TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN INDIKASI GEOGRAFIS BERDASARKAN UNDANG UNDANG MEREK DI INDONESIA

TESIS
Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Strata-2

Oleh :

UBAIDILLAH
09912481

BKU : Hukum Bisnis

PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2012

TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN INDIKASI GEOGRAFIS BERDASARKAN UNDANG UNDANG MEREK DI INDONESIA

T E S I S

UBAIDILLAH

Nomor Pokok Mahasiswa : 09912481

Bidang Kajian Utama : Hukum Bisnis

Program Studi : Ilmu Hukum

Telah diperiksa dan disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk

diajukan ke dewan penguji dalam ujian Tesis

Pembimbing

(Prof. Dr. Ridwan Khairandy, SH. MH.)

Mengetahui

Ketua Program Magister Hukum Pascasarjana

Universitas Islam indonesia

(Dr. Nikmatul Huda, SH. M.Hum.)

TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN INDIKASI GEOGRAFIS BERDASARKAN UNDANG UNDANG MEREK DI INDONESIA

T E S I S

UBAIDILLAH

Nomor Pokok Mahasiswa : 09912481
Bidang Kajian Utama : Hukum Bisnis
Program Studi : Ilmu Hukum

Telah dipertahankan dihadapan Tim Penguji dalam ujian pendadaran
Pada hari Jumat tanggal 31 Agustus 2012 dan dianyatakan LULUS

Yogyakarta, 31 Agustus 2012

Tim penguji

Prof. Dr. Ridwan Khairandy, SH. MH.
(ketua)

Budi Agus Riswandi, SH. M.Hum
(anggota)

Nandang Sutrisno, SH. LLM., M.Hum., Ph.D.
(anggota)

Mengetahui
Ketua Program Magister Hukum Pascasarjana
Universitas Islam indonesia

(Dr. Nikmatul Huda, SH. M.Hum.)

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الحيم

الحمد لله الذى أنعمنا بنعمة الإيمان والإسلام أشهد ان لااله إلآ الله وأشهد ان محمّدا رسول الله والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيّدنا محمّد وعلى اله وصحبه أجمعين أمّا بعد.

Tiada kata yang patut penulis haturkan ke hadirat Illahi Robbi, kecuali alunan rasa syukur al-hamdulillah, dengan segala rahmat, taufiq, hidayah dan inayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini walaupun dalam keadaan jauh dari sempurna seperti yang diharapkan.

Shalawat serta salam selalu tersanjungkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW. Yang dengan kegigihan dan kesabaranya membimbing dan menuntun manusia kepada hidayah-Nya.

Tesis ini disusun untuk memenuhi tugas akhir yang diberikan oleh Program Pasca Sarjana Fakultas Hukum UII, juga merupakan sebagaian syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh penyusun guna memperoleh gelar sarjana strata dua dalam bidang Ilmu Hukum Bisnis Program Pasca Sarjana Fakultas Hukum UII.

Penyusun menyadari bahwa penyusunan Tesis ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, arahan dan dorongan serta do’a dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan yang terbatas ini, kami ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada.

1. Ibu Dr. Nikmatul Huda, SH. M.Hum, selaku Ketua Program Pasca Sarjana Fakultas Hukum UII Yogyakarta
2. Bapak Prof. Dr. Ridwan Khairandy, SH. MH., selaku pembimbing atas kesabaran, arahan dan bimbingan yang telah diberikan kepada penyusun.
3. Seluruh Dosen Pengajar di Magister S2 Program Pasca Sarjana Fakultas Hukum UII Yogyakarta, Semoga amal baik dan ilmu yang telah saya terima akan mendapat pahala dari Allah SWT.
4. Ayah H. Nuchin Asy'ari dan Ibu Hj. Muslichatun, terima kasih atas bimbingannya, do'a, dukungannya dan terima kasih atas semua perhatian dan kasih sayang yang telah diberikan selama ini
5. Kepada kakakku Nur Hayati (almh), Nur Salim, Ulfa, Sholihin, Alif Nafisah, Ali As'ad, Asfa Fikriyah, S.Pdi., Ummi Mardliyah, S.Pdi., Keponakannku Ulya, Yusuf, Ajib, Aufal, Ilham, fibri, aiz. Terima kasih atas dukungannya yang menjadikan motifasi tersendiri bagiku.
6. Seseorang yang selalu dihati, Tri Listiani Qomariyah yang selalu meluangkan waktu, terimakasih atas do`a dan harapan yang selalu terucap serta kasih sayang tulus yang diberikan semoga sampai akhir perjalanan hidup ini.
7. Seluruh Temen-temen seangkatan, sukses selalu
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan Tesis ini

Harapan penyusun semoga Allah SWT memberikan pahala yang setimpal kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan Tesis ini teriring dengan do`a *Jazakumullah Khairal Jaza`*.

Penyusun menyadari adanya banyak kekurangan untuk dikatakan sempurna, dari itu penyusun menghargai saran dan kritik untuk akhir yang lebih baik.

Yogyakarta, 09 Ramadhan 1433 H

29 Juli 2012 M

Penyusun

UBAIDILLAH

NIM : 09912481

ABSTRAK

Indikasi geografis di Indonesia diatur dalam Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek dan Peraturan Pemerintah Nomor 51 tahun 2007 Tentang Indikasi Geografis. Indonesia memberikan perlindungan untuk indikasi geografis menyatu dengan UU Merek dan menetapkan Indikasi Geografis sebagai bagiannya. Ketentuan mengenai indikasi geografis yang ada sekarang dalam UU nomor 15 tahun 2001 tentang merek, belum memadai, belum bisa melindungi produk potensi geografis di Indonesia, karena aturan mengenai indikasi geografis masih bergabung dengan aturan Merek yaitu dalam UU Merek, juga karena sedikitnya jumlah Pasal yang ada. Bergabungnya aturan indikasi geografis dengan aturan Merek membuat pertentangan antara Pasal yang mengatur indikasi geografis dengan Pasal yang mengatur tentang Merek. Begitu juga dalam PP Indikasi Geografis, didalamnya hanya mengulang aturan yang ada dalam UU Merek. Maka pemerintah perlu melakukan upaya untuk mendorong tumbuhnya perlindungan indikasi geografis terhadap produk potensi indikasi geografis di Indonesia.

Berangkat dari permasalahan tersebut penyusun tetarik untuk mengkaji lebih dalam tentang perlindungan indikasi geografis serta upaya apa saja yang dilakukan pemerintah denga menggunakan metode pendekatan yuridis normatif, yaitu menganalisis permasalahan dari sudut pandang menurut ketentuan hukum/perundang-undangan yang berlaku

Dalam UU Merek ketentuan tentang Merek lebih dominant dari pada ketentuan indikasi geografis, sehingga ketentuan mengenai indikasi geografis terkesan hanya bagian dari Merek, padahal Merek dan indikasi geografis berbeda. Hal ini menjadi kendala dalam memberikan perlindungan hukum indikasi geografis terhadap potensi produk indikasi geografis, karena ketentuan tentang indikasi geografis bergabung dengan ketentuan Merek dan hanya terdiri dari beberapa pasal saja, apalagi indikasi geografis dan Merek berbeda sehingga terjadi pertentangan dalam pasal pasalnya. Selanjutnya dalam PP indikasi geografis juga hanya mengulang ketentuan yang ada dalam UU Merek, sehingga selama ketentuan indikasi geografis masih bergabung dengan UU Merek maka ketentuan tersebut tidak bisa melindungi produk produk potensi indikasi geografis di Indonesia dengan baik dan maksimal.

Upaya yang dapat dilakukan oleh pemerintah untuk mendorong tumbuhnya perlindungan indikasi geografis terhadap produk potensi indikasi geografis di Indonesia adalah pemerintah membentuk undang undang tetang indikasi geografis secara terpisah atau berdiri sendiri, kemudian perlu dibentuk tim khusus dari Dirjen HAKI Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia yaitu Direktorat Indikasi Geografis, karena selama ini yang ada hanya Direktorat Merek, sehingga yang mengurusi indikasi geografis selama ini adalah Direktorat Merek, Direktorat indikasi geografis ini bertugas menginventarisasi produk produk potensi indikasi geografis di seluruh daerah Indonesia,.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PENGESAHAN ii

HALAMAN PENGUJI iii

KATA PENGANTAR iv

ABSTRAKSI vii

DAFTAR ISI viii

BAB 1 PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Perumusan Masalah 7

C. Tujuan Penelitian 7

D. Kerangka Teoritik 8

E. Metode Penelitian 21

BAB II TINJAUAN UMUM MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS

..... 25

A. Merek 25

1. Pengertian Merek 25

2. Pendaftaran Merek 30

B. Indikasi Geografis 55

1. Pengertian Indikasi Geografis 55

2. Pendaftaran Indikasi Geografis 65

BAB III PEMBAHASAN DAN ANALISIS 70

A. Perlindungan Hukum dari Indikasi Geografis Terhadap Hasil Kekayaan Alam Masyarakat Daerah di Indonesia 70

B. Upaya Yang Dapat Dilakukan Pemerintah Untuk Mendorong Tumbuhnya Perlindungan Indikasi Geografis Terhadap Produk Potensi Indikasi Geografis di Indonesia..... 107

BAB IV Penutup 127

A. Kesimpulan 127

B. Saran saran 129

DAFTAR PUSTAKA 131

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut ketentuan TRIPs, HKI dapat dikelompokkan menjadi 8 bagian yang masing-masing terdiri dari:[1] a). *Copyright and Related Right*, b). *Trademarks*, c). *Geographical Indications*, d). *Industrial Design*, e). *Patens*, f). *Layout design (Topographies) of Integrated Circuits*, g). *Protections of Undisclosed Information*, h). *Control of Anti-Competitive Practise in Contractual Licences*.

Sebagaimana yang telah disebutkan di atas bahwa salah satu Hak Kekayaan Intelektual adalah Indikasi Geografis. Indikasi Geografis merupakan suatu tanda yang digunakan pada barang-barang yang memiliki keaslian geografis yang spesifik dan memiliki kualitas atau reputasi berdasar tempat asalnya itu. Pada umumnya, Indikasi Geografis merupakan nama tempat dari asal barang-barang tersebut. Produk-produk pertanian biasanya memiliki kualitas yang terbentuk dari tempat produksinya dan dipengaruhi oleh faktor-faktor lokal yang spesifik, seperti iklim dan tanah. Berfungsinya suatu tanda sebagai indikasi geografis merupakan masalah hukum nasional dan persepsi konsumen.

Indikasi geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal

---

[1] Sentosa Sembiring, *Prosedur dari Tata Cara Memperoleh HaKI di bidang Hak Cipta, Paten, dan Merek*, Yrama Widya, Bandung, 2002, hlm. 16.

barang yang dikaitkan dengan kualitas**,** reputasi atau karakteristik lain yang sesuai dengan asal geografis barang tersebut. Agar dapat dilindungi oleh undang-undang, indikasi geografis harus didaftarkan terlebih dahulu di kator Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Indonesia.[2]

Indikasi Geografis memberikan perlindungan terhadap tanda yang mengindentifikasikan suatu wilayah negara, atau kawasan atau daerah di dalam wilayah tersebut sebagai asal barang, dimana reputasi, kualitas dan karakterisitik barang tersebut sangat ditentukan oleh faktor geografis yang bersangkutan.Indikasi-geografis dilindungi sebagai suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang, yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia, atau kombinasi dari kedua faktor tersebut, memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan.[3]

Indonesia merupakan negara *megadiversity*, negara dengan keragaman budaya dan sumberdaya alam, banyak produk unggulan yang dihasilkan Indonesia dan mendapatkan tempat di pasar internasional, sebagai contoh: Kopi Arabika Kintamani Bali, Java Coffee, Kopi Arabika Mandailing, Lada Putih Muntok, dan masih banyak lagi yang lain. Produk tersebut telah lama dikenal oleh konsumen di berbagai Negara sejak dahulu dan hingga sekarang produk tersebut masih diperdagangkan. Dengan semakin ketatnya persaingan, perdagangan suatu produk akan tetap mendapat permintaan tinggi apabila ciri

[2] Lindsey, Tim, dkk. Ed., *Hak Kekayaan Intelektual, Suatu Pengantar*, PT Alumni, Bandung, 2006.

[3] Pasal 56, Undang-undang No 15 Tahun 2001 tentang Merek

khas dan kualitas bisa dipertahankan serta dijaga konsistensinya.

Peningkatan mutu saja kini dirasa tidak cukup untuk menjadikan suatu produk bertahan dipasaran tetapi juga bisa menghilangkan produk imitasi yang beredar, sehingga eksistensi mutu produk dapat dipertahankan. Suatu produk yang bermutu khas dan terkenal tentu banyak ditiru orang, sehingga perlu diupayakan perlindungan hukum yang memadai bagi produk-produk tersebut.

Pada umumnya indikasi geografis terdiri dari nama produk yang diikuti dengan nama daerah atau tempat asal produk. Dari segi definisi, Indikasi Geografis mengandung pengertian :

"*A Geographical Indication is a sign used on goods that have specific geographical origin and possess qualities or a reputation that are due to that place of origin. Most commonly, a geographical indications consists of the name of the place of origin of the goods. Agricultural products typically have qualities that derive from their place of production and are influence by specific local factors, such as climate and soil.*"[4]

Dari pengertian di atas dapat diuraikan ciri atau unsur-unsur pokok Indikasi Geografis sebagai berikut:

1. Sebagai tanda yang diambil dari nama daerah yang merupakan ciri khas suatu produk atau barang yang diperdagangkan.
2. Sebagai tanda yang menunjukkan kualitas atau reputasi produk atau barang yang bersangkutan.
3. Kualitas barang tersebut dipengaruhi oleh alam, cuaca dan tanah didaerah yang bersangkutan.

Dari uraian di atas bahwa indikasi geografis menyangkut perlindungan

[4] http://www.wipo.int/geo_indications/en/about.html

atas nama asal barang terhadap barang-barang tertentu. Perlindungan atas indikasi geografis diatur dalam ketentuan Pasal 22 sampai dengan 24 Perjanjian TRIPs. Namun demikian, istilah mengenai indikasi geografis dan perlindungan hukumnya sudah dikenal sejak dahulu. *The common law doctrin of passing off, based on protection against the tort of unfair competition* telah diberlakukan guna melindungi produsen dari penggunaan asal barang yang menyesatkan.[5] Ketentuan hukum di Inggris dan Amerika sebagai contoh mengatur perlindungan indikasi geografis dalam *collective mark* dan *certification mark*,[6] dan pada sistem hukum *Civil Law the appellation of origin* telah digunakan untuk melindungi klaim asal barang yang menyesatkan (*false claims of geographic origin*).[7] Dengan demikian perlindungan atas indikasi geografis pada dasarnya telah diperkenalkan dalam beberapa konvensi internasional sebagai aturan yang universal yang bertujuan memberikan perlindungan dari praktek perdagangan curang.

Meskipun telah ada pengaturan secara internasional dan nasional, masih ada beberapa pendaftaran produk-produk khas Indonesia sebagai Merek. Salah satunya adalah kopi Toraja yang didaftarkan oleh *Key Coffee* di Jepang sebagai salah satu Merek produknya.[8] Adanya pendaftaran ini,

---

[5] *W.R. Cornish, Intellectual Property: Patents, Copyright, Trade Mark, and Allied Rights*, 4th ed.1999, at Chapter 16.

[6] Di Inggris, sebagai contoh, *Stilton chesse dan Harirs Tweed* dilindungi dalam *certification trade mark*, The Harris Tweed mark terdaftar pada tahun 1909.

[7] Resource Book on TRIPS and Development.,UNCTAD-ICTSD Project on IPRs and Sustainable Development, Cambridge University, 2005, hlm. 270, dalam Jurnal "Perlindungan Indikasi Geografis dan Potensi Indikasi Geografis Indonesia", oleh Saky Septiono.

[8] http://motivatornews.com/news/2011/04/02/perlindungan terhadap produk asli indonesia masih lemah/

menyebabkan pengusaha ekspor kopi Indonesia tidak akan dapat memasukkan Kopi Toraja, salah satu kopi andalan Indonesia, ke Jepang karena akan dianggap melanggar Merek yang telah terdaftar di Jepang.

Demikian pula dengan nama produk Indonesia lainnya seperti Lada Putih Muntok atau Muntok White Pepper telah banyak digantikan dengan produk serupa dari Vietnam, China atau daerah lain yang diperdagangkan dengan nama Muntok White Pepper, contoh lain adalah kopi Arabika Gayo, telah didaftarkan sebagai Merek dagang oleh pihak asing dan akibatnya eksportir asal Gayo, Aceh dilarang memasukan produknya ke Eropa dengan nama Gayo.[9]

Adanya pendaftaran Merek produk khas Indonesia di luar negeri dikarenakan kurangnya pengetahuan dan kesadaran tentang arti penting pendaftaran. Di sisi lain perlindungan hukum tentang indikasi geografis di Indonesia tidak dapat mendorong tumbuhnya perlindungan indikasi geografis terhadap produk potensi indikasi geografis di Indonesia. Karena dasar hukum mengenai indikasi geografis di Indonesia masih bergabung dengan UU Merek dan hanya terdiri dari beberapa Pasal saja. Pasal-Pasal mengenai indikasi geografis yang ada dalam UU Merek pun bertentangan dengan Pasal-Pasal mengenai Merek, sehingga membuat peraturan perundangan yang ada mengenai indikasi geografis menjadi tidak jelas. PP Indikasi geografis juga hanya mengulang aturan-aturan yang ada dalam UU Merek. Ketidakjelasan aturan mengenai indikasi geografis mengakibatkan tidak terlindunginya

[9] http://indonesiaproud.wordpress.com/2011/08/16/merebut-kopi-arabika-gayo-dari-belanda/

produk potensi indikasi geografis secara optimal. Hal ini dapat dibuktikan bahwa sejak tahun 2001 sejak diundangkannya UU Merek baru tercatat 14 (empat belas) Merek yang terdaftar sebagai indikasi geografis di Indonesia.

Berdasarkan ketentuan dalam Pasal 56 sampai dengan Pasal 60 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, pihak yang harus lebih proaktif adalah masyarakat sendiri. Pasalnya, indikasi geografis sebagai perlindungan sebagai suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang karena faktor lingkungan geografis, ternyata melibatkan komponen masyarakat yang memiliki kepentingan langsung. Sesuai dengan ketentuan Pasal 56 ayat (2) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 yang isinya juga sama dengan Pasal 79A ayat (2) Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997, ada beberapa pihak yang dapat mendaftarkan indikasi geografis ini. Salah satunya adalah lembaga yang mewakili masyarakat di daerah yang memproduksi barang yang bersangkutan.

Ketentuan tersebut juga memperlamban pendaftaran indikasi geografis di Indonesia. Tantangan terberat adalah penguatan organisasi masyarakat sebagai produsen barang yang dilindungi indikasi geografis. Proses sertifikasi produk indikasi geografis tidak tergantung pada individu, melainkan pada masyarakat. Sertifikat Kopi Kintamani misalnya diberikan kepada Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG).[10] WIPO sangat memperhatikan perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual di negara-negara berkembang seperti Indonesia, termasuk indikasi geografis. Agar perlindungan itu menjadi

[10] http://www.disbunbali.info/arsip_berita.php?id_berita=66

rujukan bersama, WIPO sudah menggagas Perjanjian Madrid dan Perjanjian Lisbon (1958). Kedua perjanjian ini memberikan perlindungan kepada negara kaya indikasi geografis seperti Indonesia.

Berdasarkan uraian di atas, perlindungan indikasi geografis di Indonesia butuh dukungan bukan hanya dari produsen, tetapi juga dari Pemerintah. Dukungan politik yang minim dari pemerintah bisa menjadi hambatan. Hal inilah yang mendorong penulis untuk melakukan penleitian tentang, "TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN INDIKASI GEOGRAFIS BERDASARKAN UNDANG UNDANG MEREK DI INDONESIA".

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, dapat dikemukakan permasalahannya adalah:

1. Bagaimana perlindungan hukum dari Indikasi Geografis terhadap produk potensi Indikasi Geografis berdasarkan Undang-undang Merek di Indonesia?
2. Apa upaya yang dapat dilakukan pemerintah untuk mendorong tumbuhnya perlindungan Indikasi Geografis terhadap produk potensi Indikasi Geografis di Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka

tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengkaji perlindungan hukum tentang Indikasi geografis terhadap produk potensi Indikasi Geografis di Indonesia
2. Untuk mengkaji upaya apa yang dapat dilakukan pemerintah untuk mendorong tumbuhnya perlindungan Indikasi Geografis terhadap produk potensi Indikasi Geografis di Indonesia

D. Kerangka Teoritik

Perlindungan Indikasi geografis merupakan suatu hal yang sangat penting untuk mendapat perlindungan hokum. Hal tersebut dapat dilihat dalam Undang-undang Merek (undang-undang no 15 tahun 2001 tentang Merek). Undang-undang ini menerapkan system perlindungan melalui system pendaftaran sebagaimana halnya terhadap perlindungan merek dagang. Artinya, tanpa pendaftaran ke kantor merek, tidak akan ada perlindungan Indikasi Geografis. Ketentuan semacam ini dapat dipahami dengan menelusuri asal mula dari gagasan perlindungan indikasi Geografis.

Secara historis, gagasan melindungi Indikasi Geografis berawal dari Eropa, khususnya perlindungan terhadap produk-produk, seperti *Champagne, Cognac, Roquefort, Chianti, Pilsen, Porto, Sheffield, Havana, Tequil, Darjeling.* Kata *Champagne* dapat berarti munuman beralkohol, dapat pula dipahami sebagai produk minuman yang berasal dari suatu tempat tertentu di Perancis. Secara relatif, istilah Indikasi Geografis sendiri dalam konteks perlindungan hak kekayaam itelektual merupakan istilah yng baru, *The Paris*

Convention for the Protection of Industrial Property tidak memuat gagasan mengenai perlindungan Indikasi Geografis. Dalam konvensi itu hanya disebutkan mengenai *Indication of Source* dan *Appellations of Origin*.[11]

Istilah *Appellations of Origin* mempersyaratkan kualitas hubungan antara produk dan tempat produk tersebut dibuat. Kualitas hubungan itu berkenaan dengan karakteristik dari produk yang bersangkutan yang secara ekslusif terkait dengan asal usul secara geografis, seperti halnya Champagne. Sedangkan *Indications of Source* hanya berarti penyebutan asal-usul barang yang bersangkutan tanpa harus mempersoalkan kualitas barang atau benda yang karakteristik tersebut. Istilah *Indications of Source* mempunyai makna yang lebih luas dari pada *Appellations of Origin.*

WIPO memilih istilah *Geograpical Indications* (GI) untuk menggantikan istilah *Indications of Source.* Namun, yang penting untuk diapahami adalah bahwa Indikasi Geografis digunakan untuk mengidentifikasi suatu tempat atau wilayah geografis tertentu berkaitan dengan suatu produk yang secara spesifik terkait dengan wilayah geografis tersebut. Misalnya, kata "batik" akan mengidentifikasi wilayah tertentu (jawa) dari mana batik itu berasal. Dengan demikian, sesungguhnya tidak ada "pemilik" atas Indikasi Geografis, dalam artian bahwa suatu perusahaan atau orang tertentu memiliki "hak ekslusif" untuk mengecualikan pihak lain menggunakan Indikasi Geografis.

---

[11] Lembaga Pengkajian Hukum Internasional Fakultas Hukum Universitas Indonesia, *Kepentingan Negara Berkembang Terhadap Hak Atas Idikasi Geografis Sumber Daya Genetika dan pengetahuan Tradisional,* , Depok, Lembaga Pengkajian Hukum Internasional Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2005, hlm 67.

Dengan perlindungan hokum terhadap suatu produk yang mengindikasikan geografis suatu daerah tentunya memberikan suatu nilai lebih dalam proses pemasaran kepada masyarakat. Indonesia sendiri untuk saat ini telah menerbitkan beberapa sertiikat pendaftaran hak atas Indikasi Geografis, salah satunya yang pertama adalah produk Kopi Arabika Kintamani yang berasal dari daerah Kintamani, kabupaten Bangli, Propinsi Bali. Cita rasa yang berbeda karena pengolahan system pertanian yang unik menghasilkan suatu daya pikat di masyarakat sehingga mampu menguasai pasar nasional dan Internasional.

Produk pertanian dan produk manufaktur dapat didaftarkan sebagai Indikasi Geografis asalkan memenuhi persyaratan antara lain produk itu harus memiliki cirri khas dan atau kualitas tertentu yang hanya ada di suatu daerah tertentu.karakteristik khas pada produk itu muncul karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut sehingga memberikan cirri khas dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan. Pendaftaran produk ber Indikasi Geografis itu merupakan bagian dari strategi pemasaran, sehingga produknya bisa lebih mahal dari produk sejenis. Konsumen pada umumnya bersedia membeli harga komoditas bersertifikat Indikasi Geografis lebih mahal karena sudah ada standar kualitas dari produk itu sendiri.

Salah satu contoh adalah penamaan Java, Java coffee dipakai untuk kopi yang berasal dari Jawa, Indonesia, akan tetapi nama Java juga dipakai sebagai nama bahasa pemrograman untuk perangkat lunak komputer, yang

kaitannya dengan nama Java hanyalah karena pembuat program tersebut menggemari kopi dari Jawa. Indikasi geografis dapat digunakan untuk berbagai produk pertanian, sebagai contoh nama “Tuscany” dipakai sebagai indikasi geografis untuk minyak zaitun yang diproduksi di area tertentu Italia (dilindungi di Italia dengan Law No. 169 of February 5, 1992), atau "Roquefort" untuk keju yang diproduksi di Perancis (dilindungi di Masyarakat Eropa dengan Regulation (EC) No. 2081/92 dan di Amerika dengan US Certification Registration Mark No. 571.798).[12]

Indikasi geografis dimengerti oleh konsumen sebagai citra tentang asal dan kualitas produk. Banyak diantaranya yang telah mendapatkan reputasi yang berharga yang apabila tidak dilindungi secara baik, akan dapat disalahgunakan oleh pelaku komersial yang tidak jujur. Penyalahgunaan indikasi geografis akan merugikan baik konsumen maupun produsen. Konsumen ditipu dan dirugikan karena ciri khas dan kualitas produk yang dibeli tidak sesuai dengan seharusnya, sedang produsen dirugikan karena menurunnya mutu dan tidak sesuainya ciri khas produk akan mengakibatkan kekecewaan konsumen yang berakibat merusak reputasi produk tersebut.

