

**PENGUATAN HAK INDIKASI GEOGRAFIS DI INDONESIA MELALUI HAK MEREK KOLEKTIF**

Oleh:

**Ketut Adi Wirawan**

E-mail: [wiranisoe1202@gmail.com](mailto:wiranisoe1202@gmail.com)

Fakultas Hukum Universitas Warmadewa

---

**Keywords:**

*Strengthening, Geographical Indication Rights, Collective Mark Rights.*

---

**ABSTRACT**

*Referring to Law Number 20 of 2016 concerning Brands and Geographical Indications, a geographical indication is defined as a sign that shows the area of origin of a good and/or product which, due to geographical environmental factors including natural factors, human factors or a combination of these two factors, gives reputation, certain qualities and characteristics of the goods and/or products produced. Social, geographical, anthropological and scientific and technological developments will certainly indicate a decline or even disappearance of the characteristics of goods and/or services based on geographical indications. So it is important to provide protection, one of which is by providing trademark rights which are attached to geographical indication rights. The result of this research is that there is a need to reform the regulations regarding Trademark Rights and Geographical Indication Rights. Considering the condition of goods and/or services which lead to products that are identical to certain sectors or regions in Indonesia which have special features so that they are able to produce products, it should be regulated that the granting of geographical indication rights by the government is also mutatis mutandis attached to the granting of collective brand rights. However, this thinking also needs to be strengthened by various efforts by the government and related parties to maintain the conditions of various factors in forming products with the characteristics of geographical indications, such as efforts to maintain public thinking, geographical conditions, increasing public legal awareness, etc.*

---

**Kata Kunci:**

*Penguatan, Hak Indikasi Geografi, Hak Merek Kolektif.*

---

**ABSTRAK**

Mengacu pada Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi geografis, Indikasi geografis diartikan 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.

---

---

Perkembangan sosial, geografis, antropologis maupun IPTEK tentu akan berindikasi pada menurun bahkan hilangnya karakteristik barang dan/atau jasa berdasarkan indikasi geografis. Maka penting untuk memberikan perlindungan, salah satunya dengan memberikan hak merek yang dilekatkan dengan hak indikasi geografis. Hasil dari penelitian ini adalah diperlukan sebuah pembaharuan pengaturan perihal Hak Merek dan Hak Indikasi Geografis. Mengingat kondisi barang dan/atau jasa yang bermuara pada produk yang idektik dengan perihal sektoral atau wilayah tertentu di Indonesia yang memiliki keistimewaan sehingga mampu menghasilkan produk hendaknya diatur bahwa pemberian hak indikasi geografis oleh pemerintah, secara *mutatis mutandis* melekat pula pada pemberian hak merek kolektif. Namun pemikiran ini perlu pula diperkuat dengan berbagai upaya pemerintah dan pihak-pihak terkait untuk mempertahankan kondisi berbagai faktor dalam membentuk produk dengan ciri khas indikasi geografis, seperti upaya mempertahankan pemikiran masyarakat, kondisi geografis, peningkatan kesadaran hukum masyarakat, dll.

---

## PENDAHULUAN

Negara Indonesia merupakan negara yang memiliki sumber kekayaan alam yang sangat berlimpah. Beragam hasil produksi yang dihasilkan dari pemanfaatan sumber daya alam ini merupakan salah satu pendukung sumber pendapatan di negara Indonesia. Beberapa hasil produk baik dari hasil perkebunan, peternakan, pertanian, perikanan hingga kerajinan lokal, makanan, dan produk-produk khas daerah Indonesia menjadi salah satu daya tarik yang menjadi sorotan banyak mata dan tinggi akan peminat. Potensi sumber kekayaan alam yang dimanfaatkan oleh masyarakat menjadi ciri khas di setiap daerah, karena perlu diketahui bahwa setiap daerah memiliki potensi dan sumber daya alam yang berbeda serta pengolahan yang dilakukan hingga menjadi sebuah produk memiliki proses dan keunikannya tersendiri, sehingga tak jarang masyarakat daerah memanfaatkan hal ini untuk menjadi sumber penghasilan daerahnya sendiri.

