

MISAPPLICATION OF GEOGRAPHICAL INDICATION RULES IN INDONESIAN LOCAL PRODUCTS

Penyalahgunaan Implementasi Aturan Indikasi Geografis Dalam Produk Lokal Indonesia

Raja Koresy Melkisedek Siregar^{1a(*)} Priskila Lambasa Septuagesima Siregar^{2b} Raja Yosia
 Manahan Trinitas Siregar^{3c}

¹²³ Magister Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Airlangga

^a rkmelkisedeksiregar@gmail.com,

^b priskilajesus@gmail.com,

^c yosiasiregar@gmail.com

(*) Corresponding Author

rkmelkisedeksiregar@gmail.com

How to Cite: Raja Koresy.(2024) Penyalahgunaan Implementasi Aturan Indikasi Geografis Dalam Produk Lokal Indonesia
 doi: 10.36526/js.v3i2.4495

Received: 23-07-2024 Revised : 05-09-2024 Accepted: 09-10-2024 Keywords: Geographical Indication, Local Product, Misuse, Natural Resources	Abstract Indonesia own a lot of rich variety of natural resource, ranking 2nd in globa Variety Index in 2022, But the more varied the natural resources, the more accurate regulation the nation needed to ensure the benefit of ts natural resources to be given to the local organizer and the people, in which is regulated in Statute no 20, Year2016 about Trademark and Geographical Indication. Geographical Indication itself has its definition as a mark that show the origin of the local product as being influenced and inseparable by geographical factor, giving certain reputation and quality to its local product like White Pepper muntok or Sumbawa Honey in which included in this category as one. However, there's a misuse of corporation/people that use the benefit of Geographical Indication's mark without the requirement of it, resulting of the local people in loss and worsen their economical condition. Data shows that there's 138 product registered as Geographical Indication by the Directorate General of Intellectual Property (DJKI),yet some of them are not qualified as one within the statute, in which resulting to unhealthy rivalry between different local products as well. Significant measure are needed to ensure justice is upheld to protect local product so the people can be able to enjoy the benefit of natural resource in their area.
--	--

PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki Sumber Daya Alam (SDA) dengan keanekaragaman kualitas dan kuantitas yang tidak dapat dibandingkan dengan negara lain, hal ini terlihat dengan penelitian yang dilakukan pada tahun 2016 maupun pada tahun 2022 yang dimana terlihat bahwa indonesia berada dalam posisi #2 dalam Indeks Keanekaragaman Global dengan skor 418.78 dalam kombinasi spesies burung, amfibi, ikan, mamalia, reptil, dan buluh tumbuhan, yang dimana terlihat secara jelas keaneka-ragaman dalam SDA kita, baik dalam sisi tambang, hewani dan hayati. Tetapi dalam melimpahnya SDA yang dimiliki Indonesia diperlukan jugalah aturan yang dibutuhkan supaya SDA yang dimiliki Indonesia dapat dipergunakan dan menguntungkan pihak lokal dan pengelola, yang dimana hal ini ditetapkan dengan diberlakukannya Undang-undang no 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Indikasi Geografis, menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, adalah tanda yang menunjukkan asal daerah suatu barang atau produk. Tanda ini memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada produk tersebut, yang dipengaruhi oleh faktor lingkungan geografis, baik dari alam maupun manusia. Banyak produk lokal, seperti Lada Putih Muntok dari Bangka Belitung, Madu Sumbawa, dan Cengkeh Minahasa, dapat dikategorikan sebagai Indikasi Geografis. Dalam konteks produk lokal Indonesia, terdapat dua kategori: Indikasi

Asal dan Indikasi Geografis. Indikasi Asal, yang diatur dalam pasal 63 undang-undang yang sama, merujuk pada ciri asal barang yang tidak secara langsung terkait dengan faktor alam. Contohnya adalah batik Sunda, ukiran Papua, Apel Malang, dan Jeruk Bali. Namun, penyalahgunaan ketenaran sumber daya alam Indonesia oleh beberapa perusahaan mengkhawatirkan. Beberapa perusahaan memanfaatkan nama dan reputasi produk lokal tanpa mengikuti aturan yang ditetapkan dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis. Hal ini dapat merugikan masyarakat lokal, di mana hanya 1 dari 5 orang Indonesia yang masuk dalam kategori kelas menengah, sementara sisanya berada di kelas bawah dengan pendapatan yang tidak tetap.

Di samping itu, terdapat masalah dalam daftar produk Indikasi Geografis yang dikelola oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Dari total 138 produk yang terdaftar, beberapa di antaranya tidak sesuai dengan definisi yang diatur oleh undang-undang. Produk-produk tersebut tetap terdaftar dengan harapan mendapatkan perlindungan istimewa, tetapi hal ini dapat menciptakan persaingan usaha yang tidak sehat dan membahayakan produk lokal yang benar-benar memenuhi standar Indikasi Geografis (Alghasi & Althafzufar, 2024). Potensi dari produk lokal yang dimiliki Indonesia dan kondisi mereka yang tidak seimbang dikarenakan dari penyalahgunaan perusahaan yang menggunakan produk lokal Indonesia menunjukkan perlunya tindakan yang signifikan bukan hanya dari aturan yang ditetapkan dalam produk lokal Indonesia, namun juga dengan implementasi aturan Indikasi Geografis dalam Undang-undang no 20 tahun 2016 dalam produk lokal Indonesia.

