

PERLINDUNGAN INDIKASI GEOGRAFIS PADA PRODUK LOKAL DALAM SISTEM PERDAGANGAN INTERNASIONAL

Hendra Djaja

Fakultas Hukum Universitas Merdeka Malang
Jl. Terusan Raya Dieng No. 62-64 Malang

Abstract

The global concept of intellectual wealth right protection today did not only give protection toward product of innovation or technology invention, but also widen the substance on various products which were really natural resource so the exclusiveness attached in the product could also show the origin and the characteristic or special character. This kind of product was a commodity which had reputation with high economy value locally, nationally and even internationally. In free market era today, protection concept of HKI - TRIPs had agreed or dealt to give law protection of geographical indication toward goods or processed product produced by society, as it was written in regulation No 15 year 2001 about trade mark and government regulation No 51 year 2007 about geographical indication.

Key words: *law protection, geographical indication, International Trade*

Di antara sekian banyak produk barang yang menjadi komoditas dalam perdagangan internasional, dikenal pula berbagai produk komoditas barang yang memiliki ciri-ciri sangat khas baik untuk produk berupa hasil alam seperti *plasma nutfah* maupun produk yang merupakan hasil olahannya. Produk demikian itu, biasanya hanya ditemukan atau dikenal berasal dari suatu daerah dan wilayah tertentu atau di negara tertentu, sehingga tidak didapati dan tidak dikenal di daerah atau negara lain. Produk komoditas seperti ini diletakkan sebagai produk yang bersifat eksklusif.

Di era perdagangan bebas, Produk barang seperti ini mendapat perhatian dan perlakuan khusus yang dikenal dengan Indikasi Geografis atau *Indication of origin*. Pasal 23 *TRIPs Agreement* secara khusus telah bersepakat untuk memberi perlindungan bagi

segala macam produk baik produk mentah maupun produk hasil olahannya melalui sistem perlindungan Indikasi Geografis atau tanda asal barang. Mengapa diperlukan sistem perlindungan indikasi geografis tersebut dan apa yang menjadi latar belakangnya?

Dengan latar belakang Putaran Perundingan Uruguay, beberapa negara khususnya Perancis yang sudah dikenal sebagai penghasil jenis minuman anggur dan minuman keras (*wines and spirits*), dan beberapa negara lain seperti India sebagai negara asal varietas padi "*Basmati*", mengajukan konsep baru perlindungan khusus untuk produk barang berkualitas dan mempunyai karakter atau ciri khas yang hanya didapati di negaranya saja, sehingga produk tersebut di luar negaranya memiliki nilai ekonomi sangat tinggi.

Perlindungan Indikasi Geografis pada Produk Lokal dalam Sistem Perdagangan Internasional

Hendra Djaja

Alasan utama perlu diberikan sistem perlindungan indikasi geografis tersebut adalah karena dalam kenyataannya, baik produk minuman anggur dari Perancis maupun beras hasil *varietas Basmati* yang berasal dari India, juga ditanam dan diproduksi secara masal di beberapa negara lain dengan menggunakan Indikasi (tanda) seolah-olah berasal dari negara asalnya. Bagi Perancis, tindakan memproduksi produk yang seolah berasal dari tempat asalnya merupakan salah satu modus perbuatan curang yang dikategorikan sebagai persaingan usaha tidak sehat (*Unfair competition*). Tindakan oleh produsen lain di luar negara asalnya, dianggap Perancis sebagai praktek perdagangan yang bertentangan dengan *Fair trade principles* (Kartadjudjuma, 1997, 269). Dalam contoh kasus di atas, konsumen di negara lain yang mungkin tidak mengetahui bahwa produk yang dikonsumsi tidak asli (*origin*) dari negara asalnya. Demikian juga yang lebih dianggap tidak kalah pentingnya bahwa tindakan memproduksi barang seolah-olah asli dari tempat asalnya, secara ekonomis telah merugikan perusahaan atau masyarakat yang menghasilkan produk di mana produk berasal.