Dalam mendukung proses peningkatan penjualan yang menjadi salah satu produk yang dihasilkan di setiap daerah, Indonesia tergabung dalam Organisasi Perdagangan Dunia (*World Trade Organization*)/ WTO yang telah di tandatangani pada awal terbentuknya organisasi ini. Seluruh perjanjian yang telah disepakati dalam organisasi ini harus dapat dipatuhi oleh seluruh negara yang telah tergabung di dalamnya, termasuk negara Indonesia. Perjanjian yang telah disepakati ini tertuang dalam *WTO Agreement* yang dimana di dalamnya juga mengatur perihal Hak Kekayaan Intelektual (HKI).

Hak Kekayaan Intelektual merupakan hak untuk memperoleh perlindungan secara penuh terhadap kekayaan intelektual yang dimiliki sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Dalam hal ini, perlindungan atas kekayaan intelektual yang dimaksud merupakan seluruh sumber kekayaan yang dihasilkan oleh masyarakat

Indonesia atas pemanfaatan hasil bumi baik berupa barang mentah hingga barang siap pakai yang menjadi sebuah karya hingga sumber penghasilan bagi masyarakat Indonesia di setiap daerah.

Peran pemerintah dalam menidaklanjuti perlindungan atas Kekayaan Intelektual yaitu dengan membuat sebuah peraturan yang mengatur mengenai perlindungan atas sebuah produk yang bersumber dalam negeri. Bentuk keseriusan pemerintah terlihat dalam pengesahan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan Indikator geografis yang merupakan pengganti dari Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 mengenai Merek. Peraturan mengenai Merek dan Indikasi geografis ini dibuat agar dapat mengurangi permasalahan dan kerugian yang diterima atas munculnya duplikat produk yang di imitasi dan dibentuk seperti bentuk produk aslinya. Tentu tindakan yang dilakukan oleh Pihak ketiga sebagai penduplikat telah melanggar hak cipta atas tindakan pencurian yang telah dilakukan dengan tidak adanya izin kepada pihak pertama yang akhirnya mengakibatkan kerugian bagi penghasil asli dari produk yang akan dijual.

Penjualan produk yang telah dilakukan atas hasil tindakan duplikat dengan memberikan tawaran harga yang lebih murah dari produk asli, lalu menjual dengan memiliki merek yang sama, dan memperlihatkan kualitas yang hampir sama, menjadikan banyak peminat akan memilih untuk menerima tawaran ini tanpa mengetahui orisinalitas produk yang telah dibeli. Adanya duplikat produk ini, menjadikan banyaknya keuntungan yang diraup oleh oknum yang melakukan tindakan ini. Banyak kerugian yang dirasakan oleh pihak pertama sebagai penghasil produk asli karena beberapa produk yang dijual memiliki tawaran harga yang lebih mahal akibat tingkat keunikan pada proses pembuatan produk yang dilakukan, dan jumlah pasokan bahan baku di daerah tersebut yang tidak menentu menjadikan produk yang dihasilkan tidak dapat dijual dengan harga produk duplikat yang ditawarkan.

Permasalahan yang terjadi ini, akan mengakibatkan menurunnya pendapatan daerah setempat dan menjadikan masyarakat enggan untuk melanjutkan ketrampilannya dalam menghasilkan produk khas daerah tersebut, dikarenakan tidak adanya keseimbangan antara hasil produksi dan profit pembeli.

Kejadian ini memperlihatkan bahwa Undang-undang yang mengatur mengenai merek dan Indikasi geografis belum dapat secara optimal memberikan perlindungan terhadap produk yang dihasilkan. Adanya penggabungan antara peraturan merek dan Indikasi geografis menjadikan peraturan terkait Indikasi geografis tidak dituangkan secara jelas pada setiap pasalnya. Selain itu, antara kedua peraturan ini tidak saling berkaitan sehingga jika dilihat dalam pembaruannya menambahkan peraturan indikasi geografis dalam peraturan tentang merek masih bisa dikatakan kurang dapat memberikan perlindungan terhadap produk indikasi geografis karena pendaftaran produk pada indikasi geografis terpisah dengan pendaftaran pada merek itu sendiri.

