



PERAN INDIKASI GEOGRAFIS DALAM MENJAMIN HAK KONSUMEN TERHADAP PRODUK YANG BERKUALITAS

Echa Yuana Urvash

Magister Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Islam Indonesia
Email: echayuana.u@gmail.com

Abstrak

Indikasi geografis (IG) merupakan tanda yang menunjukkan asal suatu produk dari wilayah tertentu yang memiliki kualitas, reputasi, dan karakteristik khas karena faktor geografis. Di era globalisasi dan pasar bebas yang pesat, perlindungan IG ini tidak hanya melindungi produsen dari penyalahgunaan atau pemalsuan, tetapi juga menjamin hak konsumen untuk memperoleh produk yang berkualitas dan mendapatkan perlindungan hukum. Tujuan penelitian adalah mengetahui pengaturan hukum mengenai perlindungan konsumen terhadap produk indikasi geografis berdasarkan peraturan perundang-undangan di Indonesia dan peran indikasi geografis dalam menjamin hak konsumen terhadap produk yang berkualitas. Metode penelitian yang digunakan adalah normatif dengan metode kualitatif dan menggunakan pendekatan konseptual, yang mengacu pada pandangan dan doktrin dalam ilmu hukum. Hasil penelitian menunjukan bahwa pengaturan hukum mengenai perlindungan konsumen terhadap produk IG telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta peraturan pelaksanaannya, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. IG berperan penting dalam melindungi hak konsumen dengan memastikan kualitas, reputasi, dan karakteristik serta metode produksi yang terjamin, yang kemudian dapat mencegah pemalsuan dan penyalahgunaan.

Kata Kunci: Indikasi Geografis, Perlindungan Konsumen, Produk Berkualitas

1. Pendahuluan

Indikasi geografis merupakan bagian perlindungan terhadap kekayaan intelektual. Hak kekayaan intelektual merupakan hak atas kekayaan yang diberikan kepada manusia karena kemampuannya. Dengan demikian, hadirnya hak kekayaan intelektual sebagai perlindungan hukum terhadap orang yang menemukan, menciptakan, dan mengembangkan suatu

kekayaan intelektual untuk dapat menikmati hasil kreativitasnya berdasarkan manfaat ekonomis.¹

Indikasi Geografis secara normatif telah diatur dalam Pasal 56 sampai Pasal 70 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Indikasi geografis (selanjutnya disebut IG) merupakan 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 yang memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada barang dan/atau produk yang dihasilkan.² Dalam hal mendapatkan perlindungan terhadap barang yang dimaksud, maka pelaku usaha harus melakukan permohonan pendaftaran indikasi geografis dengan memenuhi berbagai persyaratan. Perlindungan tersebut berlaku selama terjaganya reputasi, kualitas dan karakteristik yang menjadi dasar diberikannya perlindungan indikasi pada suatu barang atau produk.³

Perlindungan merupakan wujud penghormatan terhadap hak dan martabat manusia, sekaligus penghargaan atas hak-hak yang secara alami dimiliki oleh manusia sebagai subjek hukum berdasarkan aturan hukum yang berlaku. Dalam konteks konsumen, perlindungan ini bertujuan menjaga serta memastikan pemenuhan hak-hak konsumen agar dapat terpenuhi dan terlindungi.⁴ Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.⁵ Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.⁶

Produk atau barang yang telah didaftarkan menjadi indikasi geografis akan memberikan manfaat ekonomi bagi pelaku usaha berupa peningkatan nilai produk, peningkatan pendapatan dengan harga yang tinggi, dan perlindungan terhadap pemalsuan barang dari pihak lain. Selain itu, produk atau barang yang didaftarkan menjadi indikasi geografis dapat memberikan manfaat bagi konsumen dalam hal memberikan perlindungan hukum terhadap pembelian produk yang asli dan sesuai dengan standar, jaminan kualitas produk sesuai dengan harapan konsumen terhadap produk indikasi geografis yang memiliki ciri khas tertentu, dan kepercayaan terhadap produk yang ditawarkan karena terdapat label IG yang dapat memberikan informasi tentang asal-usul dan karakteristik khas produk tersebut.⁷ Hal demikian menunjukkan bahwa IG tidak hanya dapat membawa nilai ekonomi yang tinggi bagi produsen tetapi juga dapat memberikan jaminan mutu kepada konsumen.

