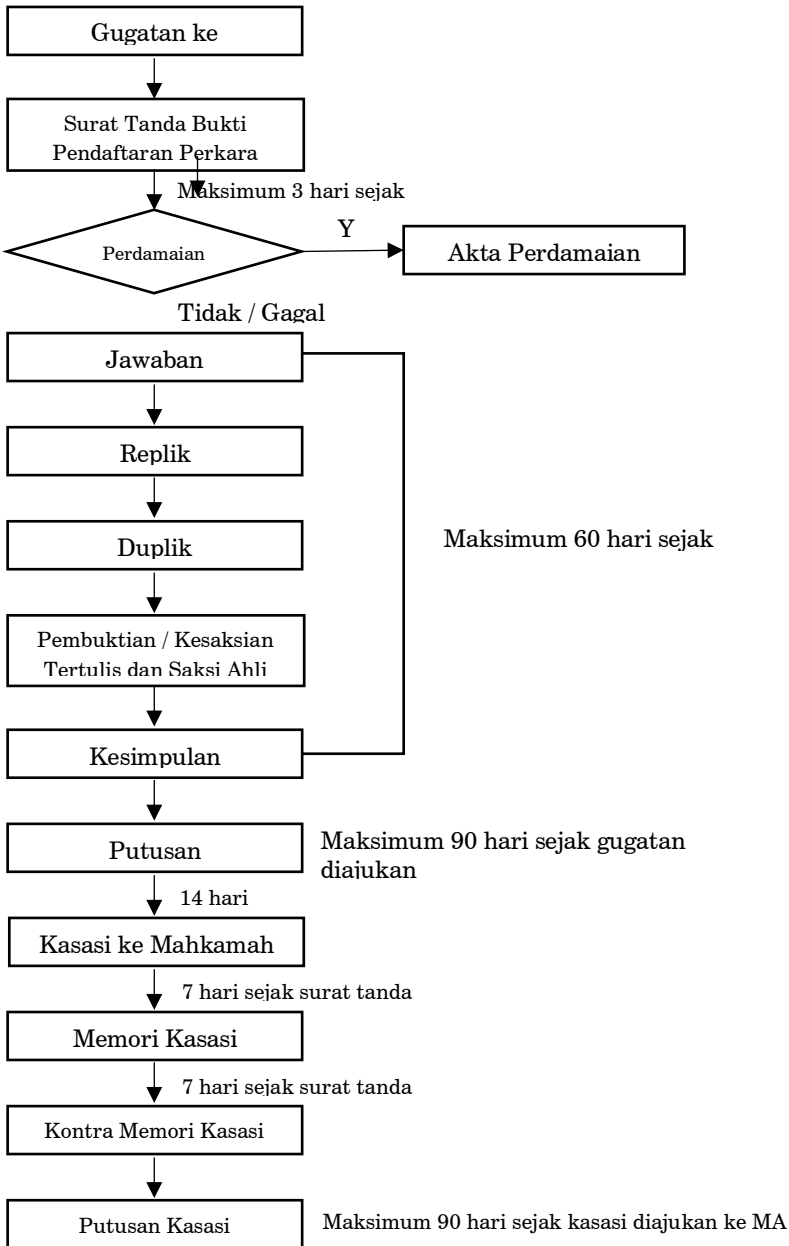
label Indikasi Geografis yang digunakan secara tanpa hak tersebut.<sup>356</sup>

Proses gugatan perdata terhadap pihak yang melakukan pelanggaran hukum atas Indikasi Geografis terdaftar, dilakukan seperti pada bagan berikut ini:

---

<sup>356</sup> Pasal 67 dan Pasal 69 UU Merek dan Indikasi Geografis

## Bagan 11. Prosedur Gugatan Perdata Indikasi Geografis



Sumber: *Japan International Cooperatio Agency (JICA)*, 2004

Penggunaan nama Kalosi sebagai Merek terdaftar oleh PT.Toarco Jaya dan PT.Sulatco pada kemasan kopi arabika Toraja dapat mengaburkan daerah Kalosi yang seakan-akan ada di Toraja. Perbuatan tersebut dapat dikategorikan pelanggaran hukum Indikasi Geografis Kopi Arabika Kalosi Enrekang dan dapat dituntut.<sup>357</sup>

## **2. Hukum Admnistrasi**

### **a. Pembatalan dan Pencoretan Merek Terdaftar**

Pembatalan dan pencoretan Merek terdaftar dapat dilakukan atas prakarsa Menteri, apabila Merek tersebut telah digunakan untuk seluruh atau sebagian jenis barang yang sama setelah jangka waktu 2 (dua) tahun, terhitung sejak tanda tersebut terdaftar sebagai Indikasi Geografis dan diberitahukan secara tertulis kepada pemilik Merek atau Kuasanya, dengan menyebutkan alasannya dan dicatat serta diumumkan dalam Berita Resmi Merek. Pembatalan dan pencoretan pendaftaran Merek mengakibatkan berakhirnya perlindungan hukum atas Merek tersebut untuk seluruh atau sebagian jenis barang yang sama. Apabila pemilik Merek tidak menerima atau menolak putusan pembatalan dan pencoretan Merek terdaftar yang dilakukan atas prakarsa Menteri, dapat melakukan upaya hukum Keberatan ke Pengadilan Niaga dan Kasasi ke Mahkamah Agung.<sup>358</sup> Untuk Merek asing yang memiliki persamaan dengan Indikasi Geografis terdaftar, negara anggota persetujuan *TRIPs* wajib secara *ex officio* apabila dalam hukum nasionalnya atau atas permintaan anggota yang berkepentingan, dapat menolak atau membatalkan pendaftaran suatu Merek dagang yang mengandung atau memuat suatu Indikasi Geografis atau suatu barang yang

---

<sup>357</sup> Wawancara dengan Pengurus MPKE Tanggal 24 Maret 2018

<sup>358</sup> Pasal 68 ayat (2,3,4) dan ayat (7) UU Merek dan Indikasi Geografis jo Pasal 27 (1) PP Indikasi Geografis,

tidak berasal dari wilayah yang di indikasikan, apabila penggunaan tanda yang di indikasikan tersebut sebagai Merek dagang pada barang yang bersangkutan di dalam wilayah negara anggota sedemikian rupa sehingga menyesatkan masyarakat perihal wilayah asal sebenarnya dari barang yang bersangkutan.<sup>359</sup> Ketentuan yang sama dalam konvensi Paris 1883, tentang larangan penggunaan nama dagang yang menggunakan nama tempat asal produk atau Indikasi Sumber (Indication of Source) dan Apelasi Asal atau nama formal asal (Appellation of Origin). Dalam Konvensi tersebut, diatur perlindungan terhadap produksi indikasi asal yang tidak boleh memasuki suatu negara apabila produk tersebut tidak benar berasal dari negara yang bersangkutan.<sup>360</sup>

---

<sup>359</sup> Pasal 22 ayat (3) Persetujuan *TRIPS*

<sup>360</sup> Konvensi Paris 1883.

Pasal 10 (1).Ketentuan pada pasal terdahulu juga berlaku dalam hal penggunaan langsung maupun tidak langsung suatu sumber barang dagangan atau identitas produser, pabriknya atau pedagang yang berindikasi.

(2).Dalam hal produser, pabrikan, atau pedagang baik itu yang bersifat perorangan maupun badan hukum melakukan suatu proses produksi atau memperdagangkan sumber-sumber yang berindikasi palsu baik itu secara lokal ataupun regional atau dalam negara di mana sumber itu berindikasi palsu ataupun dalam negara dimana indikasi palsu tersebut digunakan, maka orang atau badan tersebut dianggap sebagai yang bertanggung jawab terhadap indikasi pemalsuan itu.

Pasal 10 bis

- (1).Negara anggota Persatuan adalah terikat atau sepenuhnya menjamin secara nasional untuk melakukan perlindungan yang efektif terhadap persaingan tidak sehat.
- (2).Jika terdapat suatu tindakan persaingan yang bertentangan dengan praktek-praktek sebagaimana lazimnya dalam dunia perdagangan atau industrial maka hal itu dianggap sebagai suatu tindakan yang tidak sehat.
- (3). Secara khusus, berikut ini adalah tindakan yang dilarang :
  - a. Semua tindakan yang bersifat menciptakan kebingungan dalam maksudapapun dengan kegiatan perusahaan, perdagangan, industri maupun barang dagangan dari seorang kompetitor.
  - b. perusahaan, barang dagang, atau kegiatan komersial dan industrial dari seorang kompetitor.
  - c. Indikasi-indikasi atau pernyataan penggunaan sepanjang perdagangan tersebut dapat dikenakan sebagai tindakan menyesatkan umum terhadap sifat, proses pabrikasi, karakteristik, keserasian maksud atau kuantitas dari barang dagangan itu.