Adanya pemisahan prosedur pendaftaran antara hak Indikasi geografis dengan hak merek kolektif pada sebuah produk, masih menjadi permasalahan pada produk indikasi geogafi yang dihasilkan. Produk Indikasi geografis yang dihasilkan oleh penghasil produksi tidak secara langsung terdaftar dalam pembuatan merek kolektif. Sehingga masih terdapat celah dilakukannya duplikasi bahkan hilangnya keistimewaan produk indikasi geografis oleh pihak ketiga. Produk Indikasi geografis merupakan suatu produk yang dihasilkan dengan

menandakan wilayah asal dari produk tersebut, yang dihasilkan melalui kombinasi antara faktor lingkungan geografis, faktor alam, dan faktor manusia dari wilayah tersebut yang memberikan karakteristik dan ke-khasan pada produk/barang yang dihasilkan. Secara sederhana bahwa Produk indikasi geografis merupakan hasil produk dari daerah setempat yang memanfaatkan sumber daya daerahnya untuk menghasilkan sebuah produk yang memiliki nilai ekonomis dan ciri khas yang membedakan dari produk daerah lainnya.

Sayangnya, dalam hal perlindungan produknya masih banyak masyarakat yang kurang sadar akan pentingnya memberikan proteksi pada produk yang telah dihasilkan. Banyak kasus dalam permasalahan ini yang telah merugikan negara Indonesia, sebagai contoh produk Kopi Toraja yang merupakan produk khas hasil masyarakat Toraja Sulaewi Selatan yang telah didaftarkan oleh negara Jepang melalui Key coffe yang mengakibatkan negara Indonesia tidak dapat mengekspor poroduk Kopi Toraja jika tidak melalui Key Coffe. Kondisi ini tentu memerlukan sebuah penanganan dalam pengaturan agar dapat bersinergi secara vertikal maupun horizontal dalam keberlakuannya demi mencapai tujuan pengaturannya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif yang mengkaji aspek-aspek permasalahan internal dalam hukum positif dengan pendekatan yuridis normatif yang mengacu pada hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Fokus penelitian ini yaitu pada kajian kepustakaan yang menggunakan bahan hukum primer terkait dengan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi geografis. Hukum primer dalam penelitian ini adalah peraturan perundang-undangan yang terkait dengan merek serta indikasi geografis. yang merupakan penunjang, sedangkan bahan hukum sekunder yang digunakan dalam penelitian ini terkait dengan referensi bahan hukum sekunder yang bersifat publik, berupa jurnal, buku, dan literatur lainnya yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat yaitu pembaharuan peraturan mengenai Merek dan Indikasi geografis.

## **PEMBAHASAN**

Perlindungan terhadap suatu produk perlu dilakukan dalam menciptakan iklim yang stabil antara produsen dan konsumen dalam dunia perdagangan. Produk-produk yang dihasilkan dari inovasi dan kreatifitas masyarakat merupakan salah satu sumber kekayaan alam dalam bentuk barang hingga karya yang dapat dijadikan salah satu sumber pendapatan bagi masyarakat, daerah penghasil, hingga negara Indonesia.

Negara Indonesia sangat kaya akan sumber daya alam hingga menghasilkan beragam produk potensi indikasi geografi. Dalam hal untuk memberikan proteksi pada produk-produk yang dihasilkan, pemerintah membuat peraturan yang mengatur mengenai Merek dan Indikasi geografis untuk melindungi setiap produk yang dihasilkan. Namun dalam perkembangannya, masih sering terdapat kondisi dimana perlindungan yang diperoleh pada produk yang dihasilkan khususnya produk Indikasi geografis yang telah didaftarkan, namun masih memiliki celah dilakukannya tindakan yang merugikan produsen, karena setiap produk yang

didaftarkan tidak secara otomatis disarankan dalam pembuatan merek kolektif khusus produk indikasi geografi.

Beberapa Faktor penyebab terjadinya permasalahan ini dan termasuk dalam pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual yaitu pelaku yang ingin meraup keuntungan besar dari kejahatan pencurian terhadap milik orang lain, penegakan hukum yang kurang efektif sehingga tidak memberikan efek jera kepada pelaku, kurangnya pemahaman produsen yang menganggap bahwa duplikasi produksi yang terjadi merupakan sebuah apresiasi dari produksi yang dilakukan, duplikasi atau mencuri hal milik produk orang lain dilakukan untuk menghindari pembayaran pajak, serta tingkat kejelian dan kesadaran konsumen akan produk yang ditawarkan masih sangat rendah sehingga belum dapat membedakan keaslian produknya.

