

## **TINGKATKAN DAYA SAING PRODUK MELALUI INDIKASI GEOGRAFIS**

Masih ingatkah kasus Merek *Sulotco Kalosi Toraja Coffee* dengan gambar rumah Toraja yang didaftar dan dimiliki oleh IFES Inc. Corporation California dengan Nomor Pendaftaran 74547000. Hal ini tentu, menjadi pembelajaran yang amat luar biasa. Salah satunya, banyak ternyata pihak-pihak asing yang saat ini menaikan daya saing produk mereka melalui pendomplengan atas nama-nama produk-produk khas dan berkualitas bangsa Indonesia. Dari hal ini sangat penting kiranya nama-nama produk khas dan berkualitas ini dapat dilindungi melalui hukum dan diharapkan juga mampu meningkatkan daya saingnya Hal ini dalam bidang hak kekayaan intelektual dinamakan Indikasi Geografis (IG).

### **Indikasi Geografis: Tanda Kawasan untuk Produk /Khas**

Barangkali selama ini kita sudah mengetahui di Indonesia terdapat beberapa produk yang punya kekhasan dan berkualitas dan hal ini sekaligus menjadi produk unggulan. Beberapa produk tersebut seperti, Salak Pondoh Sleman, Kopi Kitamani Bali, Lada Putih Muntok, Tembakau Mole Sumedang dan banyak lagi yang lainnya. Produk-produk tersebut pada dasarnya merupakan produk yang memiliki potensi didaftarkan IG-nya.

IG merupakan suatu tanda yang digunakan terhadap barang yang memiliki asal geografis tertentu dan juga memiliki kualitas atau reputasi yang ditimbulkan oleh tempat asal tersebut. Pada umumnya IG terdiri dari nama tempat asal barang tersebut. Tujuan dari pendaftaran IG agar produk tersebut dapat dilindungi secara hukum. Perlindungan terhadap IG bersifat kolektif, yaitu merupakan perlindungan yang diberikan terhadap suatu produk yang dihasilkan oleh suatu produk yang dihasilkan oleh suatu wilayah tertentu (Sugiono Moeljopawiro dan Surip Mawardi, 2010).

IG muncul dan lahir beberapa abad yang lalu di Eropa. IG sendiri mencakup pada nama tempat dari asal barang. IG adalah suatu tanda yang digunakan pada barang yang mempunyai asal wilayah spesifik dan memiliki kualitas dan reputasi yang diakibatkan oleh asal tempat (Dora de Teresa, 2003). Di dunia telah banyak produk-produk dengan yang memiliki kualitas dan reputasi disebabkan oleh tempat dimintakan IG. Hal ini seperti; anggur *champagne* (perancis), keju *parmigiano* (italia), *brandy pisco* (peru)—produk-produk ini telah terdaftar sebagai ig di Indonesia (Riyaldi, 2012).

Dengan memperhatikan pada pengertian IG, maka jelaslah bahwa IG itu merupakan tanda yang digunakan untuk produk yang memiliki khas dan berkualitas, dimana tanda tersebut mengacu kepada nama kawasan dari produk tersebut.

### **Implikasi Sertifikasi IG terhadap Peningkatan Daya Saing Produk**

IG pertama kali muncul dalam *World Trade Organization (WTO)* sebagai bagian dari *Trade Related Aspect of Intellectual Property Rights (TRIPs)*, khususnya dalam Pasal 22 ayat (1) TRIPs Agreement. IG biasanya digunakan untuk menandai produk yang memiliki kekhasan dan kualitas yang disebabkan

oleh faktor geografis, baik faktor alam dan/atau manusia. Untuk diperolehnya IG, maka harus dilakukan pendaftaran.

Pendaftaran IG sendiri merupakan sebuah mekanisme hukum yang dilakukan dengan cara melakukan pelabelan atas produk ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM dimana untuk mendapatkan label tersebut harus ada suatu standar produk baik dari sisi kelembagaan dan tata kelola serta mutu dan karakteristik produk yang dituangkan dalam buku persyaratan. Buku persyaratan merupakan suatu syarat pendaftaran IG, di mana memiliki fungsi apabila label IG atas suatu produk khas disetujui oleh Dirjen HKI, maka produk khas tersebut harus diproduksi oleh komunitas produk tersebut dengan mengacu kepada buku persyaratan tersebut.

Dengan memperhatikan hal-hal di atas, maka IG pada dasarnya dapat dipersamakan dengan upaya menstandarisasi produk khas suatu daerah/kawasan. Pemahaman ini dapat diketahui karena untuk mendapatkan sertifikat IG, sebuah komunitas produk khas hendaknya terlebih dahulu memiliki standar-standar mutu produk yang dapat menjelaskan kekhasan dari produk tersebut.

Selanjutnya, dengan dilakukan pendaftaran IG atas produk khas dan berkualitas, maka akan diperoleh manfaat sebagai berikut: *Pertama*, secara makro diharapkan akan meningkatkan kesejahteraan komunitas produk khas dan berkualitas serta masyarakat lainnya yang ada disekitar komunitas produk khas dan berkualitas tadi; *Kedua*, secara hukum, produk-produk khas dan berkualitas yang ada di masing-masing daerah dapat dilindungi secara hukum; dan *Ketiga*, secara mutu dan kualitas, maka produk-produk khas dan berkualitas yang ada di daerah masing-masing akan dapat ditingkatkan lagi daya saingnya.

**Budi Agus Riswandi**  
Direktur Eksekutif Pusat HKI Fakultas Hukum  
Universitas Islam Indonesia Yogyakarta