Menurut penulis, pembatalan dan pencoretan Merek terdaftar yang memiliki persamaan dengan Indikasi Geografis atas prakarsa Menteri merupakan upaya pemerintah memberikan perlindungan hukum Pemegang Indikasi Geografis, yang pada umumnya adalah pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) agar dapat memperoleh manfaat ekonomi yang memadai dari produk Indikasi Geografis. Dengan demikian, penggunaan nama Toraja dan Kalosi sebagai Merek oleh pihak lain yang tidak berhak mendaftarkan Indikasi Geografis (*PT. Toarco Jaya (Key Coffee, Inc Corporation Japan* dan *PT. Sulatco milik IFES Inc. Corporation California Amerika*), pembatalan dan pencoretannya dapat dilakukan atas prakarsa Menteri berdasarkan prinsip itikad baik, yaitu: mencegah pihak lain yang tidak berhak menggunakan tanda yang telah memiliki reputasi berupa kata, nama, lambang atau loga dari wilayah atau daerah asal produk Indikasi Geografis untuk memperoleh manfaat ekonomi.<sup>361</sup> Walaupun Indikasi Geografis terdaftar<sup>362</sup> bukan nama Toraja dan Kalosi tetapi nama tersebut adalah milik masyarakat Toraja dan Kalosi Enrekang, sehingga perbuatan menggunakan dan memiliki nama Toraja dan Kalosi sebagai tanda untuk produk barang dalam perdagangan oleh pihak lain untuk memperoleh keuntungan ekonomi, harus dianggap sebagai perbuatan itikad tidak baik dan pelanggaran hukum atas Indikasi Geografis terdaftar. Contoh yang sama adalah nama Gayo,

---

<sup>361</sup> Andris. Artikel. *Penerapan Prinsip Itikad Baik Terhadap Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja Indonesia Yang di daftarkan Sebagai Merek Dagang Toarco Toraja Oleh Key Coffee (Perusahaan Jepang) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek dan Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 tentang Indikasi Geografis*, Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran, Bandung, 2015, hlm.8

<sup>362</sup> Terdaftar adalah setelah permohonan melalui proses pemeriksaan formalitas, proses pengumuman, dan proses pemeriksaan substantif serta mendapatkan persetujuan Menteri untuk diterbitkan sertifikat. Penjelasan Pasal 3 UU Merek dan Indikasi Geografis



yaitu nama dataran tinggi di Kabupaten Bener Meriah dan Aceh Tengah Provinsi Nagroe Aceh Darusalam, dikenal sebagai salah satu daerah penghasil kopi arabika terbaik dunia yang dibudidayakan sejak tahun 1926.

Pada tanggal 15 Juli 1999, nama *Gayo Mountain Coffee* didaftar ke *European Coffee Bv* yang beralamat *Zwarteweg 6 B NL-1412 GD Naarden Paises Bajos* melalui CTM oleh *Holland Coffee*, dengan pendaftaran Nomor 001242965 kelas 30 untuk jenis barang *Coffee, tea, cocoa, sugar and artificial coffee* atas permohonan *Holland Coffee*. Dengan sertifikat Merek *European BV* tersebut, *Holland Coffee* melarang perusahaan eksportir kopi dari Medan Sumatera Utara melakukan mengekspor kopi arabika ke Belanda dengan nama *Gayo Coffee*, karena nama tersebut memiliki persamaan dengan Merek *Gayo Mountain Coffee* miliknya. *Eroupean Bv* juga melarang semua perusahaan kopi di seluruh dunia untuk tidak memasarkan kopi arabika dengan nama Gayo di Belanda.<sup>363</sup> Tetapi dengan program kerjasama perdagangan Indonesia-*EU Trade Cooperation Facility* (TCF), kopi arabika Gayo kemudian memperoleh sertifikat Merek Kolektif dari Uni Eropa dengan nomor registrasi 014330484 tertanggal 26 Oktober 2015, yang diterbitkan oleh *Office For Harmonization in the Internal Market* (OHIM).<sup>364</sup> Sedang Pada tahun 2010, kopi arabika Gayo (*Arabica Gayo Coffee*) memperoleh sertifikat Indikasi Geografis (IG) dari Ditjen HKI Kementerian Hukum dan Hak Azasi Manusia (HAM) atas permohonan Masyarakat Perlindungan Kopi Gayo (MPKG) tahun 2010.

---

<sup>363</sup>(Online),(<https://www.scribd.com/doc/20976488/Perlindungan-Indikasi-Geografis-dan-Potensi-Indikasi-Geografis-Indonesia>, diakses tanggal 24 Oktober 2016)

<sup>364</sup> (Online), (<https://nasional.tempo.co/read/870293/kopi-gayo-resmi-diakui-merek-kolektif-uni-eropa>, diakses tanggal 24 April 2017)

b. Penghapusan Merek terdaftar atas prakarsa Menteri

Penghapusan Merek terdaftar dapat dilakukan atas prakarsa Menteri jika Merek tersebut memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Indikasi Geografis.<sup>365</sup> Apabila pemilik Merek terdaftar menolak keputusan Menteri atas penghapusan Merek tersebut, maka dapat mengajukan gugatan ke Pengadilan Tata Usaha Negara serta kasasi ke Mahkamah Agung.<sup>366</sup>

Dalam persetujuan *TRIPs* ditentukan, Anggota wajib, secara *ex officio* apabila di mungkinkan dalam hukum nasionalnya atau atas permintaan anggota yang berkepentingan, menolak atau membatalkan pendaftaran suatu merek dagang yang mengandung atau memuat suatu Indikasi Geografis atau suatu barang yang tidak berasal dari wilayah yang di indikasikan, apabila penggunaan yang di indikasikan tersebut dalam Merek dagang atau barang yang bersangkutan di dalam wilayah negara anggota sedemikian rupa sehingga menyesatkan masyarakat perihal wilayah asal sebenarnya dari barang yang bersangkutan.<sup>367</sup>

Menurut *Burkhart*, apabila terjadi konflik antara Indikasi Geografis dengan Merek maka *International Trademark Association (INTA)*, memilih *A Madrid Type System* untuk menyelesaikan konflik tersebut dengan mengedepankan prinsip-prinsip *territoriality, priority and exclusivity*. Penghapusan Merek dan Indikasi Geografis dilakukan berdasarkan prinsip *first in time, first in right* yang mengacu pada prinsip *priority and exclusivity*.<sup>368</sup>

---

<sup>365</sup> Pasal 72 Ayat (6) dan (7) huruf a, UU Merek dan Indikasi Geografis

<sup>366</sup> Pasal 73 UU Merek dan Indikasi Geografis

<sup>367</sup> Pasal 22 Ayat (3) Persetujuan *TRIPs*.

<sup>368</sup> I Gede Agus Kurniawan, *Pengaturan Penghentian Pemakaian Indikasi Geografis Pada Merek Terdaftar Oleh Pihak Lain Yang Tidak Berhak* (Studi Komperatif Beberapa Negara) Program Pasca Sarjana Universitas Udayana, Denpasar, 2013, hlm.11

Apakah Indikasi Geografis atau Merek yang lebih dahulu dipakai sebagai tanda, maka tanda yang terdahulu dipakai paling berhak untuk diberi perlindungan hukum. Kemudian menurut Yahya Harahap, terdapat 2 (dua) doktrin yang berkaitan dengan eksistensi penghapusan Merek terdaftar, yaitu:<sup>369</sup>

1. Indikasi Geografis yang mempunyai perlindungan lebih atas Merek. Artinya Indikasi Geografis lebih diutamakan daripada Merek. Meskipun Merek tersebut telah terdaftar lebih dahulu namun setelah muncul Indikasi Geografis terdaftar yang sama dengan Merek, maka keberadaan Indikasi Geografis terdaftar ini mengancam keberadaan Merek. Merek yang telah terdaftar lebih dahulu masih dapat dipakai dengan itikad baik dalam jangka waktu 2 (dua) tahun sejak Indikasi Geografis memperoleh perlindungan hukum dan setelah jangka waktu tersebut berakhir harus dilakukan penghentian pemakaian Merek.
2. Merek dan Indikasi Geografis sama-sama kuat atau keduanya dapat eksis.

Berkaitan dengan eksistensi Merek yang telah terdaftar sebelum Indikasi Geografis didaftarkan, dalam persetujuan *TRIPs* ditentukan apabila suatu Merek telah dipakai dan didaftarkan dengan niat baik, atau jika sekumpulan hak yang terkait dengan suatu Merek telah diperoleh melalui pemakaian dengan niat baik.... Sebelum suatu Indikasi Geografis dilindungi di negara asalnya, langkah-langkah yang diambil untuk melaksanakan perlindungan hukum atas Indikasi Geografis tidak boleh mengancam keberadaan atau hak eksklusif Merek terdaftar,

---

<sup>369</sup> *Ibid.*

dengan alasan bahwa Merek tersebut sama persis atau mirip dengan Indikasi Geografis.<sup>370</sup>

Menurut penulis, ketentuan perlindungan hukum Pemegang Indikasi Geografis dalam persetujuan *TRIPs* menganut prinsip *dualisme* hukum, karena disatu sisi perlindungan hukum Pemegang Indikasi Geografis terdaftar ditegakan berdasarkan sistem konstitutif (*first to file principle* dan sisi lain ditegakan berdasarkan sistem deklaratif (*first to use system*). Penerapan 2 (dua) prinsip tersebut lebih mengutamakan kepastian hukum dari pada keadilan hukum dan kemanfaatan terutama yang terkait dengan perlindungan hukum Pemegang Indikasi Geografis sebagai pihak yang mengusahakan produk Indikasi Geografis dengan modal, pengetahuan dan akses pasar terbatas. Oleh karena itu, penggunaan Indikasi Geografis terdaftar yang telah memiliki reputasi sebagai tanda pada produk yang sejenis atau tidak sejenis yang dipasarkan oleh pihak yang tidak berhak, akan mengakibatkan hal-hal yang diindikasikan oleh *Wenger* sebagai berikut:<sup>371</sup>

1. Membuat penekanan atas nama yang bergengsi atau nama yang mempunyai reputasi berakibat kehilangan daya tariknya, hal ini akan membahayakan kesan di masyarakat dan kehilangan reputasi.
2. Menyuburkan tindakan haram, dimana pengguna nama yang tidak berhak tersebut akan menikmati kesan atau reputasi dari barang yang sudah mempunyai reputasi.