Dari aspek substansinya, masalah perlindungan produk barang melalui sistem pendaftaran indikasi geografis tersebut tidak saja berkaitan dengan konsep perlindungan Hak Kekayaan Intelektual khususnya perlindungan Merek yang mengacu pada *The Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPs Agreement)*, juga ada hubungannya dengan konsep perlindungan Plasma Nutfah (*Bio diversity*) sebagai sumber genetik dan perlindungan Pengetahuan Tradisional Masyarakat (*The farmer rights and traditional knowledge*) sebagaimana diatur dalam *Rio Conventions*, *Cartagena Conventions* serta *UIPOV Conventions* untuk Varietas Tanaman (*plant variety*).

Dari aspek substantif maka Substansi paling dekat dengan indikasi geografis dalam kaitan hak kekayaan intelektual adalah dengan konsep perlindungan varietas tanaman. Keduanya sekilas sangat mirip, tetapi secara substansial memiliki berbagai perbedaan yang cukup mendasar, misalnya: 1) Indikasi

geografis diatur dalam Undang Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek sedangkan Undang Undang Nomor 29 Tahun 2000 tentang Perlindungan Varietas Tanaman; 2) Obyek perlindungan varietas tanaman terkait perlindungan benih yang dapat dikembangkan sedangkan indikasi geografis, obyek yang dilindungi ialah hasil produk tanaman. Selain itu perlindungan indikasi geografis tidak terbatas hanya pada tanaman saja, melainkan juga "produk lain" yang secara substantif tidak berkaitan langsung dengan plasma nutfah, misalnya kain songket Palembang, kain tenun sasirangan, kain tapis Lampung dan sebagainya; 3) Benih yang dilindungi varietas tanaman salah satu syarat substantifnya, harus mempunyai hasil produksi stabil sehingga jika ditanam di daerah lain, hasilnya tetap sama dengan tanaman induknya. Pada tanaman indikasi geografis, tidak dipersyaratkan harus menghasilkan tanaman yang sama jika ditanam di daerah lain. Hal ini mungkin disebabkan dipengaruhi oleh faktor geografis (alam), campur tangan manusia maupun kombinasi antara keduanya; 4) Pemegang hak varietas tanaman adalah orang dan/atau badan hukum sedangkan pada indikasi geografis adalah lembaga masyarakat atau kelompok masyarakat tertentu; 5) Jangka waktu perlindungan varietas tanaman adalah 20 tahun untuk tanaman semusim dan 25 tahun untuk tanaman tahunan, sedangkan pada indikasi geografis tidak memiliki batas waktu tertentu selama ciri dan/atau kualitas yang menjadi dasar diberikannya perlindungan hak indikasi geografis masih eksis.

Pada perundingan putaran Uruguay di Brussels 1990, usulan perlindungan indikasi geografis sebagaimana usulan Perancis terhadap produk *wines* dan *spirits*, sistem perlindungan indikasi geografis tersebut disepakati diperluas pada berbagai macam produk yang berasal dari semua negara yang memiliki "reputasi", "kualitas" dan sifat-sifat lain yang melekat pada "asal geografisnya". Hal ini diatur pasal 22 (1) TRIPs antara lain menyebutkan: "... *indication which identify a good as originating in the territory of a member, or a region or locally in that territory, where a*

given quality, representation or other characteristic of the goods is essentially attributable to its geographical origin".

Selanjutnya telah disepakati bahwa sistem perlindungan indikasi geografis ini diakomodir dalam *Paris Conventions (Industrial Property Rights)* yang memberikan perlindungan indikasi geografis tersebut, sehingga dapat dilakukan bersamaan dengan perlindungan merek, sebagaimana diatur *Article 10-bis Paris Conventions*. Jadi sebenarnya perlindungan indikasi geografis ini merupakan bagian dari kesepakatan global yang baru dalam sistem perdagangan internasional.

Sekarang tinggal bagaimana Pemerintah serta sebagian masyarakat Indonesia, dapat menangkap sebuah peluang di bidang perdagangan dengan aktif mengimplementasikan sistem perlindungan indikasi geografis tersebut, kemudian menginventarisir dan memaksimalkan berbagai potensi yang belum atau telah dikelola oleh masyarakat, seperti kekayaan sumber daya alam (*resources*) baik produk mentah atau produk hasil olahannya.