Pengembangan indikasi geografis bersifat sangat menguntungkan karena disatu segi dapat ditegakkan perlindungan hukum bagi produk khas daerah di Indonesia yang dapat meningkatkan nilai tambah dan mendorong daerah untuk meningkatkan produk unggulan mereka, disegi lain sebagai

[12] http://kopigayo.blogspot.com/2008/02/pengembangan-indikasi-geografis-bagian .html

perlindungan hak kekayaan intelektual perlindungan indikasi geografis bersifat komunal (dimiliki oleh masyarakat) dan bukan oleh perseorangan, disamping itu tidak seperti perlindungan HKI yang lain, perlindungan indikasi geografis bersifat permanen asal ciri khas dan kualitas barang yang dilindungi masih tetap sama.

Perlindungan hukum merupakan perlindungan akan harkat dan martabat serta pengakuan terhadap hak asasi manusia yang dimiliki oleh subjek hukum dalam Negara hukum dengan berdasarkan pada ketentuan hukum yang berlaku di Negara tersebut guna mencegah terjadinya kesewenang-wenangan, sehingga dapat dikatakan bahwa hukum berfungsi sebagai perlindungan atas kepentingan manusia.[13] Menurut Satjipto Raharjo, perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar Mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.[14]

Perlindungan hukum adalah suatu upaya yang dilakukan oleh hukum dalam menanggulangi pelanggaran, yang terdiri dari dua jenis, yaitu:[15]

a. Perlindungan hukum yang bersifat represif, yaitu perlindungan hukum yang dibuat untuk menyelesaikan suatu sengketa.

---

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

[14] Satjipto Raharjo, *Penyelenggaraan Keadilan dalam Masyarakat yang sedang Berubah*, Jurnal Masalah Hukum, 1993.

[15] Philipus M Hadjon, *Ibid.*

b. Perlindungan hukum yang bersifat preventif, yaitu perlindungan hukum yang dibuat dengan tujuan untuk mencegah terjadinya sengketa.

Sebagai bahan perbandingan perlindungan hukum yang bersifat represif dan preventif:

a. Represif adalah perlindungan hukum yang dilakukan ketika masalah atau sengketa sudah terjadi, represif bertujuan untuk menyelesaikan masalah atau sengketa
b. Preventif adalah perlindungan hukum yang memberikan kesempatn pada subyek hukum untuk mengaukan keberatan atau pendapatnya, sebelum ada keputusan yang definitive, preventif bertujuan mencegah terjadinya sengketa atau masalah.

Jika dikaitkan dengan perlindungan hukum HKI, yang dimaksud dengan perlindungan hukum HKI adalah upaya untuk melindungi kekayaan yang timbul dari kemampuan intelektual manusia yang dapat berupa berbagai karya di bidang tekhnologi, ilmu pengetahuan, seni dan sastra. Indikasi geografis merupakan ruang lingkup HKI, sehingga diperlukan juga perlindungan hukumnya. Perlindungan indikasi geografis merupakan perlindungan terhadap suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang, yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia, atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan cirri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan yang pelaksanaannya diatur dan dilindungi oleh hukum.

Bentuk perlindungan hukum preventif bagi indikasi geografis dalam

peraturan perundang-undangan Indonesia tercantum dalam Pasal 56 sampai Pasal 60 Undang-undang no 15 tahun 2001 tentang Merek, yaitu indikasi geografis dilindungi dengan cara didaftarkan terlebih dahulu, tetapi karena pengaturannya masih bergabung dengan UU Merek sehingga ketentuan dalam Pasal-Pasalnya pun mengacu pada ketentuan tentang Merek.

Mengikuti pandangan Lawrence M. Friedman dalam Teori Sistem Hukum yang menyatakan bahwa yang mempengaruhi bekerjanya hukum dalam masyarakat berkaitan dengan 3 (tiga) hal yaitu: [16]

a. Substansi hukum

   Peraturan peraturan dan ketentuan mengenai bagaimana institusi institusi harus berperilaku, meliputi hukum primer yang mengatur tentang tingkah laku dan hukum sekunder yang memberlakukan dan memaksakan hukum primer, berupa norma norma hukum peraturan perundang undangan pada perlindungan indikasi geografis terhadap produk potensi indikasi geografis ini, peraturan perundang undangan yang dimaksud adalah pasal 56-60 UU no 15 tahun 2001 tentang Merek dan Peraturan Pemerintah no 51 tahun 2007 tentang indikasi geografis.

b. Struktur Hukum

   Kelembagaan yang diciptakan oleh system hukum untuk mendukung bekerjanya system hukum itu, struktur disini adalah Pemerintah dan Pemerintah Daerah.

[16] M. Khozim, *Sistem Hukum Perspektif Ilmu Sosial*, Bandung, Nusa Media, 2009, hlm. 15-18.

c. Budaya Hukum

Budaya hukum yang bersifat internal yaitu moral yang terdiri dari nilai nilai, sikap dan tingkah laku aparat Pemerintah, sedangkan budaya hukum yang bersifat eksternal adalah tingkah laku, moral, sikap sikap masyarakat. Budaya hukum masyarakat meliputi: tingkat pengetahuan masyarakat mengenai perlindungan indikasi geografis terhadap produk potensi indikasi geografis, pandangan dan sikap masyarakat mengenai perlindungan indikasi geografis terhadap produk potensi indikasi geografis.

Menurut A. Hamid S. Attamimi, asas pembentukan perundang undangan meliputi:[17] asas tujuan yang jelas, asas perlunya pengaturan, asas organ atau lembaga dan muatan materi yang tepat, asas dapatnya dilaksanakan, asas dapatnya dikenali, asas perlakuan yang sama dalam hukum, asas pelaksanaan hukum sesuai keadaan individu.

Istilah tentang Hak Kekayaan Intelektual (HKI)[18] merupakan terjemahan dari Intellectual Property Right (IPR), sebagaimana diatur pada Undang-undang No. 7 Tahun 1994 tentang Pengesahan WTO (*Agreement Establishing The World Trade Organization*). Pengertian *Intellectual Property Right* (selanjutnya ditulis IPR) adalah yang mengatur segala karya-karya yang lahir karena adanya kemampuan intelektual manusia. Dengan demikian IPR merupakan pemahaman mengenai hak atas kekayaan yang timbul dari

[17] A. Hamid S. Attamimi dalam Maria Farida Indrati S., *Ilmu Perundang-undangan (1) (Jenis, Fungsi dan MateriMuatan)*, Yogyakarta, Kanisius, 2007, hlm. 256.

[18] Bambang Kesowo, *Pengantar Umum Mengenai Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Indonesia*, Kumpulan Makalah, tanpa tahun, hlm. 139.

kemampuan intelektual, yang mempunyai hubungan dengan hak seseorang secara pribadi yaitu hak asasi manusia (*human right*).

Hak kekayaan disini menyangkut pengertian "pemilikan" (*ownership*) yang menyangkut lembaga sosial dan hukum, keduanya selalu terkait dengan "pemilik" (*owner*) dan sesuatu benda yang dimiliki (*something owned*). Secara luas konsep "kepemilikan" dan "kekayaan" apabila dikaitkan dengan "hak", maka ditinjau dari segi hukum, dikenal hak yang menyangkut kepemilikan dan hak yang menyangkut kebendaan. Pada dasarnya hak kebendaan meliputi juga hak kepemilikan karena kepemilikan senantiasa berhubungan dengan benda tertentu baik secara materiil maupun immaterial.

Pada bidang milik intelektual terdiri dari hak milik perindustrian (*industrial right*) yang khusus berkenaan dengan bidang industri, serta hak cipta yangk meliputi bidang ilmu pengetahuan, seni dan kesusastraan. Menurut W.R. Cornish, "hak milik intelektual melindungi pemakaian idea dan informasi yang mempunyai nilai komersiil atau nilai ekonomi".[19] Pemilikannya tidak berupa hasil kemampuan intelektual manusianya yang baru berupa idea tertentu. Hak milik intelektual ini baru ada, bila kemampuan intelektual manusia itu telah membentuk sesuatu yang dapat dilihat, didengar, dibaca, maupun digunakan secara praktis.

Hak milik intelektual ini merupakan hak yang berasal dari hasil kegiatan kreatif suatu kemampuan daya pikir manusia yang diekspresikan

---

[19] W.R. Cornish, Intellectual Property dalam Etty Susilowati, "*Kontrak Alih Teknologi pada Industri Manufaktur*", Genta Press, Yogyakarta, 2007, hlm. 106.

kepada khalayak umum dalam berbagai bentuknya, yang memiliki manfaat serta berguna dalam menunjang kehidupan manusia, juga mempunyai nilai ekonomi. Bentuk nyata dari kemampuan karya intelektual tersebut bisa di bidang teknologi, ilmu pengetahuan, maupun seni dan sastra.

Sebagai suatu hak milik yang timbul dari karya, karsa, cipta manusia atau dapat pula disebut sebagai hak atas kekayaan intelektualitas manusia. Hasil kreasi tersebut, dalam masyarakat beradab diakui bahwa yang menciptakan boleh menguasai untuk tujuan yang menguntungkannya. Kreasi sebagai milik berdasarkan hak milik dalam arti seluas-luasnya yang juga meliputi milik yang tak berwujud.[20]

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) timbul atau lahir karena adanya intelektualita seseorang sebagai inti atau obyek pengaturannya. Oleh karena itu, pemahaman terhadap hak ini pada dasarnya merupakan pemahaman terhadap hak atas kekayaan yang timbul atau lahir dari intelektualita manusia. Definisi Hukum Kekayaan Intelektual (HKI) menurut *World Intellectual Property Organization* (WIPO) adalah sebagai berikut: "*The legal rights which result from intellectual activity in the industrial, scientific, literaryor artistic fields.*"

Sedangkan menurut Thomas W. Dunfee dan Frank F. Gibson dalam bukunya: "*Modern Bussiness Law as Introduction to Government and Bussiness*", mengemukakan bahwa intellectual property adalah suatu

[20] Roscou Pound, *Pengantar Filsafat Hukum* (terjemahan Mohammad Radjab), Cetakan Ketiga, Bharatara Karya Aksara, Jakarta, 1982, hlm. 21.

manifestasi fisik suatu gagasan praktis kreatif atau artistik serta cara tertentu dan mendapatkan perlindungan hukum. Memahami HKI merupakan hal yang mendasar dibutuhkan oleh semua pihak yang mempunyai minat untuk memanfaatkan dan mengembangkan HKI bagi kegiatan usaha. Apalagi memanfaatkan dan mengembangkan HKI tersebut untuk tujuan meningkatkan nilai produktifitas usaha. Secara konseptual HKI mengandung arti sebagai sarana untuk melindungi penuangan ide dan gagasan yang telah diwujudkan secara riil, dimana penuangan ide ini mempunyai implikasi pada munculnya nilai ekonomi terhadap hasil penuangan ide dan gagasan.[21]

Sebagaimana dikatakan oleh David Brainbridge, dalam wacana hukum, HKI dapat diartikan, sebagai: ”*…that area of law which concerns legal rights associated with creative effort or commercial reputation and goodwill*.” Paparan ini memberikan pemahaman bahwa HKI adalah masuk wilayah hukum yang mana pusat perhatiannya pada hak hukum yang diasosiasikan dengan upaya kreatif atau reputasi dan good will yang bernilai komersial.[22]

Konsep HKI meliputi :[23]

1. Hak milik hasil pemikiran (intelektual), melekat pada pemiliknya, bersifat tetap dan eksklusif.
2. Hak yang diperoleh pihak lain atas ijin dari pemilik dan bersifat sementara.

---

[21] *Ibid.*, hlm. 35.

[22] Muhammad Abdulkadir, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, PT. Citra Aditya Bhakti, Bandung, 2001, hlm. 1.

[23] *Ibid.*, hlm. 2.

Untuk mengetahui ruang lingkup Hak Kekayaan Intelektual maka harus diketahui terlebih dahulu mengenai jenis-jenis benda. Terdapat tiga jenis benda yang dapat dijadikan kekayaan atau hak milik, yaitu :[24]

1. Benda bergerak, seperti emas, perak, kopi, teh, alat-alat elektronik, peralatan telekomunikasi dan informasi dan sebagainya.
2. Benda tidak bergerak, seperti tanah, rumah, toko dan pabrik.
3. Benda tidak berwujud seperti paten, Merek, dan hak cipta.

Sementara itu menurut *Burgerlijk Wetboek* benda dibedakan menjadi dua, yaitu benda berwujud (material), dan benda tidak berwujud (immaterial) sebagaimana disebutkan dalam Pasal 503 BW. Sedangkan benda tidak berwujud itu sendiri disebut dengan hak sebagaimana ketentuan Pasal 499 BW.

Menurut Ismail Saleh, *Intelectual Property Rights* dapat diterjemahkan sebagai hak kepemilikan intelektual, menyangkut hak cipta (*Copyright*) dan hak milik perindustrian (*Industrial Property right*).[25] Hal ini sejalan dengan sistem hukum Anglo Saxon, dimana Hak Kekayaan Intelektual diklasifikasikan menjadi Hak Cipta (*Copyright*) dan Hak Milik Perindustrian (*Industrial Property Right*) yang dibagi lagi menjadi beberapa bagian, yakni; paten (*patent*), Merek (*trademarks*), desain industri (*industrial design*), rahasia dagang (*tradesecrets*), desain tata letak sirkuit terpadu dan varitas tanaman (*plan variaty*).

---

[24] Sanusi Bintang dan Dahlan, *Pokok-Pokok Hukum Ekonomi dan Bisnis*, PT. Citra Aditya Bhakti, Bandung, 2000, hlm. 77.

[25] Ismail Saleh, *Hukum Ekonomi*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1990, hlm. 45.

Pembagian HKI ke dalam beberapa bagian ini membawa konsekuensi pada ruang lingkup perlindungan hukumnya. Semisal, hak cipta (*copyrights*), perlindungannya melingkupi pada aspek seni, sastra dan pengetahuan, sedangkan Merek (*trademarks*) melingkupi perlindungan hukum pada aspek tanda dan/atau simbol yang digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa dan begitu pula pada bagian-bagian HKI yang lainnya.

HKI pada intinya terdiri dari beberapa jenis seperti yang digolongkan oleh WIPO (*World Intellectual Property Organization*), yaitu:[26]

1. Hak Cipta (*Copy Right*);
2. Hak Kekayaan Industri (Industrial Property), yang mencakup:
    a. Paten (*Patent*);
    b. Merek (*Trade Mark*);
    c. Desain Produk Industri; dan
    d. Penanggulangan praktek persaingan curang (*Repression of Unfair Competition Practices*).

Sistematika IPR atau Hak Kekayaan Industri yang diikuti oleh WIPO yang berlaku sampai saat ini terdiri dari:[27]

1. Paten Sederhana (*Utility Model*) dan Desain Produk Industri (Industrial Design); dan
2. Merek, termasuk Merek Dagang (*Trade Mark*), Merek Jasa (*Service Mark*), Nama Perusahaan (*Trade Name*), Petunjuk Sumber (*Indication of*

[26] WIPO, Bab II bagian B1

[27] Harsono Adisumarto, *Hak Milik Perindustrian*, Akademika Pressindo, Jakarta, 1990, hlm. 3.

Source) dan Sebutan Asal (*Appellation of Origin*).

Menurut TRIPs (*Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights*), pada Pasal 1 ayat 2 yang dimaksud dengan HKI adalah semua kategori kekayaan intelektual sebagaimana dimaksud dalam bagian 1 sampai dengan 7 Bab II Agreement TRIPs yang mencakup:

1. Hak Cipta dan Hak-hak terkait lain (*Copyrights and Related Rights*);
2. Merek Dagang (*Trade Marks*);
3. Indikasi Geografis (*Geographical Indications*);
4. Desain Produk Industri (*Industrial Designs*);
5. Paten (*Patent*);
6. *Desain Lay Out* (topografi) dari Rangkaian Elektronik Terpadu (*Lay Out Designs* (*Topographies*) *of Integrated Circuits*), perlindungan terhadap informasi yang dirahasiakan (*Protection of Undisclosed Information*).

E. Metode Penelitian

Untuk mendapatkan data dan pengolahan yang diperlukan dalam rangka penyusunan tesis, penulis menggunakan metode penelitian hukum sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

   Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif , yaitu penelitian yang dilakukan dengan mendasaran pada data kepustakaan sebagai data utamanya yang merupakan data sekunder dan berupa bahan-bahan hukum.

2. Sumber data

Data dalam penelitian kepustakaan ini adalah data sekunder yang merupakan bahan-bahan hukum yang terdiri:

a. Bahan hukum primer
    1) Undang-undang no 15 tahun 2001 tentang Merek
    2) Peraturan Pemerintah no 51 tahun 2007 tentang Indikasi Gografis
    3) Agrement on thrade related aspect of intelectual property right agreement establising the word trade organization (TRIPS – WTO)
    4) Peraturan perundang-undangan lainnya yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian ini.
b. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk dan kejelasan terhadap bahan hukum primer, yang terdiri dari buku-buku literatur, makalah, artikel, hasil penelitian, dan karya ilmiah lainnya yang berhubungan dengan peelitian ini.
c. Bahan hukum tertier, yaitu bahan hukum yang memberi petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, yang terdiri dari:
    1) Kamus Hukum
    2) Kamus Inggris-Indonesia
    3) Ensiklopedia

3. Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data dalam penelitian kepustakaan ini dilakukan dengan cara studi dokumen, yaitu mempelajari, mengkaji dan menelaah bahan-bahan hukum baik yang berupa bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan

bahan hukum tertier.

4. Metode pendekatan

   Metode pendekatan yang dipergunakan dalam penlitian ini adalah yuridis normatif, yaitu menganalisis permasalahan dari sudut pandang menurut ketentuan hukum/perundang-undangan yang berlaku. Disamping itu juga digunakan pendekatan komparatif, yaitu menganalisis permasalahan dari sudut pandang kesamaan dan perbedaan berlakunya hukum di Indonesia dan hukum yang berlaku di Dunia Internasional dalam bidang Indikasi Geografis.

5. Analisis data

   Metode analisis data yang digunakan adalah metode yuridis kualitatif artinya dalam penulisan tesis hanya berisi uraian-uraian dan tidak menggunakan data statistik. Sebagai cara untuk menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah terkumpul, akan dipergunakan metode analisis normatif-kualitatif normatif, karena penelitian ini bertitik tolak dari peraturan-peraturan yang ada sebagai norma hukum positif. Sedangkan kualitatif dimaksudkan informasi yang berhubungan dengan pokok permasalahan dan hasil analisis tersebut dilaporkan dalam bentuk tesis. Selain itu digunakan juga metode deduktif untuk memperkuat argumentasi yang dikemukakan tanpa menggunakan rumus-rumus statistik. Data yang diperoleh dari hasil penelitian kepustakaan, kemudian dianalisis dengan metode analisis kualitatif untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan, yaitu dengan menganalisis kualitas dari data yang diperoleh,

sehingga didapat gambaran yang jelas dan relevan tentang pengaturan dan perlindungan hukum terhadap indikasi geografis di Indonesia.

BAB II

TINJAUAN UMUM MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS

A. Merek

1. Pengertian Merek

Sama seperti hak kekayaan intelektual lainnya maka, hak merek juga merupakan bagian dari hak kekayaan intelektual. Mengenai hak merek secara ekseklusif disebut dalam konsideran Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek yang berbunyi: “Bahwa dalam rangka pelaksanaan pembangunan nasional pada umumnya dan pembangunan bidang ekonomi pada khususnya merek, salah satu wujud dari karya intelektual, merek memiliki peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa”.

Merek merupakan salah satu wujud dari karya intelektual, sebuah karya yang didasarkan kepada olah pikir manusia yang kemudian terjelma dalam bentuk benda imateriil. Suatu hal yang perlu dipahami dalam setiap kali menempatkan hak merek dalam kerangka hak kekayaan inetelektual adalah bahwa, kelahiran hak merek itu diawali dari temuan-temuan dalam bidang kekayaan intelektual lainnya, misalnya hak cipta. Pada merek ada unsur ciptaan, misalnya disain logo, atau disain huruf. Hak cipta dalam bidang seni, bukan hak cipta dalam seni itu yang dilindungi, tetapi mereknya itu sendiri.

Dalam Pasal 1 butir 1 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001

tentang Merek diberikan suatu definisi tentang merek yaitu: *"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 dan jasa"*.

Sedangkan *"Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik Merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya"*.[1]

Selain menurut batasan yuridis, berapa sarjana ada juga yang memberikan pendapatnya tentang merek, yaitu:

a. Purwo Sutjipto, memberikan rumusan bahwa merek adalah suatu tanda, dengan mana suatu benda tertentu dipribadikan sehingga dapat dibedakan dengan benda lain yang sejenis.[2]
b. Sukardono, memberikan rumusan bahwa merek adalah suatu tanda dengan mana dipribadikan sebuah barang tertentu, di mana perlu juga dipribadikan asalnya barang atau menjamin kualitas barang dalam perbandingan dengan barang-barang sejenis yang dibuat atau diperdagangkan oleh orang-orang atau badan-badan perusahaan lain.[3]
c. Tirtaamidjaya, yang mengutip pendapat Vollmar memberikan rumusan bahwa suatu merek pabrik atau merek perniagaan adalah, suatu tanda

[1] Pasal 3, Undang-undang No 15 tahun 2001 tentang Merek
[2] Purwo sutjipto, *Pengantar Pokok pokok Hukum Dagang Indonesia*, Djambatan, Jakarta, 1984, Hlm, 23
[3] Sukardono, *Hukum Dagang Indonesia*, Dian Rakyat, Jakarta, 1983, hlm. 50.

yang dibubuhkan di atas barang atau di atas bungkusannya, gunanya membedakan barang itu dengan barang-barang yang sejenis lainnya.[4]

d. Soeryatin, mengemukakan rumusannya dengan meninjau merek dari aspek fungsinya yaitu, suatu merek dipergunakan untuk membedakan barang yang bersangkutan dari barang sejenis lainnya, oleh karena itu barang yang bersangkutan dengan diberi merek tadi mempunyai: tanda asal, nama, jaminan terhadap mutunya.[5]

Dari pendapat-pendapat sarjana tersebut maupun dari peraturan merek itu sendiri secara umum dapat diambil suatu kesimpulan bahwa, yang diartikan dengan perkataan merek adalah suatu tanda atau *sign* untuk membedakan barang-barang yang sejenis yang dihasilkan atau diperdagangkan seseorang atau kelompok orang atau badan hukum dengan barang-barang yang sejenis yang dihasilkan oleh orang lain yang memiliki daya pembeda maupun sebagai jaminan atas mutunya dan digunakan dalam kegiatan perdagagan barang atau jasa.

Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek mengatur tentang jenis-jenis merek sebagaimana tercantum dalam Pasal 1 butir (2) dan (3) yaitu, Merek Dagang dan Merek Jasa.

Khusus merek kolektif sebenarnya tidak dapat dikatakan sebagai jenis merek yang baru, karena merek kolektif sebenarnya terdiri dari merek dagang dan jasa, hanya saja merek kolektif pemakainnya digunakan

---

[4] Tirtaamidjaya, *Pokok-pokok Hukum Perniagaan*, Djambatan, Jakarta, 1982, hlm. 72.
[5] Soeryatin, *Hukum Dagang I dan II*, Pradnya Pramita, Jakarta, 1980, hlm. 53.

secara kolektif. Mengenai pengertian merek dagang Pasal 1 butir (2) Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek merumuskan sebagai berikut: “Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan barang sejenis lainnya”.

Merek jasa menurut Pasal 1 butir (3) Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek diartikan sebagai: “Merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa-jasa sejenis lainnya”.

Bentuk atau wujud merek itu menurut Suryatin dimaksudkan untuk membedakannya dari barang sejenis milik orang lain. Oleh karena adanya pembedaan itu, maka didapat beberapa jenis merek, yaitu:

a. Merek lukisan (*heel mark*)
b. Merek kata (*word mark*)
c. Merek bentuk (*form mark*)
d. Merek bunyi-bunyian (*klank mark*)
e. Merek judul (*title mark*)[6]

Selanjutnya Suryodiningrat mengklasifikasikan merek dalam 3 jenis yaitu:

a. Merek kata yang terdiri dari kata-kata saja.

[6] *Ibid*, hlm. 55.

b. Merek lukisan, adalah merek yang terdiri dari lukisan saja yang tidak pernah atau setidak-tidaknya jarang sekali dipergunakan.

c. Merek kombinasi kata dan lukisan.[7]

Adapun syarat-syarat suatu merek yang harus dipenuhi oleh setiap orang atau badan hukum yang ingin memakai suatu merek, agar merek itu dapat diterima dan dipakai sebagai merek atau cap dagang. Syarat mutlak yang harus dipenuhi adalah bahwa, merek itu harus mempunyai daya pembeda yang cukup, dengan lain perkataan tanda yang dipakai ini haruslah sedemikian rupa, sehingga mempunyai cukup kekuatan untuk membedakan barang hasil produksi sesuatu perusahaan atau barang perniagaan dari produksi seseorang dengan barang-barang yang diproduksi oleh orang lain, karena adanya merek itu barang-barang yang diproduksi menjadi dapat dibedakan.