---

<sup>370</sup> Pasal 24 ayat (5) Persetujuan *TRIPs*

<sup>371</sup> Saky Septiono, *Perlindungan Indikasi Geografis dan Potensi Indikasi Geografis di Indonesia*, (Online, (<https://www.scribd.com/doc/20976488/>), diakses 12 Januari 2017)

3. Produk dengan menggunakan nama yang sudah mempunyai reputasi akan mendapat pengakuan dari seluruh dunia serta mendapat kesan positif dari pembeli, dan juga membawa dampak tidak meragukan konsumen apabila menjual produk tersebut dengan harga tinggi.
4. Fakta dan alasan tersebut di atas, menunjukkan bahwa penggunaan suatu nama geografis untuk produk lain selain produk geografis tersebut akan menjatuhkan reputasi dan menyesatkan masyarakat. Contoh: Perancis telah mengatur hal tersebut, sehingga perlindungan hukum terhadap produk Indikasi Geografisnya dilakukan secara nasional maupun Internasional.

### **3. Hukum Pidana**

Dalam UU Merek dan Indikasi Geografis ditentukan: Setiap orang yang dengan tanpa hak menggunakan tanda yang mempunyai persamaan pada keseluruhan dengan Indikasi Geografis milik pihak lain untuk barang atau produk yang sejenis dengan barang atau produk yang terdaftar, dipidana penjara paling lama 4 (empat) tahun atau denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Dan setiap orang yang dengan tanpa hak menggunakan tanda yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Indikasi Geografis milik pihak lain untuk barang atau produk yang sama atau sejenis dengan barang atau produk yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan denda paling banyak Rp 2.000.000.000 (dua miliar rupiah).<sup>372</sup>

---

<sup>372</sup> Pasal 101 UU Merek dan Indikasi Geografis

Menurut penulis, kalimat menggunakan tanda tanpa hak yang mempunyai persamaan pada keseluruhan dan pada pokoknya dimaknai yang sama oleh pembentuk UU Merek dan Indikasi Geografis, karena diancam sanksi pidana penjara dan denda yang sama, yaitu pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan denda paling banyak Rp 2.000.000.000 (dua miliar rupiah). Pada hal dalam doktrin *entires similar*, yang dimaksud persamaan pada keseluruhan adalah persamaan keseluruhan elemen. Suatu Merek terdaftar dikualifikasi mengandung persamaan secara keseluruhan dengan Merek terdaftar orang lain apabila memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:<sup>373</sup>

- a. ada persamaan elemen secara keseluruhan;
- b. persamaan jenis atau produksi kelas barang atau jasa;
- c. persamaan wilayah dan segmen pasar;
- d. persamaan cara dan perilaku pemakaian; dan
- e. persamaan cara pemeliharaan.

Adapun yang dimaksud dengan persamaan pada pokoknya adalah apabila Merek tersebut memiliki kemiripan atau serupa (*identical*), hampir mirip (*nearly resembles*) dengan Merek orang lain.<sup>374</sup> Dalam doktrin persamaan pada pokoknya mempunyai pengertian lebih luas dan fleksibel, karena untuk menentukan ada persamaan Merek tidak perlu semua unsur secara kumulatif sama, tetapi cukup beberapa unsur atau faktor yang relevan saja yang sama sehingga terlihat antara dua merek yang diperbandingkan identik atau sangat mirip. Jadi menurut

---

<sup>373</sup> M. Yahya Harahap. *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992*, Citra Aditya Bakti. Bandung, 1996. hlm. 416

<sup>374</sup> *Ibid.*, hlm. 417

doktrin tersebut, antara Merek yang satu dengan yang lain tetap ada perbedaan, tetapi perbedaan tersebut tidak menonjol dan tidak mempunyai kekuatan pembeda yang kuat. Apabila Merek yang satu dengan yang lain mirip (similar), maka sudah dapat dikatakan identik.<sup>375</sup>

Terkait penggunaan nama Toraja dan Kolosi sebagai Merek terdaftar, berdasarkan doktrin persamaan pada pokoknya memenuhi unsur tindak pidana Indikasi Geografis yang ditentukan Pasal 101 Ayat (2) UU Merek dan Indikasi Geografis. Hanya saja dalam Buku Persyaratan Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja dan Kalosi ditentukan bahwa, Indikasi Geografis yang dimohonkan pendaftarannya oleh MPIG-Kopi Arabika Toraja adalah nama Kopi Arabika Toraja, bukan kata Kopi atau Toraja atau Kopi Toraja.<sup>376</sup> Dan Indikasi Geografis yang didaftar oleh MPKE adalah nama Kopi Arabika Kalosi Enrekang.<sup>377</sup> Ketentuan tersebut dimaknai bahwa, nama Toraja dan Kalosi bukan hak eksklusif dari Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja dan Kalosi Enrekang.<sup>378</sup> Pembatasan unsur Indikasi Geografis terdaftar dalam Buku Persyaratan seharusnya tidak diatur, karena akan melemahkan kepastian hukum hak milik komunal dan monopoli atas Indikasi Geografis terdaftar. Karena penggunaan tanda yang menggunakan nama unsur Indikasi Geografis terdaftar tidak dianggap pelanggaran hukum atas Indikasi Geografis,<sup>379</sup> yang dapat dituntut pidana berdasarkan ketentuan Pasal 101 UU Merek dan Indikasi Geografis.

---

<sup>375</sup> *Ibid.*, hlm.288

<sup>376</sup> MPIG. *Op., Cit.* hlm.74

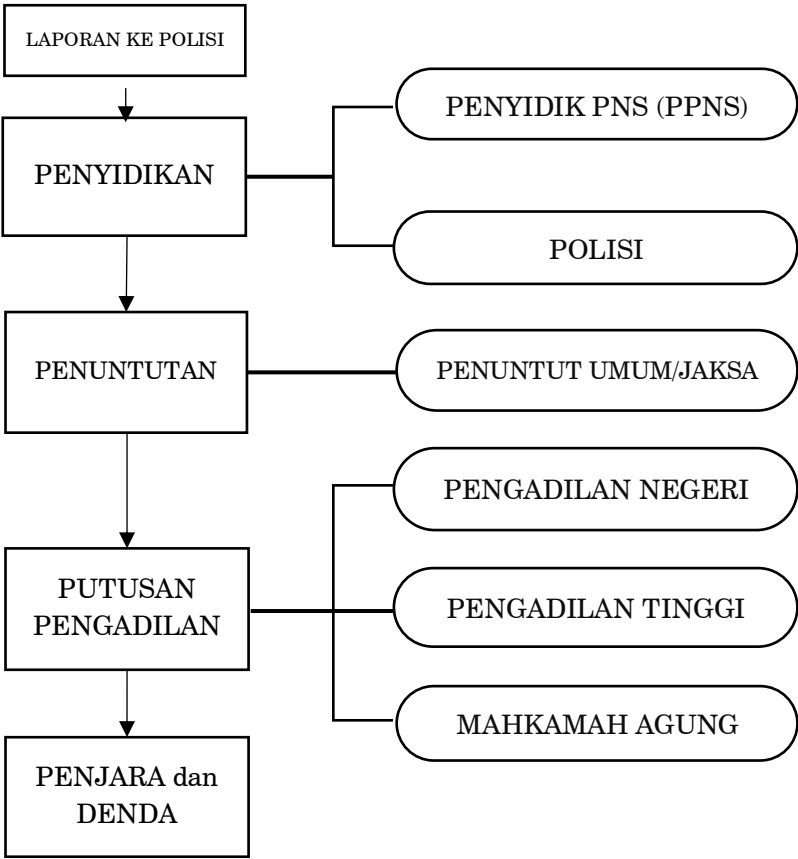
<sup>377</sup> MPKE. *Op., Cit.* hlm.26

<sup>378</sup> Pasal 1 angka 6 UU Merek dan Indikasi Geografis

<sup>379</sup> Pasal 101 UU Merek dan Indikasi Geografis

Tindak pidana Indikasi Geografis merupakan delik aduan,<sup>380</sup> dan penegakan hukumnya sangat ditentukan oleh Buku Pesyaratan dan pengetahuan Pemegang Indikasi Geografis atas Indikasi Geografis dan atauran-atauran hukumnya. Penegakan hukum pidana tersebut dilakukan dengan prosedur sebagai berikut:

Bagan 12: Prosedur Tuntutan Pidana Hak atas Indikasi Geografis



Sumber: *Japan International Cooperatio Agency (JICA), 2004*

<sup>380</sup> Pasal 103 UU Merek dan Indikasi Geografis



## **BAB IV**

# **PRATIK PERLINDUNGAN HUKUM INDIKASI GEOGRAFIS INTERNASIONAL**

Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu produk yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada barang dan produk yang dihasilkan. Kata indikasi tidak selalu merujuk pada suatu tempat saja, akan tetapi juga mencakup nama produk yang diasosiasikan dengan sebuah tempat.<sup>381</sup> Contoh: nama Toraja dan Kalosi Enrekang adalah nama salah satu daerah di Sulawesi Selatan yang terkenal dengan produk kopi arabika dengan kualitas terbaik. Dengan adanya perlindungan hukum atas Indikasi Geografis yang memadai secara nasional akan berimplikasi terhadap perlindungan hukum atas Indikasi Geografis apabila dipasarkan ke negara lain berdasarkan *reciprocal principle*. Contoh Indikasi Geografis yang terkait adalah:

a. *Champagne*.

