

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar belakang Masalah

Tuntutan adanya perlindungan terhadap Indikasi Geografis selanjutnya disingkat dengan IG dalam sistem hukum hak kekayaan intelektual tentunya merupakan suatu upaya yang diterapkan untuk melindungi produk-produk masyarakat lokal dalam negeri. Suatu merek¹, sebagai pelaku bisnis ingin memperkenalkan atau menggunakan nama tempat, geografis untuk menjelaskan dari mana asal suatu barang.

UU Nomor 15 Tahun 2001 tentang merek mengatur², ketentuan indikasi geografis pada pasal 56 s/d 58, pada pasal 56 ayat (1) mengatakan IG dilindungi sebagai suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang yang karena faktor lingkungan geografis, termasuk alam, faktor manusia, atau kombinasi kedua faktor tersebut, memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan. Kemudian pada penjelasan ayat tersebut mengatakan IG adalah suatu indikasi atau identitas dari suatu barang yang berasal dari suatu tempat, daerah atau wilayah tertentu yang menunjukkan adanya kualitas, reputasi dan karakteristik termasuk faktor alam dan faktor manusia yang dijadikan atribut dari barang tersebut. Tanda yang digunakan sebagai indikasi geografis dapat berupa etiket atau label yang diletakan pada barang yang dihasilkan. Tanda tersebut dapat

¹ Pengelolaan Merek dalam sistem hukum di Indonesia dimulai dengan diberlakukannya Undang-undang No. 21 Tahun 1961 Tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan Pada tanggal 11 Oktober 1961. UU merek tahun 1961 ini diperbaharui dengan UU No. 19 tahun 1992 yang mulai berlaku efektif tanggal 1 April 1993. Selanjutnya diubah lagi dengan UU No. 14 Tahun 1997 pada tanggal 17 Mei Mei 1997. Berdasarkan pertimbangan bahwa merek mempunyai peran penting dalam era globalisasi dan juga untuk mempertahankan persaingan usaha yang sehat serta diratifikasikannya perjanjian internasional. UU No. 14 Tahun 1997 telah diganti dengan UU No. 15 Tahun 2001 yang efektif berlaku pada tanggal 1 Agustus 2001. Dalam UU No. 15 Tahun 2001 Pasal angka 1 pengertian merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

² Pengaturan Indikasi Geografis dalam UU No. 15 Tahun 2001 tentang Merek, diatur pada Bab VII Pasal 56 sampai dengan Pasal 60.

berupa nama tempat, daerah atau wilayah, kata, gambar, huruf, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut. Pengertian nama tempat dapat berasal dari nama yang tertera dalam peta geografis atau nama yang karena pemakaian secara terus-menerus sehingga dikenal sebagai nama tempat asal barang yang bersangkutan. Perlindungan IG meliputi barang-barang yang dihasilkan oleh alam, barang hasil pertanian, hasil kerajinan tangan; atau hasil industri tertentu lainnya.

Berkaitan dengan perlindungan yang diberikan terhadap barang-barang sebagaimana pasal 56 ayat (1) yakni: Indikasi Geografis dilindungi sebagai suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang yang karena faktor lingkungan geografis, termasuk alam, faktor manusia, atau kombinasi kedua faktor tersebut, memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan, sedangkan pasal 56 ayat (2) dalam UU Nomor 15 thn 2001 mengatakan indikasi geografis mendapat perlindungan setelah terdaftar atas dasar permohonan yang diajukan oleh :

- a. Lembaga yang mewakili masyarakat di daerah produsen yang bersangkutan. Lembaga ini terdiri dari:
 - 1). Pihak yang mengusahakan barang-barang yang merupakan hasil alam atau kekayaan alam.
 - 2) Produsen barang-barang hasil pertanian.
 - 3). Pembuat barang-barang kerajinan tangan atau hasil industri.
 - 4). Pedagang atau yang menjual barang-barang tersebut
- b. Lembaga yang diberi kewenangan itu.
- c. Kelompok konsumen dari barang-barang tersebut.

Pada kedua ayat inilah landasan untuk menata perlindungan IG atas produk-produk masyarakat lokal sesuai dengan tujuan yang dikehendaki oleh instrumen kebijakan yang mempunyai arti penting dalam kehidupan sosial masyarakat lokal. Dalam sebuah kajian ilmiah menjelaskan logika tingkah laku kehidupan sosial masyarakat kurang berminat dengan HKI karena sudah merupakan budaya bahwa masyarakat kurang atau jarang mau memahami kebijakan yang dibuat oleh pemerintah.