Indikasi geografis merupakan salah satu ruang lingkup dari kekayaan intelektual. Perlindungan atas Indikasi geografis mencakup pada perlindungan terhadap keaslian sebuah produk yang dihasilkan dari sebuah komoditas, yang didukung oleh faktor lingkungan geografis seperti faktor alam, faktor manusia, atau kombinasi dari dua faktor ini untuk memberikan karakterisasi khusus dan menerapkan suatu kualitas tertentu pada produk yang diatur, dan dilindungi oleh hukum. Pengaturan terkait merek dan indikasi geografis pada sebuah produk berbeda di setiap negara, di Indonesia khususnya penggabungan antara pengaturan merek dan indikasi geografis baru disahkan pada tahun 2016 mengenai Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografi, karena sebelumnya Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 terkait Merek belum dapat memberikan penjelasan lengkap dan bersifat sumir.

Tujuan disahkannya undang-undang nomor 20 tahun 2016 mengenai merek dan indikasi geografis ini untuk menghindari praktek persaingan curang pada produk yang dihasilkan, memberikan identifikasi pada produk yang dihasilkan dengan menandakan adanya perbedaan pada ciri khas hasil produk disetiap daerah, adanya jaminan kualitas produk indikasi geografis sebagai produk asli untuk membangun kepercayaan konsumen, hingga meningkatnya perkembangan agrowisata disetiap daerah karena produk-produk yang dihasilkan memiliki karakter daerahnya tersendiri, dan ini menjadikan reputasi dari produk yang ditawarkan ikut terangkat dan dikenal oleh banyak konsumen. Adanya pendaftaran merek dan indikasi geografis dapat menjadi alat bukti kepemilikan atas produk yang telah didaftarkan produsen.

Penjelasan mengenai merek dan indikasi geografis memiliki perbedaan antara keduanya. Merek diartikan sebagai sebuah tanda berupa logo, gambar, warna, yang di kreasikan oleh produsen sebagai identitas produk yang dihasilkan dan ditawarkan oleh konsumen. Berbeda dengan Indikasi geografis merupakan tanda yang menunjukkan daerah asal dari suatu produk yang dihasilkan dengan memanfaatkan faktor alam serta manusia yang dikombinasikan sehingga memiliki karakteristik khas dari produk yang dihasilkan. Proses permohonan pada pendaftaran merek dan indikasi geografis memiliki perbedaan, namun dalam hal mengajukan permohonan atas produk yang akan didaftarkan tetap melalui Menteri.

Upaya pemerintah dalam melindungi produk di bidang perdagangan melalui peraturan terkait merek dan indikasi geografis belum dapat memberikan perlindungan hukum pada produk dengan jangkauan yang luas. Beberapa

tindakan jahat yang dimanfaatkan oleh oknum pelaku seperti melakukan dupikasi ataupun merampas hak kepemilikan barang dari produsen asli dengan lebih awal melakukan pendaftaran merek ataupun indikasi geografis yang menjadikan produsen asli tidak dapat melakukan pendaftaran atas produk asli yang mereka produksi. Kejahatan yang masih terjadi di bidang ini, memperlihatkan bahwa undang-undang yang mengatur terkait merek dan indikasi geografis belum terlaksana dengan baik.

Permasalahan yang menjadikan celah timbulnya kejahatan yang terjadi yaitu bahwa pendaftaran produk potensi indikasi geografis yang dilakukan oleh produsen sebagai pemohon tidak secara otomatis diarahkan melakukan pendaftaran merek, sehingga saat produk potensi indikasi geografis telah terdaftar maka sudah dirasa telah terjamin perlindungan hukum pada produk yang dihasilkan. Namun dalam kenyataannya, setiap pemohon yang produknya telah terdaftar menjadi produk potensi indikasi geografis masih bisa diakui kepemilikannya terhadap pihak ketiga yang memproduksi barang sama dengan menampilkan kualitas yang sama pada konsumen. Tidak adanya merek pada produk indikasi geografis akan tetap menjadikan pihak ketiga dapat melakukan duplikasi atas produk lokal asli yang dimiliki daerah setempat, sehingga dengan adanya tindakan ini banyak konsumen yang tertipu terhadap pembelian barang yang dianggap konsumen merupakan produk aslinya.

Undang-undang terkait merek dan indikasi geografis perlu adanya pembaharuan dengan mempertimbangkan bahwa pelaksanaan pendaftaran yang terpisah antara merek dan indikasi geografis dalam sebuah produk indikasi geografis masih dapat menjadi celah adanya perilaku curang yang dilakukan pihak ketiga pada produk potensi indikasi geografis. Akibat dari tindakan yang terjadi, menjadikan banyak kerugian yang dirasakan baik dari pihak produsen, pemerintah daerah atas berkurangnya sumber pendapatan daerah dari hasil produksi yang tidak laku terjual, serta konsumen yang membeli barang dari produk yang bukan hasil asli dari daerah asal produksi.