Nampaknya peran pemerintah ini, khususnya Pemerintah Daerah menjadi penting. Pemerintah Daerah harus lebih serius menyosialisasikan, membimbing masyarakat serta melakukan inventarisasi dan memfasilitasi masyarakat untuk mendaftarkan berbagai produk lokal hasil alam yang "khas" (potensial) di daerahnya untuk dilindungi indikasi geografis, apa lagi jika selama ini produk-produk tersebut secara rutin (tradisional) sudah diekspor ke luar dan memperoleh pasar yang tetap. Kita tentu tidak ingin pengalaman pahit pada kasus Kopi Toraja yang terdaftar di Jepang sebagai merek dagang "Toarco Toraja" No. Pendaftaran 75884722; maupun klaim merek dagang "Gayo Mountain Coffee" terhadap Kopi Gayo dengan Pendaftaran CTM. 001242965 oleh perusahaan Belanda, diwaktu akan datang terulang kembali terhadap produk asli Indonesia lainnya (Saky Septiono, 23 Desember 2011).

Bagi Indonesia, salah satu permasalahannya adalah pada bagaimana konsep perlindungan indikasi geografis (*Protected Designation of Origin*) yang se-

karang diatur dalam Undang Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Faktanya ketentuan tersebut belum banyak memberikan manfaat bagi masyarakat yang menghasilkan produk barang yang memenuhi unsur substansi indikasi geografis. Untuk itu kiranya perlu elaborasi dan analisis hukum tentang permasalahan tersebut dengan tujuan bagaimana memperoleh perlindungan hukum yang maksimal.

Indikasi Geografis dan Implikasi Praktisnya terhadap Produk

Indikasi geografis adalah indikasi atau tanda yang dilekatkan pada barang yang berasal dari suatu tempat, wilayah atau geografis tertentu yang menunjukkan "kualitas", "reputasi" atau "karakteristik" tertentu, termasuk faktor alam atau manusia yang dijadikan "atribut" pada barang yang dihasilkan.

Tanda yang dipakai untuk sebagai indikasi geografis dapat berupa "nama tempat", "daerah", "wilayah", "kata", "gambar" atau "kombinasinya". Perlindungan produk-produk barang yang dihasilkan berkaitan dengan indikasi geografis meliputi berbagai jenis produk yang diperoleh dari alam, produk hasil pertanian, kriya atau kerajinan dan sebagainya.

Indikasi asal adalah tanda yang memenuhi ketentuan tanda indikasi geografis yang tidak didaftarkan atau semata-mata menunjukkan asal suatu barang atau jasa (Hendra Djaja, 2010, 129).

Lingkup Indikasi Geografis

Indikasi geografis meliputi: 1) Tanda yang merupakan nama tempat, daerah atau tanda tertentu lainnya yang menunjukkan asal tempat dihasilkan barang yang dilindungi oleh Indikasi geografis; 2) Tanda tertentu adalah tanda yang berupa kata, gambar atau kombinasi dari dari unsur-unsur tersebut, misalnya Kata "Minang" mengidentifikasi daerah Sumatera Barat; sedangkan gambar "Rumah Adat Toraja" mengidentifikasi daerah Toraja di Sulawesi Selatan; 3) Barang adalah berupa

hasil pertanian, produk olahan, hasil kerajinan tangan (*craft*) atau barang lainnya; 4) Tanda tersebut dilindungi oleh undang-undang apabila terdaftar dalam Daftar Umum Indikasi Geografis (Dirjen HKI, 2012).

Pihak-pihak yang dapat mengajukan permohonan pendaftaran Indikasi Geografis adalah produsen yang menghasilkan barang/produk yang sesuai dengan ketentuan atau petunjuk dalam Buku Persyaratan dan Daftar di Dirjen HKI.

Adapun pihak-pihak yang dapat menjadi produsen pemilik indikasi geografis adalah: 1) Lembaga yang mewakili masyarakat di daerah yang memproduksi barang bersangkutan seperti: a) Pihak yang mengusahakan barang berupa hasil alam; b) Produsen barang hasil pertanian; c) Pembuat barang hasil kerajinan tangan; d) Pedagang yang membuat barang tersebut. 2) Lembaga yang diberi kewenangan untuk itu; 3) Kelompok konsumen barang tersebut.