Sejarah memperlihatkan bahwa indikasi geografis adalah suatu konsep yang universal yang mengindikasikan tanda dari suatu produk atau barang dengan nama daerah asal produksinya yang didaftarkan, seperti, *the*

Ceylon, Champagne, Cognac, Beras basmati, Kristal Bohemian, yang merupakan produk luar negeri, dari Prancis, Australia, India yang kemudian telah dilindungi sebagai produk-produk komunitas dari negara pemiliknya.

Indikasi Geografis merupakan rezim hak kekayaan intelektual yang sebelumnya telah lebih dulu ada dan diterapkan oleh negara-negara seperti yang disebutkan diatas dalam rangka untuk melindungi produk- produk lokal dari adanya peniruan atau pemakaian tanpa nama atas produknya oleh pihak ketiga

Ikut sertanya Indonesia sebagai anggota *WTO* dan telah menandatangani Perjanjian Multilateral *GATT* yang merupakan Putusan Uruguay 1994, membuat Indonesia harus membuat undang-undangnya dibidang Hak Kekayaan Intelektual yang akan membawa implikasi tersendiri bagi kepentingan negara dan dapat diterapkannya, termasuk perlindungan atas indikasi geografis, sebab hak indikasi geografis masuk dalam undang-undang merek yakni undang-undang Nomor 15 Tahun 2003.

Mencermati fenomena yang ada, perjanjian *TRIP's* kemudian menetapkan Indikasi Geografis pada pasal 22 s/d 24, pasal 22 mengatur perlindungan IG, pasal 23 mengatur perlindungan tambahan atas IG untuk anggur dan minuman beralkohol dan 24 mengatur pengecualian pada IG. Berkaitan dengan perlindungan pasal 22 ayat (1) mengatakan Indikasi Geografis adalah :

*” For the purpose of this indications which indently a good as originating in the territory of a member, or a region or locality in the erritorry, where a given quality, reputation or other characteristic of the good is essentially atributable to is geographical origin ”.*³

³ *The Agreement of the Trade Aspects of Intellectual Property Right, Including Trade in Counterfeit Good (TRIP 'S) Agreement) World Trade Organization 1994, article. 22.1.*

(dalam perjanjian ini indikasi yang menandakan bahwa suatu barang yang berasal dari suatu teritori didalam negara anggota, atau daerah/lokasi dalam teritori tersebut, sehingga kualitas, reputasi dan karakter lainnya dari barang tersebut ditentukan secara essensial oleh tempat asalnya)

Artinya indikasi geografis harus ada aspek-aspek khusus yang dapat berwujud unsur-unsur alam, lingkungan atau benda-benda tertentu yang bersifat unik yang menunjukkan keterkaitan yang khas antara nama tempat dan barang. Aspek-aspek ini harus berpengaruh secara nyata terhadap kualitas barang dan menentukan reputasi dari barang tersebut⁴.

Kemudian yang sangat terkait dengan perlindungan IG adalah pasal 22 ayat (2) yang mengatakan: Menyangkut IG, negara-negara anggota akan mengatur sarana hukum bagi pihaknya yang berkepentingan untuk mencegah dari :

- a) penggunaan cara penandaan dari suatu barang yang menyatakan bahwa barang itu berasal dari suatu daerah geografis yang lain daripada tempat asal aslinya yang menyesatkan masyarakat mengenai asal-usul geografis barang itu;
- b) penggunaan yang merupakan tindakan persaingan tidak jujur

Berpijak pada ketentuan yang ada, pendaftaran merupakan satu-satunya pilihan untuk melakukan perlindungan, sebagaimana yang telah dilakukan oleh negara Prancis atas produk keju dan anggur pada 4,5 abad yang lalu, dan didaftarkan dengan Appelési Asal, yang bertujuan untuk memberikan hak bagi sekelompok produsen tertentu atas daerah tertentu yang akan melakukan pendaftaran untuk menggunakan sumber daya alam dan nama daerah tersebut untuk memperoleh keuntungan ekonomi. Karena itu, produsen pemegang hak Appelési Asal juga terlindung dari kemungkinan hadirnya kompetitor yang berbasis tempat asal produk yang sama.

⁴ Ayu, Miranda Risang, “ *Perlindungan Hukum Indikasi Geografis: Suatu Tantangan Perlindungan Aset Bangsa Indonesia*”. Media HKI, Vol.II/No.1/April 2004, hal 20.

