

Indikasi Geografis Dalam Mendukung Pengembangan Kawasan Wisata Pertanian

Puti Mayang Seruni^{1*}, Sridevi Ayunda², Budi Agus Riswandi³

¹Program Doktor Ilmu Hukum, Universitas Islam Riau

³Fakultas Hukum, Universitas Islam Indonesia

Email: puti_mayang@student.uir.ac.id, sridevi_ayunda@student.uir.ac.id, budiagusr@uii.ac.id

*corresponding author

Article info

Received: June 24, 2024

Revised: Jul 24, 2024

Accepted: Aug 15, 2024

DOI: <https://doi.org/10.31599/krtha.v18i2.1583>

Abstract : *Intellectual Property Rights in the form of geographical indications play a role in optimizing products with local regional wisdom, so that these products have economic value that can help the local communities. One of them is through Geographical Indication-based Agrotourism. However, the realization of a geographical indication application is complicated, takes a long time and is expensive. Good planning and management programs are also needed after obtaining geographical indications. This research aims to explore geographical indication policies in Indonesia, as well as elaborating on the potential of geographical indications as a key instrument in developing agricultural tourism areas. This study combines analytical descriptive methods with a normative approach. The Law Number 20 of 2016 governing Trademarks and Geographical Indications serves as the basic legal material and the secondary legal resources that make up the secondary data source. An outline of Indonesia's historical geographical indication laws is given in this study. Products having reputation, quality, and unique qualities owing to geographic elements in the location of origin are anticipated to have legal protection under the geographical indication policy. All stakeholders, including the government and the community that protects geographical indications, must be aware of the need for geographical indication-based agrotourism. Prioritising rigorous planning and sound governance is necessary. To create places that are conducive to tourism, society's environment, social structure, and culture must be strengthened.*

Keywords : *Geographical Indications; Agricultural Tourism Area*

Abstrak : Hak Kekayaan Intelektual berupa indikasi geografis berperan dalam optimalisasi produk dengan kearifan lokal daerah sehingga memiliki nilai ekonomi yang dapat memajukan kesejahteraan masyarakat setempat. Salah satunya melalui Agrowisata berbasis Indikasi Geografis. Namun realisasi permohonan indikasi geografis ini rumit, membutuhkan waktu lama, dan mahal. Perencanaan dan program pengelolaan yang baik juga diperlukan pasca perolehan indikasi geografis. Penelitian ini bertujuan untuk menggali terkait kebijakan indikasi geografis di Indonesia, serta mengelaborasi potensi indikasi geografis sebagai instrumen kunci dalam pengembangan kawasan wisata pertanian. Penelitian ini menggunakan pendekatan normatif yang bersifat deskriptif analitis. Data sekunder yang digunakan terdiri dari bahan hukum primer dan sekunder dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Studi ini memberikan gambaran tentang bagaimana indikasi geografis diatur di Indonesia sepanjang masa. Diharapkan bahwa kebijakan indikasi geografis akan memberikan perlindungan hukum terhadap produk yang memiliki reputasi, kualitas, dan karakteristik unik karena faktor geografis daerah asal mereka. Agrowisata berbasis



indikasi geografis membutuhkan kesadaran dari pemerintah dan komunitas pelindung indikasi geografis. Perencanaan dari hulu ke hilir yang matang dan tata kelola yang baik harus menjadi prioritas utama. Penguatan masyarakat dalam hal lingkungan, sosial, dan budaya sangat penting dalam membangun daerah yang ramah wisata

Kata kunci : Indikasi Geografis; Kawasan Wisata Pertanian.

I. PENDAHULUAN

Kekayaan Intelektual merupakan buah dari kegiatan intelektual dilindungi oleh hukum sebagai sebuah ‘hak kekayaan intelektual’. Pengakuan hukum yang dikenal sebagai hak kekayaan intelektual memberikan pemegang hak ini kemampuan untuk mengontrol penggunaan kekayaan intelektual mereka dalam jangka waktu tertentu serta melindunginya dari pemanfaatan yang tidak diinginkan. Oleh sebab itu dalam sebuah karya intelektual selalu melekat hak moral dan hak ekonomi yang dilindungi oleh hukum.¹ Negara memberikan hak eksklusif kepada kreator sebagai penghargaan atas karya mereka dan untuk mendorong orang lain untuk membuat karya intelektual.² Hak Kekayaan Intelektual ini tidak hanya berlaku di Indonesia saja, namun berlaku mendunia yang secara administratif dikendalikan oleh *World Intellectual Property organization* (WIPO).

Salah satu bagian dari rezim hak kekayaan intelektual yang diatur di Indonesia adalah Indikasi Geografis. Indikasi geografis sendiri dalam ranah internasional terdapat dalam *the Paris Convention for the Protection of Industrial Property in 1983* dan *the Madrid Agreement in 1891*. Dalam perjanjian diatas menyebutkan bahwa :

“Indication of Source as an indication referring to a country or place in that country, as being the country or place of origin of a product”.