Indikasi geografis yang telah terdaftar tidak dapat berubah menjadi milik umum, sehingga dari aspek pengakuan dan perlindungan hukum, dapat disimpulkan bahwa jangka waktu perlindungan terhadap Indikasi geografis atau tanda asal barang tersebut tidak terbatas, selama barang atau produk tersebut tetap diproduksi dan selama ciri atau standar kualitasnya tetap terjaga dengan baik.

Dalam kaitan ini, yang menarik adalah salah satu pihak yang diberi kedudukan sebagai pemegang hak indikasi geografis adalah Lembaga yang diberi wewenang seperti lembaga pemerintah atau lembaga resmi lainnya, koperasi atau asosiasi bahkan kelompok konsumen pengguna produk bersangkutan.

Ada keterkaitan antara perlindungan merek dengan perlindungan indikasi geografis. Oleh karenanya dalam proses pendaftaran merek, selama produk yang akan dilekatkan mereknya memiliki syarat substantif sesuai dengan indikasi geografis dan indikasi asal, prosesnya dapat dilakukan secara bersamaan. Sedangkan Tanda asal barang, berdasar ketentuan pasal 59 Undang Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, tidak harus didaftarkan tetapi

semata-mata menunjukkan asal (daerah, wilayah) suatu produk barang.

Syarat-syarat substantif indikasi geografis sehingga dapat diterima pendaftarannya, harus memenuhi beberapa persyaratan seperti tidak bertentangan dengan moralitas agama, kesusilaan, ketertiban umum atau dapat memperdaya dan menyedatkan masyarakat mengenai sifat, ciri, kualitas, asal daerah, proses pembuatan atau kegunaannya.

Dari aspek hukum perdagangan internasional, sebetulnya kebijakan TRIPs tersebut sangat menguntungkan kepentingan perekonomian negara berkembang seperti Indonesia. Indonesia memiliki keberagaman sumber alam (*resources*) dan sumber hayati (*plasma nutfah*) yang tersebar di berbagai daerah, misalnya salah satu varietas buah salak (*Salacca edulis*) seperti Salak Pondoh yang berupa buah segar maupun produk hasil olahannya telah menjadi ciri khas dari Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Berdasar informasi bahwa di Jepang, konsumen hanya mau menerima salak pondoh asli berasal dari Sleman, Yogyakarta. Padahal di Indonesia jenis varietas salak pondoh tersebut, juga banyak ditanam di berbagai daerah dengan nama Salak pondoh. Bagi konsumen khususnya di Cina, Singapura atau Jepang tentu dapat membedakan baik "aroma" (*Fragrance*) maupun "rasa" (*plavor*) yang khas salak pondoh yang berasal atau ditanam di daerah Sleman, jika dibandingkan dengan di daerah lain.

Dengan pendampingan oleh Pemerintah Daerah dan setelah dimohonkan secara resmi oleh Komunitas Petani Salak Pondoh dari Kabupaten Sleman, akhirnya varietas salak pondoh ini berhasil memperoleh sertifikat indikasi geografis pada bulan Agustus tahun 2013 (Harian Jogja, Kamis, 22 Agustus 2013).

Dengan demikian indikasi geografis untuk varietas salak pondoh tersebut telah menjadi "tanda pembeda" dari varietas salak pondoh dari daerah lain, bahkan dengan varietas salak pada umumnya.

Indikasi geografis tersebut, telah memposisikan salak pondoh sebagai komoditas perdagangan yang diakui kualitasnya sehingga memiliki nilai tambah untuk bersaing secara kompetitif. Selama sifat dan ciri-ciri produk tersebut tetap dipertahankan, harapannya ikut mendorong kesejahteraan masyarakat melalui berbagai aktivitas ekonomi yang ada akuitannya dengan komoditas salak bersangkutan.

Apa arti penting perlindungan indikasi geografis dari sudut perdagangan di tingkat lokal, nasional maupun internasional? Secara umum terdapat beberapa nilai tambah yang berpengaruh terhadap daya saing produk barang bersangkutan ketika masuk ke pasar, sebagai berikut: 1) Pengakuan internasional atas indikasi geografis sebagai bagian hak kekayaan intelektual, berarti mendudukkan status pemegang hak 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 hak 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 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 as-

pek kualitas (reputasi) produk barang yang dihasilkan, sehingga mempertahankan syarat substantif 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 agro wisata. Sampai dengan periode bulan Januari 2013, dari sumber Dirjen HKI diperoleh keterangan bahwa saat ini paling tidak sudah ada 14 komoditas barang yang memperoleh sertifikat indikasi geografis.

