

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari apa yang telah diuraikan pada penulisan di atas, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Konsep Indikasi Geografis di tingkat internasional tidak saling bertentangan antara satu dengan yang lainnya, yaitu yang terdapat pada TRIPS, *Madrid Agreement*, *Lisbon Agreement*, *Stockholm Act*, dan yang terkini *Geneva Act*. Seluruh konsep Indikasi Geografis yang ada dalam perjanjian-perjanjian tersebut penekanan utamanya tentu tetap pada aspek *terroir* atau tanah tempat suatu produk dihasilkan sehingga dengan kekhususan faktor alam maupun faktor manusia atau kombinasi keduanya memunculkan kualitas, reputasi, atau karakteristik lain yang dapat dihubungkan langsung dengan tempat dimana produk tersebut berasal. Penjelasan mengenai faktor manusia sebagai bagian dari keadaan geografis bersanding dengan faktor alam baru muncul dalam *Lisbon Agreement*, sedangkan pada perjanjian-perjanjian sebelumnya seperti TRIPS dan *Madrid Agreement* keadaan geografis yang dimaksud tidak menyebutkan secara jelas terkait faktor alam maupun faktor manusia. Konsep pengaturan Indikasi Geografis di tingkat internasional ini pada praktiknya diturunkan menjadi hukum nasional masing-masing negara sesuai dengan karakteristik hukum dan keadaannya masing-masing sehingga secara umum terbagi dua macam pengaturan Indikasi Geografis yaitu yang di bawah rezim pengaturan Merek seperti di negara Etiopia dan

yang diatur secara khusus atau *sui generis* seperti di Uni Eropa, namun ada juga yang menggabungkan kedua rezim seperti di Republik Rakyat Cina.

2. Pengaturan mengenai Indikasi Geografis sudah cukup lama ada di Indonesia yaitu sejak tahun 1997 begitu Indonesia tergabung dalam TRIPS karena menjadi anggota WTO, walaupun normanya hanya ditempelkan ke dalam UU 14/1997 yang merupakan perubahan dari UU 19/1992. Baru kemudian mendapat perhatian lebih pada UU 15/2001 dan jauh lebih komprehensif diatur dalam pengaturan merek 2016 yang berubah nama menjadi UU 20/2016, dimana ini menjadi satu-satunya aturan terkait Kekayaan Intelektual di Indonesia yang memuat 2 (dua) substansi Kekayaan Intelektual karena Kekayaan Intelektual lainnya di Indonesia diatur dalam undang-undang tersendiri. Alasan utama penggabungan kedua substansi tersebut adalah kepraktisan dan efisiensi mengingat waktu dan biaya yang diperlukan untuk membuat sebuah undang-undang tidak sedikit sedangkan secara substansi pengaturan Indikasi Geografis belum cukup banyak di Indonesia untuk dijadikan satu undang-undang sendiri yang terpisah, walaupun ke depannya ketika pengaturan sudah lebih berkembang dan terdapat wacana untuk menjadikannya terpisah sudah ada. Indikasi Geografis dinilai paling tepat disatukan dengan undang-undang tentang Merek karena fungsinya yang dinilai paling dekat dengan Merek jika dibandingkan dengan jenis Kekayaan Intelektual lainnya. Pembahasan untuk memperdalam pengaturan Indikasi Geografis yang ada memang masih terbatas termasuk saat proses penulisan Naskah Akademik maupun pembahasan Rancangan Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis, dimana alokasi waktu yang digunakan untuk membahas

keduanya terpaut cukup jauh, hal ini mungkin karena Indikasi Geografis di Indonesia saat ini belum memiliki tingkat komersialisasi atau nilai ekonomi sebesar merek maupun Kekayaan Intelektual lainnya sehingga perhatian terhadapnya belum begitu besar di negeri ini.

3. Pengaturan terkait Indikasi Geografis Indonesia sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dimana pengaturan ini memberikan peluang kepada masyarakat di daerah untuk mendorong perekonomiannya secara pesat melalui monetisasi produk-produk Indikasi Geografis namun dalam praktiknya terdapat juga beberapa tantangan bagi para produsen daerah. Secara lebih terperinci beberapa hal yang dapat dijadikan peluang oleh masyarakat produsen daerah melalui pengaturan Indikasi Geografis tersebut adalah pendaftaran Indikasi Geografis selain produk agrikultur, penggunaan logo nasional Indikasi Geografis, pendaftaran Indikasi Geografis di luar negeri, dan tindak lanjut pelanggaran Indikasi Geografis. Kemudian beberapa hal yang menjadi tantangan dari pengaturan Indikasi Geografis yang ada adalah ketidakpahaman akan proses pendaftaran Indikasi Geografis, penggunaan 'logo' pada pendaftaran Indikasi Geografis, dan istilah 'Pemakai Indikasi Geografis' yang terdapat dalam UU 20/2016.