Nama *Champagne*, dalam hukum Prancis dan kesepakatan internasional, hanya dapat digunakan oleh petani yang memproduksi minuman anggur berbuih dalam batas wilayah Indikasi Geografis di daerah *Champagne* Prancis yang menjadi Pemegang Indikasi Geografis

---

<sup>381</sup> Tomi Suryo Utomo, *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global Sebuah Kajian Kontemporer*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2010, hlm.219

*Champagne*. Setiap perbuatan membuat minuman anggur berbuih di luar wilayah Indikasi Geografis *Champagne* dianggap perbuatan curang atau persaingan usaha tidak sehat (*unfair trade principles, unfair trade competition*), karena dapat mengakibatkan menurunnya mutu dan nilai dari produk minuman anggur berbuih *Champagne*.<sup>382</sup>

Pada tahun 1984 nama *Champagne* digunakan oleh perusahaan *SEITA*, untuk produk tembakau dan parfume tahun 1993. Kasus tersebut kemudian digugat ke pengadilan oleh *Comitè Interprofessionnel du Vin de Champagne (CIVC)* yaitu badan layanan masyarakat dengan otoritas kekuasaan publik khusus, dibentuk dengan Undang-Undang Parlemen Prancis tanggal 12 April 1941, untuk mengelola, memajukan dan melindungi kepentingan-kepentingan orang-orang yang terlibat dalam produksi anggur *Champagne*, dengan kekuasaan untuk menuntut dan dituntut. *CIVC* tidak terlibat dalam proses produksi anggur *Champagne* melainkan hanya sebagai suatu kuasa administratif yang bertugas memberi keputusan dan sanksi bila diperlukan terhadap anggota-anggotanya. Termasuk dalam kekuasaan dan tugasnya adalah tanggung jawab untuk mengelola dan mempertahankan hak-hak yang terkait dengan Indikasi Geografis *Champagne* dari penyalahgunaan, baik di Prancis maupun di tempat lain.<sup>383</sup>

Penegakan hukum terkait penggunaan nama *Champagne* oleh pihak yang tidak berhak, *CIVC* telah berhasil menghentikan penggunaan tanpa hak tersebut melalui gugatan kepegadilan dengan putusan sebagai berikut:<sup>384</sup>

---

<sup>382</sup> Ditjen HKI. Buku Persyaratan Indikasi Geografis *Champagne*,2008.hlm.29

<sup>383</sup> *Ibid*.hlm.1-2

<sup>384</sup> *Ibid*.hlm.27

1. Putusan Pengadilan Tinggi Inggris, 16 Desember 1960 dalam kasus *Bollinger* melawan *Costa Brava Eine Co.* Melarang penggunaan *Spanish Champagne* untuk menyebut anggur Spanyol yang berbuih.
2. Putusan Pengadilan banding di Selandia Baru, 5 Desember 1991 dalam kasus *CIVC* melawan *WINEWORTHS Group Ltd.* Melarang penggunaan *Champagne* atau *Australian Champagne* untuk menyebut anggur Australia yang berbuih.
3. Putusan Pengadilan Banding London, 25 Juni 1993 melarang penggunaan nama *Elderflower Champagne* untuk menyebut minuman berbuih bebas-alkohol yang dibuat dari bunga elder.
4. Putusan Mahkamah Agung Jerman pada tanggal 19 Mei 2005 melarang penggunaan nama *Champagner Bratbirne* untuk menyebut minuman yang dibuat dari sari buah pir.

b. *Darjeling Tea*

*Darjeling Tea* adalah nama Indikasi Geografis untuk teh dari daerah pegunungan *Sadar*, *Kalimpong*, dan *Kurseong* di distrik *Darjeeling*, *West Bengal*, India. Untuk melindungi komoditas tersebut dari kemungkinan penyalahgunaan yang akan menurunkan kualitas dan reputasi, serta untuk menjamin keberadaan produk tersebut, dibentuk *Tea Board of India Corporation*, dengan tujuan:<sup>385</sup>

---

<sup>385</sup> (Online), (<http://www.teaindia.org./procedure/> diakses tanggal 24 Oktober 2016)

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

Pada tanggal tanggal 2 Januari 1991, *Tea Board Of India Corporation* mendaftarkan *Darjeeling Tea* berikut logo di Amerika dengan Nomor 1632726. Namun pendaftaran *Darjeeling* dilakukan juga oleh *Kraft Inc Corporation Delaware Kraft Court Glenview Illinois*, dengan nama *Darjeeling Gardens* Nomor 1490383 tanggal 31 Mei 1988 untuk produk Teh. Selanjutnya pada tanggal 5 Desember 1994 Merek *Darjeeling Gardens* dibatalkan oleh pengadilan federal Amerika, karena memiliki persamaan dengan *Darjeeling Tea* terdaftar milik *Tea Board Of India Corporation*. Berdasarkan Pasal 1 huruf a undang-undang Merek Amerika, pemohon pendaftaran Merek wajib

menerangkan secara spesifik dalam permohonan, tentang kondisi-kondisi yang dijamin dan adanya kontrol yang diakui atas produk tersebut serta hubungan atau kaitan antara produk dengan tempat asal produk.<sup>386</sup>

c. Beras Basmati (Basmati Rice)

Beras Basmati (Basmati Rice)<sup>387</sup> berarti *the queen of fragrance or the perfumed one*, diproduksi dari varietas padi tumbuh di lembah pergunungan *Himalaya* sejak ribuan tahun, dengan bulir padi yang panjang dan aroma sangat khas, di pasarkan ke negara-negara Teluk, Saudi Arabia, Eropa dan Amerika.

Pada tanggal 27 September 1997 *Rice Tec Inc*, perusahaan Amerika dengan metode rekayasa pertanian mengembang padi sejenis *Basmati Rice* diluar India dengan cita rasa dan aroma yang sama dengan *Basmati Rice* dari India. *Rice Tec Inc* kemudian mendaftarkan sebagai Paten dengan nama *the aromatic rice grown outside India Basmati* dengan Merek *Kasmati* dan *Texmati*. Berdasarkan *The Geographic Appellation Bill* pemerintah India menggugat *Rice Tec Inc*. sesuai *reciprocal principle* ke *WTO* atas pelanggaran hukum Indikasi Geografis *Basmati Rice*.<sup>388</sup>

Dari contoh kasus tersebut di atas dimaknai bahwa, perlindungan hukum atas Indikasi Geografis adalah perlindungan terhadap reputasi nama daerah asal yang telah digunakan sebagai tanda untuk produk dengan kualitas tertentu yang dipasarkan. Dengan demikian, pihak yang berhak mendaftarkan Indikasi Geografis tidak perlu membuat nama Indikasi Geografis baru, yang justru akan

---

<sup>386</sup> I Gede Agus Kurniawan, *Op., Cit*, hlm.15.

<sup>387</sup> Basmati adalah varietas padi yang ditanam terutama di lereng gunung Himalaya di India dan Pakistan utara.

<sup>388</sup> Hendra Djaja, *Op., Cit*, hlm.142

mengaburkan nama reputasi produk yang telah ada. Pemahaman demikian menjadi penting, karena perlindungan hukum atas suatu Indikasi Geografis secara internasional sangat ditentukan oleh seberapa jauh negara asal Indikasi Geografis tersebut telah melakukan perlindungan hukum atas reputasi nama daerah sebagai Indikasi Geografis, apabila produk tersebut dipasarkan diluar negeri dan Indikasi Geografisnya didaftar untuk memperoleh perlindungan hukum.