Berkaitan dengan perlindungan konsumen, IG sebagai alat untuk memastikan bahwa konsumen mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan karakteristik yang dijanjikan. Konsumen memiliki hak atas informasi yang benar, sebagaimana diatur dalam

¹ Sudarayat, Sudjana, dan Rika Ratna, *Hak Kekayaan Intelektual, Memahami Prinsip Dasar, Cakupan dan Undang-Undang yang Berlaku*, Oase Media, Bandung, 2010, hlm. 5

² Pasal 1 angka 6 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

³ Pasal 61 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

⁴ Phillipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, PT. Bina Ilmu, Surabaya, 1987, hlm. 25.

⁵ Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

⁶ Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

⁷ Gusti Ayu Purnamawati, "Perlindungan Hukum Indikasi Geografis terhadap Kerajinan Tradisional untuk Penguatan Ekonomi Wilayah", *Jurnal Pandecta*, Vol. 11, No. 1, Juni 2016, hlm. 34

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK) memberikan kepastian perlindungan kepada konsumen mengenai hak kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen dalam menggunakan barang dagang dan/atau jasa menjadi hal utama untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.⁸

Secara hukum, pemilik IG terdaftar memiliki hak eksklusif yang diberikan oleh Negara⁹ untuk mengelola dan memanfaatkan kekayaan intelektual mereka dalam bentuk komersialisasi, seperti penjualan, lisensi atau bentuk distribusi lainnya. Berkaitan dengan hal tersebut maka pemilik IG akan melindungi hak mereka dari penggunaan yang tidak sah oleh pihak lain. Aspek ini akan berperan penting dalam menciptakan inovasi dan kreativitas karena memberikan insentif ekonomi bagi individu atau kelompok untuk terus menciptakan karya baru.¹⁰

Globalisasi dan perdagangan bebas telah membuka pasar yang lebih luas bagi produk-produk dari berbagai Negara. Namun, disisi lain, hal ini juga dapat meningkatkan risiko produk palsu dan produk yang tidak memenuhi standar kualitas yang beredar di pasar. Konsumen menjadi rentan terhadap praktik penipuan yang merugikan. Kopi arabika dan Gayo merupakan dua varietas kopi di Indonesia yang paling sering mengalami pelanggaran hak kekayaan intelektual. Misalnya, kopi arabika toraja telah didaftarkan di Jepang dengan merek *Toarco Toraja Coffe*. Sementara itu, kopi Arabika Gayo digunakan dalam berbagai merek di luar negeri, seperti *Wild Gayo Luwak*, di Amerika Serikat, *Gayo Mountain Coffee* dan *Amaro Gayo Coffee*.¹¹ Hal tersebut bukan hanya merupakan bentuk pelanggaran terhadap hak indikasi geografis, tetapi juga berdampak merugikan konsumen. Kehadiran IG sebagai solusi untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dari produk yang tidak berkualitas dan menjamin keaslian produk

Penelitian mengenai indikasi geografis di Indonesia telah mengalami perkembangan, yang dapat dilihat melalui berbagai artikel yang membahasnya dari beragam sudut pandang dan pendekatan permasalahan. Seperti penelitian Yoan Nursari Simanjuntak, yang membahas perlindungan IG untuk melindungi hak komunal dari kelompok masyarakat pemilik hak tersebut dan juga konsumen dan pelaku usaha.¹² Selanjutnya penelitian Gusti Ayu Putu dan Taufik Yahya, yang membahas mengenai perlindungan hukum terhadap produk IG yang terdaftar dan akibat hukum terhadap pelanggaran IG yang terdaftar.¹³ Selanjutnya Laode Rudita, yang membahas mengenai hak kekayaan intelektual dan perlindungan konsumen (studi tentang indikasi geografis dari perspektif kepentingan konsumen).¹⁴ Selanjutnya Nasrianti dan Muhibuddin yang membahas mengenai perlindungan hukum terhadap indikasi geografis menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek

⁸ Pasal 4 huruf a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

⁹ Lihat Pasal 1 angka 7 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

¹⁰ Abdulkadir Muhammad, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2007

¹¹ Erik Mangajaya, "Mari Memajukan Indikasi Geografis Kopi Indonesia, Dari Gayo Sampai Toraja, <https://kumparan.com/erik-mangajaya-simatupang/memajukan-indikasi-geografis-kopi-indonesia-dari-gayo-sampai-toraja-1538925127850717124>, diakses pada 22 April 2025

¹² Yoan Nursari Simanjuntak, "Pelanggaran Indikasi Geografis ditinjau dari Aspek Perlindungan Konsumen", *Jurnal Perspektif Hukum*, Vol 23, No. 1, 2023

¹³ Gusti Ayu Putu Eka AGustian dan Taufik Yahya, "Perlindungan Hukum Terhadap Produk Indikasi Geografis dalam Perspektif Peraturan Perundnag-Undangan", *Jurnal Hangoluan*, Vol 1, No. 2, 2022

¹⁴ Laode Rudita, *Hak Kekayaan Intelektual dan Perlindungan Konsumen (studi tentang Indikasi Geografis dari Perspektif Kepentingan Konsumen, Disertasi, Universitas Indonesia, 2011*

dan Indikasi Geografis.¹⁵ Selanjutnya oleh Winda Risna Yessiningrum yang membahas mengenai hak-hak yang dimiliki oleh pemegang hak indikasi geografis.¹⁶

Beberapa penelitian di atas memiliki kesamaan dan kemiripan dengan penelitian ini. Kajian mengenai indikasi geografis berdasarkan perlindungan konsumen masih perlu dikembangkan lebih lanjut. Untuk itu penelitian ini dilakukan dalam rangka merumuskan dan menganalisis peran indikasi geografis dalam menjamin hak konsumen terhadap produk yang berkualitas, hal inilah yang membedakannya dengan penelitian sebelumnya.

Berdasarkan uraian di atas, perlu dilakukan penelitian dengan judul Peran Indikasi Geografis Dalam Menjamin Hak Konsumen Terhadap Produk Yang Berkualitas. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana pengaturan hukum mengenai perlindungan konsumen terhadap produk indikasi geografis berdasarkan peraturan perundang-undangan di Indonesia dan bagaimana peran indikasi geografis dalam menjamin hak konsumen terhadap produk yang berkualitas. Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan *pertama* mengetahui peraturan hukum mengenai perlindungan konsumen terhadap produk indikasi geografis. *Kedua*, mengetahui peran indikasi geografis dalam menjamin hak konsumen terhadap produk yang berkualitas.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normative yang bertujuan untuk mengkaji mengetahui peraturan hukum mengenai perlindungan konsumen terhadap produk indikasi geografis dan peran indikasi geografis dalam menjamin hak konsumen terhadap produk yang berkualitas.

Bahan hukum yang digunakan terdiri dari bahan hukum primer, sekunder dan tersier. Bahan hukum primer terdiri dari peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan hukum indikasi geografis dan perlindungan konsumen. Bahan hukum sekunder terdiri dari pendapat para ahli dalam bacaan dan artikel hasil penelitian yang dipublikasi di jurnal penelitian. Bahan hukum tersier terdiri dari berita media online, majalah dan lainnya yang berkaitan dengan indikasi geografis dan perlindungan konsumen.

Pendekatan yang dilakukan Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) yaitu meneliti aturan-aturan yang berkaitan dengan indikasi geografis dan perlindungan konsumen. Adapun peraturan perundang-undangan yang digunakan ialah Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pendekatan konseptual (*conceptual approach*) yang bertujuan untuk menjawab persoalan hukum dan sekaligus memberikan solusi hukum terhadap isu hukum yang sedang diangkat. Pendekatan konseptual beranjak dari pandangan dan doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum.¹⁷

¹⁵ Nasrianti dan Muhibuddin, "perlindungan hukum terhadap indikasi geografis menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis", Jurnal Multidisplin, Vo. 05, No. 02, 2022

¹⁶ Winda Risna Yessiningrum, "Perlindungan Hukum Indikasi Geografis sebagai Bagian dari Hak Kekayaan Intelektual", Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan, Vol. III No. 7, 2015.