Seperti Indonesia sendiri memiliki potensi sumber daya alam yang begitu banyak seperti; Kopi Kintamani, Kopi Toraya, Lada Bangka, Markisa Medan, Cengkeh dan Pala Ternate, Minyak Kayu Putih Ambon, Kayu Manis Bukit Tinggi dan masih banyak lagi produk-produk lokal lainnya yang dapat dikategorikan sebagai indikasi geografis, karena tempat asal barang yang disebutkan merupakan ciri ke-khas-an dari daerah yang bersangkutan, yang sudah pasti produk yang dihasilkan memiliki mutu, kualitas dan karakter tertentu, akan tetapi produk-produk sebagaimana disebut di atas sampai sekarangpun belum diberi perlindungan atasnya setidaknya didaftarkan dengan rezim indikasi geografis.

Bagi Indonesia ketentuan indikasi geografis masuk dalam ketentuan hukum merek, sekilas terlihat merek dapat melindungi indikasi geografis padahal sistem perlindungan merek berbeda dengan sistem perlindungan indikasi geografis, dimana merek dilindungi secara individual sedangkan indikasi geografis dilindungi secara komunal, kemudian sifat merek tidaklah menunjukkan kualitas produk, indikasi geografis menunjukkan kualitas, reputasi dan karakteristik termasuk geografis dimana produk tersebut berada di wilayah penghasilnya.

Melihat kondisi sekarang ini dengan adanya globalisasi dibidang perdagangan dunia maka dituntut untuk Pemerintah Indonesia mengkaji ketentuan hukum indikasi geografis secara tersendiri, sekalipun nampaknya merek dan indikasi geografis keduanya mempunyai fungsinya yang sama yakni, mempromosikan suatu produk, tetapi berbeda dalam pelaksanaannya, sehingga perlu dilakukan harmonisasi terhadap pengaturannya. Upaya ini harus dilakukan segera dengan mempertimbangkan adanya nama produk lokal Indonesia yang diambil oleh pihak luar tanpa sepengetahuan masyarakat lokal.

Contoh : Produk-produk Lokal yang belum didaftar dengan Indikasi Geografis, namun banyak telah dikonsumsi oleh masyarakat



Ladrang dari Banyuwangi Buah Terong Asam Pontianak- Terong Dayak



Kerajinan/batik khas Kalimantan

Batik Banyuwangi

Pelanggaran atas Kopi Kintamani Bali



. Patut dicatat bahwa penerapan ketentuan indikasi geografis sampai saat ini pada prakteknya belum berjalan secara optimal. Ketentuan indikasi geografis yang diberlakukan selama ini hanya berkisar pada sosialisasi baik itu ditingkat internasional yang dilakukan di Indonesia maupun di Indonesia sendiri yang dilakukan hanya sebatas pada aparat pemerintah terutama pada instansi-instansi terkait dalam bidang ini. Padahal fenomena ini seharusnya melekat langsung kepada produsen atau pemilik produk lokal yakni masyarakat itu sendiri. Disinilah terjadi ketidak seimbangan dalam penerapan memberlakukan perlindungan akan indikasi geografis, satu sisi aparat pemerintah seperti Dirjen Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM RI, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Koperasi UMKM, aparat penegak hukum diantaranya pihak Kepolisian khususnya bagian Reserse, Kejaksaan, Hakim pada PN telah mengetahui perlindungan produk-produk lokal, tapi sisi lain masyarakat sendiri malah hampir dikatakan belum mengetahui tentang indikasi geografis dan perlindungannya.

Penulisan ini diangkat setidaknya terdapat tiga alur pikir yaitu :

- (1) aksesnya peraturan tentang IG belum di pahami oleh masyarakat lokal
- (2) ketidak tahuan masyarakat akan cara perlindungan produk-produk lokal,
- (3) perlunya melakukan pendaftaran untuk mendapat perlindungan hukum.

Indonesia sebagai negara berkembang memiliki banyak sekali potensi sumber daya alam dan hayati yang dapat dikelola sebagaimana telah disebutkan diatas, namun selama ini masyarakat belum menikmati secara ekonomis karena ketidaktahuan masyarakat akan kemanfaatannya. Isu mengenai kekayaan intelektual dan hak-hak penduduk asli menjadi perdebatan dalam kurung waktu sekarang, tidaklah mudah memecahkan pokok masalah ini dan kontradiksi-kontradiksi yang terjadi untuk mengakui dalam bentuk perlindungannya.