Perlindungan indikasi geografis juga diatur dalam pasal 22-24 TRIPs (*Trade Related Aspects Intellectual Property Rights*) agreement. Dalam pasal 22 TRIPs Agreement dijelaskan bahwa:

“Geographical indications are for the purposes of this agreement, indications which identify a good as originating in the territory of a member, or a region or locality in that territory, where a given quality, reputation or other characteristics of the good is essentially attributable to its geographical origin.”

Indikasi Geografis di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dalam undang-undang tersebut indikasi geografis didefinisikan sebagai:

“Suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang dan/atau produk yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan reputasi, kualitas dan karakteristik tertentu pada barang dan/atau produk yang dihasilkan. Dapat dikatakan bahwa pengaturan terkait indikasi geografis ada untuk melindungi

¹ Taufik H. Simatupang, “Hak Asasi Manusia Dan Perlindungan Kekayaan Intelektual Dalam Perspektif Negara Hukum,” *Jurnal HLM* 12, no. 1 (2021): 119.

² Dewi Sulistianingsih and Apriliana Khomsa Kinanti, “Hak Karya Cipta Non-Fungible Token (NFT) Dalam Sudut Pandang Hukum Hak Kekayaan Intelektual,” *Krtha Bhayangkara* 16, no. 1 (2022): 203.

produk-produk lokal berkualitas unggul yang dihasilkan oleh masyarakat baik karena faktor alam maupun karena faktor manusianya.”

Pada dasarnya, peraturan di atas menyatakan bahwa indikasi geografis dapat digunakan untuk menunjukkan negara atau daerah asal produk, di mana faktor geografis wilayah memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik produk tersebut.³ Oleh karena itu, asal-usul suatu barang tertentu yang memiliki reputasi dan karakteristik yang terkait dengan tempat asalnya dapat dilindungi secara hukum.⁴ Sehingga lewat indikasi geografis produk khas dengan kearifan lokal daerah dapat dioptimalisasi sehingga memiliki nilai ekonomi yang dapat memajukan perekonomian masyarakat setempat.

Dalam praktiknya, ternyata realisasi indikasi geografis tidaklah mudah. Salah satu kendalanya adalah kompleksitas dokumen deskripsi indikasi geografis, yang membutuhkan bantuan konsultan serta memakan waktu lama dan biaya yang banyak.⁵ Oleh karena itu sulit rasanya untuk melakukan pendaftaran indikasi geografis tanpa bantuan dari pemerintah daerah. Dalam dokumen deskripsi, pemohon harus dapat membuktikan karakteristik produk yang relevan dengan faktor alam dan faktor manusia yang menjadi ciri khas. Hambatan selanjutnya juga terkait dengan penetapan batas-batas wilayah penghasil produk. Penetapan batas-batas wilayah ini kemudian juga berpeluang menimbulkan potensi konflik antar daerah.

Kesulitan dalam praktik pendaftaran indikasi geografis ini kemudian membuat tidak banyak masyarakat dan pemerintah daerah yang mampu memaksimalkan potensi produk khas daerahnya melalui perlindungan indikasi geografis. Saat ini, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asas Manusia (DJKI Kemenkumham) mencatat sekitar 117 produk indikasi geografis yang telah didaftarkan. Sebagian diantara produk-produk yang terdaftar dalam indikasi geografis tersebut merupakan sumber daya alam hayati yang memiliki ciri khas karena faktor alam seperti topografi, iklim, tanah, varietas hingga vegetasi wilayah. Beberapa diantaranya yakni Kopi Aceh Gayo, Pala Kepulauan Banda dari Maluku, Sagu Meranti dari Riau, dan Salak Pondoh Sleman dari DI Yogyakarta.

Produk-produk yang dilindungi dalam indikasi geografis sebagaimana contoh diatas memiliki potensi untuk mendukung perekonomian masyarakat setempat salah satunya melalui sektor pariwisata. Produk tersebut dapat menjadi daya tarik untuk menarik wisatawan melalui agrowisata berbasis indikasi geografis, yakni berwisata dengan mengunjungi areal pertanian pengkasil produk terdaftar indikasi geografis yang telah dikenal kualitas dan karakter khasnya.⁶

Penelitian yang mengkaji terkait dengan indikasi geografis sudah cukup banyak.

³ Andi Baso Ilmar M and Budi Agus Riswandi, “Geographical Indication of Kahayya Coffee as an Opportunity to Increase Regional Investment,” *International Journal of Social Science and Education Research Studies* 3, no. 1 (2023): 143.

⁴ Saidin H OK, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, 2007, 44.

⁵ Yudha Agung Nugraha and Imam Haryanto, “Hambatan Pendaftaran Indikasi Geografis Tahu Sumedang Sebagai Aset Potensial Daerah,” *Jurnal Education And Development* 9, no. 1 (2021): 122.

⁶ Susilo Budi Winarno and Tuti Panghastuti, “Analisis Persepsi Hak Indikasi Geografis Salak Pondoh Pada Komunitas Agrowisata Di Kabupaten Sleman,” *Journal Of Tourism Destination and Attraction* 8, no. 1 (2020): 34.