Beberapa contoh komoditas yang telah dilindungi Indikasi geografis tersebut di antaranya: Kopi Arabika Gayo dari Kabupaten Aceh Tengah, Kopi Kalosi Enrekang dari Sulawesi Selatan serta Kopi Jawa merupakan beberapa varietas kopi yang karena iklim dan lingkungan tumbuhnya, membuat kopi tersebut memiliki sifat dan karakter yang “khas” sebagai ciri atau karakter yang membedakannya dengan produk kopi lainnya.

Untuk kopi Arabika dari daerah Kintamani di Bali, merupakan varietas kopi pertama di Indonesia yang berhasil didaftarkan sehingga memperoleh perlindungan hukum indikasi geografis. Pihak yang mendaftarkan adalah Masyarakat (komunitas) Pelindung Indikasi Geografis Kopi Arabika Kintamani (MPIG), pada tanggal 18 September 2007. Selanjutnya adalah Mebel ukir jepara dari Jawa Tengah, Lada Putih Muntok dari Bangka Belitung, Tembakau Hitam dan Tembakau Mole dari Sumedang Jawa Barat, Ubi Cilembu dari Sumedang Jawa Barat, Susu Kuda Sumbawa dari Nusa Tenggara Barat, Beras Adan Krayan dari Kalimantan Timur, Kopi Arabika Flores Bajawa dari Nusa Tenggara Timur, Purwoceng dan Carica dari Dieng di Jawa Tengah (Dirjen HKI, Januari, 2013).

Perlindungan Indikasi Geografis pada Produk Lokal dalam Sistem Perdagangan Internasional

Hendra Djaja

Jumlah sertifikat yang telah diberikan tersebut di atas, jika dibandingkan dari besarnya ragam serta potensi komoditas asli perdagangan dari seluruh pelosok Indonesia, dapat dikatakan bahwa produk yang memperoleh sertifikat tersebut tergolong masih sangat kecil. Ini tantangan bagi pemerintah bagaimana secara struktural dapat mendorong berbagai kelompok masyarakat menjadi produsen produk yang akan atau yang telah memperoleh perlindungan indikasi geografis.

Dalam konteks perdagangan internasional yang ada pada saat ini, seberapa efektifkah penegakan hukum terhadap pelanggaran indikasi geografis tersebut? Pelanggaran hukum terhadap indikasi geografis merupakan pelanggaran hak eksklusif. Ketentuan dalam Undang Undang Merek yang mengatur indikasi geografis menggunakan prinsip teritorial, sehingga memiliki beberapa keterbatasan yang patut dicermati jika para pihak di Indonesia akan melakukan litigasi di luar teritorial Indonesia. Mengacu pada ketentuan yuridis, Pasal 92 ayat (1) UU Merek menyatakan bahwa perbuatan dengan sengaja atau tanpa hak yang menggunakan tanda yang sama pada keseluruhan dengan indikasi geografis pihak lain untuk barang yang sama atau sejenis dengan yang terdaftar, dipidana penjara paling lama lima tahun penjara dan/atau denda paling banyak satu miliar rupiah; sedang pasal 92 ayat (2) UU Merek menyebutkan bahwa perbuatan dengan sengaja atau tanpa hak memakai tanda yang sama pada pokoknya dengan indikasi geografis pihak lain untuk barang yang sama, dipidana penjara paling lama empat tahun dan/atau denda paling banyak delapan ratus juta rupiah. Substansi pasal 92 UU Merek, bertujuan untuk melindungi konsumen barang bersangkutan sehingga terhindar dari perbuatan menyesatkan atau memperdayai konsumen. Perbuatan yang melanggar ketentuan ini merupakan modus perbuatan curang atau persaingan usaha tidak sehat (*unfair trade principles, unfair trade competition*).

Menghadapi kasus pelanggaran produk lokal yang diklaim oleh negara lain, maka alternatif penyelesaian cukup efektif dapat ditempuh adalah melalui

pendekatan hukum perdagangan internasional yang mengedepankan peran antar pemerintah (*Government to Government*).