Sistem undang-undang Hak Kekayaan Intelektual Modern yang berkembang pesat secara globalisasi dan seragam telah mempermudah dan mempertinggi proses eksploitasi ekonomi dan erosi kebudayaan masyarakat asli, hal ini karena peraturan perundang-undangan HKI didasarkan pada konsep “kepemilikan” kekayaan atau property, dimana penduduk asli merupakan sesuatu yang asing dan tidak menguntungkan, yang tujuannya untuk mengakui hak-hak perorangan atas benda yang berharga, sedangkan ada juga pandangan penduduk asli lebih memprioritaskan pada kepentingan-kepentingan komunitas secara keseluruhan atas kebudayaan dan produk-produk lokal yang bersifat kolektif.

Seperti contoh beberapa waktu yang lalu kasus ” Kopi Toraja ” dari Indonesia yang terkenal telah didaftarkan di Jepang dan Amerika, yang tanpa sepengetahuan masyarakatnya sendiri kopi Toraja tersebut telah mempunyai reputasi sedemikian tinggi hingga dikenal luas baik didalam maupun di luar negeri, dan sejauh ini pula masyarakat Indonesia mengakui bahwa reputasi kopi toraja adalah sebagai bagian dari fenomena bisnis dan perdagangan suatu produk, dimana produk yang mempunyai reputasi Internasional akan diikuti oleh praktek peniruan, termasuk dalam bentuk dan cara penggunaan nama-nama produk yang sudah terkenal tersebut. Padahal Toraja sendiri adalah nama daerah di Sulawesi yang

menunjuk indikasi geografis. Kopi Toraja yang sudah terkenal dan telah mempunyai reputasi, didaftarkan sebagai Merek dengan tiga sistim pendaftaran dengan menggunakan kata TORAJA berikut dengan gambar rumah Toraja, seperti beberapa contoh yang terlihat :

1. Merek Toarco Toraja Nomor Pendaftaran 75884722 milik Key Coffe, Inc Corporation Japan, menggunakan gambar rumah Toraja
2. Merek SULOTCO KALOSI TORAJA COFFEE Nomor Pendaftaran 74547036, milik IFES Inc. Corporation California
3. Merek SULOTCO KALOSI TORAJA COFFEE dengan gambar rumah Toraja Nomor Pendaftaran 74547000, milik IFES Inc. Corporation California.

Pendaftaran TORAJA COFFEE di Amerika Serikat tersebut tidak menyatakan kata TORAJA beserta gambar rumah Toraja yang merupakan simbol daerah Toraja sebagai hak eksklusif pendaftaran⁵.

Ini berarti kata Toraja Coffee tidak diklaim sebagai produk indikasi geografis dari Indonesia. Hal itu merupakan konsekuensi logis dari belum didaftarkan produk-produk masyarakat lokal di Indonesia untuk melindunginya, meskipun sudah diatur dalam undang-undang merek maupun dalam peraturan pemerintah sendiri, sebagaimana yang terjadi pada Batik dari Jogja yang didaftarkan di Malaysia dan Tempe didaftarkan di Jepang, namun belum efektifnya UU maupun PP dijalankan.

Padahal hukum berperan sebagai pendorong terjadinya perubahan-perubahan dalam masa pembangunan, Seminar Hukum Nasional III di Surabaya Tahun 2004 dalam pertimbangannya, menyatakan hukum merupakan salah satu sarana penting pembangunan, baik sebagai penjamin kepastian dan tertib dalam proses pembangunan maupun sebagai alat untuk mengadakan perubahan-perubahan kearah kemajuan untuk

⁵United States Patent and Trademark Office.
(<http://tess.uspto.gov/bin/gate.exe?f=doc&state=fnd8p9.2.3>)

membina masyarakat yang dicita-citakan.⁶ Hal tersebut memberikan gambaran bahwa fungsi hukum pada masa pembangunan di Indonesia diarahkan pada dua dimensi yaitu: i) hukum sebagai sarana pembaruan atau perubahan dalam masyarakat dan ii) hukum untuk menciptakan kepastian dan ketertiban, belum dioptimalkan secara utuh halman karena adanya keterbatasan-keterbatasan dari pemerintah sebagai penggerak hukum itu sendiri.

