

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Penjelasan umum Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis mengatur mengenai pengaruh globalisasi di segala bidang kehidupan masyarakat, baik di bidang sosial, ekonomi, maupun budaya semakin mendorong laju perkembangan perekonomian masyarakat. Di samping itu, dengan semakin meningkatnya perkembangan teknologi informasi dan sarana transportasi, telah menjadikan kegiatan di sektor perdagangan baik barang maupun jasa mengalami perkembangan yang sangat pesat. Kecendrungan akan meningkatnya arus perdagangan barang dan jasa tersebut akan terus berlangsung secara terus menerus sejalan dengan pertumbuhan ekonomi nasional yang semakin meningkat. Dengan memperhatikan kenyataan dan kecendrungan seperti itu, menjadi hal yang dapat dipahami jika ada tuntutan kebutuhan suatu pengaturan yang lebih memadai dalam rangka terciptanya suatu kepastian dan perlindungan hukum yang kuat. Apalagi beberapa negara semakin mengandalkan kegiatan ekonomi

dan perdagangannya pada produk yang dihasilkan atas dasar kemampuan intelektualitas manusia.

Dasar dari kemampuan intelektualitas manusia yang dapat mengandalkan kegiatan perdagangan ekonomi biasanya disebut sebagai hak kekayaan intelektual. Secara garis besar hak kekayaan intelektual terbagi menjadi dua garis besar yakni Hak Cipta (*copyrights*) dan hak kekayaan industri (*industrial property rights*). Hak Kekayaan Industri mencakup paten (*patent*), desain industri (*industrial desing*), merek (*trademark*), penanggulangan praktek persaingan curang (*repression of unfair competition*), desain tata letak sirkuit terpadu (*layout design of integrated circuit*), rahasia dagang (*trade secret*).¹ Dari berbagai hak kekayaan intelektual industrial tersebut, ada yang belum disebutkan meskipun sudah diatur dalam perjanjian multilateral *Paris Convention* tentang Perlindungan Hak Kekayaan Industrial 1883 yakni pengakuan *indications of source* atau *appellation of origin* sebagaimana pengaturan dalam *Article 1 (2)*, *Article 10bis* dan *Article 10ter* yang telah memberikan pengaruh terhadap lahirnya Indikasi Geografis.²

Indikasi Geografis merupakan sebuah nama dagang yang dikaitkan, dipakai, atau diletakan pada kemasan suatu produk dan berfungsi menunjukan

¹ Muhammad Firmansyah, *Tata Cara Mengurus Hak Kekayaan Intelektual*, (Jakarta: Visimedia, 2008), hlm 7

² Djulaeka, *Konsep Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Perspektif Kajian Filosofis HaKI Kolektif Komunal*, (Malang: Setera Press, 2016) hlm 12

asal tempat suatu produk.³ Keberadaan Indikasi Geografis sudah dikenal dalam beberapa konvensi ataupun treaty, misalnya *Paris Convention for the Protection of Industrial Property Right* (selanjutnya disebut *Paris Convention*), *Madrid Agreement Concerning the Reputation of False Indication of Origin* (selanjutnya disebut *Madrid Agreement*) tahun 1891, dan telah mengalami revisi pada tahun 1979, serta dalam *Lisbon Agreement for the Protection of Appelliations of Origin and Their International Registration* (selanjutnya disebut *Lisbon Agreement*) tahun 1958, yang telah mengalami revisi pada tahun 1979.⁴

Ide Indikasi Geografis sebagai hak kekayaan intelektual pertama kali mengemuka setahun setelah peninjauan paruh periode dalam proses negosiasi perjanjian umum tarif dan perdagangan (*The General Agreement on Tariff and Trade/GATT Midterm Review on Negotiation Process*) tahun 1988 di Montreal, Kanada. Indikasi Geografis kemudian menjadi salah satu hak kekayaan intelektual yang terkait dengan perdagangan atau persetujuan *TRIPs* (*the Agreement of Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* atau *TRIPs Agreement*).⁵

Penandatanganan perjanjian *TRIPs* bagi Indonesia khususnya Indikasi Geografis memiliki signifikansi yang cukup tinggi karena karakter kepemilikan