Selanjutnya Sudargo Gautama mengemukakan bahwa: “Merek ini harus merupakan suatu tanda, tanda ini dapat dicantumkan pada barang bersangkutan atau bungkusan dari barang itu, jika suatu barang hasil produksi suatu perusahaan tidak mempunyai kekuatan pembeda, dianggap sebagai tidak cukup mempunyai kekuatan pembeda dan karenanya bukan merupakan merek. Misalnya, bentuk warna atau ciri lain dari barang atau pembungkusnya. Bentuk yang khas atau warna, warna dari sepotong sabun atau suatu dos, tube dan botol. Semua ini tidak cukup mempuyai daya

[7] Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2003, hlm. 231.

pembeda untuk dianggap sebagai suatu merek, tetapi dalam prakteknya kita saksikan bahwa warna-waraa tertentu yang dipakai dengan suatu kombinasi yang khusus dapat diangap sebagai suatu merek".[8]

Adapun fungsi utama merek adalah sebagai tanda pengenal untuk membedakan barang atau jasa yang sejenis yang dihasilkan oleh perusahaan lain. Selain itu merek juga bias mempribadikan suatu barang atau jasa tertentu, yang menujukkan asal barang dan jaminan kualitas barang dan jasa yang bersangkutan.[9]

2. Pendaftaran Merek

Pada pasal 3 Undang undang no 15 tahun 2001, Hak atas Merek adalah hak ekslusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik Merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Hak ekslusif (exclusive rights) untuk memakai merek tersebut berfungsi seperti suatu monopoli, hanya berlaku untuk barang atau jasa tertentu. Oleh karena suatu merek memberi hak khusus atau hak mutlak pada yang bersangkutan, maka hak itu dapat dipertahankan terhadap siapapun.[10] Jadi, pemilik merek terdaftar inilah yang satu-satunya pihak yang dapat memakai merek yang telah terdaftar

[8] Sudargo Gautama, *Hukum Merek Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1989, hlm. 38.
[9] Ridwan Khairandy, *Pengantar Hukum Kekayaan Intelektual*, Fakultas Hukum UII, Yogyakarta, 2000, Hlm 81.
[10] Muhammad Djumhana dan Djubaedillah, *Hak Milik Intelektual Sejarah, Teori dan Praktekya di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003, hlm. 37

itu, atau memberikan izin kepada pihak lain untuk memakainya. Sebagai mana halnya hak kekayaan intelektual lainnya, hak khusus pemilik merek (terdaftar) tersebut hanya untuk jangka waktu tertentu, yaitu selama 10 tahun, dan apabila dipenuhi persyaratan tertentu dapat dilakukan perpanjangan.

Pada dasarnya system pemberian hak merek yang ada di dunia dewasa ini dapat digolongkan dalam dua system, yaitu system Deklaratif *(first to use principle)* dan system Konstitutif *(first to the principle).*[11]

Dalam system Deklaratif, titik beratnya diletakkan pada pemakaian pertama. Siapa pertama kali memakai merek dialah yang dianggap berhak atas merek yang bersangkutan. Pemakaian merek yang pertama itulah yang melahirkan hak atas merek.[12] Dalam system deklaratif ini pendaftaran merek hanya memberikan dugaan atau sangkaan hukum (*Rechtsvermoedeen* atau *Presumption iuris*), bahwa orang telah mendaftaran merek yang bersangkutan. Apabila ada orang lain dapat membuktikan, bahwa ialah pemakai pertama merek yang bersangkutan, maka pendaftaran itu bias dibatalkan pengadilan. Dalam system Deklaratif ini, fungsi pendaftaran merek hanya memudahkan pembuktian, bahwa dia yang diduga sebagai pemilik yang sah karena dia adalah pemakai pertamanya.

System deklaratif tersebut pernah diterapkan di Indonesia dalam

---

[11] Sudargo Gautama dan Rizzawanto Winata, *Undang undang merek baru tahun 2001*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2002, Hlm. 47

[12] Sudargo Gautama dan Rizzawanto Winata, *Undang undang merek baru tahun* 1992, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1994, Hlm. 3

era berlakunya UU No 21 Tahun 1961 Tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan, hal ini terlihat dari pasal 2 yang menentukan:

"*Hak khusus untuk memakai suatu merek guna memperbedakan barang barang hasil perusahaan atau barang barang perniagaan seseorang atau suatu badan dari barang barang orang lain atau badan lain diberikan kepada bar ng siapa yang untuk pertama kali memamaki merek itu untuk keperluan tersebut diatas di Indonesia"*.

System memiliki kelemahan, yaitu kurang memberikan kepastian hukum. Pendaftar merek masih dimungkinkan mendapat gugatan dari pihak lain yang menyatakan bahwa dialah yang sesungguhnya menjadi pemakai pertama. Penggugat dimungkinkan membuktikan bahwa ialah pemakai pertama, yang berarti dialah pemilik merek yang bersangkutan, pihak yang telah mendaftarkan merek itu bukanlah pihak yang pertama kali memakai merek yang bersangkutan. Hal ini semacam itu seringkali terjadi dalam praktik. Keadaan semacam ini bukan saja menimbulkan ketidakpastian hukum, tetapi juga telah melahirkan banyak persoalan dan hambatan dalam dunia usaha.

Dalam System Konstitutif *(firs to file)*, pendaftaranlah yang menciptakan hak atasa merek. Dengan kata lain, orang yang berhak atas merek adalah orang yang telah mendaftarkan mereknya itu. System konstitutif mengandung arti sebagai berikut:[13]

a. Hanya merek yang didaftar yang dapat melahirkan hak khusus atau hak eksklusif atas merek,

[13] M. Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek Di Indonesia Berdasarkan Undang undang No 19 tahun 1992*, Citra Aditya Bakti, Bandung, Hlm. 69

b. Pemakaian saja belum menimbulkan hak eksklusif dan belum memperoleh perlindungan hukum,
c. System konstitutif ditegakkan diatas asa *prior in tempora, melior in jure* . siapa yang lebih dahulu mendaftar dialah yang berhak mendapat perlindungan hukum,
d. Dengan demikian, system konstitutif mengandung paksaan untuk mendaftar (*compulsory to registrated*)

Belajar dari kelemahan system deklaratif yang dianut uu no 21 tahun 1961, akhirnya uu no 19 tahun 1992 menganut system konstitutif. Hal ini dapat dilihat dari isi pasal 3 uu no 19 tahun 1992 yang menentukan hak atas merek adalah hak yang khusus diberikan kepada pemilik merek terdaftar dalam daftar umum merek. Demikian juga pasal 3 ayat 1 uu merek yang menentukan merek hanya dapat didaftar atas dasar permintaan yang diajukan pemilik merek yang beriktikad baik. System ini diteruskan pemakainnya olej uu no 15 tahun 2001. Alasan perubahan system pendaftaran system dari deklaratif ke konstitutif terdapat dalam penjelasan uu no 19 tahun 1992 perubahan dari system deklaratif ke konstitutif karena system konstitutif lebih menjamin kepastian hukum dari pada system deklaratif.

Pendaftaan Merek diatur dalam Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Permintaan pendaftaran Merek diatur dalam Pasal 8-Pasal 18 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Setiap 1 (satu) permintaan pendaftaran Merek hanya dapat diajukan untuk 1 (satu)

kelas parang atau jasa. Kelas barang atau jasa diatur dalam peraturan pemerintah. Dalam permintaan pendaftaran Merek disebutkan jenis barang atau jasa yang termasuk dalam kelas yang bersangkutan. Permintaan pendaftaran Merek harus dilengkapi:

a. Surat pernyataan Merek yang dimintakan pendaftaran adalah miliknya.
b. Dua puluh helai etiket Merek yang bersangkutan. Jika etiket Merek itu ditulis dalam bahasa asing wajib disertai terjemahannya dalam bahasa Indonesia.
c. Tambahan Berita Negara yang memuat akta pendirian badan hukum atau salinan yang sah akta pendirian badan hukum apabila pemilik Merek adalah badan hukum.
d. Surat kuasa apabila permintaan pendaftaran Merek dikuasakan kepada orang lain.
e. Pembayaran seluruh biaya dalam rangka permintaan pendaftaran Merek yang sejenis, yang besarnya ditetapkan oleh Menteri Kehakiman.[14]

Permintaan pendaftaran Merek diajukan secara tertulis dalam bahasa Indonesia kepada Kantor Merek. Surat permintaan pendaftaran Merek tersebut ditandatangani oleh pemilik Merek atau kuasanya. Dalam surat permintaan pendaftaran Merek dicantumkan:

a. Tanggal, bulan, dan tahun;
b. Nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat pemilik Merek;
c. Nama lengkap dan alamat kuasa bila diajukan melalui kuasa;

[14] Saidin, *op.cit.,* hlm. 235.

d. Alamat yang dipilih di Indonesia apabila pemilik Merek bertempat tinggal di luar wilayah Negara Republik Indonesia;
e. Macam warna apabila Merek yang dimintakan pendaftarannya menggunakan unsur warna;
f. Kelas serta jenis barang atau jasa bagi Merek yang dimintakan pendaftarannya;
g. Nama negara dan tanggal permintaan pendaftaran Merek yang pertama kali, dalam hal permintaan pendaftaran diajukan dengan, hak prioritas.

Dalam hal permintaan pendaftaran Merek diajukan oleh lebih dari 1 (satu) orang atau badan hukum yang secara bersama-sama berhak atas Merek tersebut, nama orang atau badan hukum yang mengajukan permintaan dicantumkan semuanya dengan memilih salah satu alamat sebagai alamat mereka. Akan tetapi, surat permintaan cukup ditandatangani oleh salah seorang atau wakil badan hukum yang berhak atas Merek dengan melampirkan persetujuan tertulis dari orang atau badan hukum lainnya yang berhak. Dalam hal permintaan diajukan melalui kuasa, maka surat kuasa untuk itu harus ditandatangani oleh semua yang berhak atas Merek tersebut.

Permintaan pendaftaran Merek yang diajukan oleh pemilik atau yang berhak atas Merek yang bertempat tinggal atau berkedudukan tetap di luar wilayah Negara Republik Indonesia wajib diajukan melalui kuasanya di Indonesia. Pemilik atau yang berhak atas Merek tersebut wajib menyatakan dan memilih tempat tinggal kuasanya di Indonesia.

Permintaan pendaftaran Merek yang diajukan dengan menggunakan hak prioritas sebagaimana diatur dalam konvensi internasional mengenai perlindungan Merek yang diikuti oleh Negara Republik Indonesia, harus diajukan dalam waktu selambat-lambatnya 6 (enam) bulan sejak tanggal penerimaan permintaan pendaftaran Merek yang pertama kali di negara lain yang juga ikut serta dalam konvensi tersebut. Yang dimaksud dengan konvensi internasionaf adalah Konvensi Paris (*Paris Convention for the Protection of Industrial Property 1883*) beserta segala perjanjian lain yang mengubah atau melengkapinya yang menurut beberapa ketentuan sebagai berikut:

a. Jangka waktu untuk mengajukan permintaan pendaftaran Merek dengan menggunakan hak prioritas adalah 6 (enam) bulan.
b. Jangka waktu 6 (enam) bulan tersebut sejak tanggal pengajuan permintaan pertama di negara asal atau salah satu negara anggota Konvensi Paris.
c. Tanggal pengajuan tidak termasuk dalam perhitungan jangka waktu 6 (enam) bulan.
d. Dalam hal jangka waktu terakhir adalah hari libur atau hari di mana Kantor Merek tutup, maka pengajuan permintaan pendaftaran Merek di mana perlindungan dimintakan, jangka waktu diper-panjang sampai pada permulaan hari kerja berikutnya.[15]

Permintaan pendaftaran Merek dengan menggunakan hak prioritas

[15] *Ibid*, hlm. 240.

wajib dilengkapi pula dengan bukti tentang penerimaan permintaan pendaftaran yang pertama kali yang menimbulkan hak prioritas tersebut. Kantor Merek dapat meminta agar bukti tentang hak prioritas tersebut diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Apabila kedua ketentuan tersebut tidak dipenuhi dalam waktu paling lama 3 (tiga) bulan setelah berakhirnya hak mengajukan permintaan pendaftaran Merek dengan menggunakan hak prioritas, permintaan pendaftaran Merek dengan menggunakan hak prioritas tersebut dianggap ditarik kembali. Kantor Merek memberitahukan anggapan penarikan kembali secara tertulis kepada orang atau badan hukum atau kuasanya yang mengajukan permintaan pendaftaran Merek dengan menyebutkan alasannya.

Kantor Merek melakukan pemeriksaan terhadap kelengkapan persyaratan pendaftaran Merek. Apabila terdapat kekurangan kelengkapan persyaratan, Kantor Merek meminta agar kekurangan tersebut dipenuhi dalam waktu selambat-lambatnya 2 (dua) bulan sejak tanggal penerimaan surat permintaan pemenuhan kekurangan tersebut dari Kantor Merek. Apabila kekurangan tersebut menyangkut persyaratan perminlaan pendaftaran Merek dengan menggunakan hak prioritas, Kantor Merek meminta agar kekurangan tersebut dipenuhi dalam waktu selambat-lambatnya 3 (tiga) bulan sejak tanggal berakhirnya jangka waktu pengajuan permjntaan pendaftaran Merek dengan menggunakan hak prioritas.

Apabila kekurangan persyaratan tersebut tidak dipenuhi dalam

jangka waktu masing-masing yang telah ditentukan, permintaan pendaftaran Merek dianggap ditarik kembali. Kantor Merek memberitahukan anggapan penarikan kembali secara tertulis kepada orang atau badan hukum atau kuasanya yang mengajukan permintaan pendaftaran Merek dengan menyebutkan alasannya. Apabila seluruh persyaratan telah dipenuhi, maka tanggal penerimaan dokumen permintaan pendaftaran Merek ditetapkan sebagai tanggal penerimaan permintaan pendaftaran Merek. Tanggal tersebut dicatat oleh Kantor Merek.

Perubahan terhadap permintaan pendaftaran Merek hanya diperbolehkan dengan cara menarik kembali permintaan semula dan mengajukan permintaan pendaftaran Merek yang baru. Selama belum memperoleh keputusan dari Kantor Merek, permintaan pendaftaran Merek dapat ditarik kembali oleh orang atau badan hukum atau kuasanya yang mengajukan permintaan pendaftaran Merek. Apabila penarikan kembali itu dilakukan oleh kuasa, harus dilakukan berdasarkan surat kuasa bagi keperluan penarikan kembali tersebut. Apabila permintaan pendaftaran Merek ditarik kembali, segala biaya yang telah dibayarkan kepada Kantor Merek tidak dapat ditarik kembali.

Pengumuman permintaan pendaftaran Merek diatur dalam Pasal 19-Pasal 24 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Dalam waktu selambat-lambatnya 14 (empat betas) hari sejak tanggal penerimaan permintaan pendaftaran Merek, Kantor Merek mengumumkan permintaan pendaftaran Merek yang telah memenuhi persyaratan termasuk juga yang

menggunakan hak prioritas. Pengumurnan tersebut berlangsung selama 6 (enam) bulan dan dilakukan dengan:

a. Menempatkan pada papan pengumuman yang khusus disediakan untuk itu dan dapat dengan mudah serta jelas dilihat oleh masyarakat; dan
b. Menempatkan dalam Berita Resmi Merek yang diterbitkan secara berkala oleh Kantor Merek.

Tanggal mulai diumumkannya permintaan pendaftaran Merek dicatat oleh Kantor Merek. Pengumuman dilakukan dengan mencantumkan

a. Nama dan alamat lengkap pemilik Merek, serta nama dan alamat lengkap kuasanya apabila permintaan pendaftaran Merek diajukan melalui kuasa.
b. Kelas dan jenis barang atau jasa bagi Merek yang dimintakan pendaftaran.
c. Tanggal penerimaan permintaan pendaftaran Merek.
d. Nama negara dan tanggal penerimaan pendaftaran Merek yang pertama kali dalam hal permintaan pendaftaran Merek diajukan dengan menggunakan hak prioritas,
e. Contoh etiket Merek termasuk keterangan mengenai warna bila Merek menggunakan unsur warna, dan terjerhahan dalam bahasa Indonesia bila etiket Merek menggunakan bahasa asing.

Selama jangka waktu pengumuman, setiap orang atau badan hukum dapat mengajukan keberatan secara tertulis kepada Kantor Merek

atas permintaan pendaftaran Merek yang bersangkutan. Keberatan tersebut dapat diajukan apabila terdapat alasan yang cukup disertai bukti bahwa Merek yang dimintakan pendaftaran adalah Merek yang berdasarkan Undang-Undang Merek tidak dapat didaftar atau harus ditolak. Dalam hal terdapat keberatan dengan alasan seperti disebutkan di atas, Kantor Merek dalam waktu selambat-lambatnya 14 (empat belas) hari sejak tanggal penerimaan keberatan mengirimkan salinan surat yang berisikan keberatan tersebut kepada orang atau badan hukum atau kuasanya yang mengajukan permintaan pendaftaran Merek.

Orang atau badan hukum atau kuasanya yang mengajukan permintaan pendaftaran Merek berhak mengajukan sanggahan terhadap keberatan yang dtmaksud kepada Kantor Merek. Sanggahan tersebut diajukan secara tertulis dalam waktu selarnbat-lambatnya 2 (dua) bulan sejak tanggal penerimaan salinan keberatan yang disampaikan oleh Kantor Merek. Kantor Merek menggunakan keberatan dan sanggahan sebagai bahan tambahan dalam pemeriksaan terhadap permintaan pendaftaran Merek yang bersangkutan.

Pemeriksaan substantif diatur dalam Pasal 25 - Pasal 30 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Setelah berakhir jangka waktu peng-umurnan, atau dalam hal ada keberatan selama jangka waktu pengumuman, setelah diterimanya sanggahan, Kantor Merek melakukan pemeriksaan substantif terhadap permintaan pendaftaran Merek. Pemeriksaan dilaksanakan dengan memperhatikan ketentuan Merek yang

tidak dapat didaftar dan yang ditolak serta bila ada keberatan atau sanggahan. Pemeriksaan diselesaikan dalam waktu selambat-lambatnya 9 (sembilan) bulan sejak tanggal berakhirnya pengumuman, atau sejak tanggal berakhirnya jangka waktu untuk menyampaikan sanggahan.

Pemeriksaan dilaksanakan oleh Pemeriksa Merek yang memiliki keahlian dan kualifikasi sebagai Pemeriksa Merek pada Kantor Merek. Pemeriksa Merek berkedudukan sebagai pejabat fungsional yang diangkat dan di-berhentikan oleh Menteri Kehakiman berdasarkan syarat-syarat tertentu. Kepada Pemeriksa Merek diberikan jenjang dan tunjangan fungsional di samping hak lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Apabila Pemeriksa Merek berkesimpulan bahwa permintaan pendaftaran Merek dapat disetujui, maka Kantor Merek:

a. Mendaftar Merek tersebut dalam Daftar Umum Merek;
b. Memberitahukan pendaftaran Merek tersebut kepada orang atau badan hukum atau kuasanya yang mengajukan permintaan pendaftaran Merek;
c. Memberikan sertifikat Merek;
d. Mengumumkan pendaftaran tersebut dalam Berrta Resmi Merek.

Apabila Pemeriksa Merek berkesimpulan bahwa permintaan pendaftaran Merek tidak dapat didaftar atau harus ditolak, maka Kantor Merek menetapkan keputusan tentang penolakan permintaan pendaftaran Merek tersebut. Keputusan penolakan itu diberitahukan secara tertulis kepada orang atau badan hukum atau kuasanya yang mengajukan

permintaan pendaftaran Merek dengan menyebutkan alasannya. Dalam hal ada keberatan, Kantor Merek menyampaikan tembusan surat pemberitahuan pendaftaran atau penolakan tersebut kepada orang atau badan hukum atau kuasanya yang mengajukan keberatan.

Sertifikat Merek diberikan kepada orang atau badan hukum yang mengajukan permintaan pendaftaran Merek dalam waktu selambat-lambatnya 30 (tiga puluh) hari sejak tanggal Merek tersebut didaftar dalam Daftar Umum Merek. Sertifikat Merek memuat:

a. Nama dan alamat lengkap pemilik Merek yang didaftarkan;
b. Nama dan alamat lengkap kuasa dalam hal permintaan pendaftaran Merek diajukan melalui kuasa;
c. Tanggal pengajuan, tanggal penerimaan permintaan pendaftaran Merek;
d. Tama negara dan tanggal permintaan pendaftaran Merek yang pertama kali, apabila permintaan pendaftaran diajukan dengan menggunakan hak prioritas;
e. Eiket Merek yang didaftarkan termasuk keterangan macam warna bila Merek tersebut menggunakan unsur warna, dan bila etiket Merek menggunakan bahasa asing terjemahan bahasa Indonesia;
f. Nmor dan tanggal pendaftaran;
g. Klas dan jenis barang atau jasa atas nama Merek yang didaftarkan;
h. Jngka waktu berlakunya pendaftaran Merek.

Setiap orang dapat mengajukan permintaan petikan resmi pendaftaran Merek yang tercatat dalam Daftar Umum Merek. Permintaan

petikan resmi dikenakan biaya yang besarnya ditetapkan dengan Keputusan Menteri Kehakiman. Nomor pendaftaran Merek wajib dicantumkan pada setiap penggunaan Merek Terdaftar. Merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek mendapat perlindungan hukum selama 10 (sepuluh) tahun. Sebelum masa perlindungan tersebut berakhir, pemilik Merek dapat mengajukan permohonan perpanjangan masa perlindungan tersebut.

Apa alasan undang-undang bahwa suatu Merek tidak dapat didaftarkan atau suatu Merek ditolak pendaftarannya? Merek tidak dapat didaftarkan apabila mengandung salah satu unsur berikut ini:

a. Bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum;
b. Tidak memiliki daya pembeda;
c. Telah menjadi milik umum;
d. Merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimintakan pendaftaran.[16]

Permintaan pendaftaran Merek ditolak oleh Kantor Merek apabila mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek milik orang lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang atau jasa sejenis yang termasuk dalam 1 (satu) kelas. Permintaan pendaftaran Merek juga ditolak oleh Kantor Merek apabila:

a. Merupakan atau menyerupai nama orang terkenal, foto, Merek, dan nama badan hukum yang dimiliki orang lain yang sudah terkenal,

[16] *Ibid*, hlm. 249.

kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak;

b. Merupakan peniruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem dari negara atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang;
c. Merupakan peniruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang; atau
d. Merupakan atau menyerupai ciptaan orang lain yang dilindungi Hak Cipta, kecuali atas persetujuan tertulis dari pemegang Hak Cipta tersebut.

Permintaan banding diatur dalam Pasal 31 sampai Pasal 35 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Permintaan banding dapat diajukan terhadap penolakan permintaan pendaftaran Merek dengan alasan dan dasar pertimbangan mengenai hal-hal yang bersifat substantif. Permintaan banding diajukan secara tertulis kepada Komisi Banding Merek oleh orang atau badan hukum atau kuasanya yang mengajukan permintaan pendaftaran Merek dengan tembusan kepada Kantor Merek.

Komisi Banding Merek adalah badan khusus yang diketuai secara tetap oleh seorang ketua merangkap anggota dan berada di lingkungan Departemen Kehakiman. Anggota Komisi Banding Merek berjumlah ganjil sekurang-kurangnya 3 (tiga) orang yang terdiri dari ahli yang

diperlukan dan/atau Pemeriksa Merek senior yang tidak melakukan pemeriksaan substantif terhadap permintaan pendaftaran merek yang bersangkutan. Ketua dan anggota Komisi Banding Merek diangkat dan diberhentikan oleh Menteri Kehakiman. Susunan organisasi, tata kerja Komisi Banding Merek, tata cara permintaan dan pemeriksaan banding serta penyelesaiannya diatur lebih lanjut dengan peraturan pemerintah.

Permintaan banding diajukan dalam waktu selambat-lambatnya 3 (tiga) bulan sejak tanggal penerimaan surat pemberitahuan penolakan permintaan pendaftaran Merek. Apabila jangka waktu permintaan banding tersebut telah lewat tanpa ada permintaan banding, maka penolakan permintaan pendaftaran Merek dianggap diterima oleh orang atau badan hukum atau kuasanya yang mengajukan permintaan pendaftaran Merek. Apabila penolakan permintaan pendaftaran Merek telah dianggap diterima oleh orang atau badan hukum atau kuasanya, Kantor Merek mencatatnya dalam Daftar Umum Merek.

Keputusan Komisi Banding Merek diberikan dalam waktu selambat-lambatnya 6 (enam) bulan sejak tanggal penerimaan permintaan banding. Keputusan Komisi Banding Merek bersifat final, baik secara administratif maupun substantif. Apabila Komisi Banding Merek mengabulkan permintaan banding, Kantor Merek melaksanakan pendaftaran dan memberikan Sertifikat Merek. Apabila Komisi Banding Merek menolak permintaan banding, maka Kantor Merek dalam waktu selambat-lambatnya 30 (tiga puluh) hari sejak tanggal diterimanya

keputusan Komisi Banding Merek, memberitahukan penolakan tersebut kepada orang atau badan hukum atau kuasanya.

Sama hainya dengan Hak Cipta, Merek Terdaftar adalah kekayaan intelektual yang dianggap sebagai benda bergerak tidak berwujud. Cara pengalihan Merek diatur dalam Pasal 41-Pasal 43 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Sebagai benda kekayaan, maka secara hukum Merek Terdaftar dapat beralih atau dialihkan, baik seluruh ataupun sebagian kepada pihak lain karena:

a. Pewarisan (*Inheritance*);
b. Wasiat (*Testament*);
c. Hibah (*Donation*};
d. Perjanjian (*Agreement*);
e. Sebab-sebab lain (*other grounds*) yang dibenarkan undang-undang. Contoh sebab-sebab lain yang dibenarkan undang-undang adalah pemilikan Merek Terdaftar karena pembubaran badan hukum yang semula adalah pemilik Merek Terdaftar tersebut.[17]

Pengalihan hak atas Merek Terdaftar didasari oteh motif ekonomi, yaitu keinginan untuk memperoleh manfaat ekonomi atau keuntungan secara komersial. Pemilik Merek Terdaftar mengalihkan hak atas Mereknya dengan tujuan memperoleh royalti, sedangkan penerima selaku pemegang hak atas Merek Terdaftar bertujuan memperoleh keuntungan ekonomi dari produksj dan/atau penjualan barang atau jasa yang meng-

[17] *Ibid*, hlm. 252.

gunakan Merek Terdaftar yang bersangkutan.