Namun penelitian yang mengkaji terkait dengan indikasi geografis dalam pengembangan kepariwisataan hanya ada beberapa. Penelitian pertama berjudul “Implementasi Perlindungan Dan Pengembangan Indikasi Geografis Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Sektor Industri Wisata Di Lombok Tengah”. Penelitian ini menunjukkan bahwa banyak produk indikasi geografis di Lombok Tengah yang potensial dalam pengembangan kepariwisataan seperti Mutiara Lombok, Kangkung Lombok, hingga beberapa produk ukiran.⁷ Namun sayangnya pengembangan kepariwisataan berbasis indikasi geografis di Lombok Tengah belum efektif karena rendahnya pemahaman masyarakat setempat.⁸ Pengembangan kepariwisataan utamanya yang berbasis pada indikasi geografis memang tidak dapat lepas dari peran masyarakat atau komunitas sebagai pemilik, pengguna dan pelindung indikasi geografis terkait.

Penelitian kedua berjudul “*Development Of Tourism Based On Geographic Indication Towards To Welfare State.*” Penelitian ini berfokus pada produk indikasi geografis berbasis industri kreatif dalam kaitannya dengan pengembangan pariwisata mengacu pada paham negara kesejahteraan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri kreatif berbasis indikasi geografis merupakan aset nasional untuk memajukan sektor pariwisata di Indonesia sehingga perlu dilindungi.⁹

Penelitian-penelitian diatas menurut hemat penulis belum menjelaskan secara jelas bagaimana indikasi geografis dapat digunakan sebagai strategi untuk pengembangan pariwisata utamanya wisata pertanian. Perlu elaborasi lebih lanjut mengenai strategi dari hulu ke hilir untuk mewujudkan gagasan ini menjadi nyata. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menggali terkait kebijakan indikasi geografis di Indonesia. Tujuan selanjutnya adalah untuk mengelaborasi potensi indikasi geografis sebagai instrumen kunci dalam pengembangan kawasan wisata pertanian.

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif adalah penelitian yang mengkaji serta menelaah peraturan hukum, asas hukum, dan pendapat para ahli guna menjawab permasalahan hukum yang ada.¹⁰ Penelitian ini dilakukan dengan mengkaji secara yuridis terkait kebijakan pengaturan Indikasi Geografis di Indonesia, serta mengkaji potensi indikasi geografis sebagai instrumen pembangunan ekonomi dalam pengembangan kawasan wisata pertanian di Indonesia.

Sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang terbentuk dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer terdiri dari peraturan perundang-undangan, yurisprudensi, konvensi, dan lainnya yang terkait dengan masalah

⁷ Abdul Atsar, diman ade Mulada, and hera alvina S, “Implementasi Perlindungan Dan Pengembangan Indikasi Geografis Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Sektor Industri Pariwisata Di Lombok Tengah,” *Jurnal Jatiswara* 38, no. 1 (2023): 40.

⁸ Ibid.

⁹ Abdul Kadir Jaelani, I Gusti Ayu Ketut Rachmi Handayani, and Lego Karjoko, “Development Of Tourism Based On Geographic Indication Towards To Welfare State,” *International Journal of Advanced Science and Technology* 29, no. 3 (2020): 1233.

¹⁰ Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum* (Mataram: Mataram University Pers, 2020), 47.

yang akan diteliti. Berkenaan dengan penelitian ini yang menjadi bahan hukum primer adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, PP Nomor 51 Tahun 2007 tentang Indikasi Geografis dan Persetujuan TRIP's. Sementara bahan hukum sekunder terdiri dari bahan hukum yang sifatnya memberikan eksplanasi tentang bahan hukum primer seperti buku-buku, kumpulan karya ilmiah jurnal, disertasi, dan literatur-literatur lainnya yang mengulas Hak Kekayaan Intelektual terkait Indikasi Geografis.

Teknik pengumpulan bahan hukum primer dan sekunder dengan menggunakan metode studi pustaka dan studi arsip yang dilakukan dengan cara mengamati, membaca dan menganalisis. Teknik analisis bahan hukum dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan deskriptif. Artinya, data sekunder diuraikan dengan cermat, tepat, dan berkualitas tinggi dalam bentuk kalimat yang teratur, runtut, logis, dan terstruktur sehingga lebih mudah untuk diinterpretasikan dan memahami hasil analisis.

III. PEMBAHASAN

Kebijakan Indikasi Geografis Di Indonesia

Indonesia adalah salah satu negara yang kaya akan sumber daya alam yang tersebar di daratan maupun di lautan. Beragamnya sumber daya tersebut menghasilkan berbagai potensi unik di setiap bidang baik hayati maupun nabati. Hasil dari potensi ini dapat digabungkan menjadi berbagai produk, seperti perkebunan, pertanian, perikanan, dan kerajinan tangan, yang menunjukkan karakteristik wilayah atau geografis di mana potensi tersebut terletak.¹¹ Dengan potensi kekayaan yang dimiliki Indonesia serta hasil buah pikir manusia melahirkan produk-produk hasil perkebunan, pertanian, perikanan dan kerajinan tangan seperti Salak Pondoh dari Sleman, Kopi Gayo dari Aceh, Ikan Bandeng Asap dari Sidoarjo, Mebel Ukir dari Jepara dan lain-lain. Secara nyata, hal ini merupakan beberapa kekayaan yang dimiliki Indonesia yang dikenal sebagai Indikasi Geografis.

Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang atau produk yang memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu. Dengan kata lain, barang atau produk berasal dari suatu daerah dan memiliki ciri yang khas. Sebuah produk memiliki ciri yang khas dapat terbentuk karena faktor alam, faktor manusia, dan faktor kombinasi alam dan manusia. Indikasi Geografis yang terbentuk karena faktor alam adalah segala sesuatu yang berasal dan dipengaruhi oleh alam, misalnya hasil pertanian, perikanan ataupun hasil tambang disuatu wilayah tertentu. Contohnya Kopi Gayo yang berasal dari Dataran Tinggi Gayo, Aceh Tengah. Sedangkan indikasi geografis yang terbentuk karena faktor manusia adalah meliputi barang yang dihasilkan manusia yang tinggal disuatu wilayah tertentu, contohnya adalah Mebel Ukir Jepara. Kemudian indikasi geografis yang terbentuk dari faktor kombinasi yaitu meliputi barang atau bahan yang berasal dari suatu daerah yang pengerjaannya dilakukan oleh penduduk daerah tersebut. Contohnya seperti Minyak Nilam Aceh yang bahannya berasal dari Daun Nilam yang pengerjaannya dilakukan oleh penduduk setempat. Adapun indikasi geografis dalam

¹¹ Rinda Fitria Tamara Puteri and Budi Santoso, "Urgensi Pemisahan Peraturan Perundangan Indikasi Geografis Dengan Peraturan Perundangan Merek Di Indonesia," *NOTARIUS* 16, no. 1 (2023): 49.

negeri yang pertama kali terdaftar adalah Kopi Arabika Kintamani 2008 yang dimohonkan oleh Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG) Kopi Arabika Kalimantan Bali pada Tahun 2008.¹²

Indikasi Geografis yang merupakan salah satu karya intelektual manusia yang erat hubungannya dengan kegiatan ekonomi dan perdagangan tentu memegang peranan yang sangat penting. Dengan demikian, maka regulasi Hak Kekayaan Intelektual (HKI) khususnya di bidang merek dan indikasi geografis harus senantiasa dapat memenuhi perkembangan yang ada serta dapat memberikan jaminan dan efektif. Kemudian dipengaruhi pula oleh kuatnya arus globalisasi di segala bidang yang tidak mengenal lagi batasan-batasan wilayah negara terutama di sektor perdagangan barang dan jasa.

Indonesia menjadi salah satu anggota *World Trade Organization* (WTO), yaitu organisasi internasional satu-satunya yang mengatur perdagangan internasional. Melalui Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang Pembentukan Pengesahan Organisasi Perdagangan Dunia yang memuat Lampiran *Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* (Perjanjian TRIPs). Tujuan Perjanjian TRIPs adalah memberikan perlindungan HKI dan prosedur penegakan hak menuju perdagangan yang sehat.¹³ Dalam Perjanjian TRIPs menyatakan : “*for the purpose of this agreement..*” yang bermakna indikasi geografis memiliki unsur-unsur yang bersifat khas yang berbeda dengan kekayaan intelektual lain, yaitu : pertama, adanya unsur nama geografis, kedua unsur wilayah, ketiga unsur kepemilikan dalam indikasi geografis bukan merupakan hak individual (*private right*) melainkan hak komunal (*communal right*), dan keempat unsur kualitas.

Di Indonesia, awal mula pengaturan Indikasi Geografis yaitu masih tergabung dan menjadi satu-kesatuan dengan pengaturan Merek. Pengaturan hukum mengenai Indikasi Geografis terdapat pada Pasal 56 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek dan peraturan pelaksanaannya yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 tentang Indikasi Geografis. Indikasi Geografis di Indonesia dikenal secara resmi pada tahun 2011, dengan dibuatnya Nota Kesepahaman atau *Memorandum of Understanding* (MoU) oleh Kemenkum HAM dengan Kementerian Dalam negeri dan Kementerian Pertanian ditahun 2011 dengan tujuan dapat mendorong pengembangan Indikasi Geografis.

Kemudian pada tahun 2016 sebagai keseriusan pemerintah untuk memperkuat perlindungan terhadap Hak Kekayaan Intelektual, maka Pemerintah Indonesia mengganti Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Bahwa Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 belum dapat menampung perkembangan kebutuhan masyarakat di bidang Merek dan Indikasi Geografis serta belum cukup menjamin perlindungan potensi ekonomi lokal dan nasional sehingga perlu diganti. Pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 terdapat penambahan judul yang semula hanya tentang “Merek“ menjadi tentang “Merek

¹² Direktorat Jenderal kekayaan Intelektual, *Buku Indikasi Geografis*, 2015, 11.