## **BAB V**

### **INDIKASI ASAL**

#### **A. Pengertian Indikasi Asal**

hak cipta merupakan kekayaan intelektual di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra yang mempunyai peranan strategis dalam mendukung pembangunan bangsa dan memajukan kesejahteraan umum sebagaimana diamanatkan oleh Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Indikasi Asal merupakan salah satu rezim HKI yang mengatur tentang tanda suatu produk sehingga tampak jelas karakter khusus dari produk itu dipengaruhi secara esensial oleh tempat asalnya. Tanda ini biasanya terdiri dari nama asal produk, tetapi juga dapat terdiri dari simbol atau penanaman langsung menunjuk kepada tempat asal produk tersebut. Tempat asal tersebut seringkali menjadi jaminan keunikan dan kualitas produk, sehingga dengan mengindikasikan tempat asalnya, nilai ekonomis produk tersebut juga meningkat. Secara teoritis, produk yang potensial untuk dilindungi rezim indikasi asal berupa produk-produk dapat berupa barang-barang kerajinan tangan dan makanan selama produk-produk tersebut mengusung nama tempat asal dan kualitasnya secara nyata dipengaruhi karakteristik tempat asal tersebut. Dalam *The Paris Convention for The Protection of Industrial Property, 1883* (Konvensi Paris 1883), menggunakan istilah

Indikasi Sumber (Indication of Source)<sup>389</sup> dan Indikasi Asal/ Apelasi Asal (Appellation of Origin).<sup>390</sup>

Apelasi Asal (Appellation Of Origin) diartikan sebagai nama formal asal barang yang digunakan perjanjian Lisbon 1958. Ketentuan tersebut diatur dalam Pasal 2 ayat (1) perjanjian Lisbon, bahwa Apelasi Asal adalah nama geografis dari suatu negara daerah, atau daerah lokal, yang berfungsi sebagai penunjuk asal produk, termasuk kualitas dan karakteristik tertentu yang terkait langsung dengan lingkungan geografis termasuk faktor alam dan manusia.<sup>391</sup>

Konsep hukum Indikasi Asal dalam perjanjian Lisbon menunjuk pada produk barang yang kualitasnya berkaitan langsung dengan faktor lingkungan geografis dan faktor manusia asal produk dihasilkan. Konsep tersebut memiliki beberapa persamaan dengan konsep Indikasi Geografis dalam Pasal 22 ayat(1) Perjanjian *TRIPS*.<sup>392</sup>

---

<sup>389</sup> Indikasi Sumber (Indications of Source) hanya menyebutkan asal-usul barang yang bersangkutan tanpa harus mempersoalkan kualitas hubungan antara barang dengan asal barang. WIPO, *Request for Comments on Issues Addressed in the Secound WIPO Internet Domain Name Process WIPO2 RFC-2* (<http://wipo2.wipo.int/process2/rtc>), (Online), (diakses tanggal 23 Oktober 2015, hlm. 6-7)

<sup>390</sup> Apelasi Asal (Appellations of Origin) adalah nama geografis dari suatu negara, daerah atau tempat khusus yang menunjukkan suatu produk berasal dari sana, yang karakteristiknya secara eksklusif atau esensial berkaitan dengan lingkungan geografis termasuk faktor-faktor alam atau manusia atau kedua-duanya. Pasal 2 ayat (1) Perjanjian Lisbon 1958

<sup>391</sup> Article 3 Lisbon Agreement of 1958 for the Protection of Appellations of Origin), (1) In this Agreement, "appellation of origin" means the geographical denomination of a country, region, or locality, which serves to designate a product originating therein, the quality or characteristics of which are due exclusively or essentially to the geographical environment, including natural and human factors. (2) The country of origin is the country whose name, or the country in which is situated the region or locality whose name, constitutes the appellation of origin which has given the product its reputation.

<sup>392</sup> Article 22.1 of the TRIPS Agreement defines geographical indications as ...indications which identify a good as originating in the territory of a Member [of the World Trade Organization], 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.



Menurut *Sergio Escudero* terdapat 5 (lima) hal yang membedakan antara Apelasi Asal dan Indikasi Geografis, yaitu:<sup>393</sup>

1. jika suatu Apelasi Asal harus berwujud nama tempat, baik itu suatu negara, daerah atau lokalitas tertentu, seperti Tequila, Porto, dan Jerez, sedangkan Indikasi Geografis dapat berwujud nama geografis atau tanda-tanda lain, selama tanda-tanda tersebut dapat mengidentifikasi secara jelas tempat asal produk tersebut,
2. Apelasi Asal berfungsi utama sebagai tanda pembeda suatu produk, sedangkan Indikasi Geografis lebih berfungsi untuk menandakan asal tempat suatu produk. Artinya, Apelasi Asal harus sama persis dengan nama produk. Sementara Indikasi Geografis memiliki arti yang lebih luas dari sekadar nama tempat. Indikasi Geografis tidak hanya mencakup nama tempat, tetapi juga tanda lain yang langsung menggiring konsumen untuk berasosiasi kepada tempat geografis yang memproduksi produk tersebut.
3. Apelasi Asal hanya melindungi nama asal suatu produk, sedangkan Indikasi Geografis juga melindungi simbol. Sebagaimana telah diuraikan sebelumnya bahwa para ahli sepakat “indikasi” atau tanda tersebut mempunyai cakupan yang luas. Ia tentu saja bisa berarti nama tempat asal, namun bisa juga berarti menyebutkan suatu produk yang hanya “menyiratkan” asal tempat produk itu. Bahkan unsur “indikasi...” tersebut, lebih jauh lagi dikatakan bisa juga berwujud benda atau simbol yang unik yang secara langsung berasosiasi dengan tempat asalnya.

---

<sup>393</sup> *Op., Cit.* hlm.46.

4. Apelasi Asal hanya berkaitan dengan kualitas dan karakter suatu produk, sedangkan Indikasi Geografis juga menunjuk pada reputasi produk, walaupun unsur reputasi itu adalah unsur yang optional. Apelasi Asal hanya mempertimbangkan lingkungan geografis, termasuk faktor alam dan manusia (*natural and human factor*), sedangkan Indikasi Geografis juga mempertimbangkan asal geografis produk secara lebih umum. Artinya bahwa suatu Indikasi Geografis tidak hanya terbatas pada apa yang dimaksud dengan unsur *natural and human factor* tersebut. Suatu produk tidak perlu memenuhi unsur alam ataupun unsur manusia, asalkan produk tersebut memiliki kualitas, reputasi atau karakteristik tertentu yang terkait dengan asal geografis produk tersebut.

Selanjutnya menurut Adrian Sutedi, antara Apelasi Asal dan Indikasi Geografis itu memiliki perbedaan karena.<sup>394</sup>

1. Apelasi Asal harus berwujud nama tempat suatu negara, daerah atau lokalitas, sedangkan Indikasi Geografis dapat berwujud nama geografis atau tanda lain selama tanda itu mengidentifikasi secara jelas tanda tersebut,
2. Apelasi Asal harus juga merupakan tanda pembeda suatu produk. Apelasi Asal sama persis dengan nama produk. Indikasi Geografis menandakan asal tempat suatu barang. Indikasi Geografis memiliki arti lebih luas dari sekedar nama tempat, sehingga dapat juga menjadi symbol,

---

<sup>394</sup> Adrian Sutedi, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, hlm.168

3. Apelasi Asal hanya berkaitan dengan kualitas dan karakter suatu produk, sedangkan Indikasi Geografis juga menunjuk pada reputasi produk terkait.

Di dalam Undang Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek dan IG), Indikasi Asal dikonsepsikan sebagai tanda penunjuk asal daerah barang dan jasa.<sup>395</sup> Ketentuan tersebut menunjukkan bahwa , Indikasi asal tidak sarna dengan Indikasi Geografis karena indikasi asal hanya mengidentifikasi asal barang itu diproduksi yang tidak terkait dengan faktor alam. Contoh kamera bermerek Nikon yang berasal dari Jepang tetapi juga dibuat oleh pabriknya yang berada di Cina melalui Lisensi dan pada kamera produk Cina tersebut ditulis Made in China. Label Made in China ini adalah indikasi asal.

Hak indikasi asal timbul sejalan dengan perwujudan objek dan bukan melalui pendaftaran, berbeda dengan perlindungan Indikasi Geografis yang bersifat konstitutif dan mewajibkan pendaftaran untuk memperoleh perlindungan hukum atas produk yang terkait dengan sumber daya alam, barang kerajinan tangan dan hasil industri dengan karakteristik tertentu, karena adanya pengaruh dari letak geografis daerah asal produk.