Contoh keberhasilan bagaimana peran pemerintah ini dapat dilihat pada kasus Kopi Gayo yang sebelumnya di daftar oleh perusahaan Belanda dengan merek dagang Gayo Coffee Mountain, maka atas kerja keras pemerintah Indonesia akhirnya pihak "Officer for Harmonization in the Internal Market" atau OHIM Uni Eropa, telah menerima permintaan resmi oleh Indonesia dan telah mengakui Kopi Gayo dilindungi indikasi geografis berasal dari Indonesia, sehingga OHIM Uni Eropa secara resmi membatalkan pendaftaran merek "Gayo" untuk produk kopi di Belanda (Antara News.com, Kamis 28 Agustus 2013).

Dari ranah politik perdagangan, putusan OHIM Uni Eropa tersebut tidaklah mengherankan karena kedua pihak menerapkan kebijakan timbal balik yang cukup adil (*fair*), di mana pemerintah Indonesia juga sebelumnya telah mengambil kebijakan menerima pendaftaran perlindungan dua produk indikasi geografis dari eropa yaitu produk "Champagne" dan "Keju Permisian". Lagi pula Putusan pihak OHIM Uni Eropa tersebut, sesuai dengan isi pasal 22 TRIPs yang mengatur bahwa: "Setiap pihak yang menyatakan suatu merek, harus *membatalkan* merek barang yang telah didaftarkan apabila merek tersebut mengandung Indikasi Geografis dan terbukti barang tersebut bukan berasal dari daerah si pendaftar".

Contoh internasional yang baik bagaimana upaya keras suatu pemerintah dalam melindungi produk lokalnya adalah negara India pada Kasus fenomenal terkait perlindungan indikasi geografis produk beras "Basmati rice". Basmati adalah varietas padi yang ditanam terutama di lereng gunung himalaya di India dan Pakistan utara. Padi dengan nama Basmati, kemudian dipatenkan oleh korporasi *Rice Tec* asal Amerika, pada tanggal 27 September 1997 yang kemudian ditanam di luar India dan dilindungi merek "Kasmati" dan "Texmati".

Dalam menjalankan patennya dan menjual dengan mereknya, *Rice tec* menyebutkan bahwa kua-

litas terbaik varietas Basmati tersebut, berasal dari India dan sebelah utara Pakistan. Tentu saja konsumen di beberapa negara, tidak dapat *membedakan* antara Basmati aseli dengan “tiruannya”. Padahal semua konsumen tahu bahwa hanya beras basmati yang asalnya dari India (Punjab, Haryana dan Uttar Pradesh) yang memiliki kualitas terbaik.

Dari kasus *India-US Basmati Rice Dispute* ini, kita dapat menelaah beberapa pelanggaran beberapa unsur substantif yang ada kaitan dengan perlindungan hak kekayaan intelektual yaitu: 1) Pihak Korporasi Rice Tec walaupun dengan paten yang dimilikinya, merupakan pelanggaran terhadap indikasi geografis dalam ketentuan TRIPs. Namun demikian karena pemerintah India telah memiliki *The Geographic Appellation Bill* yang tujuannya menjaga hak **paten** bagi komoditas India tradisional seperti Basmati, maka India mampu melakukan tuntutan “timbang balik” (*reciprocal principle*) terhadap negara lain anggota GATT/WTO sesuai ketentuan TRIPs; 2) Di samping itu, kasus Basmati tersebut juga berhubungan dengan aspek pelanggaran Hukum Merek yaitu menjual produk beras varietas basmati tiruan dengan merek “Kasmati” dan “Rasmati”; 3) Selanjutnya kasus ini menunjukkan adanya pelanggaran hukum (hak eksklusif) *indikasi geografis* atas varietas padi lokal Basmati; 4) Demikian pula pihak Rice tec sekaligus terbukti melanggar hak kekayaan intelektual Pengetahuan tradisional (*traditional knowledge*) milik masyarakat yang telah menanam dan mengembangkan varietas padi Basmati secara turun temurun.