³ Miranda Risang Ayu, *Memperbincangkan Hak Kekayaan Intelektual Indikasi Geografis*, (Bandung: PT ALUMNI, 2006) hlm 1

⁴ Djulaeka, *Op, cit.*, hlm 4

⁵ Miranda Risang Ayu, *OP, Cit*, hlm 4

Indikasi Geografis yang kolektif atau komunalistik sejalan dengan nilai-nilai ketimuran dan keindonesiaan yang lebih menghargai kepemilikan bersama daripada kepemilikan pribadi.⁶ Keberadaan sifat kepemilikan komunal yang berkarakter ini menunjukkan prinsip-prinsip kepemilikan Hak Kekayaan Intelektual dalam Indikasi Geografis yakni prinsip teritorial (*territoriality principle*), prinsip kolektif, prinsip komunal, prinsip kesepakatan dan manfaat bersama, prinsip keadilan.⁷ Indikasi Geografis memiliki potensi yang dapat dikembangkan untuk melindungi produk-produk masyarakat adat dan komunitas lokal yang umumnya memang dinamai bukan dengan nama individu, tetapi tempat nama asal suatu produk yang akan dilindungi dengan Indikasi Geografis.⁸

Namun di Indonesia boleh dikatakan belum muncul kesadaran diantara anggota masyarakat lokal akan pentingnya perlindungan hukum bagi indikasi geografis, sumber daya hayati dan pengetahuan tradisional. Jika ada kesadaran yang dimaksud, tentunya baru sebatas di kalangan tertentu yang masih menaruh perhatian pada masalah pemanfaatan sumber daya hayati dan pengetahuan tradisional. Kesadaran itu muncul dari adanya ketidakadilan yang dirasakan negara berkembang berkenaan dengan pemanfaatan sumber

⁶ *Ibid* hlm, 9

⁷ Djualeka, *Op, cit.*, hlm 81

⁸ Miranda Risang, *Op, cit.*, hlm 9

daya hayati dan pengetahuan tradisional oleh pihak - pihak di luar anggota masyarakat lokal.⁹

Kesadaran dari ketidakadilan atas pemanfaatan sumber daya alam negara berkembang tersebut terletak pada sektor pertanian dan perkebunan. Sektor dari pemanfaatan sumber daya alam pertanian dan perkebunan di Indonesia adalah dari hasil kekayaan yang terkenal di manca negara antara lain adalah kopi.

Kopi adalah salah satu hasil bumi yang membuat nama Indonesia terkenal. Budidaya tanaman kopi di Indonesia dimulai pada tahun 1696 dengan jenis kopi arabika.¹⁰ Dan Pada era Tanam paksa atau *Culturstelsel* (1830-1870) masa penjajahan Belanda di Indonesia, pemerintah Belanda membuka sebuah perkebunan komersil pada koloninya di Hindia Belanda, khususnya di pulau Jawa, pulau Sumatera dan sebagian Indonesia Timur. Jenis kopi yang di kembangkan di Indonesia adalah kopi jenis Arabika di yang didatangkan langsung dari Yaman. Pada awalnya Pemerintah Belanda menanam kopi di daerah sekitar Batavia (Jakarta), Sukabumi, Bogor,

⁹ Agus Sardjono ed. *Kepentingan Negara Berkembang Terhadap Hak Atas Indikasi Geografis, Sumber Daya Genetika dan Pengetahuan Tradisonal* (Depok: Lembaga Pengkajian Hukum Internasional Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2005) hlm 64.

¹⁰ Pudji Rahardjo, *Kopi: Panduan Budidaya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Kopi Robusta*, (Jakarta: Penebar Swadaya, 2012), Hal 12

Mandaling, dan Sidakalang. Kopi juga di tanam di Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, Sumatera, Sulawesi, Timor dan Flores.¹¹

Kemudian biji kopi Indonesia produksinya merupakan salah satu yang berkualitas terbaik diseluruh dunia. Berdasarkan data dari *Indonesia Coffee Festival* (ICF), kini Indonesia menduduki peringkat ketiga sebagai produsen kopi terbesar di dunia (peringkat pertama masih dipegang Brazil). Menurut data itu juga, Indonesia mampu menghasilkan kopi robusta terbanyak sekitar 85 persen, dan kopi arabika 15 persen. Untuk dua jenis kopi itu saja Indonesia telah memproduksi 600.000 ton pertahun, yang di panen dari 1.3 juta hektar kebun rakyat yang tersebar dari Sabang sampai Marauke.¹² Kurangnya optimalisasi dari kopi jenis arabika dibandingkan kopi jenis robusta tersebut dikarenakan kopi arabika membutuhkan faktor lingkungan geografis yang tepat.