## **B. Perlindungan Hukum Indikasi Asal**

Indikasi Sumber (Indication of Source) dan Apelasi Asal (Appellation of Origin), dalam *The Paris Convention for The Protection of Industrial Property*, 1883 (Konvensi Paris) akan dilindungi dengan keharusan untuk menyita impor barang yang secara langsung atau pun tidak langsung menggunakan indikasi yang salah, baik salah dalam

---

<sup>395</sup> Pasa 164 UU Merek dan Indikasi Geografis: Indikasi asal merupakan ciri asal barang dan atau jasa yang tidak secara langsung terkait dengan faktor alam.

mengindikasikan tempat asal maupun salah dalam mengindikasikan identitas produsen. Dalam Pasal 10bis Ayat (2) Konvensi Paris ditentukan: Jika terdapat suatu tindakan persaingan yang bertentangan dengan praktek-praktek sebagaimana lazimnya (*contrary to honest practices*) dalam dunia perdagangan atau industrial, maka hal itu dianggap sebagai suatu tindakan yang tidak sehat (*unfair competition*). Secara spesifik dalam pasal tersebut diatur 3 (tiga) hal yang dapat menimbulkan persaingan tidak sehat, yaitu: mengindikasikan produsen.<sup>396</sup>

1. Semua tindakan yang bersifat menciptakan kebingungan dalam maksud apapun dengan kegiatan perusahaan, perdagangan, industri maupun barang dagangan dari seorang kompetitor.
2. Pernyataan-pernyataan palsu selama perdagangan tersebut bersifat mendiskreditkan perusahaan, barang dagang, atau kegiatan komersial dan industrial dari seorang kompetitor
3. Indikasi-indikasi atau pernyataan penggunaan sepanjang perdagangan tersebut dapat dikenakan sebagai tindakan menyesatkan umum terhadap sifat, proses pabrikasi, karakteristik, keserasian maksud atau kuantitas dari barang dagangan itu.

Perjanjian Madrid dibentuk pada tanggal 14 April 1891, menjadi salah satu perjanjian Internasional yang khusus memberikan perlindungan hukum atas Indikasi Sumber atau Indikasi Asal (*Indication of Source*), berdasarkan Konvensi Paris 1883. Dalam Pasal 1 ayat (1) perjanjian Madrid ditentukan: Setiap negara penandatanganan diwajibkan untuk menyita barang impor

---

<sup>396</sup> Risang Ayu, *Op., Cit*, hlm.17

yang menggunakan Indikasi Sumber yang palsu atau menipu konsumen, baik penipuan secara langsung maupun tidak langsung. Apabila pengaturan penyitaan belum diatur di negara penandatanganan perjanjian Madrid, maka negara tersebut harus mengambil langkah untuk memodifikasi hukum nasionalnya agar sejalan dengan ketentuan tersebut.

Ruang Lingkup perlindungan hukum Indikasi Sumber pada perjanjian Madrid diperluas dengan memasukan produsen yang melakukan tindakan penggunaan nama palsu (*false*) atau penipuan (*deceptive*), yang berkaitan dengan sumber atau asal barang yang diperdagangkan (*Indication of Source*) dari wilayah geografis yang tidak sebenarnya di negara-negara peserta perjanjian Madrid.

Perjanjian *Lisbon* 1958 (*Lisbon Agreement of 1958 for the Protection of Appellations of Origin*), memberikan perlindungan hukum Apelasi Asal (*Appellation of Origin*).<sup>397</sup> dalam 2 (dua) macam, yakni pemalsuan (*usurpation/imitation*) dan persaingan curang (*unfair competition*).<sup>398</sup> Perjanjian *Lisbon* berisi ketentuan yang lengkap dan sistematis tentang perlindungan Indikasi Asal hukum atas Indikasi Geografis di dunia internasional dan mulai berlaku tanggal 26 September 1966.

Tujuan Perjanjian *Lisbon* adalah untuk memenuhi kebutuhan hukum internasional, terkait perlindungan hukum atas Indikasi Geografis di beberapa negara melalui sistem *single registration* di *World Intellectual Property Organization* (WIPO) untuk produk yang diperdagangkan

---

<sup>397</sup> *Ibid.* hlm.21

<sup>398</sup> Article 3. Protection shall be ensured against any usurpation or imitation, even if the true origin of 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 he like.

dengan nama tempat asal, dan ditandatangani oleh negara-negara di Eropa dengan tradisi perlindungan hukum atas Indikasi Geografis yang kuat terutama Prancis.<sup>399</sup>Perjanjian tersebut memberikan ketentuan yang lengkap dan sistematis yang terkait dengan perlindungan hukum atas Indikasi Geografis di dunia internasional jika dibandingkan dengan ketentuan-ketentuan perjanjian internasional lainnya dalam beberapa hal, sebagai berikut<sup>400</sup>

- a. faktor geografis yang memberikan identitas terhadap produk yang menunjukkan asal dari negara tertentu.
- b. Reputasi produk tersebut di mata masyarakat luas, termasuk hasil survey konsumen, ataupun peran dari para pelaku (kelompok produsen dan asosiasi lainnya) yang berada di wilayah asal produk dengan karakteristik khusus/unik.<sup>401</sup>
- c. Ada keterkaitan antara lingkungan geografis dengan produk yang dihasilkan yang ditentukan oleh faktor alam (seperti iklim dan tanah) dan faktor manusia (seperti pengetahuan tradisional).
- d. Apelasi Asal tidak dapat dilisensikan dan mendapat prioritas di atas Merek terdaftar.
- e. Apelasi Asal tidak akan pernah menjadi generik. Artinya, bahwa Apelasi Asal yang telah menjadi

---

<sup>399</sup> Risang Ayu, *Op., Cit.* hlm.20-21

<sup>400</sup> Article 2 (1) An Appellation of Origin as the Geographical denomination of a country, region, or locality, which serves to designate a product originating therein, the quality or characteristics of which are due exclusively or essentially to the geographical environment, including natural and human factors. (2) The Country of Origin as the Country whose name, or the country in which is situated the region or locality whose name, constitutes the appellation of origin that has given the product its reputation. (Online), (<https://indrarahmatullah.wordpress.com>, diakses tanggal 16 Oktober 2015)

<sup>401</sup> Daniel Gervais, *The Lisbon Agreement's Misunderstood Potential*, WIPO Journal, No.1, 2009, hlm.90-91 dalam Djulaeka, *Konsep Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual*, Perspektif Kajian Filosofis HaKI Kolektif-Komunal. Setara Press, Malang, 2014, hlm.21

generik tidak dapat dimintakan registrasi. Akan tetapi, sekali suatu Apelasi Asal yang unik memperoleh perlindungan hukum, ia tidak akan pernah menjadi generik. Berbeda dengan Merek, yang tidak memperoleh perlindungan hukum setelah menjadi generik sedangkan Apelasi Asal tidak demikian.<sup>402</sup> Apelasi Asal tidak mengenal lisensi dan memberikan perlindungan hukum khusus, tidak hanya terhadap penggunaan suatu nama tempat secara tanpa hak tetapi juga segala bentuk turunan dari produk yang berasal dari daerah lain.<sup>403</sup>

Di dalam Undang-Undang Merek Dan Indikasi Geografis ( UU Merek dan IG), Indikasi Asal memperoleh perlindungan hukum tanpa pendaftaran ke Dirjend HKI.<sup>404</sup> Hak eksklusif pemilik Indikasi Asal timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu Indikasi Asal diwujudkan dalam bentuk tanda dan digunakan pada produk barang dan jasa yang berasal dari daerah tertentu. Hak eksklusif merupakan hak ekonomi pemegang Hak Indikasi Asal untuk mendapatkan manfaat ekonomi atas penggunaan Indikasi Asal pada barang dan jasa yang diperdagangkan.

Hak Indikasi Asal bersifat komunal dan tidak dapat dilisensikan, dan jika ada pihak lain yang akan menggunakan Indikasi Asal tersebut tidak perlu dengan Lisensi, cukup menggabungkan diri dengan pemilik Indikasi Asal yang terdiri dari: Pemerintah daerah provinsi atau

---

<sup>402</sup> Risang Ayu. *Op., Cit.* 22-23

<sup>403</sup> *Ibid.* hlm.45

<sup>404</sup> Pasal 63 UU Merek dan IG. Indikasi asal dilindungi tanpa melalui kewajiban pendaftaran atau secara deklaratif sebagai tanda yang menunjukkan asal suatu barang dan atau jasa yang benar dan dipakai dalam perdagangan.

Kabupaten/kota, asosiasi produsen, koperasi, atau lembaga lain yang dibentuk untuk perlindungan hukum hak komunal Indikasi Asal

Perlindungan hukum Indikasi Asal, berarti melarang setiap orang atau badan usaha menggunakan Indikasi Asal tanpa izin Pemegang Indikasi Asal. Hak atas Indikasi Asal merupakan hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemegang hak Indikasi Asal selama karakteristik Indikasi Asal yang menjadi dasar diberikannya perlindungan hukum tersebut masih ada.



## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Abdul Manan, 2005. *Aspek-Aspek Pengubah Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Adrian Sutedi, 2009. *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Sinar Grafika, Jakarta
- Achmad Ali, 1996, *Menguak Tabir Hukum*, Chandra Pratama, Jakarta.
- Ade Saptomo, 2012. *Dialektika Pembaruan Sistem Hukum Indonesia Sekretariat Jenderal Komisi Yudisial Republik Indonesia*. Cetakan Pertama, Jakarta.
- Afzalur Rahman, 1995. *Doktrin Ekonomi Islam*, Soeroyo, MA (Pent.), PT. Dana Bhakti Wakaf, Yogyakarta.
- Ahmadi Miru, 2005. *Hukum Merek, Cara Mudah Mempelajari Undang-Undang Merek*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Edisi 1, Cetakan 1, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta,
- Ahmad Mumtaz (ed), 1994. *Masalah-Masalah Teori politik Islam*, Mizan, Bandung.
- Ahmad M. Ramli, 2004. *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*, PT. Refika Aditama, Bandung.
- Ahmad Zen Umar Purba, 2011. *Hak Kekayaan Intelektual Pasca TRIPs*, Alumni, Bandung.
- A. Muhammad, 2001. *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, Cet. Ke-1, Citra Aditya Bakti, Bandung

- Andre Ata Ujan, 2009. *Filsafat Hukum, Membangun Hukum, Membela Keadilan*, Kanisius, Yogyakarta.
- , 2001. *Keadilan dan Demokrasi, Telaah Filsafat Politik John Rawls*, Kanisius, Yogyakarta.
- A. Sonny Keraf, 1997. *Hukum Kodrat Dan Teori Hak Milik Pribadi*, Penerbit Kanisius, Yogyakarta
- Balew Mersha & G/Hiwot Hadush, 2009. *Law of Intellectual Property, Teaching Material, Prepared under the Sponsorship of the Justice and Legal System Research Institute* .
- Bernard L; Tanya dkk, 2007. *Teori Hukum, Strategi Tertib Manusia Lintas Ruang dan Generasi*, CV Kita, Surabaya.
- Carl Joachim Friedrich, 2004. *Filsafat Hukum Perspektif Historis*, Nuansa dan Nusamedia, Bandung
- Darji Darmodiharjo dan Shidarta, 2008. *Pokok-Pokok Filsafat Hukum, Apa dan Bagaimana Filsafat Hukum Indonesia*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Djulaeka, 2014. *Konsep Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (Perspektif Kajian Filosofis HaKI Kolektif-Komunal)*, Setara Press, Malang.
- Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian Kementerian Pertanian, 2012, *Pedoman Teknis Pelaksanaan Indikasi Geografis* , Jakarta.
- E. Sumaryono, 2002. *Etika Hukum, Relevansi Hukum Kodrat Thomas Aquinas*, Kanisius, Yogyakarta.
- Fajar Sugianto, 2013. *Economic Analysis of Law, Seri Analisis Ke-ekonomian Tentang Hukum,*” Seri I. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Hilman Hadikusuma, 2003. *Hukum Waris Adat*, Citra Aditya Bakti, Bandung

- Ian Ward,1998. *An Introduction to Critical Legal Teory*, Cavendish Publishing Limited, London. Terjemahan Narulita Yusron dan M.Khozim. 2014. *Pengantar Teori Hukum Kritis*, Nusa Media, Bandung.
- Ignatius Haryanto, 2014. *Sesat Pikir Kekayaan Intelektual. Membongkar Akar-Akar pemikiran Konsep Hak Kekayaan Intelektual*, KPG Kepustakaan Populer Gramedia, Jakarta.
- International Trade Centre, 2003. *Business Guide to the World Trading System, Second Edition. Commonwealth Secretariat*
- Jacki Ambadar, Miranty Abidin dan Yanty Isa, 2007. *Mengelola Merek*, Yayasan Bina Karsa Mandiri, Jakarta.
- Jan Michiel Otto,2012. *Kajian sosio-legal. Kepastian Hukum Yang Nyata di Negara Berkembang* .Pustaka Larasan. Denpasar, Bali
- John Rawls, 1973. *A Theory of Justice*, Oxford University press, London. Terjemahan Uzair Fauzan dan Heru Prasetyo, 2006. *Teori Keadilan*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- .....,1999. *A Theory of Justice*, revised edition. The Belknap of Harvard University, Press.
- JICA, 2004. *Capacity Building Program on The Implementation of The WTO Agreements In Indonesia (TRIPs Component)*, JICA, Jakarta.
- Karen Leback,2014. *Six Theories of Justice*, Terjemahan Yudi Santoso, Nusa Media, Bandung.
- Kartadjoemena,1977.*GATT-WTO dan Hasil Uruguay*, Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta.

Lawrence M. Friedman,2001. *Hukum Amerika, Sebuah Pengantar*, Terjemahan Wishnu Basuki, Second Edition, Tatanusa, Jakarta.

-----,1990.*The Republic of Choice Law, Authority, and Culture*, Massachusetts: Harvard University Press,

Lilik Rasyidi dan Ira Thania Rasyidi,2004. *Dasar-Dasar Filsafat dan Teori Hukum*, Bandung , PT. Citra Aditya Bhakti.

Lili Rasjidi dan I. B. Wyasa Putra,1993.*Hukum Sebagai Suatu Sistem*, Remaja Rosdakarya, Bandung.

Paingot Rambe Manalu,1999. *Pengaruh Globalisasi Ekonomi terhadap Hukum Nasional khususnya Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual*. Fakultas Hukum, Universitas Indonesia, Jakarta.

Mahadi, 1985. *Hak Milik Immateriil*, Binacipta, Bandung.

Magnis Suseno,1986. *Kuasa dan Moral*, Gramedia ,Jakarta.

Masri Singarimbun dkk,1989. *Metode Penelitian Survei*, LP3ES, Jakarta.

Miranda Risang Ayu, 2006. *Memperbincangkan Hak Kekayaan Intelektual Indikasi Geografis*, Alumni, Bandung.

Mochtar Kusumaatmadja Atmadja, *Fungsi dan Perkembangan Hukum Dalam Pembangunan Nasional*, Binacipta, Jakarta.

M. Yahya Harahap,1996. *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek Di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Merek Nomor 19 tahun 1992*, Citra Adityabakti, Bandung

Muhammad Jumhana dan R.Jubaedillah,1997.*Hak Milik Intelektual, Sejarah,Teori dan Prakteknya di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung.

- Musthafa Assiba'i, *Isytirakiyah fi al-Islam*, Terjemahan. M. Abdai Ratomy, 1993. *Kehidupan Sosial menurut Islam: Tuntunan Hidup Bermasyarakat*, CV. Diponegoro, Bandung.
- OK.Saidin, 2003. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- , 2015. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Otje Salman dan Eddy Damian (ed). 2002. *Konsep-konsep Hukum dalam Pembangunan” Kumpulan Karya Tulis Prof. Dr. Mochtar Kusumaatmadja*, Alumni, Bandung.
- Peter Mahmud Marzuki, 2013. *Pengantar Ilmu Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- , 2005. *Penelitian Hukum*, Kencana Prenadamedia Group, Jakarta.
- Rachmadi Usman, 2003. *Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual, Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*, PT.Alumni, Bandung.
- Rahmi Jened, 2007. *Hak Kekayaan Intelektual Penyalagunaan Hak Eksklusif*. Airlangga University Press, Surabaya.
- , 2013. *Interface Hukum Kekayaan Intelektual dan Hukum Persaingan (Penyalagunaan HKI)*, RajaGrafindo, Jakarta.
- ....., 2015. *Hukum Merek, Trademarrk Law, Dalam Era Globalisasi & Integrasi Ekonomi*. Prenadamedia Group, Jakarta.
- Ranti Fauza Mayana, 2004. *Perlindungan Desain Industri di Indonesia*, Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.

- Satjipto Raharjo,1991. *Ilmu Hukum*, Citra Aditya, Bandung.
- ,2000. *Ilmu hukum*. Citra Aditya Bakti, Cetakan ke-V , Bandung.
- Sayid Quthub,2009. *Teori Keadilan Sosial Dalam Islam*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Soedjono Dirdjosisworo, 1984. *Filsafat Hukum dalam Konsepsi dan Analisa*, Alumni, Bandung.
- Soemitro, Ronny Hanitijo,1983. *Metodologi Penelitian Hukum*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Soerjono Soekanto,1984. *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta
- ,2001.*Sosiologi Suatu Pengantar*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soerjono Soekanto, 1983. *Penegakan Hukum*, Bina Cipta, Bandung.
- ,1984.*Pengantar Penelitian Hukum* , UI Press, Jakarta.
- , 2008. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soetandyo Wignjosoebroto,2002. *Hukum: Paradigma, Metode dan Dinamika Masalahnya*, ELSAM dan HUMA ,Jakarta.
- Sudargo Gautama dan Rizawanto Winata,1993. *Hukum Merek Indonesia*, PT,Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Sudikno Mertokusimo.1989. *Mengenal Hukum*, Liberty, Yogyakarta
- ,2002. *Mengenal Hukum Suatu Pengantar Liberty*, Yogyakarta.
- Thahir Abdul Muhsin Sulaiman,1987. *Menanggulangi Krisis Ekonomi Secara Islam*, Al-Ma'arif, Bandung.

Theo Huijbers, 1982. *Filsafat Hukum Dalam Lintasan Sejarah*, Kanisius, Yogyakarta.

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

Van Apeldoorn L.J. 1985, *Penganfar Ilmu Hukum*, Terjemahan Oetarid Sadino , Cetakan Pradnya Paramita, Jakarta.

## **JURNAL**

Abu Hamid Muhammad al-Gazali dikutip oleh Muhammad Harfin Zuhdi dalam *Formulasi Teori Mashlahah Dalam Pradigma Pemikiran Hukum Islam Kontemporer*, Jurnal Istinbath, Vol. 12, No. 1, Desember 2013, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Mataram.