¹³ Lihat *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPs Agreement)*, 1994. *This Agreement constitutes Annex 1C of the Marrakesh Agreement Establishing the World Trade Organization (hereinafter referred to as the “WTO Agreement”, which was concluded on April 15, 1994, and entered into force on January 1, 1995). The TRIPs Agreement binds all Members of the WTO* (lihat Pasal II.2 Perjanjian WTO).

dan Indikasi Geografis”. Kemudian terdapat beberapa ketentuan baru diantaranya indikasi geografis diatur dalam 4 (empat) BAB dari Pasal 53 sampai dengan Pasal 71. Untuk memperoleh perlindungan Indikasi Geografis, bahwa Pemohon harus mengajukan permohonan kepada Menteri, sebagaimana dijelaskan dalam undang-undang tersebut. Dengan adanya perubahan ini merupakan bentuk perwujudan hadirnya pemerintah dalam menanggulangi berbagai persoalan yang dapat muncul serta sebagai aspek yuridis diharapkan dapat menjadi instrument perlindungan.

Landasan filosofis diterapkannya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi geografis yaitu, pertama Indonesia sebagai negara anggota organisasi perdagangan dunia yang meratifikasi beberapa konvensi internasional dibidang HKI. Kedua, Indonesia bertanggungjawab secara nyata untuk melindungi pemilik merek dan indikasi geografis, serta untuk mencegah tiruan dan pemalsuan barang dan jasa yang sudah terkenal sebagai barang dan jasa berkualitas tinggi. Landasan sosiologis dalam penyusunan naskah akademik yaitu pemerintah perlu menciptakan kebijakan iklim investasi yang kondusif dan kebijakan mengenai :¹⁴

1. Penghargaan terhadap merek lokal, agar dapat bersaing dengan merek asing;
2. Memotivasi masyarakat agar tumbuh sikap sadar terhadap merek-merek lokal untuk meningkatkan produksi luar negeri
3. Menjamin kepastian hukum bagi pemilik merek

Sementara yang menjadi landasan yuridis yaitu, bahwa dalam era perdagangan global, sejalan dengan konvensi internasional yang telah diratifikasi Indonesia, peranan Merek dan Indikasi Geografis menjadi sangat penting terutama dalam menjaga persaingan bisnis yang sehat dan berkeadilan, melindungi konsumen, dan melindungi bisnis kecil dan menengah (UMKM) dan industri dalam negeri.

Potensi Indikasi Geografis Sebagai Instrumen Kunci Dalam Pengembangan Kawasan Wisata Pertanian

Produk indikasi geografis memiliki ciri khas karena pengaruh faktor lingkungan geografis yakni faktor alam dan faktor manusia. Faktor alam yang dimaksud diantaranya adalah topografi, iklim, tanah, varietas dan vegetasi wilayah. Sementara faktor manusia yang dapat mempengaruhi suatu produk indikasi geografis diantaranya kebiasaan, budaya, adat istiadat, dan pengetahuan tradisional dalam produksi. Beberapa contoh indikasi geografis karena faktor alam yakni Kopi Arabika Toba dari Sumatera Utara, Beras Pandanwangi Cianjur dari Jawa Barat dan Pisang Tongka Langit Ambon. Adapun produk indikasi geografis karena faktor manusia diantaranya ada Mebel Ukir Jepara dari Jawa Tengah, Tenun Grinsing Bali dan Songket Silungkang dari Sumatera Barat. Sementara itu terdapat pula produk indikasi geografis yang memadukan faktor alam dan faktor manusia seperti Minyak Nilam Aceh.

¹⁴ Tomy Pasca Rifai, “Kesiapan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Dalam Merek Dan Indikasi Geografis Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean,” *Fiat Justisia* 10, no. 4 (2016): 733–776.

Produk-produk yang telah terdaftar dalam indikasi geografis reputasi dan nilai ekonomisnya meningkat dibandingkan dengan sebelumnya. Misalnya Kopi Arabika Sumatra Koerintji dari Jambi harga per kilo sebelum terdaftar sebagai produk indikasi geografis sekitar Rp. 25.000, setelah terdaftar meningkat menjadi Rp.205.000 tiap kilonya.¹⁵ Selain itu produk ini juga kini mampu menembus pasar internasional hingga ke benua Eropa, Korea Selatan, Australia dan Amerika Serikat sehingga kini 80% dari produksi Kopi Arabika Sumatra Koerintji di Ekspor.¹⁶ Peningkatan harga dan reputasi ini juga terjadi pada Garam Amed Bali. Sebelum terdaftar pada indikasi geografis pada tahun 2018 harganya tidak sampai Rp. 25.000 per kilonya. Setelah terdaftar harganya terus meningkat sehingga pada tahun 2020 harganya menjadi Rp. 35.000 per kilo dan tahun 2023 menyentuh lebih Rp. 75.000 per kilo, jauh lebih mahal dari harga garam biasa yang harganya berkisar Rp. 200 – Rp. 400 per kilo.¹⁷ Selain itu Garam Amed Bali kini juga terdaftar sebagai produk yang dilindungi dengan indikasi geografis di Eropa.