Dalam perspektif perlindungan konsumen, adanya hak-hak yang tidak diperoleh oleh konsumen atas produk palsu yang ditawarkan, hak-hak yang dimaksud yaitu perlindungan hak atas keamanan konsumen, perlindungan hak atas informasi, perlindungan hak untuk didengar, perlindungan hak advokasi, perlindungan haknya untuk mendapatkan pelayanan yang benar, jujur, serta tidak diskriminatif, dan perlindungan hak ganti rugi atas barang yang tidak sesuai dengan perjanjian

Perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dibuat untuk menjamin hak-hak konsumen atas produk ataupun pelayanan dari pihak produsen yang tidak baik dan tidak sesuai dengan perjanjian. Adanya peraturan ini menjadikan hak-hak setiap konsumen dapat terlindungi. Namun dalam kenyataannya banyak konsumen yang kurang sadar akan keaslian produk yang dibeli, sehingga hak-hak yang seharusnya didapatkan tidak dapat terpenuhi. Dalam hal ini, terjadinya penipuan atas keaslian barang yang diterima oleh konsumen dan kualitas yang diharapkan tidak sesuai dengan produk aslinya, konsumen dapat melakukan pengaduan ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Penyelesaian yang ditawarkan tetap memerlukan peran pemerintah dalam meningkatkan publikasi atas pendaftaran

merek dan indikasi geografis untuk mengurangi penjualan produk asli oleh pihak ketiga.

Dalam hal ini perlu adanya peran pemerintah untuk lebih tegas terhadap pendaftaran produk potensi indikasi geografis dengan langsung menyarankan pendaftaran merek pada produk yang dihasilkan, dengan berjalannya prosedur ini, maka pihak ketiga yang akan melakukan duplikasi dan mengambil hak kepemilikan pada produsen asli tidak dapat dilakukan karena produk potensi geografis yang dimiliki telah terdaftar dalam indikasi geografis dan telah terdaftar merek yang menjadikan produk asli daerah yang melakukan pengajuan permohonan memiliki identitas yang tidak dapat di duplikasi oleh pihak ketiga.

## **PENUTUP**

Pengaturan perihal hak merek dan hak indikasi geografis diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi geografis yang merupakan perubahan atas Undang-Undang Nomor 16 tahun 2001 mengenai Merek. Terfokus perihal indikasi geografis, yang identik dengan kondisi daerah baik secara geografis, kultur dan sosiologis perlu memperoleh perlindungan dan upaya untuk mempertahankan eksistensi bahan fisik maupun non fisik sebagai penunjang untuk dapat dihasilkannya produk barang dan/jasa yang identik dengan indikasi geografis. Pada kondisi inilah diperlukan sebuah ide pembaharuan di bidang hak merek kolektif yang layak untuk dilekatkan pada setiap hak indikasi geografis terdaftar. Maka implikasinya yang diharapkan adalah usaha mikro pada wilayah tersebut akan terbantu dengan memegang hak merek kolektif dalam pemasaran produk indikasi geografisnya. Tentu hal ini tidak dapat dilepaskan dari faktor eksternal yaitu pemerintah serta pihak- lain yang terkait dengan itu, agar selalu memberikan dukungan guna mempertahankan kondisi geografis daerah tersebut dengan tujuan agar faktor dalam membentuk produk dengan ciri khas indikasi geografis tetap terjaga, seperti upaya mempertahankan pemikiran masyarakat setempat, wisdom dan kultur, kondisi geografis, peningkatan kesadaran hukum masyarakat, serta berbagai upaya lainnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **BUKU**

Erlina B., Safytri Melisa., & Seftiniara, Intan Nurina. (2020). *Perlindungan Hukum Indikasi geografis* . Lampung: Pusaka Media

### **PERUNDANG-UNDANGAN**

Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografi

Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001 tentang Merek

Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

### **INTERNET**

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

Saky Septiono, *Perlindungan Indikasi geografis dan Potensi Indikasi geografis* , [http://www.infohaki.co.id/perlindungan n-Indikasi-geografis dan- PotensiIndikasi-geografis](http://www.infohaki.co.id/perlindungan-n-Indikasi-geografis-dan-PotensiIndikasi-geografis)