Dari perspektif perlindungan hak, penerapan IG sering kali mengalami kesulitan dalam melindungi hak-hak produsen lokal. Ketika batasan geografis diperluas untuk mencakup lebih banyak produsen, hal ini dapat mengurangi eksklusivitas dan nilai produk (Agarwal & Barone, 2005). Selain itu, isu merek dagang menjadi kendala, di mana perusahaan mengalami kesulitan dalam melindungi hak IG terkait, yang dapat mengancam keunggulan kompetitif mereka (Agarwal & Barone, 2005). Dari segi sosial, penerapan IG dapat menciptakan ketegangan di antara kelompok sosial, terutama di daerah dengan tradisi dan identitas budaya yang kuat. Ketegangan ini dapat muncul dari persaingan antara kelompok yang berusaha mempertahankan status dan pendapatan mereka (Coombe et al., 2014). Meskipun IG dapat memberikan legitimasi bagi komunitas lokal, hal ini juga dapat menghilangkan kompleksitas sosial yang ada, menciptakan tantangan dalam pengelolaan keberagaman budaya (Coombe et al., 2014).

Dari perspektif ekonomi, IG memiliki potensi sebagai alat pengembangan ekonomi yang signifikan, terutama di daerah pedesaan. Penerapan IG dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk lokal dan melindungi pengetahuan tradisional (Zografos, 2008). Contoh yang menarik adalah kasus jati Jawa, di mana penerapan IG mampu meningkatkan kualitas produk dan daya saing di pasar global, serta memperbaiki pengelolaan sumber daya oleh komunitas lokal (Muhtaman et al., 2006). Namun, keberhasilan penerapan IG di Indonesia tidak dapat sepenuhnya ditiru dari pengalaman Eropa. Pendekatan yang disesuaikan dengan konteks lokal Indonesia sangat penting untuk mencapai hasil yang diharapkan (Zografos, 2008). Dengan demikian, meskipun IG menawarkan banyak potensi untuk pengembangan produk lokal, tantangan dalam perlindungan hak, dampak sosial, dan penyesuaian konteks lokal perlu diperhatikan untuk memastikan keberhasilannya.

Berdasarkan penjabaran di atas, terlihat bahwa meskipun pemerintah telah menetapkan aturan terkait produk Indikasi Geografis (IG), terdapat beberapa masalah signifikan yang perlu diteliti lebih lanjut. Pertama, penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat menyebabkan penyalahgunaan atas perlindungan khusus yang diberikan kepada produk IG. Kedua, penelitian juga perlu difokuskan pada metode pencegahan yang dapat diterapkan untuk mengatasi tindakan penyalahgunaan tersebut. Penelitian ini memberikan wawasan baru terkait masalah spesifik yang belum banyak diungkap, seperti produk yang terdaftar sebagai IG tetapi tidak memenuhi syarat sesuai dengan peraturan yang berlaku. Selain itu, penelitian ini menyoroti dampak dari penyalahgunaan tersebut, termasuk ketidakadilan bagi masyarakat lokal serta persaingan tidak

sehat antar produk lokal. Langkah-langkah yang diperlukan untuk melindungi produk IG dari penyalahgunaan juga menjadi salah satu fokus inovatif dari studi ini.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif, yang bertujuan untuk mengkaji peraturan perundang-undangan yang berlaku serta prinsip-prinsip hukum terkait dengan perlindungan dan penyalahgunaan indikasi geografis dalam produk lokal Indonesia. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan (statute approach) dan pendekatan kasus (case approach). Pendekatan perundang-undangan digunakan untuk mengkaji berbagai regulasi nasional, seperti Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, serta ketentuan internasional seperti TRIPs Agreement. Pendekatan kasus digunakan untuk menganalisis kasus-kasus penyalahgunaan indikasi geografis yang berdampak pada produk lokal, dengan tujuan memahami bagaimana implementasi perlindungan hukum tersebut di lapangan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang terdiri dari tiga jenis bahan hukum. Bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan terkait, seperti Undang-Undang No. 20 Tahun 2016. Bahan hukum sekunder diperoleh dari literatur hukum yang mencakup jurnal ilmiah, buku teks, dan publikasi akademik lain yang relevan. Selain itu, penelitian juga mengacu pada bahan hukum tersier berupa ensiklopedia hukum dan kamus hukum untuk menjelaskan konsep dan terminologi yang digunakan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumen dengan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber tertulis yang terkait dengan topik penelitian.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan analisis kualitatif dengan metode deskriptif analitis, di mana penelitian ini akan mendeskripsikan aturan-aturan hukum yang berlaku terkait indikasi geografis, membandingkan dengan praktik di negara lain, dan menganalisis masalah-masalah hukum serta menawarkan solusi yang mungkin diterapkan. Penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang masalah penyalahgunaan indikasi geografis di Indonesia serta memberikan rekomendasi untuk perbaikan implementasi hukum yang lebih baik (Sidebotham, 2011).