Indikasi geografis pada sebuah produk selain akan meningkatkan nilai jual produk tersebut juga dapat mendorong produk tersebut untuk menjadi ikon pariwisata suatu daerah. Potensi Indikasi geografis untuk mendorong pariwisata daerah ini salah satunya dapat diwujudkan melalui Agrowisata berbasis indikasi geografis. Agrowisata berbasis indikasi geografis adalah berwisata dengan mengunjungi areal pertanian pengkasil produk terdaftar indikasi geografis yang telah dikenal kualitas dan karakter khasnya.¹⁸ Dimana produk indikasi geografis terutama yang diakibatkan oleh faktor alam kemudian dijadikan daya tarik untuk memancing wisatawan mengunjungi obyek wisata kawasan pertanian. Dalam agrowisata berbasis indikasi geografis ini wisatawan dapat diajak untuk menikmati alam sembari mendapatkan edukasi dan pengalaman untuk memproduksi produk indikasi geografis.

Peran masyarakat pengguna indikasi geografis sangat penting dalam mengembangkan kawasan wisata pertanian berbasis indikasi geografis. Sebagai contoh pada tahun 2017 pemuda Desa Gunung Suku di Aceh berani mengambil langkah untuk membuat festival panen kopi untuk mempromosikan Agro Wisata Kopi Aceh Gayo di desa tersebut. Namun berdasarkan hasil penelitian pada tahun 2020 agrowisata Desa Gunung Suku di Aceh belum optimal karena lemahnya sumber daya manusia yang mengakibatkan kegiatan wisata belum terstruktur dan memadai.¹⁹ Artinya disini masyarakat setempat memerlukan pendampingan dari pemerintah terutama dalam hal penyusunan strategi kepariwisataan.

¹⁵ Liza Marina, "Reformasi Sistem Konstitutif Pada Indikasi Geografis Sebagai Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat" (Universitas Trisakti, 2021), 261.

¹⁶ Mardianis and M. Rialdi Syaputra., "Analisis Prospektif Agroindustri Kopi Di Kabupaten Kerinci," in *PROSIDING SENANTILAS: Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* (Jakarta: Universitas Pamulang, 2020), 56.

¹⁷ Ni Luh Puji Pratiwi, I Ketut Suamba, and Gede Mekse Korri Arisena, "Analysis of Amed Salt Farming Income in Purwa Kerhti Village, Abang District, Karangasem Regency, Bali," *Agribusiness Journal* 5, no. 1 (2022): 18.

¹⁸ Winarno and Panghastuti, "Analisis Persepsi Hak Indikasi Geografis Salak Pondoh Pada Komunitas Agrowisata Di Kabupaten Sleman," 34.

¹⁹ Ihyana Hulfa, Ander Sriwi, and Rizal Kurniansah, "Strategi Pengembangan Agrowisata Di Perkebunan Kopi Gayo Desa Gunung Suku Kabupaten Aceh Tengah," *Jurnal Hospitality* 9, no. 2 (2020): 272.

Perlindungan hasil kreativitas dan kekayaan intelektual merupakan bagian dari penunjang pariwisata berbasis ekonomi kreatif, menurut rencana strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (Kemenparekraf) tahun 2020–2024.²⁰ Dalam situasi seperti ini, pemerintah harus mengambil tindakan untuk menjamin perlindungan hukum atas karya kreatif dan kekayaan intelektual warganya dan mendorong kreativitas. Dalam rencana strategis ini dalam dikatakan sebetulnya Hak Kekayaan Intelektual telah diakui sebagai komponen penting dalam pengembangan kepariwisataan dan ekonomi kreatif.

Dalam hal ini perlu adanya sinergi antara Kemenparekraf dan dirjen HKI Kemenkumham untuk mendorong agrowisata berbasis indikasi geografis. Dirjen HKI Kemenkumham sebagai *stakeholder* dalam perlindungan hak kekayaan intelektual di Indonesia perlu melakukan reformasi birokrasi dalam permohonan indikasi geografis. Banyak produk potensial yang belum terlindungi di Indonesia karena permohonan indikasi geografis yang rumit, lama, dan mahal.²¹ Selain itu tantangan selanjutnya dalam peningkatan jumlah produk indikasi geografis yang terdaftar adalah kesadaran akan pentingnya indikasi geografis bagi pemerintah daerah dan masyarakat. Pemerintah daerah yang merupakan motor penggerak hendaknya dapat memfasilitasi kebutuhan masyarakat untuk mengurus permohonan indikasi geografis. Edukasi kepada pemerintah daerah saat ini masih harus dilakukan oleh DJKI Kemenkumham.

Pasca indikasi geografis diberikan, maka tidak serta merta dapat menunjang pengembangan kawasan wisata pertanian berupa agrowisata. Indikasi Geografis hanyalah sebuah langkah untuk mendapat pengakuan hukum terhadap produk terkait. Adapun pengembangan kawasan wisata pertanian berupa agrowisata itu dilakukan setelah Indikasi geografis diperoleh. Jadi dalam hal ini tidak terhenti pada strategi yuridis untuk mendapatkan indikasi geografis saja, melainkan harus dipersiapkan dari sisi strategi bisnis dan manajemen kepariwisataan. Strategi bisnis kepariwisataan yang berjalan pasca indikasi geografis merupakan ranah Kemenparekraf. Seperti misalnya penyusunan program kegiatan atau paket wisata agrowisata berbasis indikasi geografis, pelatihan penyusunan business plan, hingga strategi promosi untuk menarik wisatawan.²²

Keberhasilan memperoleh indikasi geografis bagi suatu produk merupakan suatu prestasi bagi daerah yang harus diikuti dengan penanganan pasca perolehannya agar membawa manfaat bagi kesejahteraan daerah.²³ Tata kelola yang baik serta perencanaan dari hulu hingga hilir yang matang perlu di prioritaskan. Oleh karena itu pemerintah daerah memainkan peran penting disini. Terutama jika kawasan indikasi geografis ini ingin dikembangkan menjadi kawasan agrowisata berbasis indikasi geografis. Untuk

²⁰ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, *Rencana Strategis Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif* (Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020), 72, https://api2.kemenparekraf.go.id/storage/app/resources/RENSTRA_opt_b6d790a042.pdf.