Kedua, Dengan adanya kelemahan-kelemahan diatas, maka produk-produk masyarakat lokal atas indikasi geografis menjadi sangat penting untuk dilindungi, namun timbul pertanyaan, perlindungan hukum bagaimanakah yang diharapkan agar produk-produk masyarakat lokal di Indonesia dapat dilindungi untuk terhindar dari dampak negatif globalisasi ekonomi bagi masyarakat lokal khususnya, padahal sesungguhnya indikasi geografis Indonesia dapat memberikan keuntungan ekonomis terhadap pemegang indikasi geografis dan negara pada umumnya, namun kenyataan sampai sekarang ini masyarakat Indonesia belumlah mengetahui dan memahami pentingnya melindungi produk-produk lokal yang nantinya memberikan nilai ekonomis yang cukup tinggi bagi masyarakat lokal sendiri, disisi lain banyak dari masyarakat lebih melihat bagaimana produk lokal mereka didaftarkan dengan merek dan menjadi hak merek yang lebih bersifat individual yang lebih menguntungkan secara pribadi.

Penggunaan indikasi geografis dalam perkembangan di dunia internasional sekarang ini semakin meningkat apalagi negara-negara berkembang seperti di Cina, Vietnam, Thailand, Indonesia, Meksiko, Korea dan lain sebagainya, melihat indikasi geografisnya memiliki peran yang strategis dalam dunia ekonomi, antara lain sebagai :

1. Sarana pelindung baik bagi produsen maupun konsumen
2. Sebagai sarana pemasaran
3. Sebagai sarana pembangunan bagi daerah pedesaan, dan

⁶ K.W. Saleh, Seminar Hukum Nasional, Ghalia Indonesia, Jakarta. 1963-1979. Thn 1980. hal. 80.

4. Sebagai sarana pemerataan ekonomi.⁷

TRIP's sendiri memberikan dua kewenangan kepada negara-negara anggotanya untuk mencegah pihak lain melanggar hak berdasarkan indikasi geografis, yakni :⁸

1. Pengguna setiap cara penunjukan barang yang merujuk atau menjanjikan bahwa barang tersebut berasal dari daerah geografis, selain dari tempat asal yang sebenarnya sehingga menyesatkan publik mengenai asal geografis dari barang tersebut ;
2. Setiap penggunaan yang menunjukkan adanya perbuatan persaingan curang.

Berkaitan dengan hal tersebut indikasi geografis memiliki juga isu dua fungsi penting. *Pertama*, fungsi promosi produk yang mempunyai karakter tertentu yang membawa manfaat kewilayah tempat produk tersebut dibuat atau dipasarkan. Ini menunjukkan indikasi geografi melindungi produsen di wilayah tersebut terhadap penggunaan yang tidak sah dari goodwill yang diciptakan oleh kualitas produk itu oleh pesaingnya. *Kedua*, indikasi geografis adalah sumber informasi penting untuk konsumen pada pasar yang sangat beragam dalam kitannya dengan asal, kualitas serta reputasi produk yang bersangkutan.⁹

Isu adanya konflik antara negara maju dan negara berkembang merupakan suatu langkah yang perlu diambil untuk melakukan pendaftaran agar hak kekayaan dari masing-masing negara dapat terlindungi.

TRIP's sendiri memberikan kewenangan kepada negara-negara anggotanya untuk mencegah pihak lain melanggar hak berdasarkan indikasi geografis dengan cara membuat peraturan IG tersendiri yang kemudian Indonesia menuangkan dalam UU merek, namun sampai kini

⁷ Delphine Marie-Vivvien.” *Geographical Indication and International Legal Framework*”. Dalam Liputan Khusus, Media HKI. Vol.II/No.1/April 2004, hal.29.

⁸ Achmad Zen Umar Purba, *HKI Pasca TRIP's*. PT. Alumni, Bandung 2005. hal 76.

⁹Frederick Abbott, *The International Intellectual Property System : Commentary and Materials Part One*,(The Hague : Kluwer Law International, 1999), p 185.

ketentuan tersebut oleh masyarakat lokal sebagai pelaku bisnis belum mengetahuinya. Ketidaktahuan tersebut menjadi dasar sehingga masyarakat belum melakukan pendaftaran.