Kapankah berakhirnya perlindungan hukum terhadap indikasi geografis? Sebagaimana halnya dengan obyek hak eksklusif lainnya, maka apabila ciri khas, kualitas atau karakteristik pada suatu barang yang sebelumnya dilindungi oleh indikasi geografis kemudian secara alamiah menjadi hilang, maka setiap pihak yang terkait dapat mengajukan permohonan resmi pada Dirjen HKI dapat memproses hal itu tentu saja setelah memperoleh masukan dari tim ahli indikasi geografis. Hasil penilaian tersebut menjadi dasar pertimbangan oleh Dirjen dalam mengambil keputusan melakukan pembatalan.

Urgensi Perlindungan Hukum

Tuntutan adanya perlindungan terhadap Indikasi Geografis (IG) dalam sistem hukum hak kekayaan intelektual adalah suatu upaya untuk melindungi produk-produk masyarakat lokal dalam negeri.

Suatu merek yang dipakai oleh pelaku bisnis untuk memperkenalkan produk, biasanya menggunakan nama tempat atau lokasi geografis yang menjelaskan dari mana barang tersebut berasal. Namun demikian, di Indonesia belum memiliki instrumen yang mengatur IG sebagai komponen Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI). Akibatnya, banyak produk-produk lokal dalam negeri yang dieksploitasi secara komersial pihak-pihak asing tanpa perlindungan pemerintah.

Dalam konteks ini, mendesak adanya perlindungan hukum yang memadai. Dalam arti baik pengaturan maupun penerapannya di lapangan untuk memberikan kepastian atas kepemilikan dan tentunya rasa aman dari penyerobotan pihak lain. Perlindungan hukum juga mencakup prospek ke depan, sehingga pengembangan produk juga dapat dilaksanakan maksimal.

Ihwal kelemahan dalam perlindungan hukum ini tidak saja pada tataran lokal. Pada tataran global, perlindungan hukum terhadap indikasi geografis atas produk masyarakat lila juga sangat dibutuhkan. Dapat dimaklumi, pada saat yang sama masyarakat di negara lain pun melakukan inovasi yang sama terhadap produk, yang kemungkinan hanya berbeda nama. Pada gilirannya, akan ada pertemuan yang secara alamiah terjadi, atas produk yang berbeda nama tersebut.

Urgensi dari perlindungan hukum ini juga menjadi sangat penting, mengingat bahwa Indonesia termasuk anggota WTO, yang telah meratifikasi GATT (termasuk TRIPs). Idealnya sudah dipersiapkan sedemikian rupa perangkat hukum yang berorientasi pada perlindungan hukum atas HAKI yang membawa implikasi bagi kepentingan masyarakat. Implikasi lebih lanjut tentunya akan sangat membantu ter-

Perlindungan Indikasi Geografis pada Produk Lokal dalam Sistem Perdagangan Internasional

Hendra Djaja

wujudnya profil negara yang benar benar memberikan proteksi atas produk lokal.

Tidak maksimalnya perlindungan hukum, dapat dicermati dengan tidak dicantumkan indikasi geografis dalam ketentuan umum Undang-Undang tentang Merek dan peraturan pelaksanaannya. Hal demikian mengindikasikan masih lemahnya perlindungan hukum dimaksud, pada hal sedemikian penting substansinya. Dengan tidak diaturnya secara memadai, berpengaruh terhadap penegakan hukum yang didasari atas perlindungan hukum dimaksud.

Oleh karena itu, para pihak terkait harus segera mengadakan inventarisasi terhadap permasalahan, baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Tentu saja sponsornya harus dari pemerintah yang idealnya mempunyai kepekaan tinggi terhadap permasalahan yang muncul di tengah masyarakat. Upaya pemerintah tersebut berorientasi kepada maksimalnya dorongan kepada masyarakat untuk melakukan pendaftaran indikasi geografis atas produk-produk lokal untuk memperoleh perlindungan hukum dilakukan dengan cara yang mencerminkan manajemen yang tertata.

Tidak hanya sebagaimana dikemukakan. Pada tataran praktis, lembaga yang mempunyai kewenangan, harus dapat menjalankan tugasnya dalam mengelola HAKI khususnya membantu masyarakat untuk mendatangkan IG, sesuai dengan cita perlindungan hukum kepada masyarakat.