²¹ Nugraha and Haryanto, “Hambatan Pendaftaran Indikasi Geografis Tahu Sumedang Sebagai Aset Potensial Daerah,” 272.

²² Hulfa, Sriwi, and Kurniansah, “Strategi Pengembangan Agrowisata Di Perkebunan Kopi Gayo Desa Gunung Suku Kabupaten Aceh Tengah,” 272.

²³ Nizar Apriansyah, “Perlindungan Indikasi Geografis Dalam Rangka Mendorong Perekonomian Daerah,” *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 18, no. 4 (2018): 537.

membangun daerah ramah wisata maka penguatan lingkungan, sosial dan budaya dalam masyarakat menjadi komponen penting. Dari aspek lingkungan sebagai contoh ketika kawasan indikasi geografis Kopi Aceh Gayo ingin di optimalkan sebagai kawasan Agrowisata Kopi Gayo maka harus dipastikan kawasan ini tidak boleh dialih-fungsikan. Dari sisi sosial budaya dapat dilakukan pembentukan kelompok sadar wisata (pokdarwis) yang diakomodir langsung oleh dinas kepariwisataan daerah setempat.

Pada dasarnya yang menjadi kunci dari optimalisasi indikasi geografis bagi suatu produk potensial adalah kesadaran dari semua pihak, baik masyarakat daerah, pemerintah daerah dan juga pemerintah pusat. Terutama karena indikasi geografis ini merupakan kekayaan intelektual yang bersifat komunal. Maka perlindungan hingga keuntungan dari produk indikasi geografis dilakukan bersama dengan konsep *'profit sharing'* dalam komunitas masyarakat pelindung indikasi geografis, serta tidak dapat dimanfaatkan secara eksklusif oleh satu pihak saja.²⁴ Sayangnya kurangnya pemahaman dari masyarakat pelindung indikasi geografis untuk melakukan tata kelola yang baik serta kurangnya sinergi dengan pemerintah terkait promosi produk indikasi geografis membuat manfaat indikasi geografis belum optimal.²⁵

IV. KESIMPULAN

Pengaturan mengenai Indikasi Geografis secara nasional dimulai dari Indonesia ikut serta menjadi anggota WTO dan ikut meratifikasi konvensi internasional dibidang merek. Sebagai bentuk keseriusan pemerintah dalam melindungi Hak Kekayaan Intelektual, kemudian konvensi tersebut disesuaikan dengan hukum nasional Indonesia yang melahirkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek dan Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 tentang Indikasi Geografis sebagai peraturan pelaksanaannya. Pada tahun 2016 lahirlah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dan mencabut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek yang disebabkan bahwa UU Nomor 15 Tahun 2001 belum dapat menampung perkembangan kebutuhan masyarakat di bidang merek dan indikasi geografis serta belum cukup menjamin perlindungan potensi ekonomi lokal dan nasional sehingga perlu diganti. Dengan diberlakukannya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, kebijakan indikasi geografis diharapkan dapat memberikan perlindungan hukum terhadap produk dengan reputasi, kualitas dan karakteristik khusus karena faktor geografis daerah asal.

Indikasi geografis pada sebuah produk selain akan meningkatkan nilai ekonomis dan reputasi juga dapat mendorong produk tersebut untuk menjadi ikon pariwisata suatu daerah. Potensi Indikasi geografis untuk mendorong pariwisata daerah ini salah satunya dapat diwujudkan melalui Agrowisata berbasis indikasi geografis. Agrowisata berbasis

²⁴ Dwi Suryahartati, Firy Oktaviarni, and Windarto, "Geographical Indication Rights of Coffee Arabica Korintji Sumatera: Benefit Sharing Pattern Based on the Principle of Justice in the Context of Intellectual Property Law," in *Proceedings of the 4th Green Development International Conference (GDIC 2022)* (Atlantis Press, 2022), 693.