¹⁷ Peter Mahmud Marzuki, "Penelitian Hukum Edisi Revisi" Cet. Ke-15, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2021, hlm. 133

Analisis dilakukan secara normative kualitatif dengan cara menghimpun peraturan perundang-undangan dan menganalisisnya sebagai satu kesatuan yang kemudian dicatat dan disajikan dalam bentuk karya ilmiah.¹⁸

3. Pembahasan

3.1. Kajian Teoritik

Indikasi geografis merupakan salah satu sebagai salah satu jenis atau rezim bentuk Hak Kekayaan Intelektual selain paten, merek, hak cipta, rahasia dagang, dan lainnya. Indikasi geografis berfungsi sebagai tanda atau label yang digunakan pada suatu produk untuk menunjukkan asal daerahnya. Tempat asal tersebut menandakan bahwa kualitas produk yang dihasilkan sangat dipengaruhi oleh faktor geografis wilayah tersebut sehingga menjadikannya produk yang unik dan dikenal oleh masyarakat. Hal ini menandakan bahwa daerah tersebut memiliki keunggulan khusus dalam menghasilkan produk tertentu dimata konsumen.¹⁹

Indikasi geografis melindungi tanda yang menunjukkan bahwa suatu barang berasal dari daerah tertentu yang memiliki reputasi, kualitas, dan karakteristik khas yang dipengaruhi oleh faktor geografis di wilayah asalnya. Perlindungan ini diberikan karena lingkungan geografisnya, termasuk faktor alam, manusia, atau gabungan keduanya yang berperan dalam memberikan keunikan dan kualitas khusus pada produk yang dihasilkan.²⁰

Tujuan utama dari perlindungan indikasi geografis adalah untuk melindungi produsen dan konsumen dari pemalsuan produk yang memiliki ciri khas suatu wilayah. Selain itu, perlindungan ini juga bertujuan untuk:

- a. Menjaga standar kualitas produk khas dari suatu daerah;
- b. Melestarikan lingkungan dan ekosistem wilayah terkait;
- c. Menjaga dan mempertahankan warisan budaya dan pengetahuan tradisional masyarakat penghasil produk khas wilayah terkait;
- d. Memperkuat struktur kelembagaan masyarakat penghasil produk khas wilayah;
- e. Meningkatkan pendapatan serta kesejahteraan pelaku usaha yang menghasilkan produk khas daerah tersebut.²¹

Menurut Satjipto Rahardjo, perlindungan hukum adalah upaya untuk menjaga kepentingan seseorang dengan memberikan kewenangan tertentu agar ia dapat bertindak demi kepentingannya. Secara sederhana, perlindungan hukum berarti perlindungan yang diberikan oleh hukum kepada pihak yang membutuhkannya. Perlindungan ini dilakukan dengan menetapkan kepentingan yang harus dijaga sebagai hak hukum, yang demikian memiliki dasar yang kuat dan dapat ditegakkan jika terjadi pelanggaran.²²

¹⁸ Saifuddin Azwat, "Metode Penelitian", Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2018, hlm. 347

¹⁹ Miranda Risang Ayu, Memperbincangkan Hak Kekayaan Intelektual Indikasi Geografis, PT. Alumni, Bandung, 2006, Hlm. 1

²⁰ Undang-ndang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

²¹ Modul Ditjen HKI tentang Merek dan Indikasi Geografis, Oktober 2020, <https://www.dgip.go.id/unduh/modul-ki?kategori=indikasi-geografis>

²² Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hlm. 54

Dalam kegiatan usaha, terdapat hubungan antara pelaku usaha dan konsumen dimana kedudukan pelaku usaha berorientasi pada keuntungan sedangkan konsumen menginginkan kepuasan dalam memenuhi kebutuhannya. Namun fakta di lapangan, kedudukan ini sering kali tidak seimbang dikarenakan kedudukan pelaku usaha memiliki posisi yang lebih kuat secara sosial dan ekonomi. Berkaitan dengan hal tersebut, untuk melindungi hak-hak konsumen maka diperlukan regulasi yang jelas berupa Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai dasar hukum dalam melindungi konsumen.²³