Keadaan lingkungan geografis sangat mempengaruhi kualitas dari komoditas kopi itu sendiri, seperti halnya kopi arabika toraja yang berasal dari kota daerah kabupaten tanah toraja. Jenis kopi toraja ini berasal dari kawasan dengan ketinggian berada diatas 500-1.700 mdpl. *Agroekosistem* jenis kopi toraja sangat cocok untuk pertumbuhan kopi arabika dengan sistem pertanian yang dikenal homogen, terutama di kawasan Tana Toraja. Kawasan ini

¹¹ Library binus, "Data dan Analisa Sejarah Kopi"
<http://www.library.binus.ac.id/eColls/eThesisdok/Bab2/2012-1-01283-DS%20Bab2001.pdf>,
diunduh pada tanggal 23 Maret 2018.

¹² Agustinus Wibowo, *Esquire Gourment*, (Jakarta: MRA Media, 2014) Hlm 17

dikenal memiliki iklim dengan suhu udara yang dingin dan kering sesuai dengan suhu udara yang tinggi. Selain itu dengan tanah vulkanik yang subur membuat jenis tanaman kopi ini dapat dihasilkan dengan mutu berkualitas tinggi. Kopi Toraja mengandung kadar kafein cukup tinggi dan kadar asam yang tergolong rendah mendapat apresiasi tersendiri dari para penikmat kopi. Kopi toraja tidak hanya di pasarkan di dalam negeri, tetapi telah mencapai mancanegara.¹³

Faktor lingkungan geografis serta suatu tanda kopi arabika toraja yang menunjukkan daerah asal suatu barang merupakan unsur dari arti Indikasi Geografis. Indikasi Geografis adalah 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. Pengertian Indikasi geografis itu sendiri termuat dalam Pasal 1 angka 6 Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan Indikasi Geografis.

Potensi Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja yang menghasilkan mutu tinggi dan mencapai pasar mancanegara tersebut membuat Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG) kopi koraja mendaftarkan kopi

¹³ Sudarmanto, ed. *Kepentingan Negara Berkembang Terhadap Hak Atas Indikasi Geografis, Sumber Daya Genetika dan Pengetahuan Tradisonal* (Depok: Lembaga Pengkajian Hukum Internasional Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2005) hlm 141.

Arabika Toraja sebagai indikasi geografis terdaftar. Kopi Arabika Toraja terdaftar sebagai indikasi geografis pada tanggal 9 Oktober 2013 dengan nomor IG.00.2012.000007.¹⁴ Pendaftaran Kopi Toraja sebagai Indikasi Geografis memberikan efek ekonomi yang signifikan. Menurut Marc Glodkowski, *geographical indications have 3 microeconomic effects:*

- *Higher retail price for Geographical Indications products*
- *Production growth*
- *Better value distribution*¹⁵

Freddy Haris memberikan pemaparan saat diskusi Indikasi Geografis yang diadakan oleh Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual (DJKI) pada Maret 2018. Produk yang sudah bersertifikat indikasi geografis juga memiliki nilai tambah ekonomi, seperti halnya kopi Arabika Toraja yang harga jualnya berada dikisaran Rp. 25.000 perkilogram terdaftar harganya menjadi Rp. 120.000 perkilogram.¹⁶

Pendaftaran kopi Arabika Toraja sebagai Indikasi Geografis memberikan perlindungan hukum bagi potensi-potensi perkebunan dibidang perkopian di Indonesia. Selain kopi Arabika Toraja ada beberapa jenis kopi yang terdaftar dan telah mendapat sertifikasi Indikasi Geografis oleh

¹⁴ Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual, "*Indikasi Geografis Terdaftar*" hlm, 1

¹⁵ Marc Glodkowski, *Kepentingan Negara Berkembang Terhadap Hak Atas Indikasi Geografis, Sumber Daya Genetika Dan Pengetahuan Traditional*, (Depok: Lembaga Pengkajian Hukum Internasional Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2005) hlm 57.