## **B. Saran**

Dari apa yang telah penulis uraikan di dalam tulisan ini, Penulis memiliki 3 (tiga) saran terkait dengan permasalahan yang Penulis angkat, antara lain sebagai berikut:

1. Indonesia dengan potensi dan natur Indikasi Geografisnya memang paling tepat menganut *sui generis* dan hal ini juga sudah sejalan dengan hukum positif yang ada dimana Indonesia sudah menganut *sui generis* sejak disahkannya UU 15/2001 dengan pendaftaran Indikasi Geografis yang terpisah dari Merek. Oleh karenanya, kepada pemerintah Republik Indonesia untuk dapat terus memperbarui pengaturan Indikasi Geografis yang *sui generis* di Indonesia agar lebih ideal pengaturan serta penerapannya sebagaimana di Uni Eropa yang memiliki pengaturan khusus untuk tiap jenis produk Indikasi Geografis. Selain itu, berbagai inisiasi yang dilakukan Uni Eropa untuk meningkatkan kesadaran dan kepedulian melalui berbagai jenis pendekatan logo Indikasi Geografis nasional dalam rangka turut membangun perekonomian daerah juga patut untuk ditiru.
2. Kepada pemerintah, akademisi, praktisi hukum, dan seluruh masyarakat agar perlu dilakukan lebih banyak analisa mendalam terutama terkait dampak ekonomi dari Indikasi Geografis yang potensi nilai ekonominya dimaksimalkan melalui komersialisasi yang terarah, sehingga ke depannya Indikasi Geografis bisa mendapat perhatian yang jauh lebih baik dari pemerintah pusat, pemerintah daerah, serta masyarakat produsen lokal setempat yang mulai menyadari keuntungan besar yang dapat diraih dari pemanfaatan Indikasi Geografis yang optimal. Dengan dukungan pemerintah hal ini sangat dimungkinkan sebagaimana yang dilakukan oleh Republik Rakyat Cina dengan meniadakan pengenaan biaya pada pendaftaran Indikasi Geografis, sosialisasi gencar, dan menjalin kerjasama perlindungan Indikasi Geografis dengan pasar internasional. Contoh lain

adalah inisiasi negara Etiopia dalam meningkatkan nilai ekspor kopinya dengan menandatangani ratusan kerjasama pemasaran 3 (tiga) jenis kopi khas negaranya. Pemerintah Indonesia dapat melakukan upaya serupa untuk memperluas pasar Indikasi Geografis Indonesia melalui kerjasama dengan berbagai target pasar internasional serta fasilitasi dan pembinaan teknis pemasaran dan ekspor produk kepada petani, pengrajin, pengusaha lokal di daerah untuk dapat memasarkan langsung produk khususnya di luar negeri tanpa perantara/orang tengah sehingga keuntungan yang didapat oleh daerah dapat maksimal untuk kesejahteraan wilayah mereka.

3. Sosialisasi peluang dan tantangan dari Indikasi Geografis beserta pemahaman konsep, lingkup, teknis pendaftarannya tidak hanya dari pemerintah yang membidangi yaitu Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia (Kemenkumham RI), tetapi juga dari instansi pemerintah terkait lainnya seperti Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (Kemenparekraf RI), Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia (Kemendikbudristek RI), Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia (KemenkopUKM RI), Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (Kemendag RI), Kementerian Pertanian Republik Indonesia (Kementan RI), Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia (KKP/Kemenlutkan RI), dan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia (KemenLHK RI). Di sisi lain, tidak hanya sosialisasi sesuai kebutuhan lapangan yang dijalankan, melainkan juga penegakan hukum terhadap pelanggaran Indikasi Geografis harus lebih

serius dilakukan oleh pemerintah bila perlu kementerian terkait atau pemerintah daerah secara aktif mendampingi masyarakat produsen Indikasi Geografis untuk berani membawa pelanggaran baik di dalam negeri maupun luar negeri ke ranah hukum. Karena sejak awal adanya pengaturan mengenai ketentuan pidana Indikasi Geografis sejak 22 (dua puluh dua) tahun lalu belum ada satupun kasus yang naik di pengadilan sehingga tentunya ini merupakan suatu kejanggalan yang perlu ditemukan penyebabnya dan dicari solusinya.