Perlindungan konsumen merujuk pada upaya hukum untuk melindungi konsumen dalam memenuhi kebutuhannya dari berbagai tindakan yang dapat merugikan atau melanggar hak-haknya. Hal tersebut termuat dalam Pasal 1 angka 1 UUPK yang menyatakan bahwa “perlindungan konsumen ialah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.”²⁴

Adapun tujuan dari perlindungan konsumen berdasarkan Pasal 3 UUPK 1999 yaitu :

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari aksesoris negatif pemakaian barang/jasa;
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam usaha;
6. Meningkatkan kualitas barang/jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang/jasa, kesehatan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Perlindungan konsumen bertujuan menciptakan rasa aman dalam memenuhi kebutuhan hidup. Pemerintah dapat melakukan upaya preventif dan represif melalui beberapa langkah, seperti memastikan transparansi informasi dan kepastian hukum, melindungi kepentingan konsumen serta pelaku usaha, meningkatkan kualitas barang dan jasa, mencegah praktik usaha yang menyesatkan, serta mengintegrasikan perlindungan konsumen dengan kebijakan lainnya.²⁵

Ada empat hak dasar yang perlu diketahui oleh konsumen, yaitu:

1. Hak atas keamanan, konsumen berhak mendapatkan produk yang aman dan tidak membahayakan kesehatan, baik secara fisik maupun mental;
2. Hak atas informasi, konsumen berhak memperoleh informasi yang benar mengenai produk, baik melalui iklan, label, maupun kemasan agar tidak tertipu atau salah dalam memilih barang atau jasa;
3. Hak untuk memilih, konsumen memiliki kebebasan dalam menentukan produk yang akan dikonsumsi tanpa adanya tekanan atau paksaan dari pihak lain;

²³ Abdul R. Saliman, *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan: Teori dan Contoh Kasus*, Kencana, Jakarta, 2015, hlm. 190-192.

²⁴ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2016, hlm. 21.

²⁵ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008, hlm. 13

4. Hak untuk didengar, konsumen berhak menyampaikan keluhan dan pendapatnya terkait produk atau layanan, baik kepada pelaku usaha maupun lembaga perlindungan konsumen.²⁶

Selain keempat hak di atas, hak-hak konsumen diatur dalam Pasal 4 UUPK yaitu sebagai berikut :

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan perlindungan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangan-undangan lainnya.²⁷

3.2. Pengaturan Hukum Mengenai Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Berlabel Indikasi Geografis

Perlindungan konsumen terhadap produk yang memiliki indikasi geografis merupakan bagian dari regulasi hukum yang bertujuan untuk memastikan bahwa konsumen memperoleh barang yang sesuai dengan standar kualitas dan karakteristik yang dijanjikan oleh label IG. Pada tahun 2016, pemerintah Indonesia memberlakukan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis sebagai pengganti Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Regulasi ini disusun dengan mempertimbangkan dinamika perdagangan global serta keselarasan dengan konvensi internasional yang telah diratifikasi oleh Indonesia. Merek dan Indikasi Geografis memiliki peran penting dalam menjaga persaingan usaha yang sehat dan adil, melindungi konsumen, serta mendukung usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) serta industri dalam negeri.²⁸ Undang-Undang ini merupakan dasar hukum utama yang mengatur tentang IG di Indonesia. Undang-Undang tersebut mengatur mengenai definisi IG, syarat pendaftaran IG, hak dan kewajiban pemegang hak IG, serta penegakan hukum terhadap pelanggaran hak IG.

²⁶ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* edisi revisi, Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, 2006, hlm. 19.