¹⁶ <https://www.gatra.com/rubrik> di unduh pada tanggal 30 Maret 2019 pada pukul 12.00

Direktorat Kekayaan Intelektual dan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Antara lain yaitu seperti Kopi Arabika Kintamani Bali, Kopi Arabika Gayo aceh, Kopi Arabika Flores Bajawa, Kopi Arabika Kalosi Enrekang, Kopi Arabika Java Preanger, Kopi Arabika Java Ijen-Raung, Kopi Robusta Lampung, Kopi Arabika Java Sindoro-Sumbing, Kopi Arabika Sumatera Simalungun, Kopi Liberika Tungkal Jambi.¹⁷ Hal tersebut dilakukan oleh Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia mengingat pentingnya banyak produk-produk yang memiliki potensi Indikasi Geografis serta latar belakang dari pendaftaran kopi asal toraja didaftarkan sebagai merek dagang oleh perusahaan kopi jepang.

Pendaftaran kopi arabika toraja yang didaftarkan oleh perusahaan Jepang merugikan Indonesia, terutama pada bidang ekspor. Para petani maupun para pengusaha kopi arabika toraja yang tidak bisa lagi mengirimkan barang ke negara Jepang dikarenakan perusahaan *Key Coffee inc* Jepang tersebut sudah mendaftarkan merek kopi arabika toraja sebagai branding terbesar di negara tersebut.¹⁸

Dalam website resmi milik *Key Coffe inc* (www.keycoffee.co.jp) di jelaskan mengenai sejarah asal muasal kopi arabika toraja masuk ke Indonesia dan di pasarkan oleh Key Coffree dengan *branding* TOARCO (*Toraja*

¹⁷ Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual, “Indikasi Geografis Terdaftar” hlm 1

¹⁸ <https://finance.detik.com> di unduh pada tanggal 26 Maret 2018 12:00

Arabica Coffee) pada tahun 1978 hingga sekarang. Dengan label TOARCO tersebut, selanjutnya TOARCO tersebut membentuk sebuah badan hukum di Indonesia yang bernama PT. Toarco Jaya.¹⁹

PT. Toarco Jaya didirikan dari perusahaan patungan antara Indonesia dan (P.T Utesco) - Jepang (Suladeco) berdiri tahun 1976 yang memproduksi kopi arabika di daerah Toraja – Sulawesi Selatan.²⁰ PT. Toarco Jaya tidak hanya memproduksi kopi arabika toraja di Indonesia, melainkan mendaftarkan merek dagang tersebut ke Dirjen Hak Kekayaan Intelektual yang pertama dengan nama Toarco Toraja Coffe dengan nomor pendaftaran 358424 yang memunyai tanggal kadaluwarsa 24 Februari 2005, selanjutnya diperpanjang dengan nama Toarco Toraja Coffee dengan nomor pendaftaran 15922 dan tanggal kadaluwarsa 24 Februari 2025.²¹



¹⁹ www.keycoffee.co.jp di unduh pada tanggal 26 Maret 2018 12:15

²⁰ www.Toarco.com di unduh pada tanggal 26 Maret 2018 13.15 PM

²¹ www.e-statushki.dgip.go.id di unduh pada tanggal 28 Maret 2018 18.25 PM

Penamaan Toraco Toraja Coffee yang merupakan translasi dari Kopi Arabika Toraja oleh PT. Toarco Jaya sebagai merek terdaftar hingga tahun 2025 menimbulkan ketidakpastian dan ketidakadilan hukum hak atas indikasi geografis terdaftar. Atas kondisi pendaftaran Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja yang telah terdaftar membawa konsekuensi hukum terhadap merek toarco toraja coffee yang telah didaftarkan. Hal ini diatur lebih lanjut dalam pasal 68 ayat (2), (3), (4), dan (5) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Berdasarkan pasal tersebut seharusnya merek toarco toraja coffee yang sudah melebihi 2 tahun dari terdaptarnya Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja sejak tahun 2013 harus dibatalkan dan dicoret untuk seluruh atau sejenis bagian yang sama oleh Menteri. Pembatalan dan pencoretan merek harus diberitahukan secara tertulis kepada pemilik merek atau kuasa-nya dengan menyebutkan alasannya serta dicatat dan diumumkan dalam Berita Resmi Merek. Dengan pembatalan dan pencoretan pendaftaran merek mengakibatkan berakhirnya perlindungan hukum atas merek untuk seluruh atau sebagian jenis barang yang sama.