PEMBAHASAN

Fleksibilitas Perlindungan Indikasi Geografis dan Implikasinya

Pada hakekatnya Merek dan Indikasi Geografis memiliki perbedaan yang sangat mendasar, yang mana perlindungan merek hanya mencakup dasar dari hak intellectual property (IP), yaitu nilai komersial yang merupakan hak pribadi yang dapat dilisensikan dan merupakan hak monopoli guna mencegah orang lain menggunakannya secara tanpa izin (Erlina et al., 2023). Hal ini juga didukung oleh pendapat yang diutarakan oleh W.R. Cornish yang menyatakan:

“Traditionally the term “intellectual property” was used to refer to the rights conferred by the grant of a copying in literary, artistic, and musical works. In more recent times, however it has been used to refer to a wide range of disparate rights, including a number of more often known as industrial property, such as patent and trademarks”

Secara tradisional, istilah "properti intelektual" merujuk pada hak yang diberikan kepada seseorang untuk menggandakan karya sastra, seni, dan musik. Namun, baru-baru ini, istilah ini berkembang mencakup berbagai hak lainnya, termasuk yang dikenal dalam properti industri, seperti paten dan merek dagang. Hal ini sangat berbeda dengan alasan implementasi Peraturan Indikasi Geografis yang mengikuti ketentuan TRIPs Agreement Pasal 22 bagian I. Indikasi geografis memberikan perlindungan bagi produk yang kualitas, reputasi, atau ciri khas lainnya dipengaruhi oleh kondisi geografis suatu daerah. Pendapat ini juga didukung oleh Frederick Abbott, yang menyatakan bahwa (Saputro et al., 2021):

“Geographical indication (GI) has several functions which include promoting and protecting the product, as well as providing information about the product. The product promotion function deals with the role of GI in providing benefits to the place where the product comes

from. The protection function relates to its role in protecting producers regarding the legality of the product. The last function means that GI serves as an important source of information for consumers related to the quality, reputation, and characteristics of the product which can prove the authenticity of the product and distinguish it from the competitors' products."

Indikasi Geografis (IG) memiliki beberapa fungsi penting, yaitu untuk mempromosikan dan melindungi produk serta memberikan informasi tentang produk tersebut. Fungsi promosi produk berperan dalam melindungi IG dengan memberikan keuntungan bagi daerah asal produk. Sementara itu, fungsi perlindungan berkaitan dengan pengakuan legalitas produk bagi para produsen. IG juga memberikan informasi penting bagi konsumen mengenai kualitas, reputasi, dan karakteristik produk, yang membantu membedakan produk asli dari produk pesaing.

Terdapat perbedaan jelas antara produk yang terdaftar sebagai Indikasi Geografis dengan merek biasa. Sayangnya, beberapa pihak mungkin mencoba memanfaatkan keuntungan dari IG tanpa memenuhi syarat yang diperlukan. Penyalahgunaan ini dapat berdampak negatif pada produk IG di masa depan. Banyak produk merek biasa yang terdaftar sebagai IG tanpa memenuhi kriteria sebagai produk lokal, sehingga membuat verifikasi produk IG menjadi lebih sulit. Hal ini dapat menghambat pendaftaran produk IG baru dan merusak reputasi, kredibilitas, serta nilai jual produk IG di kemudian hari jika praktik penyalahgunaan ini terus berlanjut.

Selain itu, produk yang terdaftar sebagai IG mendapatkan perlindungan khusus, yang memberi mereka keunggulan dalam mempromosikan diri sebagai "produk lokal Indonesia." Namun, adanya produk yang tidak memenuhi syarat IG bisa menciptakan persaingan yang tidak sehat. Produk yang mirip dengan produk IG tidak dapat bersaing secara adil dalam hal promosi maupun perlindungan, yang dapat merugikan keunggulan produk yang terdaftar sebagai IG.

Fleksibilitas indikasi geografis (GI) yang melintasi berbagai yurisdiksi memberikan berbagai peluang dan tantangan dalam konteks perdagangan global. Fleksibilitas ini dapat berkontribusi pada peningkatan diferensiasi produk dan memperkuat kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan asal produk. Namun, di sisi lain, munculnya GI juga dapat menimbulkan kekhawatiran terkait dengan hambatan perdagangan dan perlindungan produsen lokal, terutama ketika GI berpotensi mengganggu pasar yang sudah ada (Marette et al., 2008).

Koeksistensi antara GI dan merek dagang menjadi salah satu fokus utama dalam perdebatan mengenai perlindungan kekayaan intelektual. Laporan Panel WTO menunjukkan bahwa ada landasan hukum untuk memungkinkan koeksistensi antara kedua bentuk kekayaan intelektual ini, yang memungkinkan mereka untuk berfungsi dalam yurisdiksi yang sama (Gangjee, 2007). Selain itu, pembelaan 'penggunaan deskriptif' dalam hukum merek dagang semakin memperkuat koeksistensi ini, sehingga merubah dinamika konflik yang tradisional antara GI dan merek dagang (Gangjee, 2007). Hal ini menunjukkan adanya potensi sinergi yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan konsumen dan produsen.

Namun, disparitas internasional dalam perlindungan GI menjadi tantangan yang signifikan, terutama antara Uni Eropa (UE) dan Amerika Serikat (AS). Kesenjangan filosofis ini seringkali menyebabkan tantangan regulasi, dengan GI yang terkadang berfungsi sebagai penghalang perdagangan. Meski Perjanjian TRIPS menetapkan standar minimum untuk perlindungan GI, perdebatan mengenai perluasan perlindungan, khususnya untuk produk seperti anggur dan minuman beralkohol, masih berlangsung (Calboli, 2006).

Di sisi sosioekonomi, negara-negara berkembang seperti India menghadapi tantangan dalam merealisasikan manfaat GI yang efektif. Masalah pemasaran dan penegakan hukum sering kali menjadi penghalang utama, sehingga menghambat produsen untuk memanfaatkan status GI secara optimal. Dalam konteks ini, mekanisme kelembagaan menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa produsen dapat memperoleh manfaat dari status GI yang mereka miliki (Das, 2009). Meskipun fleksibilitas GI menawarkan potensi besar untuk pembangunan ekonomi dan memberikan informasi kepada konsumen, hal ini memerlukan pendekatan yang cermat dalam menavigasi kerangka hukum internasional serta kondisi pasar lokal, untuk menghindari konsekuensi yang tidak diinginkan.

Indikasi Asal dan Indikasi Geografis dalam kekaburan Implementasi Hukum

Meskipun memiliki nama yang mirip, tanda Indikasi Asal dan Indikasi Geografis sebenarnya sangat berbeda. Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Pasal 1 Ayat (6), Indikasi Geografis adalah tanda yang menunjukkan asal daerah suatu barang atau produk. Tanda ini menunjukkan bahwa produk tersebut memiliki reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu yang dipengaruhi oleh faktor lingkungan geografis, termasuk faktor alam dan manusia. Penjelasan undang-undang juga menekankan bahwa Indikasi Geografis memiliki potensi nasional dan bisa menjadi komoditas unggulan di pasar domestik maupun internasional. Dengan demikian, produk yang menggunakan Indikasi Geografis biasanya memiliki keunggulan khusus yang berasal dari alam dan komunitas di daerah tertentu, menjadikannya komoditas yang lebih unggul dibandingkan produk lainnya.

Hal ini dapat dilihat dengan produk Indikasi Geografis yang terkenal di luar negeri, seperti Teh Darjeeling, yang dimana tanaman teh tersebut harus memenuhi syarat berdasarkan daerah asalnya di distrik Darjeeling, Bengal Barat, India dengan ketinggian antara 200 meter sampai 2000 meter diatas permukaan laut dan rata-rata curah hujan tahunan dengan jarak 1700 milimeter sampai 2500 milimeter, dimana meskipun Indonesia memenuhi kualifikasi mengikuti standar ketinggian yaitu 367 meter diatas permukaan laut namun tidak dengan rata-rata curah hujan tahunan yaitu antara 3000 milimeter sampai 4000 milimeter sehingga produk Teh Darjeeling sesuai dengan kriteria yang ditetapkan dalam Penjelasan Undang-undang sebagai "komoditas yang unggul dengan komoditas yang lain"

Pasal 64 menjelaskan bahwa Indikasi Asal adalah tanda yang menunjukkan dari mana barang atau jasa berasal, tetapi tidak berkaitan dengan faktor alam. Artinya, Indikasi Asal berfungsi untuk membedakan produk lokal dan menonjolkan karakteristiknya. Dalam undang-undang tersebut, dijelaskan bahwa Indikasi Asal berbeda dari Indikasi Geografis. Indikasi Asal hanya menunjukkan lokasi produksi tanpa mempertimbangkan faktor alam. Misalnya, kamera bermerek Nikon yang dibuat di Jepang juga dapat diproduksi di Cina melalui lisensi, dan pada produk tersebut tertera label "Made in China". Label ini adalah contoh dari Indikasi Asal. Hak atas Indikasi Asal muncul secara otomatis saat produk diproduksi, tanpa perlu pendaftaran.

Sementara itu, untuk disebut sebagai Indikasi Geografis, suatu produk harus memiliki karakteristik yang terkait dengan lingkungan, termasuk faktor alam dan masyarakat setempat. Ini bertujuan agar produk tersebut bisa menjadi komoditas unggulan baik untuk pasar domestik maupun internasional. Contohnya adalah produk "Mebel Ukir Jepara". Meskipun terdaftar sebagai Indikasi Geografis di DJKI, produk ini tidak memiliki faktor lingkungan yang unik untuk dianggap sebagai komoditas unggulan. Penjelasan mengenai mebel ukir Jepara menyebutkan bahwa produk ini dibuat dari kayu Jati, Mahoni, dan kayu lainnya yang dianggap berkualitas. Kayu Jati adalah salah satu bahan baku kayu terbaik dan paling populer selama 2000 tahun. Namun, deskripsi tersebut tidak menunjukkan keunikan dalam jenis kayu yang digunakan, cara pengolahan, atau aspek lain yang membedakan produk ini dari produk lainnya. Oleh karena itu, seharusnya produk ini terdaftar sebagai Indikasi Asal, bukan Indikasi Geografis.

Implementasi hukum indikasi asal dan indikasi geografis (GI) saat ini semakin kompleks dan terpengaruh oleh berbagai faktor, termasuk dinamika perdagangan internasional, hak kekayaan intelektual, serta tata kelola lokal. Ketidakjelasan dalam kerangka hukum ini menimbulkan pertanyaan serius tentang efektivitas dan konsistensi perlindungan GI secara global. Perjanjian TRIPS (Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights) menetapkan standar minimum bagi perlindungan GI, tetapi implementasinya bervariasi secara signifikan di antara negara-negara (Eugui & Spennemann, 2006). Misalnya, Uni Eropa menunjukkan keterlibatan pemerintah yang kuat dalam melindungi GI, sedangkan negara-negara seperti India mengandalkan peran pemerintah yang lebih aktif dalam mengajukan dan mengelola aplikasi GI, dikarenakan organisasi produsen yang cenderung lemah (Marie-Vivien, 2010).

Dari sudut pandang ekonomi dan budaya, GI berpotensi untuk meningkatkan nilai produk dari komoditas biasa menjadi status premium, yang pada gilirannya dapat mendukung pembangunan pedesaan dan pelestarian pengetahuan tradisional (Echols, 2003). Namun, perluasan

perlindungan GI juga dapat menghadapi tantangan, seperti kejenuhan pasar dan konflik dengan hukum merek dagang (Agarwal & Barone, 2005). Dalam dimensi politik dan sosial, meningkatnya signifikansi GI mencerminkan kekhawatiran yang lebih luas mengenai keaslian dan warisan dalam konteks ekonomi global yang semakin terintegrasi (Raustiala & Munzer, 2007).

Perdebatan tentang apakah tingkat perlindungan GI saat ini dapat dibenarkan pun terus berlanjut, di mana beberapa pihak berargumen bahwa perlindungan yang ketat dapat berfungsi sebagai tindakan proteksionis (Echols, 2003). Secara keseluruhan, meskipun GI menawarkan potensi besar untuk memberikan manfaat ekonomi dan budaya, implementasi hukumnya di berbagai negara masih menghadapi banyak tantangan dan inkonsistensi. Oleh karena itu, diperlukan keseimbangan yang cermat antara perlindungan GI dan aksesibilitas untuk memastikan keberlanjutan dan keadilan dalam perdagangan internasional.

Implementasi Aturan dalam mengatasi Kekaburan Hukum antara Indikasi Geografis dan Indikasi Asal dalam suatu produk

Ketentuan mengenai Indikasi Asal berawal dari perjanjian Madrid, yang membedakan antara Indication of Source dan Geographical Indications, yang dikenal di Indonesia sebagai Indikasi Asal dan Indikasi Geografis. Dalam perjanjian Madrid, tepatnya di Artikel 3bis, ditetapkan bahwa negara-negara yang terikat dalam perjanjian ini harus melarang penggunaan indikasi yang dapat menipu masyarakat tentang sumber barang, baik itu dalam transaksi, pemajangan, maupun penawaran untuk dijual. Ini termasuk penggunaan indikasi yang muncul dalam tanda, iklan, faktur, daftar anggur, surat bisnis, atau komunikasi komersial lainnya.

"The countries to which this Agreement applies also undertake to prohibit the use, in connection with the sale or display or offering for sale of any goods, of all indications in the nature of publicity capable of deceiving the public as to the source of the goods, and appearing on signs, advertisements, invoices, wine lists, business letters or papers, or any other commercial communication."

Negara-negara yang mana perjanjian ini diberlakukan juga ditetapkan untuk melarang penggunaan, sehubungan untuk transaksi atau pemajangan atau penawaran untuk penjualan suatu barang, dalam penggunaan produk yang menggunakan indikasi yang bersifat publisitas yang dapat menipu rakyat publik mengenai sumber barang, tanda yang dapat terlihat, periklanan,

Selain itu, terdapat juga fungsi Indikasi Geografis yang dijelaskan oleh para ahli, salah satunya Fredrick Abbott, seorang akademisi di bidang hukum yang fokus pada hak kekayaan intelektual internasional. Abbott & Cottier (1999) menjelaskan lebih lanjut tentang dua fungsi utama dari Indikasi Geografi:

- a. Fungsi promosi produk yang mempunyai karakter tertentu sehingga dapat memberi manfaat kepada wilayah tempat produk itu berasal dibuat (*manufactured*) atau produk tersebut dipasarkan. Dengan demikian, indikasi geografis melindungi produsen di wilayah asal produk terhadap penggunaan yang tidak sah (*unauthorized*) dari niat baik (*goodwill*) yang diciptakan seperti kualitas produk tersebut kepada para pesaing.
- b. Fungsi sumber informasi penting bagi para konsumen pasar dalam hal kaitannya dengan asal, kualitas dan juga reputasi produk. Sehingga para konsumen dapat membedakan keaslian barang tersebut.

Produk indikasi geografis (IG) memiliki peranan penting dalam konteks sosial, ekonomi, dan lingkungan. Dalam perspektif ekonomi, IG bukan hanya sekadar alat untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga berfungsi untuk menjaga kelestarian lingkungan di daerah asal produk tersebut. Ketika sebuah produk diidentifikasi sebagai IG, ia membawa serta tanggung jawab untuk melestarikan tradisi dan praktik pertanian yang berkelanjutan. Selain itu, keberadaan IG berkontribusi pada penguatan identitas budaya lokal, yang dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar global. Dalam konteks ini, produk IG dapat dilihat sebagai jembatan antara keuntungan ekonomi dan keberlanjutan lingkungan.

Perbandingan antara Indikasi Asal (IA) dan Indikasi Geografis (IG) menyoroti pentingnya pengaturan yang jelas dalam pendaftaran produk. Standar yang ditetapkan dalam perjanjian Madrid berfungsi untuk melindungi keunikan produk berdasarkan lokasi geografisnya. Dengan ketentuan bahwa produk yang telah digunakan sebagai varietas tanaman tidak dapat didaftarkan sebagai IG, hal ini melindungi keaslian dan mencegah praktik penyalahgunaan yang dapat merugikan produsen asli. Kriteria ini juga membantu konsumen dalam membuat keputusan yang lebih terinformasi, meningkatkan kepercayaan mereka terhadap produk yang mereka beli.

Akhirnya, perdebatan tentang IG dan IA menggambarkan tantangan yang dihadapi dalam perlindungan kekayaan intelektual, terutama dalam konteks merek lokal. Penyalahgunaan pendaftaran produk lokal sebagai IG tidak hanya mengancam integritas sistem pendaftaran itu sendiri, tetapi juga mengaburkan pemahaman masyarakat tentang perbedaan antara IA dan IG. Oleh karena itu, penting untuk memberikan edukasi yang lebih baik kepada publik dan pelaku usaha mengenai makna dan fungsi dari kedua istilah ini, serta dampaknya terhadap ekonomi lokal dan keberlanjutan lingkungan. Dengan pendekatan yang tepat, kita dapat memaksimalkan manfaat dari produk IG sambil melindungi keunikan budaya dan lingkungan yang mendasarinya.

Melihat tindakan yang dilakukan oleh pihak pendaftar yang menyalahgunakan perlindungan Indikasi Geografis dalam memberikan nilai lebih dalam produk mereka, diperlukannya tindakan pencegahan dan pemberian sanksi kepada pihak yang menyalahgunakan perlindungan Indikasi Geografis demi kepentingan produk sendiri. Meskipun pada umumnya setiap merek dapat digugat status perlindungan Indikasi Geografisnya, dengan syarat yang mengikuti pasal 66, yaitu:

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

Dalam konteks perlindungan Indikasi Geografis, gugatan hanya dapat diajukan oleh produsen yang memiliki hak untuk menggunakan Indikasi Geografis tersebut atau oleh lembaga yang mewakili masyarakat dari kawasan geografis tertentu dan memiliki kewenangan untuk melakukannya. Hal ini menyulitkan upaya penindakan terhadap penyalahgunaan perlindungan Indikasi Geografis seperti yang diatur dalam ketentuan yang ada. Oleh karena itu, diperlukan suatu metode yang lebih transparan untuk memastikan adanya mekanisme yang dapat memberikan kredibilitas kepada setiap pihak yang mengendalikan produk Indikasi Geografis secara sah. Isu ini menunjukkan bahwa pembatasan gugatan hanya kepada produsen dan lembaga tertentu menciptakan tantangan dalam penegakan hukum terkait Indikasi Geografis.

Di satu sisi, pengaturan ini bertujuan untuk melindungi hak-hak produsen dan masyarakat lokal, tetapi di sisi lain, hal ini dapat menghambat tindakan tegas terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh pihak ketiga yang tidak berhak. Metode yang transparan dan akuntabel sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan terhadap sistem pengendalian produk Indikasi Geografis. Salah satu pendekatan yang dapat diterapkan adalah pengembangan platform digital yang memungkinkan semua pihak yang terlibat, termasuk konsumen, untuk melaporkan dan mengidentifikasi potensi penyalahgunaan. Selain itu, perlu ada pelatihan dan peningkatan kapasitas bagi lembaga pengawas agar mampu mengawasi dan menegakkan hukum dengan lebih efektif. Dengan langkah-langkah ini, kredibilitas dan perlindungan terhadap produk yang menggunakan Indikasi Geografis dapat ditingkatkan, sehingga melindungi kepentingan produsen serta masyarakat lokal secara lebih optimal.

Penerapan aturan untuk mengatasi kekaburan hukum antara Indikasi Geografis (GI) dan IA adalah langkah krusial untuk menjamin kejelasan dalam pelabelan produk dan perlindungan terhadap produsen lokal. Dalam konteks perdagangan internasional dan hak-hak konsumen, isu ini menjadi semakin penting. Berdasarkan Perjanjian TRIPS, yang menetapkan standar minimum untuk perlindungan GI, negara-negara anggota diharuskan untuk menerapkan undang-undang nasional yang mengakui GI, termasuk IA (Calboli, 2006). Selain itu, WTO menekankan perlunya pendekatan yang koheren terhadap GI, karena adanya peraturan nasional yang berbeda dapat menciptakan hambatan perdagangan, yang pada gilirannya memperumit lanskap hukum bagi para produsen (Marette et al., 2008).

Perbedaan antara GI dan IA sering menyebabkan kebingungan di kalangan konsumen dan produsen, karena keduanya bertujuan untuk menunjukkan kualitas dan asal produk. Tumpang tindih ini dapat merusak perlindungan yang dimaksudkan untuk masing-masing kategori (Echols, 2003). Negara-negara seperti Uni Eropa menganjurkan perlindungan ketat untuk GI, sementara beberapa negara lain berpendapat bahwa banyak GI adalah istilah umum, yang semakin memperumit wacana hukum di tingkat internasional (Calboli, 2006). Oleh karena itu, kerangka peraturan yang terpadu sangat penting untuk mengurangi perselisihan dan meningkatkan akses pasar bagi produsen. Hal ini mencakup perlunya definisi dan perlindungan yang lebih jelas untuk GI dan IA (Ilbert & Petit, 2009; Sylvander et al., 2006).

Rekomendasi untuk harmonisasi kebijakan mencakup upaya kolaboratif antar negara untuk menetapkan praktik dan standar terbaik yang menghormati tradisi lokal serta memenuhi kewajiban perdagangan internasional (Echols, 2003). Meskipun dorongan untuk peraturan yang lebih jelas sangat penting, beberapa peneliti berpendapat bahwa perlindungan yang terlalu ketat dapat menghambat inovasi dan persaingan, menunjukkan perlunya keseimbangan dalam pengembangan kebijakan (Calboli, 2006). Dengan memperhatikan kompleksitas ini, pengembangan kerangka hukum yang komprehensif dan harmonis sangat penting untuk melindungi produk lokal dan meningkatkan daya saing di pasar global.

PENUTUP

Indikasi Geografis adalah salah satu komoditas produk terbaik yang tidak hanya digunakan untuk keperluan jual beli, tetapi juga dalam hal memperkenalkan kekayaan SDA Indonesia dan kebudayaan dalam melestarikan komoditas terkait. Maka dari itu, diperlukannya penerapan kehati-hatian dalam mendaftarkan produk yang didaftarkan agar status dari Indikasi Geografis itu sendiri tidak disalahgunakan. Terdaftarnya beberapa produk lokal yang didaftarkan sebagai Indikasi Geografis seperti Mebel Ukir Jepara (ID G 000000003) dan Bandeng Asap Sidoarjo (ID G 000000024) terlepas dari tidak adanya keunikan yang dapat ditetapkan sebagai Indikasi Geografis dalam produk yang didaftarkan, dimana seharusnya kedua produk terkait lebih dapat dikategorikan sebagai Indikasi Asal mengikuti persyaratan yang ditetapkan baik dalam Undang-undang maupun oleh para ahli. Hal ini diperparah dengan pihak yang dapat ditetapkan untuk melakukan tindakan gugatan terkait dengan penyalahgunaan status perlindungan Indikasi Geografis hanya dapat

dilakukan oleh pihak-pihak tertentu dan tidak secara umum, sehingga terancamnya status Indikasi Geografis sebagai komoditas produk yang dapat dipercaya oleh masyarakat publik.

Penelitian ini memberikan beberapa rekomendasi untuk mengatasi penyalahgunaan aturan indikasi geografis (IG) dalam produk lokal Indonesia. Pertama, penting bagi pemerintah untuk meningkatkan implementasi dan penegakan hukum terkait IG. Langkah ini melibatkan pengawasan yang lebih ketat terhadap produk yang didaftarkan sebagai IG, sehingga hanya produk yang memenuhi syarat sesuai dengan undang-undang yang berhak mendapatkan perlindungan. Kedua, disarankan adanya pemberian sanksi yang jelas dan tegas kepada pihak-pihak yang menyalahgunakan status IG, guna menjaga kredibilitas dan kepercayaan publik terhadap IG sebagai tanda perlindungan untuk produk yang memiliki karakteristik geografis unik.

Ketiga, edukasi bagi pelaku usaha dan masyarakat luas tentang perbedaan antara Indikasi Asal (IA) dan Indikasi Geografis perlu ditingkatkan, agar pemahaman yang lebih baik dapat mencegah terjadinya penyalahgunaan. Keempat, diperlukan transparansi dalam proses pendaftaran IG, termasuk akses informasi yang memadai bagi masyarakat tentang produk yang terdaftar dan kriteria kelayakannya. Selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan platform digital yang memungkinkan konsumen melaporkan potensi penyalahgunaan IG, yang dapat meningkatkan perlindungan terhadap produk lokal. Terakhir, lembaga yang bertanggung jawab atas pengawasan IG perlu diberikan pelatihan lebih intensif untuk memastikan mereka dapat menegakkan hukum secara lebih efektif, sehingga keunikan dan kualitas produk lokal yang memenuhi syarat IG dapat terlindungi dengan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbott, F., & Cottier, T. (1999). *The international intellectual property system: commentary and materials*.
- Agarwal, S., & Barone, M. J. (2005). *Emerging issues for geographical indication branding strategies*.
- Alghasi, M. A., & Althafzifar, M. A. (2024). Comparative Legal Analysis Of Renewable Energy Utilization Regulations Between Iceland And Indonesia. *Policy, Law, Notary and Regulatory Issues*, 3(2), 333–341.
- Calboli, I. (2006). Expanding the protection of geographical indications of origin under TRIPS: old debate or new opportunity. *Marq. Intell. Prop. L. Rev.*, 10, 181.
- Coombe, R. J., Ives, S., & Huizenga, D. (2014). Geographical indications: The promise, perils and politics of protecting place-based products. *Sage Handbook on Intellectual Property, Thousand Oaks, CA, Sage Publications*, 207–223.
- Das, K. (2009). Socioeconomic implications of protecting geographical indications in India. *Available at SSRN 1587352*.
- Echols, M. A. (2003). Geographical indications for foods, TRIPS and the DOHA Development Agenda. *Journal of African Law*, 47(2), 199–220.
- Erlina, B., Jainah, Z. O., Seftiniara, I. N., Safitri, M., & Hasan, Z. (2023). Legal Protection Prospects Traditional Cultural Expression of Lampung. *International Journal of Law and Politics Studies*, 5(6), 67–76.
- Eugui, D. V., & Spennemann, C. (2006). The treatment of geographical indications in recent regional and bilateral free trade agreements. *The Intellectual Property Debate: Perspectives from Law, Economics and Political Economy*. Edward Elgar, 305–344.
- Gangjee, D. (2007). Quibbling siblings: Conflicts between trademarks and geographical indications. *Chi.-Kent L. Rev.*, 82, 1253.
- Ilbert, H., & Petit, M. (2009). Are geographical indications a valid property right? Global trends and challenges. *Development Policy Review*, 27(5), 503–528.
- Marette, S., Clemens, R., & Babcock, B. (2008). Recent international and regulatory decisions about geographical indications. *Agribusiness: An International Journal*, 24(4), 453–472.
- Marie-Vivien, D. (2010). The role of the State in the protection of Geographical Indications: from disengagement in France/Europe to significant involvement in India. *The Journal of World*

- Intellectual Property*, 13(2), 121–147.
- Muhtaman, D. R., Guizol, P., Roda, J.-M., & Purnomo, H. (2006). *Geographic Indications for Javanese teak: a constitutional change*.
- Saputro, T. A., Muryanto, Y. T., & Suraji, S. (2021). The Establishment Of Geographical Indication Protection Community (GIPC) As A Legal Protection Msme Products. *Jurnal Pembaharuan Hukum*, 8(3), 357–373.
- Sidebotham, S. E. (2011). *Berenike and the ancient maritime spice route* (Vol. 18). Univ of California Press.
- Sylvander, B., Allaire, G., Barjolle, D., Marescotti, A., & Tregear, A. (2006). Quality, origin and globalization: overall justifications and national frameworks: the geographical indication case./Qualite, origine et globalisation: justifications generales et contextes nationaux, le cas des Indications Geographiques. *Canadian Journal of Regional Science*, 29(1), 43–60.
- Zografos, D. (2008). *Geographical Indications and Socio-Economic Development*. *Social Science Research Network*, doi: 10.2139/SSRN.1628534.