Pengalihan hak atas Merek Terdaftar dengan perjanjian harus dituangkan dalam bentuk akta perjanjian. Pengalihan hak atas Merek Terdaftar disertai dengan dokumen-dokumen pendukungnya antara lain Sertifikat Merek yang mendukung pemilikan hak tersebut. Pengalihan hak atas Merek Terdaftar wajib dimintakan pencatatan kepada Kantor Merek untuk dicatat dalam Daftar Umum Merek. Pengalihan hak atas Merek Terdaftar yang telah dicatat oleh Kantor Merek diumumkan dalam Berita Resmi Merek.

Akibat hukum pengalihan hak atas Merek Terdaftar berlaku terhadap pihak-pihak yang bersangkutan dan pihak ketiga apabila telah dicatat dalam Daftar Umum Merek. Yang dimaksud dengan "pihak-pihak yang bersangkutan" adalah pemilik Merek Terdaftar dan penerima pengalihan hak atas Merek Terdaftar. Sedangkan yang dimaksud dengan "pihak ketiga" adalah penerima lisensi. Penentuan bahwa akibat hukum tersebut baru berlaku setelah pencatatan dalam Daftar Umum Merek dimaksudkan untuk memudahkan pengawasan dan mewujudkan kepastian hukum. Pencatatan pengalihan hak atas Merek Terdaftar dikenakan biaya yang besarnya ditetapkan dengan keputusan Menteri.[18]

Pengalihan hak atas Merek Terdaftar dapat disertai dengan pengalihan nama baik atau reputasi atau lain-lainnya yang terkait dengan Merek Terdaftar tersebut. Pengalihan hak atas Merek Terdaftar hanya

[18] *Ibid*, hlm. 255.

dicatat oleh Kantor Merek apabila disertai pernyataan tertulis dari penerima bahwa Merek tersebut akan digunakan bagi perdagangan barang atau jasa; Hak atas Merek Jasa Terdaftar yang cara pemberian jasa dan hasilnya sangat erat berkaitan dengan kemampuan atau keterampilan pihak pemberi jasa yang bersangkutan, dapat dialihkan atau dilisensikan dengan ketentuan harus ada jaminan terhadap kualitas pemberian jasa dan hasilnya.

Ketentuan Merek Jasa Terdaftar seperti ini adalah untuk memberikan perlindungan kepada masyarakat konsumen. Dasar pertimbangannya adalah bahwa pemberian jasa tertentu seperti pembuatan adibusana atau pemotongan dan tata rias rambut sangat ditentukan hasilnya oleh kemampuan individu. Sebagai contoh, jasa pemotongan dan tata rias rambut "Lazuarti Indah", nama pemberi jasa yang sekaligus digunakan sebagai Merek Jasa dapat juga dialihkan dengan lisensi apabila ada jaminan dari pemilik Merek Terdaftar atau dari pemegang Merek penerima lisensi guna menjaga kualitas dari jasa yang diperdagangkannya. Untuk itu perlu suatu pedoman khusus yang disusun oleh pemilik Merek (pemberi lisensi) mengenai cara pemberian jasa yang dilekati Merek tersebut dengan jaminan kualitas, misalnya sertifikat yang dikeluarkan oleh pemberi lisensi yang menunjukkan jaminan atas kemampuan atau keterampilan pribadi penerima lisensi yang menghasilkan jasa yang diperdagangkan.[19]

[19] Sudargo Gautama, *op.cit.*, hlm. 67.

Pengalihan Merek dengan lisensi diatur dalam Pasal 44 sampai Pasal 50 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Seperti pengaturan lisensi pada Hak Cipta, lisensi pada hak atas Merek Terdaftar juga diatur tersendiri. Menurut ketentuan Pasal 1 angka (5) Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, Lisensi adalah izin yang diberikan pemilik Merek Terdaftar kepada seorang, atau beberapa orang secara bersama-sama, atau badan hukum untuk menggunakan Merek tersebut, baik untuk seluruh atau sebagian jenis barang atau jasa yang didaftarkan. Ketentuan ini tidak ada penjelasannya, dengan demikian dapat diinterpretasikan bahwa lisensi dibuat tertulis dalam bentuk akta otentik atau akta tidak otentik.

Pemilik Merek Terdaftar berhak memberi lisensi kepada orang lain dengan perjanjian menggunakan Mereknya, baik untuk sebagian atau seluruh jenis barang atau jasa yang termasuk dalam 1 (satu) kelas. Perjanjian lisensi dituangkan dalam bentuk akta perjanjian, dapat dalam bentuk akta otentik atau akta tidak otentik (di bawah tangan). Perjanjian lisensi berlaku untuk seluruh wilayah Negara Republik Indonesia kecuali jika diperjanjikan lain, untuk jangka waktu yang tidak lebih lama dari jangka waktu perlindungan Merek Terdaftar yang bersangkutan. Pemilik Merek Terdaftar yang telah memberi lisensi kepada orang lain tetap dapat menggunakan sendiri atau memberi lisensi kepada pihak ketiga lainnya untuk menggunakan Merek tersebut, kecuali bila diperjanjikan lain.[20]

[20] Saidin, *op.cit.,* hlm. 258.

Dalam perjanjian lisensi dapat ditentukan bahwa penerima lisensi dapat memberi lisensi lebih lanjut kepada pihak ketiga. Ketentuan ini tidak menghilangkan kewajiban penerima lisensi untuk menggunakan sendiri Merek tersebut dalam perdagangan barang atau jasa. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari terjadinya "dagang Merek". Penggunaan Merek Terdaftar di Indonesia oleh penerima lisensi dianggap sama dengan penggunaan Merek tersebut di Indonesia oleh pemilik Merek. Ketentuan ini ada kaitannya dengan kemungkinan penghapusan pendaftaran Merek yang tidak digunakan dalam perdagangan barang atau jasa dalam waktu 3 (tiga) tahun berturut-turut atau lebih oleh pemilik Merek Terdaftar. Untuk menghindari kemungkinan penghapusan pendaftaran Merek yang tidak digunakan itu, maka penggunaan Merek tersebut oleh penerima lisensi sama dengan penggunaan oleh pemilik Merek yang bersangkutan.[21]

Perjanjian lisensi dilarang memuat ketentuan yang langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan akibat yang merugikan perekonomian Indonesia atau memuat pembatasan yang menghambat kemampuan bangsa Indonesia dalam menguasai dan mengembangkan teknologi pada umumnya. Kantor Merek wajib menolak permintaan pencatatan perjanjian lisensi yang memuat larangan tersebut. Kantor Merek memberitahukan penolakan tersebut secara tertulis kepada pemilik Merek dan penerima lisensi, atau kuasanya dengan menyebutkan

[21] *Ibid*, hlm. 259.

alasannya.[22]

Penerima lisensi yang beritikad baik dari Merek yang kemudian dibatalkan atas dasar adanya persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek lain yang terdaftar, tetap berhak melaksanakannya sebagai perjanjian lisensi Merek yang tidak dibatalkan sampai dengan berakhirnya jangka waktu perjanjian lisensi tersebut. Penerima lisensi tersebut tidak lagi wajib meneruskan pembayaran royalti yang seharusnya masih wajib dilaksanakannya kepada pemberi lisensi Merek yang dibatalkan, melainkan wajib melaksanakan pembayaran royaiti kepada pemilik Merek yang tidak dibatalkan. Dalam hal pemberi lisensi sudah tebih dahulu menerima secara sekaligus royaiti dari penerima lisensi, pemberi lisensi tersebut wajib menyerahkan bagian dari royalti yang diterimanya kepada pemilik Merek yang tidak dibatalkan, yang besarnya sebanding dengan sisa jangka waktu perjanjian lisensi.[23]

Perjanjian lisensi wajib dimintakan pencatatan pada Kantor Merek. Perjanjian lisensi tersebut dicatat oleh Kantor Merek dalam Daftar Umum Merek dan diumumkan dalam Berita Resmi Merek. Permintaan pencatatan perjanjian lisensi dan pencatatannya dilakukan oleh Kantor Merek sesuai dengan syarat dan tata cara yang diatur dengan peraturan pemerintah. Pencatatan perjanjian lisensi dikenakan biaya yang besarnya ditetapkan dengan keputusan Menteri.

---

[22] *Ibid.*
[23] *Ibid*, hlm. 260.

Berbeda dengan Hak Cipta yang menganut sistem deklaratif, maka pendaftaran Merek menganut sistem konstitutif (*first to file system*). Menurut sistem konstitutif, pendaftaran menciptakan hak atas Merek. Orang yang berhak atas Merek adalah orang yang telah mendaftarkan Mereknya. Pendaftaran Merek merupakan suatu kewajiban agar mendapat kepastian hukum mengenai status kepemilikan hak atas Merek, dan dengan demikian memperoleh perlindungan hukum.[24]

Suatu Merek yang terkenal (*Wellknown Mark*) serta luas pemakaiannya, tetapi tidak terdaftar, tetap dilindungi terutama dari perbuatan persaingan tidak jujur (*unfair competition*). Hal ini diatur dalam Pasal 50 dan Pasal 52 sub (a) dan *Model Law for Developing Countries on Marks, Trade Names, and Acts of Unfair Competition*.[25]

Pembatalanan Merek diatur dalam Pasal 56 samapi Pasal 60 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Ada 2 (dua) kemungkinan pembatalan yang terjadi, yaitu pembatalan pendaftaran Merek, dan pembatalan Merek Terdaftar. Menurut ketentuan Pasal 56 ayat (1) Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, gugatan pembatalan pendaftaran Merek dapat diajukan oleh pihak yang berkepentingan berdasarkan alasan:

a. Bertentangan dengan kesusilaan atau ketertiban umum;
b. Tidak memiliki daya pembeda;

[24] Sudargo Gautama, *op.cit.*, hlm. 70.
[25] *Ibid.*

c. Telah menjadi milik umum;
d. Merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimintakan pendaftaran;
e. Mempunyai persamaan pada pokoknya atau pada keseluruhannya dengan Merek milik orang lain yang sudah terdaftar;
f. Menyerupai nama orang terkenal, foto, Merek, dan nama badan hukum yang dimiliki orang lain yang sudah terkenal;
g. Peniruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem dari negara atau lembaga nasional maupun internasional;
h. Merupakan atau menyerupai Ciptaan orang lain yang Hak Ciptanya dilindungi.

Apabila salah satu dari alasan-alasan tersebut dipenuhi, maka gugatan dapat diajukan. Pengertian “dapat” tidak merupakan keharusan, boleh diajukan gugatan boleh juga tidak. Jika diajukan gugatan, maka gugatan tersebut dapat diajukan oleh pemilik Merek Terdaftar. Akan tetapi, menurut Pasal 56 ayat (3) Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, pemilik Merek Terkenal yang tidak terdaftar dapat mengajukan gugatan setelah mengajukan permintaan pendaftaran Merek kepada Kantor Merek. Maksud pengecualian ini adalah mendorong pemilik Merek Terkenal yang tidak terdaftar untuk mendaftarkan Mereknya. Permintaan pendaftaran Merek terkenal diproses oleh Kantor Merek setelah putusan pembatalan Merek tersebut mempunyai kekuatan

hukum tetap.

Gugatan pembatalan diajukan kepada pemilik Merek dan Kantor Merek melalui Pengadilan Negeri Jakarta Pusat atau Pengadilan Negeri lain yang ditetapkan dengan keputusan Presiden (Pasal 56 ayat (4) Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek).

Gugatan pembatalan pendaftaran Merek diajukan dalam jangka waktu 5 (lima) tahun sejak tanggal pendaftaran Merek. Akan tetapi, gugatan pernbatalan Merek Terdaftar dapat diajukan tanpa batas waktu apabila Merek yang bersangkutan seharusnya tidak dapat didaftarkan karena mengandung unsur-unsur yang bertentangan dengan kesusilaan atau ketertiban umum. Dalam pengertian “unsur-unsur yang bertentangan dengan kesusilaan atau ketertiban umum” termasuk pula penggunaan tanda yang bertentangan dengan agama atau yang merupakan atau me-nyerupai nama Allah dan Rasul-Nya, dan adanya itikad jahat.

Terhadap putusan Pengadilan Niaga mengenai gugatan pembatalan Merek tidak dapat diajukan permohonan banding. Salinan putusan pengadilan disampaikan oleh Panitera Pengadilan yang bersangkutan kepada Kantor Merek dalam waktu selambat-lambatnya 14 (empat belas) hari sejak tanggal putusan tersebut. Kantor Merek melaksanakan pembatalan pendaftaran Merek yang bersangkutan dengan mencoretnya dari Daftar Umum Merek dan memberi catatan tentang alasan dan tanggal pembatalan apabila putusan pengadilan telah mempunyai kekuatan hukum tetap.

Pembatalan pendaftaran Merek tersebut diberitahukan secara tertulis kepada pemilik Merek atau kuasanya dengan menyebutkan alasannya, dan penegasan bahwa sejak tanggal pencoretan dari Daftar Umum Merek, Sertifikat Merek yang bersangkutan dinyatakan tidak berlaku lagi. Pencoretan pendaftaran Merek dari Daftar Umum Merek diumumkan dalam Berita Resmi Merek. Pembatalan pendaftaran Merek mengakibatkan berakhirnya perlindungan hukum atas Merek yang bersangkutan.

B. Indikasi Geografis

1. Pengertian Indikasi Geografis

Indikasi Geografis (IG) merupakan suatu istilah geografis yang berkaitan dengan sebuah produk yang menunjukkan tempat atau daerah asal, mutu atau ciri-ciri produk tersebut serta mutu atau ciri-ciri yang disebabkan oleh karakter geografis atau manusia dari tempat asalnya.

Indikasi geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal barang yang dikaitkan dengan kualitas**,** reputasi atau karakteristik lain yang sesuai dengan asal geografis barang tersebut. Agar dapat dilindungi oleh undang-undang, indikasi geografis harus didaftarkan terlebih dahulu di kantor Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Indonesia.[26]

Secara mudah, Indikasi Geografis diartikan sebagai salah satu jenis

[26] Lindsey, Tim, dkk. Ed., *Hak Kekayaan Intelektual, Suatu Pengantar*, PT Alumni, Bandung, 2006.

atau rezim dari Hak Kekayaan Intelektual selain Paten, Hak Cipta, Informasi rahasia/Rahasia Dagang, dan beberapa jenis hak kekayan intelektual lainnya. Indikasi Geografis merupakan sebuah nama dagang yag dikaitkan, dipakai atau diletakkan pada suatu nama produk da berfungsi menunjukkan asal tempat produk tersebut. Asal tempat itu mengisyaratkan bahwa kualitas produk tersebut amat dipengaruhi oleh tempat asalnya, sehingga produk itu bernilai unik di benak masyarakat, khususnya konsumen, yang tau bahwa tempat asal itu memang punya kelebihan khusus dalam menghasilkan suatu produk.[27]

Indikasi Geografis memberikan perlindungan terhadap tanda yang mengindentifikasikan suatu wilayah negara, atau kawasan atau daerah di dalam wilayah tersebut sebagai asal barang, dimana reputasi, kualitas dan karakterisitik barang tersebut sangat ditentukan oleh faktor geografis yang bersangkutan.Indikasi-geografis dilindungi sebagai suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang, yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia, atau kombinasi dari kedua faktor tersebut, memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan.[28]

Menurut WTO, Indikasi Geografis adalah indikasi-indikasi yang dapat mengidentifikasikan bahwa suatu barang berasal dari seluruh wilayah negara anggota (WTO), atau suatu daerah atau bagian daerah

---

[27] Miranda Risang Ayu, *Memperbincangkan Hak Kekayaan Intelektual Indikasi Geografis*, PT. Alumni, Bandung, 2006, Hlm. 1

[28] Pasal 56, Undang-undang No 15 Tahun 2001 tentang Merek

tertentu di wilayah tersebut, di mana mutu yang dihasilkan, reputasi atau sifat-sifat lain barang tersebut dapat dicirikan secara mendasar terhadap asal geografisnya.

Indikasi Geografis merupakan sesuatu yang baru dalam sistim perdagangan internasional, perlindungan indikasi geografis secara umum telah diatur dalam Pasal 22, 23 dan 24 tentang TRIP (*Trade Related Aspect of Intellectual Property Rights*) Agreement. Pada pasal 10 konvensi Paris yang menegaskan larangan untuk memperdagangkan barang yang menggunakan indikasi geografis sebagai objek hak kekayaan intelektual yang tidak sesuai dengan asal dari daerah atau wilayah geografis tersebut.

Untuk itu negara-negara yang tergabung dalam *World Trade Organization* (WTO) meratifikasi persetujuan pembentukan organisasi perdagangan dunia atau WIPO (*World Intellectual Property Organization*), dengan UU No 7 tahun 1994 menyetujui terbentuknya *Trade Related Aspect of Intellectual Property Rights* atau Hak Atas Kekayaan Intelektual (HKI), adapun hak-hak yang dilindungi antara lain Hak Cipta (*copyrights*), Merk Dagang (*trademerk*), Paten, Rahasia Dagang, Disain Industri dan Sirkuit terpadu serta Indikasi Geografis.

Indonesia merupakan salah satu negara yang kini telah merealisasikan TRIPs Agreement. Salah satu realisasi atas materi TRIPs Agreement ini, yakni berkenaan dengan perlindungan indikasi geografis.[29]

[29] Agung Darmarsasongko "*Perlindungan Indikasi Geografis di Indonesia*," Tesis pada Program Pasca Sarjana Sekolah Tinggi Ilmu Hukum "IBLAM", Jakarta, 2002, hlm. 5

Wujud realisasi perlindungan atas indikasi geografis ini dituangkan di dalam ketentuan Pasal 56 hingga Pasal 58 UU No. 15 Tahun 2001 tentang Merek. Dalam kenyataannya keberadaan ketentuan ini tidak serta merta mampu memberikan suatu perlindungan hukum atas indikasi geografis.

Salah satu yang menjadi alasan mendasar dikarenakan masih banyaknya permasalahan pengaturan atas indikasi geografis itu sendiri. Permasalahan ini tidak saja pada tataran bentuk hukum yang digunakan, akan tetapi meliputi juga pada substansi aturannya. Untuk dapat memahami hubungan antara hak kekayaan intelektual dan indikasi geografis dapat ditelusuri dari pemahaman terhadap indikasi geografis sendiri. Indikasi geografis dapat diartikan sebagai:[30]

A geographical indication is a sign used on goods that have a specific geographical origin and possess qualities or a reputation that are due to that place of origin. Most commonly, a geographical indication consists of the name of the place of origin of the goods. Agricultural products typically have qualities that derive from their place of production and are influenced by specific local factors, such as climate and soil. Whether sign functions as a geographical indication is a matter of national law and consumer perception.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat diambil suatu batasan bahwa sesungguhnya indikasi geografis adalah suatu tanda (*a sign*) pada barang yang mempunyai asal geografis yang spesifik dan mempunyai kualitas atau suatu reputasi yang teruji dari asal tempatnya. Secara garis besar, suatu indikasi geografis meliputi nama asal tempat dan asal barang. Secara tipikal, produk-produk pertanian mempunyai kualitas yang mengarah dari

[30] WIPO, "Geographical Indications," http://www.wipo.int/aboutip/en/geographical_ind.html, diakses tanggal 22 Maret 2012

produksi tempat mereka dan dipengaruhi secara spesifik oleh faktor lokal, seperti iklim dan tanah. Apapun suatu tanda berfungsi sebagai suatu indikasi geografis merupakan suatu materi hukum nasional dan persepsi konsumen.

WTO memberikan batasan indikasi geografis[31] adalah *place names (in some countries also words associated with a place) used to identify the origin and quality, reputation or other characteristics of products (for example, "Champagne", "Tequila" or "Roquefort").*[32] Pengertian indikasi geografis juga dapat ditemukan dalam Article 1 (2) the *Paris Convention for the Protection of Industrial Property of 1883* yang menyatakan: *The Protection of Industrial Property has its object Patents, Utility Models, Industrial Designs, Trademarks, Servicesmarks, Tradenames, Indication of Source of Appelation of Origin, and the repression of Unfair Competition.*

Indikasi geografis menurut ketentuan Konvensi Paris ini hanya merupakan bagian dari dari hak kekayaan intelektual. Selanjutnya, pengertian lainnya dapat ditemukan pada ketentuan *Article 2 (1) the Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin* yang menyatakan sebagai berikut: *The geographical name of country, region or locality, which serves to designate a product originating therein the*

---

[31] WTO,"Geographical Indications," http://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/gi_e.htm, diakses tanggal 22 Maret 2009.

[32] Nama-nama tempat (di beberapa negara juga kata-kata yang diasosiasikan dengan suatu tempat) digunakan untuk mengidentifikasi asal dan kualitas, reputasi atau karakteristik lainnya dari suatu produk, untuk contoh; "Champagne", "Tequila" atau "Roquefort").

characteristic qualities of which are due exclusively or essentially to geographical environment, including natural and human factor.

Mengacu pada pengertian dari *Article 2 (1) Lisbon Agreeement*, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, yakni:[33]

b. Penamaan atas barang/produk harus dengan nama geografis sebuah negara, wilayah atau daerah;
c. Penamaan tempat asal harus menunjukkan bahwa barang atau produk tersebut berasal dari negara, wilayah atau daerah.
d. Harus ada kualitas dan karakteristik pada barang atau produk yang berasal dari daerah geografis tersebut. Kedua hal tersebut merupakan hal yang sangat mendasar dalam menentukan suatu penamaan tempat asal. Kualitas dan karakteristik tersebut ditentukan oleh faktor alam dan manusia.

Indikasi geografis dilindungi oleh hukum nasional dengan konsep batasan yang luas, seperti melalui, ketentuan unfair competion, hukum perlindungan konsumen, hukum merek atau hukum yang secara khusus mengatur indikasi geografis. Berdasarkan data dari UNCTAD,[34] melindungi indikasi geografis di beberapa negara ada yang dilakukan; Pertama, melalui *Laws Focusing on Business Practices Law* yang, meliputi; *unfair competition, misleading of consumers dan passing off*; Kedua, melalui *Trademark* dengan cara pendaftaran merek; dan Ketiga, melalui *Special Protection* melalui *Collective, Certification, Guarantee*

---

[33] Damarsasongko, *op.cit.*, hlm. 24

[34] Organisasi internasional yang berperan cukup penting dalam perkembangan hukum perdagangan internasional.

Marks dan Prior Recognition Requirement.

Keberadaan aturan ini dimaksudkan agar pihak yang tidak mempunyai hak atas indikasi geografis tersebut dilarang untuk menggunakan dan memanfaatkan. Hal ini dimaksudkan juga agar tidak menyesatkan kepada masyarakat konsumen, dimana produk tersebut bukan merupakan produk yang sebenarnya. Hukum yang mengatur indikasi geografis ini lazimnya memuat sanksi dari mulai penetapan sementara pengadilan (*court injuction*) hingga, ganti kerugian. Dalam kaitannya dengan pengaturan pada hukum nasional dapat dikemukakan contoh sebagai berikut: "*Tuscany*" untuk *olive oil* yang diproduksi pada wilayah khusus di Italia, saat sekarang telah dilindungi oleh Hukum Italia yakni pada Law No. 169 of February 5, 1992), atau "*Roquefort*" untuk *cheese* yang diproduksi di Perancis telah dilindungi melalui *the European Union under Regulation* (EC) No. 2081/92 dan di Amerika Serikat dibawah ketentuan *US Certification Registration Mark* No. 571.798.[35]

Pada tingkat internasional, indikasi geografis juga telah mendapat beberapa pengaturan dan perlindungan hukum. Hal ini dapat dicermati pada *the Paris Convention for the Protection of Industrial Property of 1883 dan the Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and Their International Registration*. Selanjutnya dalam kerangka perdagangan internasional indikasi geografis juga diatur dalam Persetujuan TRIPs. Ketentuan yang memberikan perlindungan tersebut terdapat pada

ketentuan *Section 3 Geographical Indications Article 22* sampai dengan *Article 24 TRIPs Agreement*.

Adapun persetujuan TRIPs tersebut indikasi geografis dianggap memiliki pengertian yang lebih khusus atau lebih sempit dibandingkan dengan ketentuan *Madrid Agreement* dan *Lisbon Agreement*. Dalam persetujuan TRIPs Indikasi Geografis dibatasi hanya tentang perlindungan bagi komoditas yang memiliki ciri-ciri khusus yang dipengaruhi oleh faktor alam dan bukan karena faktor manusia. Tradisi dan kerajinan yang dikerjakan dari suatu generasi dari suatu wilayah tidak termasuk dalam materi perlindungan. Proses pembuatan tidak termasuk dalam perlindungan meskipun produk tersebut berkaitan dengan budaya dari daerah tersebut.[36]

Terlepas dari hal di atas, keberadaan *TRIPs Agreement* yang mengatur Indikasi Geografis ini mempunyai arti yang lebih penting. Hal ini sejalan dengan yang yang diungkapkan oleh Sergio Escudero.[37] Ia menyatakan: *Probably one of the most important effects of the TRIPS Agreement in the area of geographical indications, was precisely that it became the first international treaty, with more than 130 signatories, bound not only to protect geographical indications through substantive*

---

[35] WIPO, Op.,Cit, diakses tanggal 23 Maret 2009

[36] Dikutip oleh Agung Damarsasongko dari Albercht Conrad, "The Protection of Geographical Indication in TRIPs Agreement," The International Trademark Association, The Trademark Reporter, January 1996 Lexis-Nexis, hlm. 5

[37] Sergio Escudero," International Protection of Geographical Indications and Developing Countries," Makalah disampaikan di the South Centre/Centre for International Environmental Law (CIEL) joint project, funded by the Rockefeller Foundation, to assist developing countries on TRIPs-related issues, http://www.southcentre.org/publications/geoindication/toc.htm#TopOfPage, diakses tanggal 25 Maret 2012.

provisions but also to enforce its application according to minimum standards. It also provides a strong dispute settlement mechanism under the WTO system. Article 71 of the TRIPS Agreement provides for periodic review and article 23 for renegotiations aimed at increasing the protection of individual geographical indications.

Dengan uraian di atas ini, maka dapat dikemukakan bahwa indikasi geografis telah menjadi suatu perhatian (concern) serius dalam kaitannya dengan masalah hak kekayaan intelektual, baik pada tingkat organisasi internasional maupun negara-negara di dunia. Di samping itu, di sini dapat diketahui secara jelas bahwa baik organisasi internasional maupun negara-negara secara multilateral maupun individual mencoba melakukan upaya-upaya pengaturan terhadap indikasi geografis guna memberikan perlindungan hukum secara maksimal.

Setelah mengetahui indikasi geografis dan pengaturan nasionalnya di beberapa negara menjadikan hal yang menarik pula untuk menelusuri permasalahan pengaturan indikasi geografis di Indonesia. Indonesia sebagai bagian dari keanggotaan GATT/WTO dan telah meratifikasi Persetujuan Pendirian Organisasi Perdagangan Dunia (*Agreement Establishing World Trade Organization*) melalui UU No. 7 Tahun 1994, di mana dalam Persetujuan Pendirian Organisasi Perdagangan Dunia ini ada satu kesepakatan yang menyangkut hak kekayaan intelektual. Kesepakatan itu dikenal dengan istilah *Trade Related Aspects of Intellectual Property*

Right (TRIPs).23[38]

Konsekuensi yuridis dari diratifikasinya kesepakatan di atas mendudukan Indonesia sebagai negara yang harus melakukan harmonisasi hukum nasionalnya terhadap kesepakatan-kesepakatan dalam GATT atau WTO, khususnya dalam kaitan ini adalah bidang hak kekayaan intelektual. Indikasi Geografis merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam TRIPs. Oleh karena itu, indikasi geografis juga merupakan materi yang harus dimasukkan di dalam pengaturan hukum nasional. Dalam hal pengaturan minimal ada dua cara yang dilakukan oleh suatu negara yang telah meratifikasi TRIPs, yakni; Pertama, melakukan pengaturan

Dalam hubungan ini indikasi geografis hanya merupakan bagian saja; Kedua, melakukan pengaturan indikasi geografis dapat saja dilakukan secara tersendiri dalam hukum nasional suatu negara. Artinya aturan tersebut bersifat mandiri. masalah indikasi geografis di dalam ketentuan hukum lain, semisal merek.

Sejak diterapkannya TRIPs, sejumlah pengamat menyatakan bahwa kesepakatan ini menguntungkan bagi negara-negara yang mengekspor HKI, tetapi beresiko bagi negara-negara miskin, khususnya dalam hal-hal yang berhubungan dengan isu-isu pembangunan strategis seperti kesehatan publik, keamanan pangan, dan keragaman hayati, pengetahuan tradisional dan transfer teknologi yang efektif.

---

[38] Taryana Sunandar, *Perkembangan Hukum Perdagangan Internasional dari GATT sampai Terbentuknya WTO (World Trade Organization)*, Departemen Kehakiman, Jakarta, 1995/1996, hlm.119-120.

2. Pendaftaran Indikasi Geografis

Pengajuan pendaftaran Indikasi Geografis disampaikan kepada Direktorat Jenderal HKI, dengan memenuhi persyaratan berikut:[39]

a. Diajukan oleh Organisasi
b. Mempunyai Buku Persyaratan
c. Memiliki Peta Wilayah Penghasil Produk

Pendaftaran Indikasi Geografis diajukan kepada Direktorat Jenderal HaKI, Kementerian Hukum dan HAM. Indikasi Geografis adalah hak kolektif yang mendapat perlindungan setelah terdaftar atas dasar permohonan yang diajukan oleh:

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

"Tanda" sebagaimana dimaksud dalam definisi Indikasi Geografis merupakan nama tempat atau daerah maupun tanda tertentu lainnya yang

[39] Peraturan Pemerintah No. 51 tahun 2007 tentang Indikasi Geografis

menunjukkan asal tempat dihasilkannya barang yang dilindungi oleh Indikasi Geografis. “Tanda” tersebut dinyatakan sebagai Indikasi Geografis apabila telah terdaftar dalam Daftar Umum Indikasi Geografis di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (HKI), Kementerian Hukum dan HAM. Indikasi Geografis terdaftar tidak dapat berubah menjadi milik umum. “Tanda” sebagaimana dimaksud pada definisi indikasi geografis hanya dapat dipergunakan pada barang yang memenuhi persyaratan sebagaimana diatur dalam Buku Persyaratan. “Barang” sebagaimana dimaksud pada definisi indikasi geografis dapat berupa hasil pertanian, produk olahan, hasil kerajinan tangan, atau barang lainnya.[40]

Buku persyaratan adalah buku tentang identifikasi produk secara rinci yang didalamnya juga menguraikan tentang faktor-faktor yang menjadikan ciri khas suatu produk, yang terdiri dari:

a. Nama Indikasi Geografis
b. Nama barang yang dilindungi
c. Uraian mengenai karakteristik dan kualitas.
d. Uraian mengenai lingkungan geografis serta faktor alam dan factor manusia.
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.

[40] http://www.ditjenhki.kemenkumham.go.id/

g. Uraian yang menjelaskan tentang proses produksi, proses pengolahan dan proses pembuatan.
h. Uraian mengenai metode yang digunakan untuk menguji kualitas.
i. Label yang digunakan pada barang dan memuat indikasi geografis

Buku persyaratan ini harus disusun dan ditaati oleh masyarakat produsen pemegang hak Indikasi Geografis. Indikasi Geografis tidak dapat didaftar apabila tanda yang dimohonkan pendaftarannya:

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

Pemohon (atau melalui kuasanya) yang dapat mengajukan permohonan tertulis terdiri atas:

a. Lembaga yang mewakili masyarakat di daerah yang memproduksi barang yang bersangkutan, terdiri atas:
    1) pihak yang mengusahakan barang hasil alam atau kekayaan alam;
    2) produsen barang hasil pertanian;
    3) pembuat barang hasil kerajinan tangan atau barang hasil industri; atau

4) pedagang yang menjual barang tersebut;

b. Lembaga yang diberi kewenangan untuk itu; atau

c. Kelompok konsumen barang tersebut. Pemohon (atau melalui kuasanya) yang dapat mengajukan permohonan tertulis terdiri atas:

1) Lembaga yang mewakili masyarakat di daerah yang memproduksi barang yang bersangkutan, terdiri atas:

a) pihak yang mengusahakan barang hasil alam atau kekayaan alam;

b) produsen barang hasil pertanian;

c) pembuat barang hasil kerajinan tangan atau barang hasil industri; atau

d) pedagang yang menjual barang tersebut;

2) Lembaga yang diberi kewenangan untuk itu; atau

3) Kelompok konsumen barang tersebut.

Syarat untuk dapat didaftarkannya potensi produk indikasi geografis menjadi indikasi geografis yaitu:[41]

1) Merupakan barang

2) Adanya faktor lingkungan geografis, termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi keduanya dari suatu barang, berarti menunjukkan letak geografis dari mana barang dihasilkan.

3) Memiliki cirri dan kualitas tertentu atau lebih tepatnya memiliki reputasi, yang lebih dikenal tidak hanya di dalam negeri saja melainkan sampai luar negeri.

[41] Adrian Sutedi, *Hak Kekayaan Intelektual*, Jakarta, Sinar Grafika, 2009, hlm. 169

Berdasarkan UU merek dan pasal 2 ayat 2 PP indikasi geografis dari segi obyek maka yang dapat dilindungi sebagai indikasi geografis adalah:[42]

1) Barang barang yang dihasilkan oleh alam
2) Barang barang yang dihasilkann pertanian
3) Hasil kerajinan tangan
4) Hasil industri tertentu.

[42] Undang undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek Pasal 56 ayat 2 dan Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 Tentang Indikasi Geografis Pasal 2 ayat 2

BAB III

PEMBAHASAN DAN ANALISIS

A. Perlindungan Hukum dari Indikasi Geografis Terhadap Produk Potensi Indikasi Geografis di Indonesia

Dalam teori perlindungan hukum yang dikemukakan oleh Philipus M. Hadjon menyatakan bahwa perlindungan hukum merupakan perlindungan akan harkat dan martabat serta pengakuan terhadap hak asasi manusia yang dimiliki oleh subjek hukum dalam negara hukum dengan berdasarkan pada ketentuan hukum yang berlaku di negara tersebut guna mencegah terjadinya kesewenang-wenangan, sehingga dapat dikatakan bahwa hukum berfungsi sebagai perlindungan atas kepentingan manusia.[1] Perlindungan hukum adalah suatu upaya yang dilakukan oleh hukum dalam menanggulangi pelanggaran, yang terdiri dari dua jenis, yaitu:[2]

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

Sebagai bahan perbandingan perlindungan hukum yang bersifat represif dan preventif:

---

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

[2] *Ibid.*

a. Preventif adalah perlindungan hukum yang memberikan kesempatn pada subyek hukum untuk mengaukan keberatan atau pendapatnya, sebelum ada keputusan yang definitive, preventif bertujuan mencegah terjadinya sengketa atau masalah.

   Dalam langkah preventif ini, baik pemerintah maupun masyarakat agar bisa menginvetarisasi produk potensi indikasi geografis di seluruh wilayah Indonesia, hal merupakan perlindungan hukum preventif untuk mencegah terjadinya pelanggaran terhadap indikasi geografis karena produk tersebut merupakan produk domestik yang memiliki nilai ekonomi dan reputasi yang tinggi, sehingga memerlukan jaminan kepastian hukum,

   Kemudian mendaftarkan dan memberikan perlindungan serta memantau perkembangan pelaksanaan penggunaan produk geografisnya. Selain itu pemerintah daerah juga harus aktif dan peduli. Sehingga tidak perlu selalu menunggu orang yang mendaftarkan produk potensi indikasi geografisnya.

   Selanjutnya setelah didaftarkan adalah pengumuman pendaftaran, pengumuman pendaftaran indikasi geografis merupakan hal yang sangat penting karena hal ini adalah tindakan preventif, diumumkannya permohonan pendaftaran indikasi geografis merupakan suatu bentuk pemberitahuan serta peringatan bagi pihak lain agar pihak lain tahu bahwa produk tersebut sudah didaftarkan indikasi geografisnya. Oleh karena itu pihak lain harus menghormatinya, serta bertuhuan kalau ada keberatan

atau sanggahan dari pihak lain mengenai produk yang telah didaftarkan indikasi geografisnya.

b. Represif adalah perlindungan hukum yang dilakukan ketika masalah atau sengketa sudah terjadi, represif bertujuan untuk menyelesaikan masalah atau sengketa.

Perlindungan hukum yang bersifat represif dilakukan jika terjadi pelanggaran hak atas Merek dan indikasi geografis melalui gugatan perdata dan atau tuntutan pidana, yaitu bahwa pemilik Merek terdaftar dan indikasi geografis mendapat perlindungan hukum atas pelanggaran hak atas Merek dan indikasi geografis baik dalam wujud gugatan ganti rugi atau penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan Merek dan indikasi geografis tersebut maupun berdasarkan tuntutan hukum pidana melalui aparat penegak hukum. Pemilik Merek dan indikasi geografis juga memiliki hak untuk mengajukan permohonan pembatalan pendaftaran Merek dan indikasi geografis terhadap Merek dan indikasi geografis yang di miliki yang didaftarkan orang lain secara tanpa hak.

Instrument yang bersifat represiv meliputi instrument hukum yang perdata dan pidana, penyelesaian instrument melalui hukum perdata dapat dilakukan melalui pengadilan (litigasi) dengan gugatan ganti rugi dan penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan Merek dan indikasi geogafis, maupun diluar pengadilan (non litigasi) yang memungkinkan para pihak dapat menyelesaikan sengketa tersebut melalui

arbitrase atau alternative penyelesaian sengketa (ADR) dengan jalan negosiasi, konsiliasi dan mediasi.

1. Indikasi Geografis dalam ketentuan Undang undang No 15 Tahun 2001 Tentang Merek dan Peraturan Pemerintah Nomor 51 tahun 2007 Tentang Indikasi Geografis

Indikasi geografis di Indonesia diatur dalam Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek dan Peraturan Pemerintah Nomor 51 tahun 2007 Tentang Indikasi Geografis. Indonesia memberikan perlindungan untuk indikasi geografis menyatu dengan UU Merek dan menetapkan Indikasi Geografis sebagai bagiannya.

Ketentuan perlindungan indikasi geografis di Indonesia di masukkan dalam UU Merek. Itu berarti indikasi geografis adalah bagian dari Merek. Sedangkan mengenai indikasi geografis dalam UU Merek hanya ada beberapa Pasal yaitu Pasal 56-60 saja.

1) Pasal 56 ayat 1 menjelaskan tentang pengertian Indikasi Geografis.

> "Indikasi-geografis dilindungi sebagai suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang, yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia, atau kombinasi dari kedua faktor tersebut, memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan"

2) Pasal 56 ayat 2 menjelaskan tentang pihak pihak yang dapat mengajukan pendaftaran indikasi geografis. Karena indikasi geografis baru mendapat perlindungan setelah terdaftar atas dasar permohonan, adapun yang dapat mengajukan pendaftaran adalah:

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

Yang dimaksud pendaftaran indikasi geografis adalah untuk menjamin kepastian hukum. Jangka waktu perlindungannya dapat berlangsung secara tidak terbatas selama cirri dan/atau kualitas yang menjadi dasar diberikannya perlindungan masih ada.[3]

Persaratan di atas dapat dilihat ketentuan Undang-undang no 15 tahun 2001 tentang Merek untuk masalah indikasi geografis bersifat komunal, sangat tepat untuk kehidupan masyarakat Indonesia yang komunal, tidak seperti ketentuan Undang-undang HKI yang lain yang bersifat individual.

3) Pasal 56 ayat 3 tentang pengumuman indikasi geografis yang prosesnya sama dengan pengumuman Merek terdaftar.
4) Pasal 56 ayat 4 tentang penolakan permintaan pendaftaran ndikasi geografis.

[3] Penjelasan Pasal 1 Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 Tentang Indikasi geografis

5) Pasal 56 ayat 5 dan 6 menambahkan ketentuan tentang keberatan atas penolakan pendaftaran indikasi geografis yang dapat diajukan kepada komisi banding Merek. Tata caranya sama dengan penolakan permintaan pendaftaran Merek terdaftar.
6) Pasal 56 ayat 7 menyatakan bahwa indikasi geografis diberikan perlindungan hukum selama cirri dan kualitas produk yang bersangkutan masih ada.
7) Pasal 57 menyatakan bahwa pemegang hak indikasi geografis dapat mengajukan ganti rugi dan penghentian penggunaan serta pemusnahan etiket indikasi geografis yang digunakan secara tanpa hak
8) Pasal 59 dan 60 mengatur tentang indikasi gegrafis
9) Pasal 92 dan 93 mengatur tentang ketentuan pidana

Dalam UU Merek terlihat bentuk perlindungan hukum yaitu pada Pasal 56 ayat 2 yang menyatakan bahwa indikasi geografis dilindungi setelah didaftarkan, dan siapa saja yang dapat mendaftarkan indikasi geografis adalah:

1. Lembaga yang mewakili masyarakat di daerah yang memproduksi barang yang bersangkutan, yang terdiri atas:
   a. Pihak yang mengusahakan barang yang merupakan hasil alam atau kekayaan alam;
   b. Produsen barang hasil pertanian
   c. Pembuat barang-barang kerajinan tangan atau hasil industri
   d. Pedagang yang menjual barang tersebut.

Lembaga yang dimaksud adalah lembaga yang diberi wewenang untuk mendaftarkan indikasi geografis dan lembaga tersebut merupakan lembaga pemerintah atau lembaga resmi lainnya seperti koperasi, asosiasi, atau yayasan yang anggotanya produsen setempat.[4]

2. Lembaga yang diberi kewenangan untuk itu; atau

   Lembaga pemerintah yang ada di daerah yang membidangi barang yang diajukan untuk permohonan, seperti pemerintah daerah tingkat provinsi atau kabupaten kota

3. Kelompok konsumen barang tersebut.

Di Indonesia sekarang ini menganut sistem perlindungan indikasi geografis dengan menggunakan sistem konstitutif yaitu pendaftaran merupakan syarat utama perlindungan. Sistem konstitutif (first to file), bahwa yang berhak atas suatu indikasi geografis adalah pihak yang telah mendaftarkan indikasi geografisnya, atau juga dikenal asas presumption of ownership, dengan kata lain, orang yang berhak atas Merek adalah orang yang telah mendaftarkan indikasi geografisnya itu. Jadi, pedaftaran tersebut memunculkan hak atas indikasi geografis tersebut, pihak yang mendaftarkan adalah satu satumya yang berhak atas hak tersebut dan pihak ketiga harus menghormati hak hak pendaftar. Sistem konstitutif lebih menjamin kepastian hukum perlindungan dan lebih mudah dalam perlindungannya.

[4] Penjelasan Pasal 5 ayat 3 Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 Tentang Indikasi geografis

System konstitutif mengandung arti sebagai berikut:[5]

a. Hanya Merek yang didaftar yang dapat melahirkan hak khusus atau hak eksklusif atas Merek,
b. Pemakaian saja belum menimbulkan hak eksklusif dan belum memperoleh perlindungan hukum,
c. System konstitutif ditegakkan diatas asa *prior in tempora, melior in jure* . siapa yang lebih dahulu mendaftar dialah yang berhak mendapat perlindungan hukum,
d. Dengan demikian, system konstitutif mengandung paksaan untuk mendaftar (*compulsory to registrated*)

M. yahya Harahap menguraikan lebih lanjut kegunaan system konstitutif yatu: [6]

a. Kepastian hukum untuk menentukan siapa sebenarnya pemilik Merek dan indikasi geografis yang paling utama untuk dilindungi, cukup dilihat siapa yang lebih dahulu memperoleh “filling date” atau terdaftar dalam daftar umum dan indikasi geografis.
b. Kepastian hukum pembuktian karena didasarkan pada fakta pendaftaran. Pendaftaran satu-satunya alat bukti utama, dan alat bukti yang seperti itu bersifat otentik karena dibuat oleh pejabat untuk diyakini agar pembuktian terhindar dari pemalsuan dan kelicikan.

[5] M. Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek Di Indonesia Berdasarkan Undang undang No 19 tahun 1992*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1996, Hlm. 69
[6] *Ibid*, Hlm. 340

c. Dengan demikian, untuk mewujudkan dugaan hukum siapa pemilik Merek dan indikasi geografis yang paling berhak, tidak menimbulkan kontroversi antara pemakai pertama dengan pendaftar pertama, karena dugaan hukum hanya berdiri diatas fakta pendaftar pertama.
d. Oleh karena landasan menentukan siapa pemegang Merek dan indikasi geografis yang paling utama hanya didasarkan atas prinsip pendaftar pertama, dan pembuktian didasarkan pada dokumen yang bersifat otentik, maka untuk menarik dugaan hukum, jauh lebih sederhana dibanding dengan system deklaratif. Hal ini berdampak positif atas penyelesaian sengketa, yakni penyelesaian jauh lebih sederhana, cepat dan biaya ringan.

Sistem pendaftaran memberikan efek perlindungan indikasi geografis terhadap produk potensi indikasi geografis lebih terjamin kepastian hukumnya. Hal ini dikarenakan produk potensi indikasi geografis yang telah terdaftar dan telah di setujui menyatakan bahwa produk tersebut adalah identitas suatu wilayah, dan pihak lain harus menghormatinya. Dilihat dari segi positifnya sistem pendaftaran lebih mudah dalam perlindungannya karena telah terdaftar dengan sendirinya dan akan lebih mudah dalam pengawasannya, selain itu juga sistem pendaftaran juga bias dilhat dari segi negatifnya yaitu tidak semua daerah mengerti tentang indikasi geografis dan tentu saja tidak semua tau prosedur pendaftarannya, sehingga sistem pendaftaran pada ketentuan ini indikasi geografis seakan akan membuang waktu, hal ini dikarenakan

hanya menunggu pihak pendaftar mendaftarkan produk potensi indikasi geografisnya.

Perlindungan hukum yang lain adalah dalam bentuk pengumuman permohonan pendaftran indikasi geografis terdapat dalam UU Merek Pasal 56 ayat 3, dimana proses pengumuman pendaftarannya sama dengan Merek yaitu terdapat dalam UU Merek Pasal 21-23. Dalam Pasal 21-23 menyatakan pengumuman dilakukan 10 hari dalam berita resmi Indikasi geografis sejak tanggal disetujuinya permohonan dan pengumuman berlangsung selama 3 bulan. Pengumuman pendaftaran indikasi geografis merupakan hal yang sangat penting karena hal ini adalah tindakan preventif, diumumkannya permohonan pendaftaran indikasi geografis merupakan suatu bentuk pemberitahuan serta peringatan bagi pihak lain agar pihak lain tahu bahwa produk tersebut sudah didaftarkan indikasi geografisnya. Oleh karena itu pihak lain harus menghormatinya, serta bertuhuan kalau ada keberatan atau sanggahan dari pihak lain mengenai produk yang telah didaftarkan indikasi geografisnya.

Selanjutnya perlindungan yang diberikan UU Merek adalah hak mengajukan gugatan bagi pemegang hak indikasi geografis terhadap pemakai hak indikasi geografis tanpa hak, perlindunga ini terdapat dalam Pasal 57 UU Merek. Pemilik hak indikasi geografis berhak mengajukan gugatan tersebut berupa ganti rugi, penghentian penggunaan indikasi geografis yang tidak mempunyai hak tersebut dan memusnahkan etiket indikasi geografis tersebut. Hak mengajukan gugatan tersebut untuk

melindungi serta mempertahankan hak pemegang indikasi geografis serta bertujuan mencegah kerugian yang lebih besar bagi pihak yang mempunyai hak indikasi geografis.

Dalam ketentuan UU Merek terdapat hanya 5 Pasal saja untuk perlindungan indikasi geografis, hanya Pasal 56-60. Kelima Pasal terebut dalam UU Merek dapat disimpulkan bentuk perlindungan hukumnya yaitu dari pendaftarannya, pengumumannya, dan hak mengajukan gugatan bagi pemegang hak indikasi geografis. Perlindungan indikasi geografis dalam Pasal 56-60 UU Merek sangat singkat sekali dan kurang jelas, selain itu ketentuan indikasi geografis juga adanya pertentangan antara Pasal tentang indikasi geografis dan Pasal tentang Merek sehingga UU Merek kurang dapat melindungi produk-produk potensi indikasi geografis di Indonesia.

Pasal 56-60 mengatur mengenai definisi indikasi geografis sebagai salah suatu indentitas dari suatu barang yang berasal dari suatu tempat tertentu yang menunjukkan kualitas, reputasi, dan karakteristik termasuk faktor alam dan manusia serta tata cara pendaftrannya hanya secara umum. Akan tetapi perlu ada yang harus diluruskan mengenai konsep dasar dari apa yang dimaksud dengan indiasi geografis, masyarakat menganngap bahwa indikasi geografis adalah bagian dari Merek, karena pengaturannya dijadikan satu dengan UU Merek. Masyarakat menganggap indikasi geografis memiiki perlindungan dan karakteristik yang sama dengan Merek, padahal jika indikasi geografis

dan Merek itu sama maka, seharusnya UU Merek tidak salaing bertentangan, diantaranya pada Pasal 5d UU Merek meyatakan:

Merek tidak dapat didaftar apabila Merek tersebut mengandung salah satu unsur di bawah ini:
a. bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan, atau kertertiban umum;
b. tidak memiliki daya pembeda;
c. telah menjadi milik umum; atau
d. merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.

Bisa dilihat pertentangan tersebut pada Pasal 5d yaitu suatu tanda dalam indikasi geografis sudah seharusnya pasti akan menyebutkan nama barang yang dihasilkan sebagai cirri khas hasil produksi tersebut dari daerah asal indikasi geografis, sebagai contoh: kopi Toraja, Meubel ukir jepara, kopi gayo adalah berkaitan dengan barang yang dimohonkan pendaftarannya, maka hal ini dapat di kategorikan sebagai Merek.

Selain itu juga terdapat perbedaan-perbedaan yang lain seperti perbedaan sifat dan karakteristik dari indikasi geografis dan Merek, Pasal 1 ayat 1 UU Merek:

Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

Penjelasan Pasal 56 ayat 1 UU Merek menyatakan:

Indikasi-geografis adalah suatu indikasi atau identitas dari suatu barang yang berasal dari suatu tempat, daerah atau wilayah tertentu yang menunjukkan adanya kualitas, reputasi dan karakteristik termasuk faktor alam dan faktor manusia yang dijadikan atribut dari barang tersebut. Tanda yang digunakan sebagai indikasi-geografis dapat berupa etiket atau label yang dilekatkan pada barang yang dihasilkan. Tanda tersebut dapat berupa nama tempat, daerah, atau wilayah, kata, gambar, huruf, atau

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

Dilihat dari definisi Pasal diatas terdapat perbedaan yang sangat signifikan, yaitu bahwa Merek hanya merupakan suatu tanda yang diletakkan pada suatu produk barang yang berfungsi senbagai daya pembeda dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa. Tanda tersebut tidak berkaitan dengan kualitas barang atau jasa yang diperdagangkan. Sedangkan dalam indikasi geografis tanda tersebut merupakan indentitas dari suatu barang yang berasal dari suatu tempat, daerah, atau wilayah yang karakteristik dari daerah tersebut yaitu faktor alam maupun manusianya mempengaruhi kualitas dan reputasi barang tersebut.

Kemudian Pasal 1 ayat 2 dan 3 menyatakan:

Merek Dagang adalah Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya.

Merek Jasa adalah Merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa-jasa sejenis lainnya.

Dalam Pasal 56 ayat 2 menyatakan

Indikasi-geografis mendapat perlindungan setelah terdaftar atas dasar permohonan yang diajukan oleh :

a. lembaga yang mewakili masyarakat di daerah yang memproduksi barang yang bersangkutan, yang terdiri atas:
    1. pihak yang mengusahakan barang yang merupakan hasil alam atau kekayaan alam;

2. produsen barang hasil pertanian;
3. pembuat barang-barang kerajinan tangan atau hasil industri; atau
4. pedagang yang menjual barang tersebut;

b. lembaga yang diberi kewenangan untuk itu; atau
c. kelompok konsumen barang tersebut.

Penjelasan Pasal 56 ayat 2 UU Merek diatas bahwa yang dimaksud lembaga yang mewakili masyarakat di daerah yang memproduksi barang adalah lembaga yang diberi wewenang utuk mendaftarkan indikasi geografis dan lembaga itu merupakan lembaga pemerintah atau lembaga resmi lainnya seperti koperasi dan asosiasi. Dari dua definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa Merek dapat dimiliki perorangan atau perusahaan, sedangkan indikasi geografis dapat dimiliki secara terbuka oleh suatu lembaga yang mewakili masyarakat atau kelompok konsumen tertentu.

Sedangkan dalam Pasal 3 UU Merek, yang dimaksud hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik Merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.[7]

Dalam Pasal 28 UU Merek jangka waktu perlindungan Merek adalah 10 tahun dan dapat diperpanjang, sedangkan dalam indikasi geografis terdapat pada Pasal 56 ayat 7 yaitu:

Indikasi-geografis terdaftar mendapat perlindungan hukum yang berlangsung selama ciri dan/atau kualitas yang menjadi dasar bagi diberikannya perlindungan atas indikasi- geografis tersebut masih ada.

[7] Pasal 3 Undang undang no 15 Tahun 2001 Tentang Merek

Undang-undang Merek tidak mengatur jangka waktu perlindungan indikasi geografis, sehinggak jangka waktu perlidungan indikasi geografis tidak terbatas selama tidak ada perubahan pada faktor alam atau faktor manusia yang ikut mempengaruhi kualitas barang yang dihasilkan daerah daerah tersebut, oleh karenanya terlihat perbedaan bahwa Merek jangka waktu perlindungannya 10 tahun dan bias diperpanjang sedangkan indikasi geografis tidak ada batasan waktu dalam perlindungannya karena tergantung faktor alam atau faktor manusia penghasil barang tersebut.

Dari uraian diatas menjadikan sebab bahwa UU Merek tidak dapat memberikan perlindungan indikasi geografis secara optimal, selain itu juga karena aturan dalam UU Merek mengenai indikasi geografis masih bergabung dalam aturan Merek dan juga karena sedikitnya Pasal yang ada, bergabungnya aturan indikasi geografis dengan Merek membuat pertentangan antara Pasal yang mengatur indikasi geografis dan Merek.

Penambahan dalam ketentuan yang mengatur indikasi geografis sangat diperlukan sebagai bentuk perlindugan hukum dengan cara menginvetarisasi produk-produk potnsi indkasi geogafis dari setiap daerah di Indonesia. Oleh karenanya perlu kerja sama dari setiap pemerintah daerah untuk mendata produk apa saja yang didaerahnya yang menjadi potensi indikasi geografis, selain itu juga Dirjen HKI diharuskan membentuk direktorat khusus indikasi geografis, karena selama ini masih menjadi bagian dari direktorat Merek, sehingga jajaran direktorat indikasi geografis yang turun langsung ke setiap daerah untuk mendata secara aktif

menginvetrisasi produk potensi indikasi geografis, menentukan suatu produk teebut merupakan indikasi geografis atau tidak, kemudian mendaftrakannya dan memberikan perlindungan dan memantau perkembangan pelaksanaaan penggunaan produk tersebut, sehingga tidak perlu menunggu orang untuk mendaftarkan potensi produk indikasi geografisnya.

Pada ketentuan pendaftaran dalam Pasal 56 ayat 9 UU Merek pendaftaran indikasi geografis selanjutnya diatur dalam peraturan pemerintah, peraturan pemerintah di buat tahun 2007 yaitu keluarnya Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 Tentang Indikasi Geografis, akan tetapi peraturan ini hnya mengatur kembali ketentuan pokok indikasi geografis yang terdapat dalam UU Merek, PP indikasi geografis ini mengatur:

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

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

1. Tahap Pertama: Mengajukan Permohonan
2. Tahap Kedua: Pemeriksaan Administratif
3. Tahap'Ketiga: Pemeriksaan Substansi

4. Tahap Keempat: Pengumuman
5. Tahap Kelima: Oposisi Pendaftaran
6. Tahap Keenam: Pendaftaran
7. Tahap Ketujuh: Pengawasan terhadap pemakaian indikasi geografis
8. Tahap Kedelapan : Banding,

f. Tata cara pemeriksaan
g. Pemakaian dan Pengawasan indikasi geografis
h. Indikasi geografis dari luar negeri
i. Perubahan dan berakhirnya perlindungan
j. Banding indikasi geografis
k. Pelanggaran dan gugatan
l. Pemakai terdahulu indikasi geografis

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

a. Bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, moralitas agama, kesusilaan atau ketertiban umum;
b. Menyesatkan atau memperdaya masyarakat mengenai: ciri, sifat, kualitas, asal sumber, proses pembuatan barang, dan/atau kegunaannya;

c. Merupakan nama geografis setempat yang telah digunakan sebagai nama varietas tanaman, dan digunakan bagi varietas tanaman yang sejenis

   Apabila suatu Indikasi-geografis telah digunakan sebagai nama varietas tanaman tertentu, nama Indikasi-geografis tersebut hanya dapat digunakan untuk varietas tanaman yang bersangkutan saja. Contoh: Nama/kata "Cianjur" telah dikenal sebagai nama salah satu varietas tanaman padi. Oleh karenanya, kata "Cianjur" tidak diperkenankan untuk digunakan sebagai indikasi geografis bagi varietas tanaman padi lainnya sekalipun pembudidayaannya dilakukan di daerah Cianjur. Hal ini dimaksudkan untuk menghindarkan timbulnya kemungkinan yang menyesatkan. Walaupun demikian, kata "Cianjur" dapat digunakan sebagai indikasi-geografis bagi varietas tanaman lain ataupun barang lainnya selain padi atau beras, misalnya: salak, markisa, tauco, dan sebagainya.[8]

d. Telah menjadi generik.

   Indikasi yang bersifat generik adalah indikasi tentang suatu barang yang telah menjadi milik umum karena sering digunakan dalam bahasa sehari- daerah di Indonesia. Contohnya :tempe, tahu, batik, jeruk bali dan sebagainya.[9]

---

[8] Penjelasan Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2001 Tentang Indikasi Geografis Pasal 3 huruf c

[9] Penjelasan Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 Tetang Indikasi Geografis pasl 3 huruf d

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

Hal di atas sesuai dengan teori perlindungan hukum yang dikemukakan oleh Philipus M. Hadjon bahwa perlindungan hukum merupakan perlindungan akan harkat dan martabat serta pengakuan terhadap hak asasi manusia yang dimiliki oleh subjek hukum dalam negara hukum dengan berdasarkan pada ketentuan hukum yang berlaku di negara tersebut guna mencegah terjadinya kesewenang-wenangan, sehingga dapat dikatakan bahwa hukum berfungsi sebagai perlindungan atas kepentingan manusia.[10] Perlindungan hukum adalah suatu upaya yang dilakukan oleh hukum dalam menanggulangi pelanggaran, yang terdiri dari dua jenis, yaitu:[11]

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

Sebagai bahan perbandingan perlindungan hukum yang bersifat represif dan preventif:

a. Represif adalah perlindungan hukum yang dilakukan ketika masalah atau sengketa sudah terjadi, represif bertujuan untuk menyelesaikan masalah atau sengketa

[10] Philipus M Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, Surabaya, Bina Ilmu, 1987, hlm. 19.
[11] *Ibid.*

b. Preventif adalah perlindungan hukum yang memberikan kesempatn pada subyek hukum untuk mengaukan keberatan atau pendapatnya, sebelum ada keputusan yang definitive, preventif bertujuan mencegah terjadinya sengketa atau masalah.

Dengan menginvetarisasi produk potensi indikasi geografis di seluruh wilayah Indonesia merupakan perlindungan hukum preventif untuk mencagah terjadinya pelanggaran terhadap indikasi geografis karena produk tersebut merupakan produk domestik yang memiliki nilai ekonomi dan reputasi yang tinggi, sehingga memerlukan jaminan kepastian hukum, di Indonesia tingkat pendaftaran produk potensi indikasi geografis masih rendah.

Indikasi Geografis Terdaftar[12]

No.	Produk	Pemohon	No. Agenda	No. Pendaftaran
1	Kopi Arabika Kintamani Bali	MPIG (Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis) Kopi Kintamani Bali	IG.00.2007.000001	IDIG 000000001
2.	Champagne	Comite Interprofessional Du Vin De Champagne (CIVC) Kuasa : Gunawan Suryomurcito	IG.00.2008.000001	ID G 000000002
3.	Mebel Ukir Jepara	Jepara Indikasi Geografis Produk-Mebel Ukir Jepara (JIP-MUJ)	IG.00.2007.000005	ID G 000000003
4.	Lada Putih Munthok	Badan Pengelola, Pengembangan dan Pemasaran Lada (BP3L) Provinsi Kepulauan Bangka Belitung	IG.00.2009.000002	ID G 000000004
5.	Kopi Arabika Gayo	MPKG (Masyarakat Perlindungan Kopi Gayo)	IG.00.2009.000003	ID G 000000005
6.	Pisco	INDECOPI Perwakilan Diplomatik : Ambassador Juan Alvarez Vita Embassy Of Peru In Indonesia	IG.00.2009.000001	ID G 000000006

[12] Data dari Kasubdit Indikasi Geografis Direktorat Merk pada Ditjen HAKI Depkuham, per tangal 24 April 2012

7.	Tembakau Hitam Sumedang	Pemerintah Kabupaten Sumedang	IG.00.2010.000002 2	ID G 000000007
8.	Tembakau Mole Sumedang	Pemerintah Kabupaten Sumedang	IG.00.2010.000002 3	ID G 000000008
9.	Parmigiano Reggiano	Consarzio Del Formaggio "Parmigiano - Reggiano" Via Kennedy 18 Reggio Emilia, Italy Kuasa : Andromeda, BA., SH AMR Partnership	IG.00.2010.000002 4	ID G 000000009
10	Susu Kuda Sumbawa	Asosiasi Pengembangan Susu Kuda Sumbawa	IG.24.2011.000001	ID G 000000010
11	Kangkung Lombok	Asosiasi Komoditas Kangkung Lombok	IG.24.2011.000002	ID G 000000011
12	Madu Sumbawa	Jaringan Madu Hutan Sumbawa	IG.24.2011.000003	ID G 000000012
13	Beras Adan Krayan	Asosiasi Masyarakat Adat Perlindungan (AMAP) Beras Adan Krayan	IG.00.2011.000004	ID G 000000013
14	Kopi Arabika Flores Bajawa	Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG) Kopi Arabika Flores Bajawa	IG.00.2011.000005	ID G 000000014

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

geografis ini menjadi aneh, karena PP Indikasi geografis ini tampak berdiri sendiri.

Mengikuti pandangan Lawrence M. Friedman dalam Teori Sistem Hukum yang menyatakan bahwa yang mempengaruhi bekerjanya hukum dalam masyarakat berkaitan dengan 3 (tiga) hal yaitu substansi hukum, struktur hukum, dan budaya hukum.[13] Tetapi dalam hal ini yang sangat mempengaruhi adalah substansi hukum, yaitu peraturan-peraturan dan ketentuan mengenai bagaimana institusi-institusi harus berperilaku. Meliputi hukum primer yang mengatur tentang tingkah laku dan hukum sekunder yang memberlakukan dan memaksakan hukum primer, berupa norma-norma hukum peraturan perundang-undangan.

Pada perlindungan indikasi geografis terhadap produk potensi indikasi geografis ini peraturan perundang-undangan yang di maksud adalah Pasal 56-60 Undang-undang, Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek dan Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 Tentang Indikasi Geografis. Seperti yang telah diuraikan di atas dalam UU Merek, ketentuan Merek lebih dominan dari indikasi geografis, karena memang hanya terdapat beberapa Pasal saja tentang indikasi geografis. Sehingga terkesan indikasi geografis hanya bagian dari Merek. Ditambah lagi dalam Pasal 1 UU Merek tidak mendefinisikan indikasi geografis, serta tidak ada cara pendaftarannya. Kemudian pada PP Indikasi geografis, baru diatur mengenai mekanisme pendaftaran. Terkait dengan masalah substansi

[13] M. Khozim, *Sistem Hukum Perspektif Ilmu Sosial*, Bandung, Nusa Media, 2009, hlm. 15-18.

hukum ini yang menyebabkan produk potensi indikasi geografis kurang bisa dilindungi.

2. Upaya Hukum Yang Dapat ditempuh

Pada dasarnya merek dan indikasi geografis sering mengalami benturan didalam prakteknya, oleh karena indikasi geografis dan merek dagang sering dipakai secara bersamaan sehingga seringkali para pengusaha mendaftarkan indikasi geografis sebagai merek dagang. Hal ini telah memicu terjadinya persaingan curang diantara para produsen. Beberapa kasus telah terjadi menimpa produk indikasi geografis Indonesia. Pengaturan Indikasi Geografis di Indonesia diatur dalam lingkup Undang-undang Merek, baik Undang -undang Nomor 14 Tahun 1997 maupun Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001. Mengingat keduanya mempunyai perbedaan yang sangat mendasar, maka hal itu dapat menimbulkan pemahaman yang keliru. Sebagian masyarakat akan menganggap bahwa Indikasi Geografis adalah bagian dari Merek. Apalagi dalam pengaturan dan cara pendaftarannya tidak menjelaskan secara tegas perbedaan perbedaan prinsipil antara merek dan Indikasi Geografis tersebut. Akibatnya, muncul kerancuan yang menafsirkan Indikasi Geografis sebagai bagian dari merek. Di beberapa Negara, diatur dalam aturan tersendiri sebagaimana halnya di Perancis, Australia, dan India. Menurut sistem dan pemahaman yang dikembangkan di negara-negara tersebut, ruang lingkup perlindungan Indikasi Geografis berbeda dengan

merek. Demikian pula system pendaftarannya. Di Perancis, untuk mendaftarkan Indikasi Geografis harus melalui prosedur yang cukup panjang, termasuk melalui pengujian secara teliti tentang struktur tanah, alam dan lingkungan serta intervensi faktor manusia.

Meskipun demikian masih sering terjadi konflik antara merek dan Indikasi Geografis, terutama dalam bentuk penggunaan nama Indikasi Geografis dipergunakan sebagai merek dagang atau jasa. Misalnya, Champagne dipergunakan untuk jenis barang parfume. Dalam hal demikian orang akan mengira bahwa pendaftaran Indikasi Geografis berarti pendaftaran merek. Atau, terdapat dua perlindungan yang berlaku secara otomatis yaitu antara merek dan Indikasi Geografis (INAO, 2001:9). Dari segi lingkup pengaturan, terdapat perbedaan prinsip antara indikasi Geografis dan Merek.[14]

Beberapa kasus yang terjadi di dalam negeri maupun di luar negeri adalah:[15]

a. Kasus Kopi Gayo

Gayo merupakan dataran tinggi di provinsi Nagroe Aceh Darusalam yang telah puluhan tahun dikenal sebagai penghasil kopi arabika terbaik di dunia Perkebunan Kopi yang telah dikembangkan sejak tahun 1926 ini tumbuh subur di Kabupaten Bener Meriah dan AcehTengah. Pada tanggal 15-07-1999 kata ”Gayo Mountain Coffee” didaftarkan oleh European Coffee Bv yang beralamat Zwarteweg 6 B

[14] Agung Damarsasongko, Makalah merek dan indikasi geografis, tanpa tahun. Hal 8-10
[15] *Ibid.*

NL-1412 GD Naarden Paises Bajosmelalui CTM daftar 001242965, kelas 30 dengan jenisbarang Coffee, tea, cocoa, sugar and artificialcoffee. Berdasarkan adanya sertifikat merek European BV melalui Holland Coffee telah melayangkan surat /somasi kepada PT. Arvis Sanada suatu perusahaan eksportir kopi nasional yang dimiliki oleh putra asal Gayo berkedudukan di Medan Sumatera Utara untuk tidak mengeksport kopi ke Belanda dengan menggunakan kata Gayo Coffeekarena kata tersebut memiliki persamaandengan sertifikat merek miliknya. Hal ini membuat kontrak eksport kopi ke belanda dihentikan dan semua kontrak yang telah disepakati dibatalkan. Kemudian Eroupean Bv juga melarang semua perusahaan kopi diseluruh dunia untuk tidak mengedarkan kopi gayo di belanda. Seperti juga halnya Pt. Arvis Sanada, European BV tidak keberatan atas peredaran kopi di Belanda asal tidak menggunakan kata Gayo kalupun itu merupakan asal dari kopi yang diperdagangkan

b. Kasus Kopi Toraja

Sejauh ini masyarakat mengakuibahwa reputasi Kopi Toraja sudah sedemikian tinggi hingga dikenal luas didalam dan di luar negeri. Sebagai bagian dari fenomena bisnis dan perdagangan, suatu produk yang mempunyai reputasi Internasional akan diikuti oleh praktek peniruan, termasuk dalam bentuk dan cara penggunaan nama-nama produk yang sudah terkenal tersebut. Begitu pula dengan Kopi Toraja yang sudah terkenal mempunyai reputasi diluar negeri. Nama Kopi

Toraja telah digunakan di luar negeri dan didaftarkan sebagai merek. Contohnya, di AmerikaSerikat terdapat tiga pendaftaran merek yang menggunakan kata TORAJA berikut dengan gambar rumah Toraja. Data selengkapnya adalah sebagai berikut :

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 IFESInc. Corporation California.

Patut dicatat bahwa pendaftaran TORAJA COFFEE di Amerika Serikat tersebut tidak menyatakan kata TORAJA beserta gambar rumah Toraja yang merupakan simbol daerah Toraja sebagai hak eksklusif pendaftar. Ini berarti kata Toraja Coffee tidak diklaim sebagai produk Indikasi Geografis dari Indonesia. Hal itu merupakan konsekuensi logis dari belum didaftarnya Toraja Coffee dalam perlindungan Indikasi Geografis di Indonesia meskipun sudah diatur dalam Undang-undang Merek. Dengan kata lain, Amerika Serikat tidak mengetahui produk-produk mana yang termasuk dalam kategori Indikasi Geogarafis dari Indonesia. Oleh karena itu penggunaan secara tanpa hak nama-nama produk-produk geografis Indonesia tidak dapat diselesaikan melalui jalur hokum.

c. Kasus Champagne

Kasus yang terkait dengan Champagne adalah penggunaan kata tersebut untuk merek bagi jenis barang selain minuman anggur. Pada tahun 1984, kata Champagne dipergunakan oleh perusahaan Perancis SEITA untuk jenis barang tembakau dan juga pada tahun 1993 kata Champagne digunakan untuk parfume, kedua kasustersebut telah dibawa ke proses pengadilan.

Patut dicatat bahwa penggunaan nama geografis yang sudah mempunyai reputasi untuk produk lainnya akan mengakibatkan hal-hal yang di indikasikan sebagai berikut :

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 tindak persaingan curang dimana pengguna nama oleh yang tidak berhak akan menimbulkan kesan bahwa barang tersebut merupakan barang yang juga memiliki reputasi.
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.

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.

Perancis sudah mengatur hal tersebut sehingga perlindungan terhadap produk –produk geografis terlindungi baik secara nasional maupun Internasional.

d. Kasus Darjeling Tea

Darjeling Tea salah satu produk indikasi geografis di India yang cukup terkenal karena kekhasannya hanya tumbuh di daerah pegunungan Sadar, Kalimpong, dan Kurseong dari distrik Darjeeling, West Bengal, India. Pemerintah India berupaya keras untuk melindungi komoditas ini dari kemungkinan penyalahgunaan yang dapat menurunkan reputasi atau penggunaan secara tanpa hak atas. Bentuk upaya yang dilakukan oleh Pemerintah India yaitu dengan membentuk Tea Board of India, lembaga ini sebagai pemegang hak atas Darjeeling Tea. Adapun ruang lingkup kegiatan dari Tea Board yaitu:

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. Memberikan perlindungan 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.

Dengan adanya lembaga tersebut maka, perlindungan atas produk indikasi geografis Darjeeling tea dapat terjamin keberadaannya. Sebagaimana halnya pendaftaran merek Darjeeling Tea berikut logo di Amerika didaftarkan oleh Tea Board Of India Corporation dibawah pendaftaran nomor 1632726 tanggal 2 Januari 1991. Selain pendaftaran tersebut juga terdapatpendaftaran lain atas kata Darjeeling yaitu Darjeeling Gardens daftar nomor 1490383tanggal 31 Mei 1988 atas nama Kraft Inc Corporation Delaware Kraft Court Glenview Illinois melindungi jenis barang Teh, kemudian pada tanggal 5 Desember 1994, pendaftaran tersebut dibatalkan berdasarkan Pasal 8 Undang-undang Merek Amerika yaitu karena terdapat persamaan dengan pendaftaran merek milik orang/lembaga lain. Dari kasus tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan adanya perlindungan Indikasi Geografis

dari negara bersangkutan dan memberikan jaminan perlindungan sampai dengan dunia Internasional maka hal tersebut akan memberikan jaminan kepastian hukum atas produk Indikasi Geogarafis bersangkutan.

Kasus indikasi geografis lainnya yang muncul dari India yaitu kasus Basmati Rice (beras Basmati), Basmati berarti the queen of fragrance or the perfumed one. Tipe beras ini tumbuh di kaki bukit Himalaya sejak ribuan tahun. Beras ini mempunyai aroma sangat khas yang berasal dari biji padi yang panjang. Pada tahun 1997 sebuah perusahaan Amerika Rice Tec Inc telah melakukan suatu penemuan dan mendaftarkan sebagai Paten yang diberi nama the aromatic ricegrown outside India “Basmati”, penemuan tersebut merupakan metode untuk mengembangkan Basmati Rice diluar India dengan cita rasa dan aroma yang sama dengan Basmati berasal dari India. Rice Tec Inc mencoba untuk memasuki pasar Internasional Basmati dengan menggunakan merek Kasmati dan Texmati. Rice Tec Inc tidak hanya menyebutkan aroma Basmati dalam produk tersbut namun juga memberikan label Basmati untuk diexport. Beras adalah aspek yang utama bagi India dalam menumbuhkan pertumbuhan ekonomi, beras Basmati telahdi export kurang lebih setengah juta ton ke Teluk, Saudi Arabia, Eropa dan Amerika.

Dengan adanya rekayasa pertanian atas beras Basmati tersebut diatas, maka pemerintah India telah melakukan upaya-upaya hukum secara

Internasional yaitu dengan membawa kasus ini ke WTO, apabila dikaitkan dengan ketentuan TRIP yang mengatur tentang indikasi geografis maka penggunaan kata Basmati adalah hal yang eksklusif yang berasal dari India dan Pakistan sebagaimana halnya Champagne berasal dari Perancis dan Scoth Whiskey berasal dari Scotland, sehingga tidak dapat dipergunakan kepada suatu produk yang bukan berasal dari wilayah yang bersangkutan.Hingga saat ini permasalahan Basmati Ricemasih dalam pembahasan di WTO dan dunia Internasional, perjuangan pemerintah India atas kasus ini masih terus berlangsung. Kasus ini sebagian besar pengamat menyebutnya sebagai bio-piracy. Dari kedua kasus indikasi geografis di India, menunjukkan bahwa pengaturan indikasi geografis disuatu negara akan membawa dampak positif yaitu memberikan perlindungan dan kepastian hukum atas produk indikasi geografis di negara yang bersangkutan maupun di dunia Internasional.

Dalam system peraturan Indonesia tentang Indikasi geografis yaitu UU merek no 15 tahun 2001 dan PP no 51 tahun 2007 menerangkan bahwa Ketentuan pidana terhadap pelanggaran indikasi geografis adalah sebagai berikut:

1. Ketentuan pidana terhadap seseorang yang melakukan pelanggaran indikasi geografis adalah pidana penjara paling lama 5 tahun dan atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00.[16]

[16] Pasal 92 ayat 1 Undang undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek

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 dan/atau denda paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

2. Pidana penjara paling lama 4 tahun dan atau denda paling banyak 800.000.000,00.[17]

   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 dan/atau denda paling banyak Rp.800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah).

3. Pidana penjara paling lama 4 tahun dan atau denda 800.000.000,00.[18]

   Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang dilindungi berdasarkan indikasi-asal pada barang atau jasa sehingga dapat memperdaya atau menyesatkan masyarakat mengenai asal barang atau asal jasa tersebut, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah).

Dalam Peraturan pemerintah nomor 51 tahun 2007 tentang indikasi geografis, pelanggaran indikasi geografis terdapat pada pasal 26 menyatakan:

Pelanggaran Indikasi-geografis mencakup:

a. pemakaian Indikasi-geografis yang bersifat komersial, baik secara langsung maupun tidak langsung atas barang yang tidak memenuhi Buku Persyaratan;
b. pemakaian suatu tanda Indikasi-geografis yang bersifat komersial, baik secara langsung maupun tidak langsung atas barang yang dilindungi atau tidak dilindungi dengan maksud:
   1. untuk menunjukkan bahwa barang tersebut sebanding kualitasnya dengan barang yang dilindungi oleh Indikasi-geografis;
   2. untuk mendapatkan keuntungan dari pemakaian tersebut; atau
   3. untuk mendapatkan keuntungan atas reputasi Indikasi-geografis;

[17] Pasal 92 ayat 2 Undang undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek
[18] Pasal 93 Undang undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek

c. pemakaian Indikasi-geografis yang dapat menyesatkan masyarakat sehubungan dengan asal usul geografis barang itu
d. pemakaian Indikasi-geografis secara tanpa hak sekalipun tempat asal barang dinyatakan;
e. peniruan atau penyalahgunaan lainnya yang dapat menyesatkan sehubungan dengan asal tempat barang atau kualitas barang yang tercermin dari pernyataan yang terdapat pada:
   1. pembungkus atau kemasan;
   2. keterangan dalam iklan;
   3. keterangan dalam dokumen mengenai barang tersebut;
   4. informasi yang dapat menyesatkan mengenai asal usulnya (dalam hal pengepakan barang dalam suatu kemasan); atau
f. Tindakan lainnya yang dapat menyesatkan masyarakat luas mengenai kebenaran asal barang tersebut.

Pengajuan gugatan terhadap pelanggaran indikasi geografis tertuang dalam pasal 26 yaitu:

(1) Pengajuan gugatan terhadap pelanggaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25, dilakukan sesuai dengan ketentuan Pasal 57 ayat (1) dan Pasal 58 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.
(2) Gugatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dilakukan oleh:
   a. setiap produsen yang berhak menggunakan Indikasi-geografis;
   b. lembaga yang mewakili masyarakat; atau
   c. lembaga yang diberi kewenangan untuk itu.
(3) Ketentuan mengenai tata cara pengajuan gugatan untuk Indikasi-geografis berlaku secara *mutatis mutandis* ketentuan Pasal 80 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

Berdasarkan penjelasan diatas sesuai dengan ketentuan pasal 57 ayat 1 yaitu pemegang hak atas indikasi geogafis dapat mengajukan gugatan terhadap pemakai indikasi geografis yang tanpa hak berupa permohonan ganti rugi dan penghentian penggunaan serta pemusnahan etiket indikasi geografis yang digunakan secara tanpa hak tersebut. Sehingga dengan demikian apabila nantinya terjadi suatu pelanggaran produk indikasi geografis maka melalui pengajuan gugatan dapat dilakukan dengan gugatan ganti rugi kerugian dan pemusnahan semua etiket tentang produk indikasi geografis tersebut. Hal ini tersebut

dilakukan untuk menghilangkan semua informasi yang dapat menyesatkan produk indikasi geografis sehingga terjadi penurunan citra terhadap kualtas produk indikasi geogafis.

Tata cara pengajuan gugatan adalah tercantum dalam pasal 80 UU no 15 tahun 2001:

(2) Dalam hal tergugat bertempat tinggal di luar wilayah Indonesia, gugatan tersebut diajukan kepada Ketua Pengadilan Niaga Jakarta Pusat.
(3) Panitera mendaftarkan gugatan pembatalan pada tanggal gugatan yang bersangkutan diajukan dan kepada penggugat diberikan tanda terima tertulis yang ditandatangani panitera dengan tanggal yang sama dengan tanggal pendaftaran gugatan.
(4) Panitera menyampaikan gugatan pembatalan kepada Ketua Pengadilan Niaga dalam jangka waktu paling lama 2 (dua) hari terhitung sejak gugatan didaftarkan.
(5) Dalam jangka waktu paling lama 3 (tiga) hari terhitung sejak tanggal gugatan pembatalan didaftarkan, Pengadilan Niaga mempelajari gugatan dan menetapkan hari sidang.
(6) Sidang pemeriksaan atas gugatan pembatalan diselenggarakan dalam jangka waktu paling lama 60 (enam puluh) hari setelah gugatan didaftarkan.
(7) Pemanggilan para pihak dilakukan oleh juru sita paling lama 7 (tujuh) hari setelah gugatan pembatalan didaftarkan.
(8) Putusan atas gugatan pembatalan harus diucapkan paling lama 90 (sembilan puluh) hari setelah gugatan didaftarkan dan dapat diperpanjang paling lama 30 (tiga puluh) hari atas persetujuan Ketua Mahkamah Agung.
(9) Putusan atas gugatan pembatalan sebagaimana dimaksud pada ayat (8) yang memuat secara lengkap pertimbangan hukum yang mendasari putusan tersebut harus diucapkan dalam sidang terbuka untuk umum dan dapat dijalankan terlebih dahulu meskipun terhadap putusan tersebut diajukan suatu upaya hukum.
(10) Isi putusan Pengadilan Niaga sebagaimana dimaksud pada ayat (9) wajib disampaikan oleh juru sita kepada para pihak paling lama 14 (empat belas) hari setelah putusan atas gugatan pembatalan diucapkan.

Beberapa ancaman hukuman diatas, telah memberikan suatu akibat hokum yang fatal bagi para pihak yang ingin melakukan peniruan terhadap suatu produk indikasi geografis, dalam penerapannya di

Indonesia bisa dikatakan belum sesuai dengan paying hokum yang ada. Masyarakat yang berada dalam sector indikasi geografis merasa kesulitan untuk melakukan suatu upaya gugatan kepada pengadilan niaga.

Indikasi geografis yang tidak didaftarakan tidak berarti tidak ada instrument hukum lain yang dapat dipergunakan untuk mempertahankan hak indikasi geografis dari perbuatan orang lain. Instrument hukum yang dapat dipergunakan antara lain melalui gugatan perdata dengan menggunakan argumentasi bahwa perbuatan meniru tersebut merupakan perbuatan melawan hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 1365 KUH perdata. Instrument hukum lain yang dapat digunakan adalah melaporkan kepada polisi karena telah melakukan perbuatan curang sebagaimana diatur dalam pasal 382 bis KUHP.

Namun demikian penerapan pasal 1365 KUH perdata dan pasal 382 bis KUHP dalam kenyataannya dapat mengalami kesulitan yaitu antara lain mengenai pembuktian bahwa indikasi geografis tersebut benar-benar milik penggugat atau pelapor. Demikian juga mengenai cara menghitung jumlah kerugian yang benar benar diderita oleh penggugat akan mengalami kesulitan karena tidak adanya pedoman yang baku dalam penentuan ganti rugi yang bisa dituntut oleh penggugat yang dirugikan.

Sejalan dengan Hoffman, Mariam Darus Badrulzaman mengatakan bahwa syarat-syarat yang harus ada untuk menentukan suatu perbuatan melawan hukum adalah sebagai berikut:[19]

1. Harus ada perbuatan, yang dimaksud dengan perbuatan ini baik yang bersifat positif maupun yang bersifat negative artinya setiap tingkah laku berbuat atau tidak berbuat.
2. Perbuatan itu harus melawan hukum, artinya perbuatan melawan hukum adalah perbuatan melawan undang undang
3. Ada kerugian
4. Ada hubungan sebab akibat antara perbuatan melawan hukum itu dengan kerugian
5. Ada kesalahan (schuld),

Dalam pasal 1365 berbunyi: tiap perbuatan melawan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut. Yang dapat digugat berdasar pasal 1365 antara lain:

2. Pengrusakan barang (menimbulkan kerugian material)
3. Gangguan (hinder, menimbulkan kerugian immaterial yaitu mengurangi kenikmatan atau sesuatu.
4. Menyalahgunakan hak (orang menggunakan barang miliknya sendiri tanpa kepentingan yang patut, tujuannya untuk merugikan orang lain).

[19] Hoffman, Mariam Darus Badrulzaman, *KUH Perdata Buku III, Hukum Perikatan dengan Penjelasan*, Alumni, Bandung, hlm 146-147

Upaya hukum lain yang dapat dilakukan oleh pemilik indikasi geografis adalah melaporkan perbuatan tersebut berdasarkan pasal 382 bis KUHP kepada pihak kepolisian, sehingga perkara tersebut menjadi tindak pidana, upaya hukum lainnya dapat dilakukan dengan cara musyawarah anatara kediuanya untuk menghentikan perbuatannya dan hal tersebut dapat dilakukan melalui mediator yang akan menjadi penengah dalam kasus tersebut.

B. Upaya Pemerintah Untuk Mendorong Tumbuhnya Perlindungan Indikasi Geografis Terhadap Produk Potensi Indikasi Geografis di Indonesia

Dari pembahasan rumusan masalah pertama dapat disimpulkan, ketentuan mengenai indikasi geografis yang ada sekarang, belum memadai, belum bisa melindungi produk potensi geografis di Indonesia, karena aturan mengenai indikasi geografis masih bergabung dengan aturan Merek yaitu dalam UU Merek, juga karena sedikitnya jumlah Pasal yang ada. Bergabungnya aturan indikasi geografis dengan aturan Merek membuat pertentangan antara Pasal yang mengatur indikasi geografis dengan Pasal yang mengatur tentang Merek. Begitu juga dalam PP Indikasi Geografis, didalamnya hanya mengulang aturan yang ada dalam UU Merek. Maka pemerintah perlu melakukan upaya hukum untuk mendorong tumbuhnya perlindungan indikasi geografis terhadap produk potensi indikasi geografis di Indonesia. Upaya hukum yang dapat dilakukan adalah pemerintah perlu

membuat Undang-undang tentang indikasi geografis yang berdiri sendiri. Hal ini sesuai dengan syarat pembentukan suatu undang-undang yang dikemukakan A. Hamid S. Attamimi, yaitu suatu undang-undang yang dibentuk harus memenuhi asas tujuan yang jelas. Suatu undang-undang harus dibentuk dengan tujuan yang jelas.[20]

Tujuan yang jelas tersebut tercantum dalam konsiderans. Karena selama ini ketentuan mengenai indikasi geografis bergabung dengan UU Merek, tentu saja ketentuan tentang Merek yang lebih dominan dan pada konsiderans pun tidak disebutkan tentang indikasi geografis. Juga dalam ketentuan umum pada Pasal 1 UU Merek tidak disebutkan definisi indikasi geografis. Dengan membentuk UU Indikasi Geografis tersendiri maka akan lebih jelas tujuannya. Membentuk undang-undang sendiri, dengan sendirinya akan menambah ketentuan yang sudah ada dalam UU Merek sekarang. Jika sebelumnya sistem pendaftaran yang ada dalam indikasi geografis hanya menunggu pendaftar, maka ditambahkan ketentuan dengan membentuk tIm khusus yaitu Direktorat Indikasi Geografis dari Dirjen HKI Kementrian Hukum dan HAM Republik Indonesia. Orang-orang yang duduk dalam Direktorat Indikasi Geografis bertugas menginventarisasi produk-produk potensi indikasi geografis yang ada di seluruh daerah di Indonesia, menentukan apakah suatu produk merupakan produk potensi indikasi geografis atau tidak. Kemudian mendaftarkan dan memberikan perlindungan serta memantau perkembangan pelaksanaan penggunaan produk

[20] A. Hamid S. Attamimi dalam Maria Farida Indrati S., *Ilmu Perundang-undangan (1) (Jenis, Fungsi dan MateriMuatan)*, Yogyakarta, Kanisius, 2007, hlm. 256.

geografisnya. Diperlukan juga ketentuan yang mewajibkan para pemerintah daerah untuk menginventarisasi produk potensi indikasi geografis apa saja yang ada di daerahnya, sehingga semua masyarakat termasuk pemerintah ikut aktif dalam melindungi produk potensi indikasi geografis di Indonesia.

Seperti pelaksanaan perlindungan indikasi geografis di Perancis. Perancis yang terkenal dengan produk minuman anggumya yaitu Champagne. Champagne merupakan produk minuman anggur yang dilindungi indikasi geografis. Pemerintah Perancis selain mempunyai peraturan perundang-undangan tentang perlindungan bagi produk yang menggunakan nama geografis, juga mempunyai lembaga khusus yaitu INAO. INAO atau *Institut National de Appelation d'origin* merupakan nama sebuah lembaga yang menangani perlindungan Indikasi Geografis di negara Perancis. Tentunya dapat menjadi pedoman lembaga-lembaga indikasi geografis di seluruh dunia khususnya di Indonesia. Struktur INAO terdiri dari dua bagian yaitu:[21]

1. Badan Konsultasi adalah badan yang mempunyai tugas sebagai pembuat keputusan yang terdiri dari perwakilan produsen, pedagang, konsumen dan pemerintah. Adapun Struktur Badan Konsultasi meliputi:
    b. Komite Daerah yang beranggotakan perwakilan pemerintah yang ditunjuk oleh Menteri Pertanian dan Menteri Ekonomi dan Keuangan, mempunyai tugas memeriksa seluruh materi yang berkaitan dengan daerah tersebut yang berkaitan dengan aktivitas INAO dalam menentukan Penamaan Tempat Asal dan Indikasi Geografis.

[21] Andi N. Sommeng, INAO, Sebuah Lembaga Indikasi Geografis Di Perancis, http://www.iqjepara.com.

c. Para produsen dan para pedagang, yang diangkat oleh Menteri Pertanian untuk jangka waktu 6 (enam) tahun.

Komite Nasional adalah badan konsultasi INAO untuk tingkat Nasional, yang terdiri dari:

a. Komite Nasional untuk Minuman Anggur dan Minuman Keras.
b. Komite Nasional untuk makanan sehari-hari (*Dairy Product*).
c. Komite Nasional untuk makanan selain minuman anggur, minuman keras dan makanan sehari-hari.
d. Komite Nasional untuk perlindungan Indikasi Geografis.

Dewan Pekerja adalah bagian dari INAO yang terdiri dari 25 anggota, (termasuk 5 anggota yang ditunjuk oleh menteri), dengan tugas menentukan pembiayaan, kebijaksanaan secara umum lembaga INAO, dan mempertahankan konsep Penamaan Tempat Asal

2. Divisi Khusus

Lembaga INAO memiliki beberapa divisi dan setiap divisi dipimpin oleh seorang Direktur yang diangkat oleh Menteri Pertanian. Para Direktur mempersiapkan secara administratif isi putusan dan melaksanakan putusan yang dikeluarkan oleh Komite Nasional. Dengan kekuatan lebih dari 250 orang pegawai yang bekerja di INAO yang tersebar di 27 kantor daerah dan Pelayanan Pusat di Paris, setiap tahun lebih 500 Penamaan Tempat Asal yang diproses administrasi dan pendaftarannya oleh INAO.

Pada pelaksanaan perlindungan indikasi geografis di Perancis terlihat sekali bahwa pemerintah Perancis sangat peduli dengan produk indikasi geografis di negaranya. Ini terlihat dari pembentukan INAO, disana ada campur tangan pemerintah. Pemerintah Perancis ikut campur dalam pembentukan badan-badan atau dewan-dewan yang ada dalam INAO. Perwakilan yang ada dalam INAO ditunjuk oleh Menteri Pertanian serta Menteri Ekonomi dan Keuangan. Ini bukti ada kontrol dari Pemerintah Perancis. Hal ini juga menunjukkan adanya kerja sama yang baik antara Pemerintah Perancis dengan lembaga ini serta dengan elemen masyarakat, yaitu produsen dan pedagang.

Perlindungan indikasi geografis di Perancis ini dapat dijadikan rujukan bagi perlindungan indikasi geografis di Indonesia. Karena disini terlihat jelas bedanya, perlindungan indikasi geografis di Indonesia masih setengah hati, peraturan perundang-undangan tentang indikasi geografis di Indonesia masih bergabung dengan UU Merek. Ini bukti pemerintah Indonesia belum merasa penting untuk melindungi produk potensi indikasi geografis Indonesia yang sangat banyak. Pembentukan INAO juga dapat dijadikan contoh bagi Indonesia. Indonesia dapat membentuk tim khusus yaitu Direktorat Indikasi Geografis dari Dirjen HKI Kementrian Hukum dan HAM Republik Indonesia. Orang-orang yang duduk dalam Direktorat Indikasi Geografis bertugas menginventarisasi produk-produk potensi indikasi geografis yang ada di seluruh daerah di Indonesia, menentukan apakah suatu produk merupakan produk potensi indikasi geografis atau tidak.

Kemudian mendaftarkan dan memberikan perlindungan serta memantau perkembangan pelaksanaan penggunaan produk geografisnya. Karena selama ini yang ada hanya Direktorat Merek dalam Dirjen HKI di Kementrian Hukum dan HAM Republik Indonesia. Selama ini lembaga seperti INAO tidak ada di Indonesia karena pemerintah masih setengah hati dalam melindungi produk potensi indikasi geografis di Indonesia.

Pemerintah daerah di Indonesia juga harus mendukung pelaksanaan perlindungan indikasi geografis di daerahnya. Pemerintah daerah harus proaktif menginventarisasi semua produk potensi indikasi geografis di daerahnya. Setelah itu harus aktif berupaya mendaftarkan produk potensi indikasi geografis dari daerahnya. Pemerintah daerah juga perlu mengeluarkan Peraturan Daerah (Perda) setelah produk potensi indikasi geografisnya telah didaftar dan resmi dilindungi sebagai produk indikasi geografis. Perda tersebut sebagai pernyataan bahwa produk tersebut telah dilindungi dengan perlindungan indikasi geografis. Paling tidak pemerintah daerah mengeluarkan peraturan yang mendukung perlindungan produk potensi indikasi geografis.

Pada Provinsi Bali, pemerintah provinsinya sangat peduli dengan produk potensi indikasi geografisnya yaitu Kopi Kintamani Bali. Saat itu pemerintah provinsi Bali terutama Dinas Perkebunan Bali, berupaya agar Kopi Kintamani terdaftar sebagai produk indikasi geografis. Pemerintah Provinsi Bali bersama Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG) Kopi Kintamani Bali mengadakan seminar yang bertujuan mengenalkan Kopi

Kintamani Bali dan pentingnya Kopi Kintamani Bali diberi perlindungan indikasi geografis. Seminar tersebut diadakan di Bali pada Desember 2006, dengan nara sumber dari iNAO serta Dirjen HKI Departemen Hukum dan HAM Republik Indonesia dan pada 2008 akhirnya Kopi Kintamani mendapatkan sertifikat Indikasi geografis.[22]

Seminar ini merupakan salah satu bentuk usaha pemerintah untuk mendaftarkan indikasi geografis Kopi Kintamani Bali. Dari sini juga terlihat ada kerjasama yang baik antara pemerintah daerah dengan masyarakat. Pemerintah dalam hal ini Pemerintah Provinsi Bali terlihat peduli dengan produk potensi potensi indikasi geografis di daerahnya. Serta masyarakat yang sangat berperan sehingga Kopi Kintamani Bali diberikan sertifikat perlindungan indikasi geografis, yaitu Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG) yang terdiri dari petani Kopi Kintamani Bali.

Pada Provinsi Bali terdapat peraturan yang dapat mendukung keberlangsungan perkebunan kopi di Bali, termasuk Kopi Kintamani, yang dengan sendirinya mempengaruhi Kopi Kintamani sebagai produk potensi indikasi geografis yaitu Pemerintah Provinsi Bali dalam hal ini Gubernur Bali menerbitkan Peraturan Gubernur Nomor 30 Tahun 2007 Tentang Pengelolaan Dana Penguatan Subak Abian. Pada Pasal 1 ke-7 dijelaskan Subak Abian adalah kesatuan masyarakat hukum adat yang bergerak dalam bidang pengelqlaan lahan pertanian kering dan tadah hujan, yang bersifat sosio-religius dan ekonomis, memiliki harta kekayaan dan berhak mengatur rumah

[22] Seminar Perlindungan Indikasi Geografis-Studi Kasus Kopi Arabika Kintamani Bali, http://www.disbunbali.go.id

tangganya sendiri. Subak Abian merupakan kelompok tani. Perkebunan kopi di Bali dikelola dengan sistem Subak Abian termasuk Kopi Kintamani. Dalam Peraturan Gubernur di atas menyatakan bahwa Subak Abian dalam menjalankan fungsinya memerlukan penguatan modal usaha. Dana penguatan modal usaha tersebut adalah dana yang bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Provinsi Bali yang dialokasikan untuk penguatan modal usaha Subak Abian atau kelompok tani yang dipergunakan untuk pembelian bahan baku dan disalurkan kepada Unit Usaha produktif yang memenuhi persyaratan. Peraturan Gubernur ini sangat mendukung produk unggulan dari Ball yang mempunyai potensi indikasi geografis, seperti Kopi Kintamani Bali. Sehingga petani Kopi Kintamani semakin terbantu dan akan semakin serius dalam mengelola perkebunan kopi Kintamani Bali. Hal ini tentu saja berimbas pada kualitas produk kopi yang dihasilkan. Semakin dikelola dengan balk semakin baik pula hasilnya.

Apa yang dilakukan Pemerintah Provinsi Bali perlu djadikan contoh oleh daerah-daerah lain di Indonesia yang memiliki produk potensi indikasi geografis. Seharusnya kota Malangpun berpotensi mendapatkan sertifikat indikasi geografis, lewat produk kerajinan keramiknya yang terkenal, yaitu Keramik Dinoyo. Industri Keramik Dinoyo telah ada sejak puluhan tahun yang lalu, dan menghasilkan keramik yang terkenal dan berbeda dengan kerajinan keramik di daerah lain.

Ciri khas Keramik Dinoyo adalah menghasilkan warna biru pada hasil akhirnya, ini yang tidak dimiliki oleh keramik daerah lain. Warna biru yang

dihasilkan dipengaruhi oleh kualitas tanah liat yang berasal dari kota Malang dan teknik pengerjaan keramik dengan pengetahuan khusus yang hanya dimiliki pengrajin keramik Dinoyo selama berpuluh-puluh tahun secara turun temurun. Tetapi yang terjadi sekarang, industri Keramik Dinoyo sudah tidak seperti dulu lagi, pabrik keramik ditutup oleh Pemerintah Provinsi Jawa Timur beberapa tahun lalu. Kemudian pengrajin keramik sudah tidak lagi membuat keramik Dinoyo yang terkenal itu. Karena Mereka memiiih membuat kerajinan gips dan hanya menjualkan produk orang lain, sehingga tidak memproduksi sendiri. Selain itu tanah liat yang menjadi bahan baku pembuatan keramik Dinoyo yang terkenal itu, dikelola oleh Pemerintah Provinsi Jawa timur, sehingga pengrajin Keramik Dinoyo harus membeli pada Pemerintah Provinsi Jawa Timur. Tidak hanya pengrajin dari kota Malang saja yang dapat membeli tanah liat tersebut, tetapi seluruh kota di Jawa Timur. Sehingga tanah liat tersebut tidak spesifik milik kota Malang lagi.

Hal ini menyebabkan produk yang seharusnya menjadi produk potensi indikasi geografis, tidak dapat didaftarkan untuk dimintakan perlindungan indikasi geografisnya, karena kekhasan dari kota Malang sudah tidak ada lagi. Apa yang dilakukan Pemerintah Provinsi Jawa Timur justru tidak mendukung perlindungan indikasi geografis bag) produk dari kota Malang, dan dapat dikatakan merugikan. Begitu juga dengan sikap Pemerintah Kota Malang yang tidak mendukung perlindungan produk potensi indikasi geografis,

karena Pemerintah Kota Malang tidak berbuat apa-apa untuk melindungi aset kota Malang.

Sikap Pemerintah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) juga patut ditiru daerah lain termasuk kota Malang. Pemerintah Provinsi DIY menyelenggarakan Workshop tentang Pendaftaran Berindikasi Geografis di DIY sebagai Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dengan nara sumber Direktorat Merek Direktorat Jenderal HKI Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia dan Direktur Eksekutif Pusat HKI Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia (UII) serta Dinas Pertanian Kabupaten Sleman. Workshop ini diadakan dimaksudkan untuk menyusun rencana aksi atas pendaftaran indikasi geografis Salak Pondoh. Selanjutnya, Setda Biro Hukum Provinsi DIY bersama dengan Pusat HKI FH UII melaksanakan pendampingan dan fasilitasi untuk mengajukan pendaftaran indikasi geografis Salak Pondoh hingga memperoleh sertifikasi indikasi geografis Salak Pondoh.[23]

Apa yang dilakukan Pemerintah Provinsi DIY sangat peduli pada produk potensi indikasi geografis di daerahnya, dibuktikan dengan dukungan yang sangat besar supaya Salak Pondoh mendapat perlindungan indikasi geografis. Hal di atas juga membuktikan ada kerjasama yang sangat baik di dalam tubuh pemerintah daerah itu sendiri, yaitu antara Biro Hukum Pemerintah Provinsi DIY dengan Dinas Pertanian Kabupaten Sleman, serta dengan elemen masyarakat dalam hal ini diwakili oleh Universitas Islam

[23] Pemprov Daerah Istimewa Yogyakarta Resmi Bentu Tim Pembentukan Pengelolaan Kekayaan Intelekwal, http://www.uii.ac.id

Indonesia. Rencana Pemerintah Provinsi DIY ini dapat dijadikan rujukan bagi Pemerintah Kota Malang atau Pemerintah Kota Batu untuk mendaftarkan produk Apelnya. Tetapi kedua Pemerintah Kota tersebut belum menunjukkan kepedulian terhadap pendaftaran indikasi geografis produk Apel dari daerah masing-masing. Produk Apel dari kedua kota tersebut merupakan produk potensi indikasi geografis yang kedepan dapat menjadi sengketa. Karena selama ini yang terkenal sebagai Apel Malang adalah Apel Batu, ini disebabkan sebelum tahun 2001 Kota Batu adalah kota administratif dari Kota Malang, sehingga Batu adalah bagian dari Malang. Apel Malang yang terkenal itu adalah apel yang tumbuh di Batu. Pada tahun 2001 Kota Batu telah menjadi kota sendiri, tetapi Apel Batu sudah terlanjur terkenal dengan sebutan Apel Malang. Padahal Kota Malang pun memiliki produk Apel sendiri yang berbeda jenisnya dengan Apel Batu yang selama ini dikenal orang. Seharusnya Pemerintah kedua kota ini tanggap dengan hal semacam ini dan tergerak untuk mendaftarkan produk Apelnya sehingga mendapat perlindungan indikasi geografis.

Sebagai perbandingan, perlu juga diketahui upaya perlindungan produk potensi indikasi geografis yang dilakukan oleh pemerintah di luar negeri. Sebagai contoh, perlindungan yang diberikan oleh Pemerintah kota Venezia di negara Italia sangat bertolak belakang dengan yang terjadi di kota Malang. Pemerintah kota Venezia begitu melindungi produk potensi indikasi geografisnya yaitu Murano Glass, yang sudah ada di Venezia beratus-ratus tahun, yang produknya sudah terkenal di seluruh dunia. Pemerintah kota

Venezia memproteksi Murano Glass dengan sangat baik. Pemerintah kota Venezia memonopoli industri Murano Glass melalui Promovetro Consortium, yaitu lembaga yang mengelola industri Murano Glass, Promovetro Consortium ini yang mengembangkan serta memasarkan produk industri Murano Glass tersebut. Pemerintah kota Venezia juga membuat peraturan perundang-undangan yang melindungi Murano Glass yaitu *Regional Law* No. 70, 1994.[24]

Tujuan dibentuknya Regional Law No. 70, 1994 tercantum pada Pasal 1 yaitu memberi perlindungan dan membantu peningkatan produksi serta pemasaran bagi produk lokal dan tradisional Venezia yaitu Murano Glass. Tujuan di atas juga menunjukkan sikap Pemerintah kota Venezia yang begitu melindungi produk asli kota tersebut, dan sikap tersebut mendukung perlindungan indikasi geografis terhadap Murano Glass. Dalam tujuan tersebut juga tersirat jaminan bagi pengrajin seni kaca hias asli Venezia. Pada Pasal 3 Regional Law No. 70, 1994 ini lebih diperjelas lagi jaminan bagi pengrajin seni kaca hias asli Venezia, tetapi lebih dikhususkan karena dalam Pasal 3 ditegaskan pemerintah hanya memberikan perlindungan kepada pengrajin yang memproduksi seni kaca hias yang berada di wilayah pulau Murano.

Dari apa yang dicantumkan pada Pasal 3 dalam peraturan perundang-undangan tersebut terlihat Pemerintah kota Venezia memonopoli pengrajin seni kaca hias yang berada di wilayah pulau Murano untuk melindungi

[24] Murano Artistic Glass, http://www.regione.veneti.it

industri seni kaca hias itu sendiri. Pemerintah kota Venezia mengelola seni kerajinan kaca hias tersebut dengan baik demi keberlangsungan seni kaca hias itu sendiri dan kesejahteraan pengrajinnya melalui Promovetro Consortium. Pada Pasal 3 itu juga disebutkan bahwa Pemerintah kota Venezia membentuk sebuah lembaga yaitu Promovetro Consortium, untuk mengembangkan serta memasarkan produk industri Murano Glass. Tentu saja yang dilakukan Pemerintah kota Venezia seperti yang dijelaskan di atas mendukung perlindungan indikasi geografis pada produk asli daerahnya.

Pemerintah kota Malang seharusnya dapat memproteksi industri Keramik Dinoyo seperti yang dilakukan Pemerintah kota Venezia, sehingga keramik Dinoyo tidak mati seperti sekarang. Karena sekarang industri Keramik Dinoyo tidak lagi membuat keramik khas kota Malang yang terkenal itu. Pemerintah kota Malang seharusnya dapat melindungi industri Keramik Dinoyo dengan memonopoli tetapi para pengrajin tersebut diberi keistimewaan seperti dibebaskan atau tidak dibebani dengan pajak.

Perlindungan indikasi geografis di negara lain patut dijadikan contoh bagi Indonesia, tidak hanya perlindungan indikasi geografis di negara maju seperti Perancis dan Italia, tetapi juga perlindungan indikasi geografis di negara berkembang seperti India. Pelaksanaan perlindungan indikasi geografis di India dapat dijadikan rujukan bagi perlindungan indikasi geografis di Indonesia. India mempunyai peraturan perundang-undangan tersendiri mengenai indikasi geografis. Perlindungan indikasi geografis diatur dalam Undang-undang ini ditetapkan berdasarkan prinsip reciprocity, yaitu

bahwa suatu negara tidak akan mendapatkan perlindungan secara timbal balik dengan negara lain menyangkut kepentingan indikasi geografisnya, kecuali bila negara tersebut juga memberi perlindungan yang sama.[25]

Berdasarkan Undang-undang ini, dibentuk suatu badan bernama Geographical Indications Registry yang bertugas mengadministrasikan pendaftaran indikasi geografis. Pendaftaran yang disetujui dan telah mendapat sertifikat indikasi geografis dapat digunakan sebagai bukti keabsahan indikasi geografis dan dapat digunakan dalam setiap perkara di persidangan tanpa diperlukan tambahan bukti lainnya.[26]

Pembentukan undang-undang tersendiri mengenai perlindungan indikasi geografis di India dapat dijadikan rujukan oleh Indonesia. Indonesia perlu membuat undang-undang tersendiri mengenai perlindungan indikasi geografis. Karena selama ini peraturan mengenai indikasi geografis di Indonesia bergabung dengan UU Merek yang akhirnya terjadi pertentangan antara Pasal-Pasalnya. Hal ini disebabkan prinsip indikasi geografis dengan Merek memang berbeda. Sehingga menimbulkan ketidakjelasan pada aturan-aturannya. Geographical Indications Registry dapat menginspirasi terbentuknya lembaga serupa di Indonesia. Indonesia dapat membentuk tim khusus yaitu Direktorat Indikasi Geografis dari Dirjen HKI Kementrian Hukum dan HAM Republik Indonesia. Orang-orang yang duduk dalam Direktorat Indikasi Geografis bertugas menginventarisasi produk-produk

[25] Intelectual Property Right Geographical Indications http:// www.indianindustry.com

[26] Maria Alfons, Implementasi Perlindungan Indikasi Geografis Atas Produk-Produk Masyarakat Lokal Dalam Perspektif Hak Kekayaan Intelektual, Disertasi Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Brawijaya Malang, 2010

potensi indikasi geografis yang ada di seluruh daerah di Indonesia, menentukan apakah suatu produk merupakan produk potensi 'indikasi geografis atau tidak. Kemudian mendaftarkan dan memberikan perlindungan serta memantau perkembangan pelaksanaan penggunaan produk geografisnya.

Begitu juga dengan di Thailand, yang produk indikasi geografisnya juga sudati terkenal di seluruh dunia, yaitu Thai Silk atau Kain Sutra Thailand. Di Thailand undang-undang mengenai indikasi geografis yang berdiri sendiri baru ada tahun 2003, tetapi Pemerintah Thailand serius melundungi produk-produk potensi indikasi geografisnya. Pemerintah Thailand membuat program yang diberi nama *One Tambon One Program* (OTOP), program inilah yang membantu masyarakat penghasil produk-produk potensi indikasi geografis, termasuk daerah penghasil Thai Silk. Program ini dimaksudkan agar masyarakat penghasil produk indikasi geografis dapat menghasilkan produknya dalam skala yang lebih besar. Pemerintah lewat program ini membantu dalam bidang teknologi dan manajemen pemasarannya.[27] Sehingga yang tadinya produk dihasllkan dengan teknologi sederhana menjadi dihasilkan dengan teknologi yang lebih modern, dan hasilnya pun lebih baik serta lebih banyak. Pemasarannya lebih baik, karena dikelola pemerintah dengan manajemen yang baik pula. Program ini mewajibkan satu daerah hanya menghasilkan satu jenis produk saja. Indonesia dapat mencontoh apa yang dilakukan Pemerintah Thailand, dengan

[27] Geographical Indications in Thailand, http://www.ecap-project.org

memberdayakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di setiap daeah penghasil produk potensi indikasi geografis di Indonesia. Peran pemerintah daerah sangat diperlukan dalam memberdayakan UMKM di Indonesia serta bekerja sama dengan Dinas Koperasi dan UKM di setiap daerah di Indonesia.

Ketentuan mengenai indikasi geografis yang ada sekarang ini perlu dipisahkan dari UU Merek, karena perbedaan antara Merek dan indikasi geografis, seperti yang diuraikan di atas. Penggabungan ketentuan indikasi geografis dalam UU Merek salah satunya disebabkan karena ketidaksiapan Pemerintah Indonesia untuk menghadapi pelaksanaan WTO *Agreement*. Pasca Indonesia meratifikasi Persetujuan Pendirian Organisasi Perdagangan Dunia (*Agreement the Establishing World Trade Organization*) melalui Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994, maka ada dampak yuridis yang ditanggung Indonesia yaitu Indonesia terikat dan diwajibkan untuk mengharmonisasi hukumnya yang terkait dengan persetujuan ini. Salah satu hukum yang terkena dampak adalah hukum yang terkait di bidang hak kekayaan intelektual.[28]

Hal ini adalah salah satu penyebab mengapa akhirnya ketentuan tentang indikasi geografis di Indonesia menjadi tidak jelas. Reformasi hukum bidang HKI di Indonesia disebabkan adanya kewajiban internasiona! Indonesai berkaitan dengan Konvensi pembentukan WTO. Konvensi ini mewajibkan seluruh negara anggotanya untuk menyesuaikan peraturan

[28] Budi Agus Riswandi dan M. Syamsudin, *Hak Kekayaan Intelektual Dan Budaya Hukum*, Jakarta, RajaGrafindo Persada, 2004, hlm. 1

perundang-undangan nasionalnya dengan ketentuan-ketentuan yang diatur dalam konvensi tersebut. Khususnya Annex Ib Konvensi tersebut yaitu Perjanjian TRIPs. Konvensi tersebut memberikan batas waktu bagi negara-negara anggotanya melakukan penyesuaian hukum nasionalnya di bidang HKI dengan ketentuan dalam TRIPs, yaitu 1 (satu) tahun untuk negara maju dan 4 (empat) tahun untuk negara berkembang. Termasuk Indonesia sebagai negara anggota WTO wajib menyesuaikan hukum nasionalnya di bidang HKI, karena Indonesia termasuk negara berkembang maka Indonesia harus menyesuaikan hukum nasionalnya di bidang HKI dalam waktu 4 (empat) tahun. Paling lambat waktu untuk Indonesia adalah Januari tahun 2000.[29]

Kewajiban reformasi hukum dalam bidang HKI ini yang membuat Indonesia harus memiliki banyak undang-undang baru HKI dalam waktu singkat. Sehingga pemerintah Indonesia membuat peraturan perundang-undangan HKI dengan tergesa-gesa. Hal ini membuat Perjanjian TRIPs diadopsi seadanya, tidak dipikirkan lagi baik buruknya bagi masyarakat Indonesia. Pemerintah Indonesia terkesan asal punya undang undang baru. Tekanan tersebut menjadi salah satu penyebab ketidakjelasan pada undang-undang bidang HKI di Indonesia, termasuk ketentuan indikasi geografis dalam UU Merek, Ketentuan mengenai indikasi geografis oleh pemerintah Indonesia dimasukkan ke dalam UU Merek.

Efek dari penggabungan ketentuan tersebut mempunyai konsekuensi masyarakat menganggap bahwa indikasi geografis adalah bagian dari Merek.

[29] Adrian Sutedi, *Hak Kekayaan Intelektual*, Jakarta, Sinar Grafika, 2009, hlm. 27

Padahal prinsip indikasi geografis dengan Merek sangat berbeda. Ketika hal yang sangat berbeda digabungkan, akan terjadi pertentangan di dalamnya, seperti pada Pasal mengenai indikasi geografis dengan Pasal tentang Merek. Pertentangan antara Pasal demi Pasal dalam suatu undang-undang, membuat undang-undang tersebut tidak jelas, seperti dalam UU Merek. Sehingga peraturan tentang indikasi geografis yang ada sekarang ini tidak dapat melindungi produk potensi indikasi geografis secara optimal.

Sebaiknya pemerintah Indonesia melakukan pemisahan antara ketentuan indikasi geografis dengan ketentuan Merek. Pemerintah Indonesia perlu membuat undang-undang tersendiri mengenai indikasi geografis. Hal ini diperlukan karena Indonesia mempunyai banyak sekali produk potensi indikasi geografis yang membutuhkan perlindungan. Untuk itu diperlukan peraturan perundang-undangan yang jelas mengenai perlindungan indikasi geografis yang merupakan payung hukumnya. Selain perlu untuk membuat undang-undang tersendiri mengenai indikasi geografis, setelah itu di dalamnya juga harus mengatur tentang tim khusus yang mengurusi perlindungan indikasi geografis, yaitu Direktorat Indikasi Geografis dari Dirjen HKI Kementrian Hukum dan HAM Republik Indonesia. Orang-orang yang duduk dalam Direktorat Indikasi Geografis bertugas menginventarisasi produk-produk potensi indikasi geografis yang ada di seluruh daerah di Indonesia, menentukan apakah suatu produk merupakan produk potensi indikasi geografis atau tidak. Kemudian mendaftarkan dan memberikan perlindungan serta memantau perkembangan pelaksanaan penggunaan produk

geografisnya. Karena selama ini yang ada hanya Direktorat Merek dalam Dirjen HKI di Kementrian Hukum dan HAM Republik Indonesia. Karena sampai saat ini belum ada upaya ke arah pembuatan undang-undang tersendiri mengenai indikasi geografis.

Dalam Rancangan Undang-Undang (RUU) Merek baru yaitu RUU tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, yang telah masuk dalam Daftar Rancangan Undang-Undang Program Legislasi Nasional Tahun Anggaran 2010-2014 Nomor 233, tidak ada upaya perbaikan mengenai aturan tentang indikasi geografis. Pada konsiderans masih tetap sama, tidak disinggung tentang indikasi geografis, jumlah Pasal mengenai indikasi geografis masih tetap sama, hanya saja pada RUU Merek baru Pasal mengenai indikasi geografis diletakkan pada Pasal 57-61 sedangkan pada UU Merek lama Pasal 56-60, substansi Pasal per Pasal mengenai indikasi geografis masih tetap sama. Hal ini menunjukkan pemerintah Indonesia kurang serius dan masih setengah hati dalam memberi perlindungan indikasi geografis. Serta tidak ada itikad baik dari pemerintah Indonesia untuk mengubah aturan yang tidak jelas, menjadi aturan yang lebih baik sehingga dapat memberikan perlindungan yang optimal terhadap produk indikasi geografis di Indonesia.

Karena Indonesia adalah negara besar, negara kepulauan, negara yang mempunyai banyak produk potensi indikasi geografis di setiap daerahnya, maka pemerintah di setiap daerah harus berperan aktif dalam melindungi produk potensi indikasi geografis di daerahnya. Oleh karena itu perlu diatur

dalam undang-undang indikasi geografis tersendiri, kewajibkan pemerintah daerah di seluruh Indonesia untuk aktif menginventarisasi produk potensi indikasi geografis di daerahnya, kemudian berupaya mendaftarkan untuk dimintakan perlindungan indikasi geografisnya.

Selain itu diperlukan sinkronisasi antara Kementrian Hukum dan HAM Republik Indonesia dengan Kementrian Perdagangan. Kementrian Perdagangan perlu menetapkan Standar Nasional Indonesia, sehingga produk impor tidak semua boleh masuk Indonesia. Karena masuknya produk impor yang sangat banyak seperti tanpa disaring dan harganya pun lebih murah ini yang menyebabkan matinya produk dalam negeri. Ini adalah salah satu hal yang tidak mendukung program perlindungan indikasi geografis di Indonesia. Seperti contohnya pada Keramik Dinoyo Malang, setelah pabrik keramik ditutup dan pembelian tanah liat dikelola oleh Pemerintah Provinsi Jawa Timur, serta serbuan produk keramik dari Cina yang melimpah dan harganya jauh lebih murah, menyebabkan para pengrajin keramik Dinoyo tidak lagi membuat keramik khas Malang. Padahal keramik khas Malang adalah salah satu produk potensi indikasi geografis yang harus diberikan perlindungan.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari uraian dan analisis yang telah penyusun paparkan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Perlindungan hukum tentang indikasi geografis di Indonesia terdapat dalam Pasal 56-60 Undang undang nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek dan Peraturan Pemerintah nomor 51 Tahun 2007 tentang Indikasi Geografis, dalam UU Merek ketentuan tentang Merek lebih dominant dari pada ketentuan indikasi geografis, sehingga ketentuan mengenai indikasi geografis terkesan hanya bagian dari Merek, padahal Merek dan indikasi geografis berbeda. Hal ini menjadi kendala dalam memberikan perlindungan hukum indikasi geografis terhadap potensi produk indikasi geografis, karena ketentuan tentang indikasi geografis bergabung dengan ketentuan Merek dan hanya terdiri dari beberapa pasal saja sehingga membuat ketentuan yang ada mengenai indikasi geografis juga tidak jelas, apalagi indikasi geografis dan Merek berbeda sehingga terjadi pertentangan dalam pasal pasalnya. Selanjutnya dalam PP indikasi geografis juga hanya mengulang ketentuan yang ada dalam UU Merek, serta ketentuan mengenai tata cara pendaftaran juga terlalu rumit dan memakan waktu yang sangat panjang, sehingga selama ketentuan indikasi geografis masih

bergabung dengan UU Merek maka ketentuan tersebut tidak bias melindungi produk produk potensi indikasi geografis di Indonesia dengan baik dan maksimal.

2. Upaya hukum yang dapat dilakukan oleh pemerintah untuk mendorong tumbuhnya perlindungan indikasi geografis terhadap produk potensi indikasi geografis di Indonesia adalah pemerintah membentuk undang undang tetang indikasi geografis secara terpisah atau berdiri sendiri, karena selama ini masih bergabung dengan UU Merek, padahal indikasi geografis dengan Merek berbeda. Perbedaan tersebut mengakibatkan pertentangan dalam pasal pasalnya, kemudian perlu dibentuk tim khusus dari Dirjen HAKI Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia yaitu Direktorat Indikasi Geografis, karena selama ini yang ada hanya Direktorat Merek, sehingga yang mengurusi indikasi geografis selama ini adalah Direktorat Merek, Direktorat indikasi geografis ini bertugas menginventarisasi produk produk potensi indikasi geografis di seluruh daerah Indonesia, sehingga tidak perlu hanya menunggu pendaftar mendaftarkan produk potensi indikasi geografisnya, begitu juga dengan pemerintah daerah juga perlu aktif dalam menginventarisasi produk potensi indikasi geografis di daerahnya, kemudian membentuk peraturan daerah mengenai produk indikasi geografis di daerahnya.

B. Saran saran

Pemerintah daerah di Indonesia harus mendukung pelaksanaan perlindungan indikasi geografis di daerahnya. Pemerintah daerah harus proaktif menginventarisasi semua produk potensi indikasi geografis di daerahnya. Setelah itu harus aktif berupaya mendaftarkan produk potensi indikasi geografis dari daerahnya. Pemerintah daerah juga perlu mengeluarkan Peraturan Daerah (Perda) setelah produk potensi indikasi geografisnya telah didaftar dan resmi dilindungi sebagai produk indikasi geografis

Sebaiknya pemerintah Indonesia juga melakukan pemisahan antara ketentuan indikasi geografis dengan ketentuan Merek. Pemerintah Indonesia perlu membuat undang-undang tersendiri mengenai indikasi geografis. Hal ini diperlukan karena Indonesia mempunyai banyak sekali produk potensi indikasi geografis yang membutuhkan perlindungan. Untuk itu diperlukan peraturan perundang-undangan yang jelas mengenai perlindungan indikasi geografis yang merupakan payung hukumnya. Selain perlu untuk membuat undang-undang tersendiri mengenai indikasi geografis, setelah itu di dalamnya juga harus mengatur tentang tim khusus yang mengurusi perlindungan indikasi geografis, yaitu Direktorat Indikasi Geografis dari Dirjen HKI Kementrian Hukum dan HAM Republik Indonesia.

Orang-orang yang duduk dalam Direktorat Indikasi Geografis bertugas menginventarisasi produk-produk potensi indikasi geografis yang

ada di seluruh daerah di Indonesia, menentukan apakah suatu produk merupakan produk potensi indikasi geografis atau tidak. Kemudian mendaftarkan dan memberikan perlindungan serta memantau perkembangan pelaksanaan penggunaan produk geografisnya. Karena selama ini yang ada hanya Direktorat Merek dalam Dirjen HKI di Kementrian Hukum dan HAM Republik Indonesia. Karena sampai saat ini belum ada upaya ke arah pembuatan undang-undang tersendiri mengenai indikasi geografis.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku-buku

A. Hamid S. Attamimi dalam Maria Farida Indrati S., *Ilmu Perundang-undangan (1) (Jenis, Fungsi dan MateriMuatan),* Yogyakarta, Kanisius, 2007

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

Budi Agus Riswandi dan M. Syamsudin, *Hak Kekayaan Intelektual Dan Budaya Hukum*, Jakarta, RajaGrafindo Persada, 2004

Hoffman, Mariam Darus Badrulzaman, *KUH Perdata Buku III, Hukum Perikatan dengan Penjelasan,* Alumni, Bandung

Harsono Adisumarto, *Hak Milik Perindustrian*, Akademika Pressindo, Jakarta, 1990

Ismail Saleh, *Hukum Ekonomi*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1990

Lindsey, Tim, dkk. Ed., *Hak Kekayaan Intelektual, Suatu Pengantar*, PT Alumni, Bandung, 2006.

M. Khozim, *Sistem Hukum Perspektif Ilmu Sosial*, Bandung, Nusa Media, 2009

M. Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek Di Indonesia Berdasarkan Undang undang No 19 tahun 1992*, Citra Aditya Bakti, Bandung

Miranda Risang Ayu, *Memperbincangkan Hak Kekayaan Intelektual Indikasi Geografis*, PT. Alumni, Bandung, 2006

Muhammad Abdulkadir, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, PT. Citra Aditya Bhakti, Bandung, 2001

Muhammad Djumhana dan Djubaedillah, *Hak Milik Intelektual Sejarah, Teori dan Praktekya di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003

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

Purwo sutjipto, *Pengantar Pokok pokok Hukum Dagang Indonesia*, Djambatan, Jakarta, 1984

Ridwan Khairandy, *Pengantar Hukum Kekayaan Intelektual*, Fakultas Hukum UII, Yogyakarta, 2000

Roscou Pound, *Pengantar Filsafat Hukum (terjemahan Mohammad Radjab),* Cetakan Ketiga, Bharatara Karya Aksara, Jakarta, 1982

Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2003

Sanusi Bintang dan Dahlan, *Pokok-Pokok Hukum Ekonomi dan Bisnis*, PT. Citra Aditya Bhakti, Bandung, 2000

Satjipto Raharjo, *Penyelenggaraan Keadilan dalam Masyarakat yang sedang Berubah*, Jurnal Masalah Hukum, 1993.

Sentosa Sembiring, *Prosedur dari Tata Cara Memperoleh HaKI di bidang Hak Cipta, Paten, dan Merek*, Yrama Widya, Bandung, 2002

Soeryatin, *Hukum Dagang I dan II*, Pradnya Pramita, Jakarta, 1980

Sudargo Gautama, *Hukum Merek Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1989

Sukardono, *Hukum Dagang Indonesia*, Dian Rakyat, Jakarta, 1983

Tirtaamidjaya, *Pokok-pokok Hukum Perniagaan*, Djambatan, Jakarta, 1982

W.R. Cornish, Intellectual Property dalam Etty Susilowati, *"Kontrak Alih Teknologi pada Industri Manufaktur"*, Genta Press, Yogyakarta, 2007

B. Perundang-undangan

Penjelasan Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 Tentang Indikasi Geografis

Penjelasan Undang-undang No 15 Tahun 2001 tentang Merek

Peraturan Pemerintah No. 51 tahun 2007 tentang Indikasi Geografis

Sudargo Gautama dan Rizzawanto Winata, *Undang undang merek baru tahun 2001*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2002

----------, *Undang undang merek baru tahun* 1992, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1994

Undang-undang No 15 Tahun 2001 tentang Merek

C. Jurnal dan Literatur

Agung Darmarsasongko "*Perlindungan Indikasi Geografis di Indonesia*," Tesis pada Program Pasca Sarjana Sekolah Tinggi Ilmu Hukum "IBLAM", Jakarta, 2002

Bambang Kesowo, Pengantar Umum Mengenai Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Indonesia, Kumpulan Makalah, tanpa tahun

Maria Alfons, Implementasi Perlindungan Indikasi Geografis Atas Produk-Produk Masyarakat Lokal Dalam Perspektif Hak Kekayaan Intelektual, Disertasi Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Brawijaya Malang, 2010

Sunandar, *Perkembangan Hukum Perdagangan Internasional dari GATT sampai Terbentuknya WTO (World Trade Organization)*, Departemen Kehakiman, Jakarta, 1995/1996

D. Website

Andi N. Sommeng, INAO, Sebuah Lembaga Indikasi Geografis Di Perancis, http://www.iqjepara.com.

Geographical Indications in Thailand, http://www.ecap-project.org

http://motivatornews.com/news/2011/04/02/perlindungan terhadap produk asli indonesia masih lemah/

http://www.ditjenhki.kemenkumham.go.id

Intelectual Property Right Geographical Indications http:// www.indianindustry.com

Murano Artistic Glass, http://www.regione.veneti.it

Pemprov Daerah Istimewa Yogyakarta Resmi Bentu Tim Pembentukan Pengelolaan Kekayaan Intelekwal, http://www.uii.ac.id

Seminar Perlindungan Indikasi Geografis-Studi Kasus Kopi Arabika Kintamani Bali, http://www.disbunbali.go.id

Sergio Escudero,” International Protection of Geographical Indications and Developing Countries,” Makalah disampaikan di the South Centre/Centre for International Environmental Law (CIEL) joint project, funded by the Rockefeller Foundation, to assist developing countries on TRIPs-related issues, http://www.southcentre.org/publications/geoindication/toc.htm#TopOfPage, diakses tanggal 25 Maret 2012.

WIPO, “Geographical Indications,” http://www.wipo.int/aboutip/en/geographical_ind.html, diakses tanggal 22 Maret 2012

WTO,”Geographical Indications,” http://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/gi_e.htm, diakses tanggal 22 Maret 2012