Berdasarkan Latar Belakang tersebut penulis tertarik menulis judul skripsi dengan judul **“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP INDIKASI GEOGRAFIS YANG DIDAFTARKAN SEBAGAI MEREK (Analisis Kasus Kopi Arabika Toraja yang didaftarkan Sebagai Merek “Toarco Toraja Coffee” Oleh PT. TOARCO JAYA)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis dapat merumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis ?
2. Bagaimanakah Implikasi hukum Indikasi Geografis terdaftar yang telah didaftarkan sebagai merek (Dalam hal ini mengacu pada kasus Toarco Toraja Coffee) ?

C. Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penelitian ini, merupakan bagian pokok ilmu pengetahuan yang bertujuan untuk lebih mengetahui dan lebih mendalami segala segi kehidupan. Penelitian juga merupakan sarana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan baik dari segi teori dan praktek. Menurut Sorjono Soekanto, tujuan penelitian hukum tidak banyak berbeda dengan penelitian-ilmu ilmu sosial lainnya, maka didalam penelitian hukum pada umumnya juga bertujuan untuk mendapatkan pengetahuan tentang gejala hukum, sehingga dapat merumuskan masalah, memperoleh pengetahuan

tentang gejala hukum, sehingga dapat merumuskan suatu masalah, memperoleh pengetahuan yang lebih mendalam mengenai suatu gejala hukum, sehingga dapat merumuskan hipotesa.²²

Adapun tujuan penelitian hukum dari latar belakang masalah di atas terbagi menjadi dua bagian yang antara lain adalah sebagai berikut :

1. Tujuan Objektif

- a. Untuk mengetahui perlindungan hukum bagi Pemegang Hak atas Indikasi Geografis Kopi Toraja Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek.
- b. Untuk mengetahui dampak hukum bagi pemegang hak indikasi geografis yang telah didaftarkan sebagai merek.

2. Tujuan Subjektif

Peneliti ingin menambah pengetahuan dan wawasan dibidang ilmu hukum khususnya mata kuliah Hak Kekayaan Intelektual.

D. Manfaat Penelitian

Setiap Penelitian pasti mendatangkan manfaat sebagai tindak lanjut dalam tujuan penelitian diatas. Penulis berharap adanya penelitian ini bisa

²² Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI Press, 2008), hlm.49

membawa manfaat bagi penulis atau pembaca, baik secara langsung maupun tidak langsung. Penelitian ini juga berpengaruh bagi perkembangan atau objek dari penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

- a. Penelitian ini merupakan hasil dari studi ilmiah yang dapat memberikan masukan pemikiran dan ilmu pengetahuan baru terhadap ilmu hukum pada umumnya dan ilmu hukum Hak Kekayaan Intelektual.
- b. Bagi aktifitas akademik, dapat juga diajukan sebagai bahan hukum pertimbangan bagi mereka yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut.
- c. Bagi aktifitas akademik, dapat diajukan sebagai bahan pertimbangan bagi mereka yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai indikasi geografis.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai suatu informasi dan juga referensi bagi individu atau instansi yang menjadi atau yang terkait dengan objek yang diteliti
- b. Dapat memberikan masukan dan referensi bagi penulis berikutnya.

E. Deifinisi Operasional

1. Hak Kekayaan Intelektual adalah hak kebendaan, hak atas sesuatu benda yang bersumber dari hasil kerja otak²³, hasil kerja ratio. Hasil dari pekerjaan ratio manusia yang menalar²⁴.
2. Indikasi Geografis adalah tanda yang mengidentifikasi suatu wilayah negara anggota, atau kawasan atau daerah di dalam wilayah tersebut sebagai asal barang, dimana reputasi, kualitas, karakteristik barang yang bersangkutan sangat ditentukan oleh faktor geografis dan kualitas suatu barang yang dikaitkan dengan wilayah tertentu dilindungi secara juridis.²⁵
3. Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang meunjukkan 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. (Pasal 1 angka 6 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis)

²³ Otak yang dimaksudkan bukanlah otak yang kita lihat seperti tumpukan daging yang enak digulai, yang beratnya 2% dari total berat tubuh tetapi otak yang berperan sebagai pusat pengaturan segala kegiatan fisik dan psikologis, yang terbagi menjadi dua belaham; kiri dan kanan.

²⁴ Kata “menalar” ini penting, sebab menurut penelitian pakar antropologi fisik di Jepang, seekor monyet juga berpikir, tetapi pikirannya tidak menalar. Ia tidak dapat menghubungkan suatu peristiwa dengan peristiwa lainnya

²⁵ OK Saidin, *Aspek Hukum Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, (Jakarta:PT. Raja Girafindo Persada, cet 2, 2002) hlm 18

4. Hak atas Indikasi Geografis adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemegang hak Indikasi Geografis yang terdaftar, selama reputasi, kualitas, dan karakteristik yang menjadi dasar diberikannya perlindungan atas Indikasi Geografis tersebut masih ada. (Pasal 1 angka 7 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis).
5. Pemakai Indikasi Geografis adalah pihak yang mendapat izin dari pemegang Hak atas Indikasi Geografis yang terdaftar untuk mengolah dan/atau memasarkan barang dan/atau produk Indikasi Geografis (Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis)
6. Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo dan nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan baranga dan/atau jasa. (Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis)
7. Dokumen Deskripsi Indikasi Geografis adalah suatu dokumen yang memuat informasi, termasuk reputasi, kualitas, dan karakteristik barang dan/atau produk yang terkait dengan faktor geografis barang dan/atau produk yang terkait dengan faktor geografis dari barang dan/atau produk

yang dimohonkan Indikasi Geografisnya (Pasal 1 angka 11 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis).

8. Kopi adalah pohon yang banyak ditanam di Asia, Amerika Latin, dan Afrika, buahnya digoreng dan ditumbuk halus dijadikan bahan campuran minuman; buah (biji) kopi; minuman yang bahannya serbuk kopi (Kamus Besar Bahasa Indonesia)
9. Kopi arabika adalah pohon kopi yang buahnya besar-besar dan jarang, produksinya rendah, daunnya lebih tipis dan kecil jika dibandingkan dengan kopi lain. (Kamus Besar Bahasa Indonesia)
10. Perlindungan Hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan oleh orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.²⁶
11. Pendaftaran Merek adalah pemberian status bahwa pendaftar dianggap sebagai pemakai pertama sampai ada orang lain yang membuktikan sebaliknya. (OK Saidin)²⁷

F. Metode Penelitian

Soerjono Soekanto menerangkan bahwa “penelitian hukum merupakan suatu kegiatan ilmiah, yang didasarkan pada metode, sistematika dan

²⁶ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, Cet 5, 2000), hlm 53

²⁷ OK Saidin, *Op, Cit*, hlm 363

pemikiran tertentu, yang bertujuan untuk mempelajari satu atau beberapa gejala hukum tertentu, dengan menganalisisnya.²⁸

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Metode Pendekatan

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah dengan pendekatan penelitian hukum normatif. Penelitian hukum dimulai dengan melakukan penelusuran terhadap bahan-bahan hukum sebagai dasar untuk membuat keputusan (*legal decision making*) terhadap kasus-kasus hukum yang konkret. Pada sisi lainnya, penelitian hukum juga merupakan kegiatan ilmiah untuk memberikan refleksi dan penilaian terhadap keputusan-keputusan hukum hukum yang telah dibuat terhadap kasus-kasus hukum yang pernah terjadi, atau akan terjadi.²⁹

Penelitian hukum normatif ini menggunakan pendekatan deskriptif analisis dan pendekatan normatif yuridis.

2. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah Deskriptif Analitis, analisis data yang dipergunakan adalah pendekatan kualitatif

²⁸ Soerjono Soekanto, *Op, Cit.*, hlm 43

²⁹ Jonaedi Efendi & Jhonny Ibrahim, *Metode Penelitian Hukum Normatif & Empiris* (Depok: Prenadamedia Group, 2016), hlm 130

terhadap data primer dan data sekunder. Deskriptif tersebut, meliputi, isi dan struktur hukum positif, yaitu suatu kegiatan yang dilakukan oleh penulis untuk menentukan isi atau makna aturan hukum yang dijadikan rujukan dalam menyelesaikan permasalahan hukum yang menjadi objek kajian.³⁰

3. Sumber dan Jenis Data

Bahan hukum yang diugunakan dalam penelitian ini adalah bahan-bahan hukum (*legal materials*) dikategorikan sebagai bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.³¹ Bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder yang dipakai adalah sebagai berikut :

- a. Bahan hukum Primer merupakan bahan hukum yang bersifat aotoriatif yang artinya mempunyai otoritas. Bahan-bahan hukum primer terdiri dari perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan perundang-undangan. Bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

- 1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis
- 2) Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 tentang Indikasi Geografis
- 3) *TRIPs (Trade Reralated Aspects of Intellectual Property)*

³⁰ Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika,2016), hlm.16

³¹ Jonaefi Efendi & Jhonny Ibrahim, *Op,Cit.*, Hlm 177

4) *Paris Convention for the Protection of Industrial Property*

1883

5) *Lisbon Agreement for the Protection of Appellation of Origin* 1958

- b. Bahan hukum sekunder menurut Jay A. Sigler dan Benyamin R. Beede atau Peter Halpin, adalah berbagai karya ilmiah para ilmuwan, laporan penelitian, kamus, ensiklopedia, jurnal-jurnal penelitian hukum dan nonhukum, majalah, dan lain sebagainya.³²

G. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini penulis membagi sistematika penulisan dalam 5 (lima) bab, dimana dalam masing-masing bab tersebut diuraikan dalam sub bab sehingga antara bab perbab mempunyai hubungan yang saling berkaitan satu sama lain. Sistematika penulisan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

³² Jay A. Sigler and Benyamin R. Beede, *The Legal Sources of Public Policy*, Lexington Books, D.C Health and Company, Lexington-Massachusetts-Toronto, 1977, hlm 23-38 dikutip dari Jonaedi Efendi & Jhonny Ibrahim, *Metode Penelitian Hukum Normatif & Empiris* (Depok: Prenadamedia Group, 2016), hlm 178

Dalam Bab I ini penulis memaparkan latar belakang yang berkaitan dengan permasalahan yang menjadi topik penulisan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tujuan penelitian, definisi operasional, metode penelitian, sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN UMUM MENGENAI HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL.

Dalam Bab II ini penulis menguraikan tinjauan mengenai Hak Kekayaan Intelektual yang meliputi : Pengertian Hak kekayaan Intelektual, Sejarah Perkembangan Hak Kekayaan Intelektual, Ruang Lingkup Hak Kekayaan Intelektual.

BAB III TINJAUAN KHUSUS TENTANG INDIKASI GEOGRAFIS

Dalam bab III penulis memaparkan secara khusus tentang Indikasi Geografis yang meliputi : Pengertian Indikasi geografis, Sejarah Perkembangan Indikasi Geografis dan Pengaturan Indikasi Geografis, Perkembangan Pengaturan Indikasi Geografis di Indonesia, Ciri Indikasi Geografis,

Prinsip-Prinsip Hak Indikasi Geografis, Kopi Sebagai Indikasi Geografis.

BAB IV ANALISIS TENTANG PERLINDUNGAN HKUM TERHADAP INDIKASI GEOGRAFIS YANG TELAH DIDAFTARKAN SEBAGAI MEREK

Dalam Bab IV penulis menjawab pertanyaan dari rumusan masalah yang terdiri atas :

- a. Perlindungan hukum atas Indikasi Geografis Kopi Arabika Toraja
- b. Implikasi hukum Indikasi Geografis terdaftar yang telah didaftarkan sebagai merek

BAB V PENUTUP

Dalam Bab V penulis menyimpulkan uraian dari bab-bab sebelumnya secara komprehensif serta memberikan saran-saran yang diharapkan mampu menjadi solusi dalam permasalahan yang diangkat.