²⁷ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

²⁸ Suhadi, *Potensi Indikasi Geografis Kopi Liberika Meranti Provinsi Riau Guna Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Lokal*, Tesis Program Magister Ilmu Hukum Universitas Islam Riau, Hlm 49

Perlindungan hukum terhadap IG di Indonesia menerapkan sistem *first to file*, dimana hak perlindungan diberikan kepada pihak yang pertama kali mendaftarkan produk tersebut. sistem ini memberikan kepastian hukum dengan mengakui produk yang telah terdaftar sebagai identitas khas suatu daerah, sehingga pihak lain tidak diperbolehkan meniru atau memalsukannya. Selain itu, perlindungan hukum terhadap IG juga mencakup proses pengumuman permohonan pendaftaran yang meliputi ketentuan mengenai pengumuman, keberatan, sanggahan dan penarikan kembali sebagaimana diatur dalam Pasal 53 hingga Pasal 70 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016. Mekanisme ini merupakan salah satu bentuk perlindungan preventif, dimana pengumuman permohonan IG berfungsi sebagai pemberitahuan dan peringatan agar pihak lain tidak menggunakan IG tersebut secara tidak sah atau melakukan praktik curang. Selain itu, proses ini juga memberikan kesempatan bagi pihak yang berkepentingan untuk mengajukan keberatan atau sanggahan terhadap pendaftaran suatu produk IG.²⁹

Berkaitan dengan hal tersebut, menurut teori perlindungan hukum yang dikemukakan oleh Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum bertujuan untuk melindungi martabat dan hak asasi manusia yang dimiliki oleh setiap subjek hukum dalam suatu Negara hukum. Perlindungan ini diberikan berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku, dengan tujuan mencegah tindakan sewenang-wenang. Dengan demikian, hukum berperan sebagai alat perlindungan atas kepentingan manusia. Perlindungan hukum dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu

- a. Perlindungan hukum represif, yaitu perlindungan yang bertujuan untuk menyelesaikan sengketa yang telah terjadi
- b. Perlindungan hukum preventif, yaitu perlindungan yang bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa.³⁰

Pada ketentuan pendaftaran dalam Pasal 56 ayat (9) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, pendaftaran IG selanjutnya diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 tentang Indikasi Geografis, yang mengatur:

- a. Ketentuan umum indikasi geografis
- b. Lingkup indikasi geografis
- c. Indikasi geografis yang tidak terdaftar
- d. Jangka waktu perlindungan indikasi geografis
- e. Tata cara pendaftaran

Perlindungan konsumen terhadap produk berkualitas dengan label IG, diatur lebih lanjut dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang mengatur lebih lanjut mengenai hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha. Meskipun tidak secara khusus mengatur tentang IG, undang-undang ini memberikan landasan hukum bagi perlindungan konsumen dari produk yang tidak berkualitas atau tidak sesuai dengan standar yang ditetapkan. UUPK menegaskan pentingnya jaminan perlindungan konsumen, sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf a, yang menyebutkan bahwa konsumen berhak atas

²⁹ Fitri Hidayat, "Penerapan Perlindungan Hukum Terhadap Produk Potensial Indikasi Geografis di Indonesia", *Risalah Hukum Fakultas Hukum Unmul*, Vol. 10, No. 1 2014 hlm 76-77

³⁰ Phillipus M. Hadjon, *Op.Cit*, hlm. 19

kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang dan/atau jasa. Dengan demikian, pelaku usaha tidak diperbolehkan memasarkan produk yang berpotensi membahayakan kesehatan atau tidak memenuhi standar keamanan. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap barang atau jasa yang ditawarkan layak dan aman untuk dikonsumsi.³¹ Dalam konteks IG, perlindungan konsumen menjadi sangat penting. Produk dengan status atau label IG, memiliki identitas asal usul geografis tertentu yang melekat pada kualitas, reputasi dan karakteristik produk tersebut. Jika produk berindikasi geografis digunakan secara tidak sah oleh pihak yang bukan merupakan masyarakat pemilik indikasi geografis maka konsumen berisiko menerima produk yang tidak sesuai dengan kualitas dan mutu dari produk yang ditawarkan. Hal ini tentu bertentangan dengan prinsip perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam UUPK. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap IG tidak hanya penting bagi kelompok masyarakat pemilik indikasi geografis tetapi menjamin hak konsumen terhadap kualitas, reputasi dan karakteristik produk.

Berdasarkan Pasal 1 angka 3 UUPK, pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Adapun kewajiban pelaku usaha diatur dalam Pasal 7 UUPK yaitu :³²

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta member penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur dan tidak diskriminatif
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta member jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Berkaitan dengan hal tersebut, dalam menjamin perlindungan konsumen, pelaku usaha diwajibkan untuk memastikan kualitas barang dan/atau jasa yang diproduksi maupun diperdagangkan sesuai dengan standar mutu yang berlaku. Kemudian pada Pasal 8 huruf a UUPK mengatur larangan bagi pelaku usaha untuk memproduksi atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang ditetapkan dalam Undang-Undang.

³¹ Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

³² Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Perlindungan terhadap IG bertujuan untuk menjaga produk dari tindakan pemalsuan atau penggunaan yang tidak sah sekaligus memberikan hak dan peluang bagi masyarakat di daerah asal produk untuk memperoleh manfaat optimal dari kekhasan tersebut. Selain itu, perlindungan ini juga memberikan keuntungan bagi konsumen karena menjamin mutu dan kualitas produk yang dikonsumsi. Oleh karena itu, penting bagi setiap bentuk kreativitas berupa IG untuk mendapatkan perlindungan hukum yang layak.³³

3.3. Peran indikasi geografis dalam menjamin hak konsumen terhadap produk yang berkualitas

Indikasi geografis memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas produk, yaitu berupa, pertama IG mendorong produsen untuk menjaga dan meningkatkan kualitas produk agar sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.³⁴ Pendaftaran IG mensyaratkan adanya standar kualitas yang harus dipenuhi oleh produk yang bersangkutan. Produsen yang ingin menggunakan IG harus memastikan bahwa produk mereka memenuhi standar tersebut. Kedua, IG memberikan insentif bagi produsen untuk berinovasi dalam inovasi dan pengembangan produk.³⁵ Dengan adanya IG, produsen dapat membedakan produk mereka dari produk pesaing dan meningkatkan nilai jual produk. Hal ini mendorong produsen untuk terus berinovasi dan mengembangkan produk yang lebih berkualitas. Ketiga, IG memfasilitasi pengawasan dan pengendalian kualitas produk. Pemerintah dan masyarakat dapat melakukan pengawasan terhadap produk yang menggunakan IG untuk memastikan bahwa produk tersebut memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan. Jika ditemukan produk yang tidak memenuhi standar, pemerintah dapat mencabut hak IG yang bersangkutan.³⁶ Keempat, IG meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk. Konsumen cenderung lebih percaya pada produk yang memiliki IG karena produk tersebut telah dijamin kualitasnya oleh pemerintah dan masyarakat. Kepercayaan konsumen ini dapat meningkatkan permintaan terhadap produk yang menggunakan IG.³⁷

Indikasi geografis memiliki peran penting dalam melindungi hak konsumen terhadap produk berkualitas dengan memberikan jaminan bahwa produk tersebut berasal dari daerah tertentu yang memiliki karakteristik khusus. Dengan adanya indikasi geografis, konsumen dapat lebih percaya bahwa produk yang mereka beli memiliki kualitas, asal-usul, dan metode produksi yang autentik dan terjamin. Selain itu, perlindungan indikasi geografis juga mencegah tindakan pemalsuan atau penyalahgunaan nama produk, sehingga dapat melindungi konsumen dari potensi kerugian akibat produk yang tidak sesuai standar. Manfaat IG dalam memberikan perlindungan konsumen berupa:

- a. Menjamin kualitas produk yang diakui secara hukum

³³ Winda Risna Yessiningrum, *Op.Cit*, hlm. 44

³⁴ DJKI, diakses februari 2025 https://www.dgip.go.id/artikel/detail-artikel-berita/indikasi-geografis-sebagai-pilar-ekonomi-strategi-pelindungan-dan-optimalisasi?utm_

³⁵ D Chabrol, M. Mariani, and D. Sautier, "Establishing Geographical Indications without State Involvement? Learning from Case Studies in Central and West Africa," *World Development* 98 (2017): 68–81

³⁶ Jannah, Nida UI, and Ary Setyadi. "Kontribusi Arsip dalam Proses Penentuan Perlindungan Indikasi Geografis Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Salak Pondoh di Kabupaten Sleman." *Jurnal Ilmu Perpustakaan* Vol 8 No 4 (2019): 260-272.