Agus Triyanta, *Hak Milik Intelektual dalam Pandangan Hukum Islam*, Jurnal Hukum No. 17 Vol.8 Juni 2001.

Almusawir, Geographical Indications Regulation in Indonesian National Law, Journal of Law, Policy and Globalization [www.iiste.org](http://www.iiste.org) ISSN 2224-3240 (Paper) ISSN 2224-3259 (Online) Vol.70, 2018

Amalia Roosseno. *Urgensi Perlindungan Indikasi Geografis di Indonesia*, Jurnal Fokus Utama, Vol.IV/No.1/Agustus 2004.

Hendra Djaja. *Perlindungan Indikasi Geografis pada Produk Lokal dalam Sistem Perdagangan Internasional*. Jurnal Cakrawala Hukum, Vol.18, No.2 Desember 2013,. Fakultas Hukum Universitas Merdeka Malang.

I Gede Agus Kurniawan, *Pengaturan Penghentian Pemakaian Indikasi Pada Merek Terdaftar Oleh Hukum Indikasi Geografis dan Indikasi Asal* | **225**

*Pihak Lain Yang Tidak Berhak” Studi Komperatif Beberapa Negara”* Jurnal Program Pascasarjana Universitas Udayana Denpasar, 2013.

Ismail Saleh, *Pembinaan Cita Hukum dan Penerapan Asas-Asas Hukum Nasional Sejak Orde Baru*, Majalah Hukum Nasional, No 1, 1995, Edisi Khusus, BPHN, Jakarta, 1995.

Justin Hughes. *The Philosophy of Intellectual Property*, Georgetown University Law Center and Georgetown Law Journal, December, 1988. 77 Geo. L.J. 287.

Masdar F.Masudi. *Teori keadilan sosial dalam istilah filsafat hukum. Jurnal Ilmu dan Kebudayaan Ulumul Qur,an* No.3, Volume. VI Th. 1995.

M. Dawam Raharjo, *Jurnal Ilmu dan Kebudayaan Ulumul Qur,an*, Nomor. 4 Volume V, 1994.

Muhammmad Taufik, *Filsafat John Rawls Tentang Teori keadilan*, Jurnal Mukaddimah, Vol. 19, No. 1, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2013.

Pan Mohamad Faiz, *Teori Keadilan John Rawls*, dalam Jurnal Konstitusi, Volume 6 Nomor 1 April 2009.

Richard A. Posner, *Economic Analysis of Law*, Jurnal RechtsVinding, Vol. 2 No.1, April 2013,.

Salman Luthan dan Agus Triyatna, "*Pengembangan SDM Aparat Pengadilan*", Jurnal Hukum, No: 9 Vol.4-1997.

Syafrinaldi, Jurnal Al-Mawarid Edisi IX Tahun 2003

Surbhi Jain. *Effects of The Extension Of Geographical Indications: A South South Asian Perspective*, Asia-Pacific Development Journal, Vol. 16, No. 2, December 2009.



Zudan Arif Fakrulloh, *Penegakan Hukum Sebagai Peluang Menciptakan Keadilan*, Jurnal Jurisprudence, Vol. 2, No1, Maret 2005.

## **KARYA ILMIAH**

Abdullah Marlang, 1997. *Penegakan Hukum di Bidang Konservasi Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya di Sulawesi Selatan*. Disertasi Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin, Makassar.

Bambang Pratama. Publikasi Ilmiah, *Rekonseptualisasi Karakteristik Hak Kekayaan Intelektual dalam Hukum Siber*. (<https://publikasiilmiah.ums.ac.id/akses> tanggal 1 Agustus 2015)

Basuki Antariksa, Karya Ilmiah *Landasan Filosofis Dan Sejarah Perkembangan Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Relevansinya Bagi Kepentingan Pembangunan di Indonesia*, 2013. (Online) <http://www.kemenpar.go.id/asp/>

Ima Aisyah Sallatu, 2006. *Analisis Pangsa Pasar dan Tataniaga Kopi arabika di Kabupaten Tana Toraja dan Enrekang*, Sulawesi Selatan, Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor.

Laode Rudita, 2011. *Hak Kekayaan Intelektual & Perlindungan Konsumen (Studi Tentang Indikasi Geografis Dari Perspektif Kepentingan Konsumen)*, Universitas Indonesia.

Mariana Molnar Gabor, 2012. *Efektivitas Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis di Indonesia*, Universitas Indonesia.

## **MAKALAH**

Purba, A. Zen Umar. Peta Mutakhir Hak Kekayaan Intelektual Indonesia. Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Departemen Kehakiman Dan Hak Asasi Manusia RI. Jakarta. Disampaikan pada acara Orientasi Kepailitan bagi para Hakim Agung, diselenggarakan oleh Pusdiklat Mahkamah Agung RI tanggal 29 Januari 2002.

-----, 2005. "International Regulation on Geographical Indications, Genetic Resources and Traditional Knowledge", Workshop on the Developing Countries Interest to Geographical Indications, Genetic and Traditional Knowledge, PIH FHUI and Dit.Gen of IPR's, Dept.of Law and Human Rights, RI, Jakarta

Ermawati Junus, "Encouraging Creativity", The Role of National Intellectual Property Office in The Protection of Trademark", Seminar The Madrid Protocol for International Registration of Marks and Benefits on Challanges for Indonesia, Jakarta, 24 April 2007.

Budi Agus Riswandi, Makalah Seminar Nasional "Mencari Bentuk dan Substansi Pengaturan Indikasi Geografis", Sekretariat Wakil Presiden RI, IIPS Komda DIY, dan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, Sabtu 9 September 2006 di Ruang Auditorium UII Jl. Cik Ditiro No. 1 Yogyakarta.

## **INTERNET**

Alyaletta, Pemikiran Politik Barat G.W.Friedrich Hegel. (online), <http://alyaletta-fisip12.web.unair.ac.id/artikel/> diakses 5 Januari 2015.

- Indrarahmatulla. Perlindungan Indikasi Geografis dalam Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Melalui Ratifikasi Perjanjian Lisabon, (online), diakses 17 September 2014.
- Muchamad Ali Safa'at, Pemikiran Keadilan (Plato, Aristoteles, dan John Rawls), (online), <http://safaat.lecture.ub.ac.id/> diakses pada tanggal 17 September 2015
- John Locke, *Second Treatise of Government*, (online), ([https:// www. gutenberg.org /files/](https://www.gutenberg.org/files/) diakses tanggal 9 Oktober 2015).
- Khaerulhtanjung, *Filosofi Hak Kekayaan Intelektual*, (online), [http://khaerulhtanjung.blogspot.com/diakses 5 Januari 2015](http://khaerulhtanjung.blogspot.com/diakses%205%20Januari%202015)
- Reto Meili, *Project Coordinator Indonesia-Swiss Intellectual Property (ISIP) dalam Seminar Nasional Indikasi Geografis "Best Practice of Geographical Indication"*, Jakarta, 2016, (Online), (<http://www.hukumonline.com/> diakses tanggal 12 Oktober 2016)
- Subdit Indikasi Geografis Ditjen HKI. *Potensi Indikasi Geografis Indonesia*, (online), ([www.dgip.go.id/](http://www.dgip.go.id/) diakses tanggal 23 Oktober 2015)
- Universal Declaration of Human Rights. Kovenan, Internasional Hak-Hak Sipil Dan Politik yang ditetapkan pada 16 Desember 1966 (online), <http://referensi.elsam.or.id/> diakses 20 Juni 2015
- WTO, "Geographical Indications" (online), [http://www.wto.org/english/ tratop/](http://www.wto.org/english/tratop/) diakses tanggal 20 Juni 2014
- Paris Convention .1883. (online), <http://www.uspto.gov/web/> diakses 8 September 2015

[www.bappenas.go.id/](http://www.bappenas.go.id/) (online), Bappenas Rancangan Awal Pembangunan Jangka Panjang Nasional Tahun 2005-2015/diakses 8 April 2015.

[http://www.wipo.int/aboutip/en/geographical\\_ind.html/](http://www.wipo.int/aboutip/en/geographical_ind.html/), (online), diakses 20 Juni 2014.

<http://www.disbunbali.info/> (online), Edaran Lokakarya Perlindungan Indikasi Geografis Untuk Produk-produk Unggulan Spesifikasi Lokasi, "Studi Kasus Kopi arabika Kintamani Bali", Kerjasama: Dinas Perkebunan Provinsi Bali, Puslit Kopi dan Kakao Indonesia dan CIRAD Prancis. Tanggal 12-13 Desember 2006.

<http://www.bphn.go.id/data/documents/>, (online), diakses 3 April 2015

<http://www.ver2.enrekangkab.go.id/>, (online), diakses 10 September 2014

<http://www.patenindonesia.com/>, (online), diakses 14 September 2014

<http://senandikahukum.wordpress.com/>, (online), Administrator, Perjanjian Perdagangan Regional (RTA) dalam Kerangka WTO/ diakses tanggal 20 September 2014

<http://prasetya.ub.ac.id/berita/> (online), diakses 20 Oktober 2015

## **UNDANG-UNDANG**

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 Tentang Ratifikasi GATT/WTO

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis