

# PERLINDUNGAN INDIKASI GEOGRAFIS ASET NASIONAL PADA KASUS KOPI TORAJA

Fokky Fuad, Avvan Andi Latjeme

Program Studi Magister Ilmu Hukum,  
Pascasarjana, Universitas Al Azhar Indonesia,  
Komplek Masjid Agung Al-Azhar, Jl. Sisingamangaraja,  
Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, 12110

[fokkyf@gmail.com](mailto:fokkyf@gmail.com)

*Abstrak-Negara kesatuan Republik Indonesia yang telah Allah subhanahu wa ta'ala karuniakan kekayaan dan kelimpahan sumber daya alam dengan keragaman hayati dan nabati sehingga sangat berpotensi hasil budi daya nabati maupun hayati yang mencirikan geografis di mana potensi itu berada. Indikasi Geografis (IG) merupakan sebuah sertifikasi dilindungi oleh undang-undang, digunakan pada produk tertentu yang sesuai dengan lokasi geografis tertentu atau asal. Ciri khas dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan menjadi faktor lingkungan geografis memberikan. Lingkungan geografis tadi bisa berupa faktor alam, manusia, atau kombinasi keduanya.*

*Kata Kunci: Perlindungan, Geografis, Kopi*

## PENDAHULUAN

Negara kesatuan Republik Indonesia yang telah Allah subhanahu wa ta'ala karuniakan kekayaan dan kelimpahan sumber daya alam dengan keragaman hayati dan nabati sehingga sangat berpotensi hasil budi daya nabati maupun hayati yang mencirikan geografis di mana potensi itu berada.

Indikasi Geografis (IG) merupakan sebuah sertifikasi dilindungi oleh undang-undang, digunakan pada produk tertentu yang sesuai dengan lokasi geografis tertentu atau asal. Ciri khas dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan menjadi faktor lingkungan geografis memberikan. Lingkungan geografis tadi bisa berupa faktor alam, manusia, atau kombinasi keduanya.

Sampai saat ini di Indonesia telah menghasilkan potensi indikasi geografisnya dengan khas di masing masing daerah seperti Kopi Gayo, Kopi Toraja, Kopi Kintamani Bali, Ubi Cilembu, Lada Hitam Lampung, Lada Putih Muntok, Apel Batu Malang, Gerabah Kasongan, Keramik Dinoyo, dan lain-lain.

Kopi Kintamani Bali menjadi pelopor produk perkebunan yang pertama kali memperoleh sertifikasi Indikasi Geografis dengan ciri khas dan kualitas yang berbeda dengan jenis kopi lainnya. Dengan adanya pendaftaran produk indikasi geografis akan memberikan nilai tambah dan daya saing serta keuntungan kepada para stakeholders yang terlibat seperti petani dan eksportir.

Dari sisi konsumen, dengan adanya sertifikat produk indikasi geografis yang ditempelkan pada kemasan produk yang bersangkutan, berarti produk tersebut adalah asli. Dengan demikian konsumen akan terhindar dari barang palsu jika pada kemasan produk itu terdapat label produk indikasi geografis.

Dari segi pertumbuhan ekonomi kesuburan indikasi geografis di Indonesia merupakan anugerah bagi bangsa Indonesia karena potensi alam yang Allah limpahkan, hal tersebut sangat berpotensi sebagai aset perdagangan yang harusnya dinikmati oleh rakyat Indonesia bukan pihak asing. Dalam konteks bisnis atau perdagangan, baik itu untuk perdagangan dalam

negri maupun diperdagangkan ke dunia internasional (*export* dan *import*), maka aturan hukum harus dapat menjamin agar hak-hak pihak yang memanfaatkan potensi tersebut dapat terlindungi. Begitu banyak potensi alam unik yang dimiliki Indonesia, sehingga menjadi sumber potensi produk indikasi geografis yang berlimpah dan tersebar di seluruh Indonesia.

## PEMBAHASAN

### I. Langkah Perlindungan dalam Indikasi Geografis

Indikasi geografis di Indonesia sendiri telah diatur dan disesuaikan dengan beberapa perjanjian internasional meskipun secara substansi tidak mutlak sama. Indikasi geografis diatur di dalam Undang-Undang nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek pada pasal 56 ayat 1 yang menyebutkan:

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 sehingga memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan.

Sebagai respon dari pasal Indikasi Geografis di dalam Undang-undang Merek, Pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 51 Tahun 2007 yang mengatur secara teknis tentang Indikasi Geografis. Dunia internasional juga menyoroti Perlindungan terhadap indikasi geografis sehingga berbagai macam perjanjian internasional mengatur hal tersebut. Paris Convention for the Protection of Industrial Property tahun 1983 merupakan salah satu perlindungan hukum internasional indikasi geografis. Dari perjanjian tersebut menyebutkan

*“Indication of Source as an indication referring to a country or a place in that country, as being the country or place of origin of a product<sup>1</sup>.”*

<sup>1</sup> Achmad Zen Umar Purba, “International Regulation on Geographical Indications, Genetic Resources and

Selain dari pada itu, Pada TRIPs Agreement article 22 juga mengatur tentang Indikasi Geografis yang menyebutkan bahwa:

TRIPs memberikan definisi Indikasi Geografis sebagai tanda yang mengidentifikasi suatu wilayah negara anggota, atau kawasan atau daerah di dalam wilayah tersebut sebagai asal barang, di mana reputasi, kualitas dan karakteristik barang yang bersangkutan sangat ditentukan oleh faktor geografis. Dengan demikian, asal suatu barang tertentu yang melekat dengan reputasi, karakteristik dan kualitas suatu barang yang dikaitkan dengan wilayah tertentu dilindungi secara yuridis<sup>2</sup>.

Perjanjian Lisabon tahun 1958 menggunakan istilah *Appellation of Origin* (AO), Dengan nomenklatur yang berbeda menyebutkan bahwa:

*In this Agreement, “appellation of origin” means the geographical denomination of a country, region, or locality, which serves to designate a product originating therein, the quality or characteristics of which are due exclusively or essentially to the geographical environment, including natural and human factors<sup>3</sup>.*

### II. Potensi Indikasi Geografis di Indonesia

Belajar dari Produk-produk indikasi geografis dari negara-negara Eropa dapat memberikan keuntungan besar bagi perekonomian negara tersebut. Sebagai contohnya adalah Penjualan jeruk Florida asli dari negara bagian di Amerika Serikat,

---

Traditional Knowledge”, Workshop on the Developing Countries Interest to Geographical Indications, Genetic and Traditional Knowledge, PIH FHUI and Dit.Gen of IPR’s, Dept.of Law and Human Rights, RI, Jakarta, 6 April, 2005, hlm. 37.

<sup>2</sup> OK. Saidin, Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights, (Jakarta: Raja Grafindo: 2004), hlm. 386.

<sup>3</sup> Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and their International Registrationn of October 31, 1958, as revised at Stockholm on July 14, 1967, and as amended on September 28, 1979.

Florida yang dikenal secara luas di dunia dengan kekhasan rasanya, dapat menyumbangkan 9 juta US Dollar, membuka sekitar 80.000 lapangan kerja baru dan mengekspansi 230, 670 hektar lahan<sup>4</sup>.

Di Indonesia, banyak potensi Indikasi Geografis yang bisa dimanfaatkan untuk bersaing di dunia internasional. Seperti Jenang Kudus, Ubi Cilembu, Wajit Cililin, Kain Sasirangan (Kalimantan Selatan), Batik Trusmi (Cirebon), Batik Pekalongan, Batik Solo, Seni Topeng Cirebon, Batik Yogyakarta, Keramik Kasongan Yogyakarta, Apel Malang, Brem Bali, Songket Silungkang (Sumatera Barat), Kain Songket Palembang dan Ukiran Toraja<sup>5</sup>. Adapun dari produk kopi ada sejumlah kopi yang memiliki cita rasa yang khas, yaitu dari jenis kopi Arabica seperti : Kopi Gayo, kopi Lintong (Batak), kopi Mandheling (Batak), kopi Toraja, kopi Kalosi, kopi Kintamani Bali, kopi Bajawa, kopi Luwak. Dari jenis Robusta: kopi Pagaralam, kopi Lampung, kopi Jawa Dampit, kopi Robusta Flores<sup>6</sup>.

### III. Keuntungan Dari Potensi Indikasi Geografis Yang dimiliki.

Dari potensi yang dimiliki, keuntungan dapat terjadi jika negara-negara (termasuk Indonesia) dapat melindungi produk-produk khasnya dengan sistem perlindungan Indikasi Geografis. Pada dasar itu, sangat diperlukannya perlindungan Indikasi Geografis secara internasional. Karena

dengan perlindungan secara internasional, beberapa manfaat dapat diambil, yaitu<sup>7</sup>:

1. Indikasi Geografis dapat digunakan sebagai strategi pemasaran produk pada perdagangan dalam dan luar negeri.
2. Memberikan nilai tambah terhadap produk dan meningkatkan kesejahteraan pembuatnya.
3. Meningkatkan reputasi produk Indikasi Geografis dalam perdagangan internasional.
4. Persamaan perlakuan sebagai akibat promosi dari luar negeri, dan
5. Perlindungan Indikasi Geografis sebagai salah satu alat untuk menghindari persaingan curang.

### IV. Kasus Kopi Toraja yang telah didaftarkan di Jepang, akibat hukumnya Dan bagaimana upaya hukumnya<sup>8</sup>.

#### A. Penjelasan Kasus.

Kasus pendaftaran merek Kopi dengan nama Toraja oleh Key Coffee Co. dimulai pada saat pemilik merek "Toarco Toraja" tersebut mengajukan permohonan perlindungan atas merek kopi yang mulai populer di Jepang. Ancaman adanya pesaing yang menggunakan merek dagang dengan nama yang sama menjadi dasar permohonan perlindungan mereknya pada 1974 dan kemudian pendaftarannya dikabulkan pada 1976.

Seiring dengan perlindungan merek bersangkutan, berkembang pula norma yang melindungi nama daerah (letak geografis) sebagai tanda untuk mengenali kualitas ataupun ciri khas produk tertentu. Nilai ekonomis produk yang menggunakan IG menjadi issue penting dalam perdagangan. Utamanya, setelah secara definitif diperkenalkan pada aturan dagang internasional dalam kerangka WTO, khususnya melalui

<sup>4</sup> Ken Keck, "Florida Orange Juice Healthy, Pure and Simple", Worldwide Symposium on Geographical Indications, Lima 22-24 Juni 2011.

<sup>5</sup> Sudarmanto, Produk Kategori Indikasi Geografis Potensi Kekayaan Intelektual Masyarakat Indonesia, Simposium Nasional Kepentingan Negara Berkembang Terhadap Hak Atas Indikasi Geografis, Sumber Daya Genetika dan Pengetahuan Tradisional, Lembaga Pengkajian Hukum Internasional Fakultas Hukum Universitas Indonesia bekerjasama dengan Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia, Depok tahun 2005, hlm. 114.

<sup>6</sup> Surip Mawardi, Op.Cit, hlm. 3.

<sup>7</sup> Ibid,.

<sup>8</sup> <http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt4fd1bd073c3a6/perlindungan-indikasi-geografis-aset-nasional-dari-pendaftaran-oleh-negara-lain>

Pasal 22 s.d. Pasal 24 Persetujuan TRIPs. Adanya perkembangan ini membuka peluang beberapa perusahaan kopi di Jepang untuk mengajukan permohonan penghentian penggunaan monopoli kata “Toraja” pada merek dagang yang dimiliki Key Coffee Co. atas jenis produk kopi.

Dasarnya karena penggunaan nama daerah asal penghasil kopi bersangkutan dianggap sebagai domain publik. Bahkan sengketa penyalahgunaan nama Toraja sebagai merek dagang ini pernah sampai pada pengadilan Urawa, Jepang pada 1997. Walaupun diakhiri dengan kesepakatan damai, Key Coffee tetap saja sebagai pihak yang memberikan izin penggunaan nama Toraja di Jepang.

Geographical Indication atau Indikasi Geografis (IG) yang tertuang dalam norma Persetujuan TRIPs merupakan pengembangan dari aturan mengenai Appellation of Origin (“AO”) sebagaimana diatur dalam The Paris Convention for the Protection of Industrial Property 1883 (Konvensi Paris 1883), sebagai berikut:

*... the geographical name of a country, region, or locality, which serves to designate a product originating therein, the quality and characteristic of which are due exclusively or essentially to the geographical environment, including natural and human factor.*

Bersama dengan Indikasi Asal (Indication of Source), AO termasuk dalam aturan nama dagang yang memakai nama tempat untuk produk dagangnya. Nama tempat berfungsi sebagai tanda pembeda. Lebih luas pengertiannya dari AO yang harus sama persis dengan produknya, IG merujuk tidak hanya pada nama tempat, tetapi juga tanda-tanda kedaerahan atau lambang dari lokasi bersangkutan yang mengidentifikasi asal produk khas bersangkutan. Contohnya seperti Menara Petronas, Opera House Sidney ataupun

Rumah Adat Toraja. Tanda itu bukan produk dagangnya, tetapi melekat pada produk sebagai tanda asal yang berhubungan dengan karakteristik produknya. Bandingkan kondisinya dengan produk berupa Champagne, Tequila, ataupun keju Parmagiano. Kesemuanya merupakan contoh IG.

Definisi Persetujuan TRIPs mengenai IG dituangkan dalam Pasal 22 ayat (1), sebagai berikut:

*... indication which identify a good as originating in the territory of a Member, or a region or locally in that territory, where a given quality, representation or other characteristic of the goods is essentially attributable to its geographical origin.*

IG sendiri pengaturannya dalam Persetujuan TRIPs tidak mengatur lebih jauh ihwal norma tertentu yang harus diikuti Negara peserta. Standar minimum yang harus dilakukan setiap Negara peserta hanyalah melakukan cara-cara hukum dalam rangka perlindungannya (legal means), termasuk singgungannya dengan persaingan tidak sehat (unfair competition). Bentuk perlindungan seperti apa diserahkan pada kebijaksanaan masing-masing Negara. Aturan IG pun boleh dimasukkan di dalam ataupun di luar aturan Merek. Walaupun TRIPs sendiri mengakui bahwa baik IG maupun Merek merupakan rezim yang independen.

Adanya aturan mengenai IG di Indonesia, sebagai salah satu bentuk norma perlindungan HKI, hadir setelah keikutsertaan dan ratifikasi Indonesia dalam Persetujuan TRIPs (vide Keppres No. 7 Tahun 1994). Norma baru yang merupakan bagian dari penyesuaian aturan HKI pasca penandatanganan Persetujuan TRIPs ini dimasukkan dalam rezim Merek sebagaimana tertuang dalam UU No. 14 Tahun 1997 tentang Merek dan dalam UU Merek

yang baru, UU No. 15 Tahun 2001 (“UU Merek”). Norma pembatasannya tercantum pada Pasal 56 ayat (1) UU Merek, sebagai berikut:

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.

Serupa dengan perlindungan Merek di Indonesia, perlindungan IG juga mensyaratkan adanya suatu proses permohonan pendaftaran. Hanya saja pendaftaran dilakukan oleh kelompok masyarakat atau institusi yang mewakili atau memiliki kepentingan atas produk bersangkutan. Berbeda dengan perlindungan merek, IG tidak mengenal batas waktu perlindungan sepanjang karakteristik yang menjadi unggulannya masih tetap dapat dipertahankan. Penjabaran secara rinci ihwal perlindungan IG dituangkan dalam aturan pelaksana berupa PP No. 51 Tahun 2007 tentang Indikasi-Geografis (“PP 51/2007”).

#### B. Akibat Hukum

Akibat hukum adanya pendaftaran merek Toraja di Jepang, tentunya menghalangi eksportir kopi dari Indonesia untuk memasukkan produk kopi yang menggunakan tanda dengan nama Toraja. Perlindungan hukum HKI bersifat teritorial. Ironis bagi pihak Indonesia -- wilayah geografis dari mana Kopi Toraja itu berasal -- manakala pihak asing justru berebut karena nilai aset dan peluang bisnisnya. Walaupun aset tersebut secara de facto telah lama dimiliki, tetapi perlindungannya mensyaratkan kepemilikan yang bersifat yuridis normatif, yaitu pendaftaran kepemilikan.

Tentunya pada saat kopi dengan nama dagang beserta gambar rumah adat Toraja terdaftar sebagai Merek di Jepang, perkembangan hukum Merek di Indonesia belum sampai tahap pemahaman konsep perlindungan IG. Walaupun pengenalan akan nama daerah yang dapat digunakan sebagai tanda dalam perputaran barang dan jasa dalam perdagangan internasional sudah ada pada norma AO yang perlindungannya tertuang dalam Konvensi Paris 1883, Perjanjian dan Protokol Madrid ataupun Perjanjian Lisabon 1958 (Lisbon Agreement of 1958 for the Protection of Appellation of Origin). Itupun posisi Indonesia bukan merupakan Negara peserta dari semua kesepakatan internasional tersebut, kecuali kemudian Konvensi Paris 1883 yang diratifikasi pasca Persetujuan TRIPs.

#### C. Upaya Hukum

Secara logis, produk bermuatan IG dimiliki oleh masyarakat yang memiliki kepentingan langsung dengan IG bersangkutan. Namun dalam kerangka perlindungan hukum, perlindungan IG memerlukan upaya yang proaktif dari pihak yang berkepentingan (komunitas pemilik) berupa pendaftaran dalam rangka alas kepemilikannya. Berkenaan dengan kasus Kopi Toraja, klaim dapat dilakukan oleh pihak yang berkepentingan mewakili masyarakat (adat) Toraja ataupun pemerintah daerah setempat (vide Pasal 5 ayat [3] PP 51/2007). Kopi Kintamani Bali contohnya, merupakan pilot project pendaftaran IG di Indonesia. Ihwal penting yang menjadi pertimbangan perlindungan IG adalah konsistensi dari kualitas karakteristik kedaerahan produk bersangkutan, baik itu berasal dari kondisi alamnya, sumber daya manusia ataupun kombinasi keduanya. Produksi kopi Kintamani sendiri telah dimulai sejak awal abad ke-19 di lereng Gunung Batur, Bali dan karakteristik kopinya tetap dapat dipertahankan baik dari sisi tradisi pengolahannya serta produk kopi

yang dihasilkan. Perlindungan IG kopi Kintamani sendiri baru diperoleh pada 2008 dan merupakan IG pertama di Indonesia.

Upaya pendaftaran kopi Toraja sebagai IG di Indonesia diperlukan sebagai langkah awal pengakuan hak. Keikutsertaan Indonesia dalam Konvensi internasional seperti Perjanjian Lisabon 1958 perlu dijajaki untuk memperkuat kepemilikan IG dalam wadah internasional. Di samping itu, Perjanjian ini memuat pula aturan yang mengutamakan kekuatan pendaftaran IG sehingga dapat meletakkan kepemilikan Merek dalam prioritas kedua, sekalipun sudah terdaftar lebih dahulu atas dasar itikad baik (vide Pasal 5 ayat [6] Perjanjian Lisabon 1958). Namun, upaya hukum pun perlu mengingat azas teritorial HKI. Aturan hukum setempat perlu menjadi acuan pertimbangan dan kajian berkaitan dengan bentuk perlindungan IG berikut Merek dan ihwal Persaingan Tidak Sehat di Jepang.

#### V. Manfaat sistem pendaftaran internasional

Berikut adalah manfaat dari sistem pendaftaran internasional :

1. Negara-negara lain akan mengetahui secara tepat terhadap barang yang telah dilindungi<sup>9</sup>.
2. Negara-negara yang tergabung akan dimintakan untuk menghormati dan melindungi terhadap produk tersebut<sup>10</sup>.
3. Perlindungan terhadap produk tersebut akan dilindungi selama di negara asalnya masih dilindungi tanpa ada pembaruan pendaftaran. Bagi produsen, barang yang sudah dilindungi dan terdaftar di sistem Lisabon dapat meningkatkan kualitas dan harga barang tersebut di negara lain.
4. Bagi konsumen, barang yang sudah dilindungi dan terdaftar dapat

memberikan jaminan keaslian dan kualitas sehingga tidak membingungkan asal barang tersebut.

#### PENUTUP

Seperti yang telah kita ketahui, di Indonesia produk-produk Indikasi Geografis yang telah bersertifikat, antara lain: Kopi Arabika Gayo, Kopi Kintamani Bali, Lada Putih Muntok, Mebel Ukiran Jepara, Susu Kuda Sumbawa, Kangkung Lombok, dan Beras Adan Krayan, Tembakau Mole Sumedang, Tembakau Hitam Sumedang.

Dari kasus ini dapat diambil pelajaran berharga bahwa kesadaran untuk melindungi aset berharga seringkali tertinggal karena rasa memiliki baru hadir setelah potensi alam/bangsa kemudian diklaim oleh pihak asing yang bermata jeli dan menghargai nilai komersial dari aset tersebut. Potensi nilai ekonomis dari kopi Toraja telah disadari dan dilirik oleh pengusaha Jepang. Kasus ini mengemuka setelah adanya norma IG yang diperkenalkan Persetujuan TRIPs. Oleh karenanya, perlu pembenahan dalam pendokumentasian aset nasional. Kemajuan yang tercatat saat ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

Achmad Zen Umar Purba, "International Regulation on Geographical Indications, Genetic Resources and Traditional Knowledge", Workshop on the Developing Countries Interest to Geographical Indications, Genetic and Traditional Knowledge, PIH FHUI and Dit.Gen of IPR's, Dept.of Law and Human Rights, RI, Jakarta, 6 April, 2005.

Geographical Indications, Lima 22-24 Juni 2011.

Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and their International Ken Keck, "Florida Orange Juice Healthy, Pure and Simple", Worldwide Symposium on July 14, 1967, and as amended on September 28, 1979.

<sup>9</sup> Records Lisbon Concerence 1958, p. 816-818.

<sup>10</sup> Ibid,.

OK. Saidin, Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights, (Jakarta: Raja Grafindo: 2004).

Records Lisbon Concerence 1958, p. 816-818.

Surip Mawardi, Op.Cit.

Sudarmanto, Produk Kategori Indikasi Geografis Potensi Kekayaan Intelektual Masyarakat Indonesia, Simposium Nasional Kepentingan Negara Berkembang Terhadap Hak Atas

Indikasi Geografis, Sumber Daya Genetika dan Pengetahuan Tradisional, Lembaga Pengkajian Hukum Internasional Fakultas Hukum Universitas Indonesia bekerjasama dengan Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia, Depok tahun 2005.

<http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt4fd1bd073c3a6/perlindungan-indikasi-geografis-aset-nasional-dari-pendaftaran-oleh-negara-lain>