Hal di atas tentunya secara berkesinambungan dan terstruktur dapat dilakukan lewat sosialisasi peraturan perundang-undangan kepada masyarakat, baik itu warga masyarakat biasa maupun aparat pemerintah sangatlah penting. Tujuannya adalah agar peraturan yang ditetapkan diketahui, dipahami, dan dilaksanakan oleh masyarakat.

Pada dasarnya bahwa banyaknya produk masyarakat lokal diambil oleh pihak luar dan dikomersialisasi untuk mendapatkan keuntungan, oleh karenanya produk-produk lokal sangatlah perlu

dilindungi dengan IG untuk mencegah pengambilan yang dilakukan pihak luar.

Tentunya dengan melindungi produk-produk masyarakat lokal tersebut masyarakat secara sadar terpenggil, untuk kepentingannya sendiri dan komunitas lebih luas, dengan melakukan pendaftaran kemudian mempunyai hak milik atas produk yang telah didaftarkan. Hal ini dapat dilakukan, setidaknya dapat diperuntukkan untuk kesejahteraan masyarakat di daerahnya karena mempunyai nilai ekonomis yang tidak kecil. Untuk itulah, harusnya segera di realisasikan berbagai upaya dimaksud.

Perlindungan hukum ini menjadi titik poin yang sangat penting untuk kelanjutan pengembangan produk. Dengan tidak adanya perlindungan hukum yang memadai, tidak saja membeikan makna negatif terhadap kepastian hukum. Lebih jauh, hal itu akan mematikan kreativitas dan inovasi masyarakat yang harusnya terus dikawal dalam membuat dan mengembangkan produk baru.

Di sinilah peran pemerintah sebagai bentuk tanggungjawab dalam melaksanakan amanat kesejahteraan rakyat dapat dikemukakan. Sektor yang sangat penting dan baru adalah pada pengembangan produk masyarakat lokal tersebut.

Penutup

Dari analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa: 1) Pendaftaran indikasi geografis, tidak saja memberi pengakuan dan perlindungan hukum terhadap kepemilikan hak eksklusif, tetapi di sisi lain memberikan jaminan bahwa semua produk barang yang telah dilindungi dengan indikasi geografis atau tanda asal barang, lebih dipercaya konsumen baik di tingkat lokal maupun di tingkat perdagangan internasional; 2) Perlindungan indikasi geografis dapat memacu perekonomian masyarakat, melestarikan sumber hayati, melindungi pengetahuan tradisional masyarakat, dan pengembangan agrowisata.

Daftar Pustaka

- Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian , *Indikasi Geografis dan Indikasi Asal*: bpatp.litbang. dep-tan.go.id/index.php? (diakses tanggal 19 Oktober 2013).
- Berita Resmi Indikasi Geografis, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual: www.dgip.go.id (diakses tanggal 25 september 2013).
- Bunga Rampai, 2000, "*Informasi Keanekaragaman Hayati Intellectual Property Rights*", Kantor Menteri KLH, Jakarta.
- Djaja, Hendra, 2010, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Surya Pena Gemilang, Malang.
- Harian Jogja, Kamis, tanggal 22 Agustus 2013, www.harianjogja.com (diakses tanggal 14 Oktober 2013).
- Iman, Syahputera, 2001, *Hukum Merek Baru Indonesia*, Hary Arindo, Jakarta.
- Kartadjoemena, 1977, *GATT-WTO dan Hasil Uruguay*, Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta.
- , 1997, *GATT dan WTO: Sistem, Forum dan Lembaga Internasional di Bidang Perdagangan*, Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta.
- Kopi Gayo Tidak Lagi Merek Dagang Perusahaan Belanda*, Kamis 28 Agustus 2013, www.Antaraneews.com (diakses tanggal 14 Oktober 2013).
- Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 tentang *Indikasi Geografis*.
- Saky Septiono, *Perlindungan Indikasi Geografis Indonesia*, 23 Desember 2011, dalam :Kemal-Assegaf.blogspot.com (diakses tanggal 27 Oktober 2013)
- The Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and Their International Registration.
- The South Centre, The TRIPs Agreements. 1997.: A Guide for The South, The Uruguay Round Agreement on Trade Related Aspect of Intellectual Property Rights*, Geneva.
- Undang Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang *Merek*.
- World Trade Organization*, www.wto.org (diakses tanggal 15 Oktober 2013).