Pengaruh hukum asli yang tidak tertulis juga menjadi dasar mengapa masyarakat belum melakukan pendaftaran meskipun peraturan telah dibuat pemerintah yang oleh Moore bahwa hukum buatan negara hanyalah satu sistem pengakuan yang relevan untuk menjadi pedoman dari warga masyarakat.¹⁰ Pengetahuan yang berasal dari hukum negara tidak selamanya dihayati oleh para pelaku dalam masyarakat sebagai aturan yang mempunyai kedudukan bagi perilaku mereka.¹¹

Ketiga, Pemerintah Indonesia sudah sepantasnya melindungi apa yang menjadi hak-hak masyarakat atas produk-produk lokalnya, mengingat masyarakat sendiri belum menyadari bahwa arti kemanfaatan dan nilai ekonomi yang didapat dari indikasi geografis yang kemudian memegang peranan penting dalam memberikan kesejahteraan bagi masyarakat setempat dan memberikan keberhasilan pada sektor perindustrian dan perdagangan suatu negara. Sekalipun indikasi geografis merupakan salah satu tanda dari produk yang dihasilkan yang dikarenakan faktor alam ataupun faktor geografis, namun selama ini yang diketahui dalam perkembangan perdagangan dan industri lebih ditekankan kepada pertumbuhan terhadap produk barang dan jasa yang berwujud.

Beberapa contoh tanda yang dapat dikatakan sudah cukup terkenal yang menyangkut nama geografis dan telah mendapat perlindungan hukum dari negara pemiliknya adalah *Champagne*, *Cognac*, *Havana* dan *Tequila*. Nama-nama produk tersebut menunjukkan asal tempat, negara atau wilayah dimana produk tersebut dihasilkan. Dengan kata lain, ketika seseorang menyebut nama suatu produk dengan nama geografis maka orang akan mengaitkan produk tersebut dengan tempat asal dari produk

¹⁰ Sally F. Moore, 1978 dalam TO Ihroni 2000, *Kajian Terhadap Hukum dengan Pendekatan Antropologi*, Catatan untuk Peningkatan Pemahaman Bekerjanya Hukum Dalam Masyarakat, Orasi Mohon Diri, Fak Hukum UI, Depok. hal 4.

¹¹ Ibid

yang bersangkutan. Karena kekhasan suatu produk seringkali juga menunjuk pada kualitas dan karakteristik, maka indikasi geografis dapat berfungsi sebagai identitas reputasi dari produk asli yang berasal dari daerah atau wilayah tertentu. Karenanya, tanda tersebut dapat dikatakan mempunyai nilai kemanfaatan dan nilai ekonomi.

Secara konstitusional, Pasal 33 ayat (3) UUD 1945 menyebutkan : ”Bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung didalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”. Ini dapat diartikan bahwa rakyat diberikan kesempatan untuk mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam dalam hal ini mengelola hasil bumi, air, kekayaan alam yang kemudian negaralah yang diberikan kuasa untuk mengatur dan mengurus sumber daya alam tersebut yang diperuntukkan kepada kemakmuran rakyatnya.

Sebagai tindak lanjut amanat UUD 1945 tersebut diatas pemerintah telah menetapkan undang-undang No 15 Tahun 2001 tentang Merek, khususnya pasal 56 sampai pasal 58 yang memuat ketentuan indikasi geografis, yang kemudian pemerintah mengeluarkan lagi peraturan pemerintah Nomor : 51 Thn 2007 tentang Indikasi Geografis.

Suatu hal yang menjadi kendala sampai saat ini mengenai perlindungan hukum indikasi geografis adalah identifikasi atas produk-produk masyarakat lokal, kemudian sistem pendaftarannya, padahal kriteria secara khusus mengenai petunjuk indikasi geografis itu sendiri telah ada, namun pada kenyataannya selama ini dalam kajian hukum empirik belum juga dilakukan suatu konteks implementasi untuk melakukan pendaftaran IG atas produk-produk lokal agar terlindungi,. Sementara di beberapa negara pengaturan mengenai indikasi geografis sudah ada bahkan negara, seperti ; Perancis, masyarakat lokalnya maupun negaranya telah memperoleh royalti dari pemakaian atau penggunaan produk *Wine* sebagai indikasi yang dimilikinya.

. Negara-negara maju selama ini juga enggan untuk mengakui *collective right* dari masyarakat lokal di negara-negara berkembang atas

kearifan lokal mereka, dan ini dibuktikan dengan penolakan dari negara-negara maju untuk menandatangani “ *The Draft United Nation Declaration on the right of Indigenous Peoples*”.¹² Draft tersebut yang dalam pasal-pasalnya memberikan pengakuan bahwa masyarakat sebagai sebuah kolektifitas dapat menjadi pengembalian haknya.

Melihat dari keberadaan, indikasi geografis bagi Indonesia sendiri memiliki signifikansi yang cukup tinggi, dikarenakan beberapa sebab:

1. Sebagai penandatanganan perjanjian *TRIP*'s, adanya sistem perlindungan indikasi geografis yang implementatif ditingkatkan nasional dan akan meningkatkan integritas Indonesia di mata dunia internasional ;
2. Adanya keuntungan dari negara pemula untuk memilih sistem indikasi geografis yang cocok dengan kepentingan nasional dalam masa transisi ini. Karena sistem implementasi perlindungan indikasi geografis yang sekarang berlaku secara internasional masih amat beragam dan belum disepakati bersama, Indonesia dapat mempergunakan kedaulatannya untuk membangun sistem sendiri yang paling cocok bagi kepentingan nasional, sesuai dengan nilai-nilai masyarakat sendiri, sambil berpijak pada prinsip-prinsip dasar perjanjian *TRIP*'s ;
3. Karakteristik kepemilikan indikasi geografis yang kolektif atau komunalistik sejalan dengan nilai-nilai ketimuran dan keindonesiaan yang lebih menghargai kepemilikan bersama daripada kepemilikan pribadi ;
4. Keharusan adanya kaitan atau hubungan yang erat (*strong link*) antara nama atau indikasi produk dengan kondisi geografis asal produk dalam rezim indikasi geografis tampak sejalan dengan sifat-sifat hukum masyarakat adat yang selalu menjunjung kebergantungan dan kelekatan eksistensinya dengan tanah asal.

¹² Julie Debeljak, “ *Barriers to the Recognition of Indigenous Peoples’ Human Right the United Nation* Monash University Law Review, (Vol.26 No.1. 2000), hal 167.

Potensi Indikasi geografis ini dapat dikembangkan untuk melindungi produk-produk masyarakat adat dan komunitas lokal yang umumnya memang dinamai bukan dengan nama individu, tetapi nama tempat asal suatu produk yang akan dilindungi dengan indikasi geografis ;

5. Jangka waktu perlindungan indikasi geografis yang terus menerus membuatnya berpotensi untuk melindungi keberlangsungan aset bangsa aset historis suatu komunitas lokal agar tetap tinggal dan bermanfaat bagi bangsa atau kelompok masyarakat pengembangnya sendiri ;
6. Dinegara maju sekalipun, misalnya Prancis, indikasi geografis merupakan salah satu rezim HKI yang telah terbukti meningkatkan derajat ekonomi komunitas lokal yang miskin, terpencil, dan hanya memiliki satu sektor ekonomi andalan, untuk menjadi basis penguatan infrastruktur lokal yang independent ¹³.
7. Dari unsur-unsur tersebut diatas, tampak jelas bahwa perlindungan terhadap indikasi geografis sangat penting untuk dikembangkan, di Indonesia, saat ini adalah saat yang paling tepat dimulainya untuk melindungi produk-produk lokal di Indonesia karena Indonesia telah ikut menandatangani perjanjian *TRIP's* tersebut.

Namun di satu sisi patut pula di sadari bahwa pada kenyataannya ironi bagi bangsa Indonesia tercatat sebagai negara yang banyak melakukan pelanggaran dibidang HKI yang merugikan negara luar yang mempunyai hak kekayaan intelektualnya, namun disisi lain Indonesia harus melindungi HKInya juga terutama produk-produk masyarakat lokal dari pihak luar.

Kondisi-kondisi ini telah menimbulkan berbagai persoalan dalam mengimplementasikan perlindungan HKI di Indonesia terutama indikasi geografis, sebab perlindungan akan produk-produk lokal bagi masyarakat

¹³ Denis Rochart, *La Protection Internationale des Indications Geographiques*, Presses Universitaires de France, Paris, 2002, hal.359.

sendiri mempunyai beraneka ragam budaya dan ciri khas dari masing-masing daerah. Untuk itu diperlukan suatu analisa kritis untuk menjawab persoalan-persoalan yang timbul dalam upaya melindungi produk-produk lokal tersebut. Upaya perlindungan atas indikasi geografis di Indonesia menunjukkan bahwa adanya kelemahan dalam sistim pengaturannya yang menjadi satu dengan merek, namun tidak dipungkiri bahwa indikasi geografis dan merek juga memiliki fungsi yang sama yakni mempromosikan suatu produk, dan kedua-duanya mempunyai nilai ekonomis yang peruntukan bagi individu, masyarakat lokal, bangsa dan negara.

Dalam hubungan dengan latar belakang diatas, dalam kontek penyelenggaraan implemantasi perlindungan IG, setidaknya masyarakat lokal dapat melakukan pendaftaran atas produk-produk lokalnya karena ini merupakan realisasi dari tujuan UU HKI. Pertanyaan timbul kemudian bagaimana memberikan perlindungan IG terutama pendaftarannya yang menuju kearah berjalannya fungsi hukum dalam masyarakat secara nyata.