²⁵ Deslaely Putranti and Dewi Analis Indriyani, "Perlindungan Indikasi Geografis Oleh Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis Pasca Sertifikasi Di Yogyakarta," *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum* 15, no. 3 (2021): 401.

indikasi geografis adalah berwisata dengan mengunjungi areal pertanian penghasil produk terdaftar indikasi geografis yang telah dikenal kualitas dan karakter khasnya. Namun demikian untuk mewujudkannya perlu kesadaran dari semua pihak baik pemerintah maupun masyarakat pelindung indikasi geografis. Pasca indikasi geografis diberikan, maka tidak serta merta dapat menunjang pengembangan kawasan wisata pertanian berupa agrowisata. Indikasi Geografis hanyalah sebuah langkah untuk mendapat pengakuan hukum terhadap produk terkait. Jadi dalam hal ini tidak terhenti pada strategi yuridis untuk mendapatkan indikasi geografis saja, melainkan harus dipersiapkan dari sisi strategi bisnis dan manajemen kepariwisataan. Tata kelola yang baik serta perencanaan dari hulu hingga hilir yang matang perlu di prioritaskan. Untuk membangun daerah ramah wisata maka penguatan lingkungan, sosial dan budaya dalam masyarakat menjadi komponen penting.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriansyah, Nizar. “Perlindungan Indikasi Geografis Dalam Rangka Mendorong Perekonomian Daerah.” *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 18, no. 4 (2018): 525–542.
- Atsar, Abdul, diman ade Mulada, and hera alvina S. “Implementasi Perlindungan Dan Pengembangan Indikasi Geografis Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Sektor Industri Pariwisata Di Lombok Tengah.” *Jurnal Jatishwara* 38, no. 1 (2023): 28–41.
- Direktorat Jenderal kekayaan Intelektual. *Buku Indikasi Geografis*, 2015.
- Hulfa, Ihyana, Ander Sriwi, and Rizal Kurniansah. “Strategi Pengembangan Agrowisata Di Perkebunan Kopi Gayo Desa Gunung Suku Kabupaten Aceh Tengah.” *Jurnal Hospitality* 9, no. 2 (2020): 271–281.
- Jaelani, Abdul Kadir, I Gusti Ayu Ketut Rachmi Handayani, and Lego Karjoko. “Development Of Tourism Based On Geographic Indication Towards To Welfare State.” *International Journal of Advanced Science and Technology* 29, no. 3 (2020): 1227–1234.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. *Rencana Strategis Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020. https://api2.kemendparekraf.go.id/storage/app/resources/RENSTRA_opt_b6d790a042.pdf.
- M, Andi Baso Ilmar, and Budi Agus Riswandi. “Geographical Indication of Kahayya Coffee as an Opportunity to Increase Regional Investment.” *International Journal of Social Science and Education Research Studies* 3, no. 1 (2023): 142–151.
- Mardianis, and M. Rialdi Syaputra. “Analisis Prospektif Agroindustri Kopi Di Kabupaten Kerinci.” In *PROSIDING SENANTLAS: Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 51. Jakarta: Universitas Pamulang, 2020.
- Marina, Liza. “Reformasi Sistem Konstitutif Pada Indikasi Geografis Sebagai Upaya

- Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat.” Universitas Trisakti, 2021.
- Muhaimin. *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Mataram University Pers, 2020.
- Nugraha, Yudha Agung, and Imam Haryanto. “Hambatan Pendaftaran Indikasi Geografis Tahu Sumedang Sebagai Aset Potensial Daerah.” *Jurnal Education And Development* 9, no. 1 (2021): 119–130.
- OK, Saidin H. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, 2007.
- Pratiwi, Ni Luh Puji, I Ketut Suamba, and Gede Mekse Korri Arisena. “Analysis of Amed Salt Farming Income in Purwa Kerhti Village, Abang District, Karangasem Regency, Bali.” *Agribusiness Journal* 5, no. 1 (2022): 18–23.
- Puteri, Rinda Fitria Tamara, and Budi Santoso. “Urgensi Pemisahan Peraturan Perundangan Indikasi Geografis Dengan Peraturan Perundangan Merek Di Indonesia.” *NOTARIUS* 16, no. 1 (2023): 48–65.
- Putranti, Deslaely, and Dewi Analis Indriyani. “Perlindungan Indikasi Geografis Oleh Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis Pasca Sertifikasi Di Yogyakarta.” *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum* 15, no. 3 (2021): 395–414.
- Rifai, Tomy Pasca. “Kesiapan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Dalam Merek Dan Indikasi Geografis Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean.” *Fiat Justisia* 10, no. 4 (2016): 733–776.
- Simatupang, Taufik H. “Hak Asasi Manusia Dan Perlindungan Kekayaan Intelektual Dalam Perspektif Negara Hukum.” *Jurnal HAM* 12, no. 1 (2021): 111–122.
- Sulistianingsih, Dewi, and Apriliana Khomsa Kinanti. “Hak Karya Cipta Non-Fungible Token (NFT) Dalam Sudut Pandang Hukum Hak Kekayaan Intelektual.” *Krtha Bhayangkara* 16, no. 1 (2022): 197–206.
- Suryahartati, Dwi, Firy Oktaviarni, and Windarto. “Geographical Indication Rights of Coffee Arabica Korintji Sumatera: Benefit Sharing Pattern Based on the Principle of Justice in the Context of Intellectual Property Law.” In *Proceedings of the 4th Green Development International Conference (GDIC 2022)*, 692–701. Atlantis Press, 2022.
- Winarno, Susilo Budi, and Tuti Panghastuti. “Analisis Persepsi Hak Indikasi Geografis Salak Pondoh Pada Komunitas Agrowisata Di Kabupaten Sleman.” *Journal Of Tourism Destination and Attraction* 8, no. 1 (2020): 33–42.