Pilihan untuk melakukan pendaftaran ataupun belum melakukan pendaftaran sangat dipengaruhi oleh belum terlaksananya implementasi terhadap IG kepada masyarakat secara menyeluruh. Seharusnya dengan diberlakukan ketentuan Indikasi Geografis pemerintah haruslah secepatnya melakukan sosialisasi dan mendorong masyarakat untuk melakukan pendaftaran untuk melindungi produk-produk lokalnya sehingga dapat menjamin kepastian hukum. Selama ini masyarakat lokal yang berada diwilayah Indonesia rata-rata belum melakukan pendaftaran atas indikasi geografis karena mereka beranggapan bahwa produk-produk lokal hanya dipergunakan untuk kepentingan bersama dan tidak untuk mencari keuntungan dan ini dipengaruhi oleh budaya masyarakat yang secara turun temurun telah dilakukan.

Dengan melihat persoalan yang ada maka penelitian terhadap perlindungan hukum Indikasi Geografis atas produk-produk masyarakat lokal merupakan suatu kebutuhan untuk menjawab apakah pendaftaran

tersebut sudah berjalan sesuai dengan peraturan yang telah ada, hal ini berkaitan dengan perkembangan hukum dalam perspektif HKI yang memang selama ini belum berjalan secara efektif serta sebagai upaya untuk melindungi kepentingan nasional terhadap keberadaan kearifan lokal di Indonesia.

1.2. Perumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apakah yang menyebabkan produk- produk masyarakat lokal belum dapat dilindungi dengan Indikasi Geografis
2. Bagaimanakah upaya pemerintah untuk mendorong masyarakat melakukan pendaftaran indikasi geografis atas produk-produk lokal untuk memperoleh perlindungan hukum

1.3. Tujuan Penelitian

1. Menemukan dan menganalisis faktor-faktor apa saja yang menyebabkan produk-produk masyarakat belum mendapatkan perlindungan dengan Indikasi geografis.
2. Menemukan dan menganalisis bagaimana upaya pemerintah untuk mendorong masyarakat melakukan pendaftaran IG untuk melindungi produk-produknya.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian hukum dalam Disertasi ini :

1. Dari aspek kepentingan teoritik diharapkan :
 - a. memberikan kontribusi dalam rangka pengembangan ilmu hukum HKI khususnya ketentuan indikasi geografis serta sebagai bahan kajian pengembangan konsep pendaftaran kedepan untuk melindungi hak-hak masyarakat atas produk-produk lokal yang

- kemudian dapat dimanfaatkan untuk kesejahteraan masyarakat setempat.
- b. berkembangnya ilmu hukum, khususnya ilmu hukum bisnis yang berkaitan dengan hukum HKI.
2. Dari aspek kepentingan praktis diharapkan :
 - a. Memberikan masukan yang idealistik dan implementatif kepada pemerintah dan DPR untuk membentuk tim ahli untuk hadir melakukan implementasi dan mendorong masyarakat Indonesia yang berada di wilayah manasaja yang mempunyai produk-produk lokal agar mau mendaftarkan dengan indikasi geografis untuk melindungi produk-produk lokal tersebut untuk mendapat kepastian hukum dan mendapatkan nilai ekonomi serta mempunyai penuh hak bagi masyarakat setempat.
 - b. Memberikan masukan yang konstruktif dan implementatif bagi Dirjen Hak Kekayaan Intelektual Dep. Hukum dan HAM RI, serta instansi pemerintah terkait lainnya dalam melaksanakan peraturan hukum indikasi geografis termasuk peraturan pelaksanaannya yang telah ada, kepada masyarakat lokal mengenai pokok permasalahan yang dibahas dalam penulisan ini.
 - c. Memberikan masukan yang konstruktif dan implementatif bagi masyarakat lokal sebagai pemilik produk-produk lokal tentang perlunya melakukan pendaftaran untuk melindungi produk-produk lokalnya yang memiliki ciri khas dan karakteristik tersendiri, serta dapat memberi manfaat dalam upaya pemulihan ekonomi bagi mereka, sekaligus dapat menciptakan hubungan dengan negara luar dan atau negara maju yang berkeinginan untuk mau mengembangkan produk-produk lokal tersebut.
 - d. Hasil penulisan ini menjadi masukan dan mendorong pemerintah dalam melakukan implementasi kepada masyarakat secara terus menerus untuk melakukan pendaftaran IG di Indonesia.