³⁷ Atsar, Abdul, Diman Ade Mulada, and Hera Alvina Satriawan. "Implementasi Perlindungan Dan Pengembangan Indikasi Geografis Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Sektor Industri Pariwisata Di Lombok Tengah." *JATISWARA* Vol 3. No.1 (2023).

Indikasi geografis memberikan jaminan kualitas produk yang diakui secara hukum, memastikan bahwa produk yang dilindungi memiliki karakteristik tertentu yang khas dari daerah terkait.

- b. Memberikan perlindungan hukum dan kepastian terhadap produk yang sesuai dengan standar kualitas yang diharapkan
Indikasi geografis memberikan perlindungan hukum yang jelas bagi konsumen. Apabila produk yang dibeli ternyata tidak sesuai dengan standar kualitas yang seharusnya, konsumen memiliki landasan hukum untuk mengajukan klaim atau mendapatkan ganti rugi.³⁸

Dalam upaya memberikan perlindungan terhadap pemilik hak IG serta hak konsumen, IG dilengkapi dengan berbagai ketentuan hukum yang mengatur perbuatan-perbuatan yang dilarang. Peraturan tersebut dibuat untuk mencegah penyalahgunaan atau pelanggaran terhadap produk yang telah terdaftar dengan IG tertentu. Pelanggaran atas indikasi geografis mencakup :³⁹

- a. Pemakaian indikasi geografis, baik secara langsung maupun tidak langsung atas barang dan/atau produk yang tidak memenuhi dokumen deskripsi indikasi geografis;
- b. Pemakaian suatu tanda indikasi geografis, baik secara langsung maupun tidak langsung atas barang dan/atau produk yang dilindungi atau tidak dilindungi dengan maksud untuk:
 1. Menunjukkan bahwa barang dan/atau produk tersebut sebanding kualitasnya dengan barang dan/atau produk yang dilindungi oleh indikasi geografis;
 2. Mendapatkan keuntungan dari pemakaian tersebut;
 3. Mendapatkan keuntungan atas reputasi indikasi geografis.
- c. Pemakaian indikasi geografis yang dapat menyesatkan masyarakat sehubungan dengan asal-usul geografis barang itu;
- d. Pemakaian indikasi geografis oleh bukan pemakai indikasi geografis terdaftar;
- e. Peniruan atau penyalahgunaan yang dapat menyesatkan sehubungan dengan asal tempat barang dan/atau produk atau kualitas barang dan/atau produk yang terdapat pada:
 1. Pembungkus atau kemasan;
 2. Keterangan dalam iklan;
 3. Keterangan dalam dokumen mengenai barang dan/atau produk tersebut; atau
 4. Informasi yang dapat menyesatkan mengenai asal-usulnya dalam suatu kemasan.
- f. Tindakan lainnya yang dapat menyesatkan masyarakat luas mengenai kebenaran asal barang dan/atau produk tersebut.

Terhadap pelanggaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal diatas, dapat diajukan gugatan. Pemegang hak atas indikasi geografis dapat mengajukan gugatan terhadap pemakai indikasi geografis yang tanpa hak berupa permohonan ganti rugi dan penghentian penggunaan serta pemusnahan label indikasi geografis yang digunakan secara tanpa hak. Kemudian, untuk mencegah kerugian yang lebih besar pada pihak yang haknya dilanggar, hakim dapat memerintahkan pelanggar untuk menghentikan kegiatan pembuatan, perbanyakan, serta memerintahkan pemusnahan label indikasi geografis yang digunakan

³⁸ Gusti Ayu Purnamawati, *Op Cit*, hlm. 34

³⁹ Lihat Pasal 66 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

secara tanpa hak.⁴⁰ Kemudian terdapat ketentuan sanksi pidana yang diberlakukan terhadap pelanggaran IG yang termuat dalam Pasal 101, yang berbunyi :

“Setiap orang yang dengan tanpa hak menggunakan tanda yang mempunyai persamaan pada keseluruhan dengan indikasi geografis milik pihak lain untuk barang dan/atau produk yang sama atau sejenis dengan barang dan/atau produk yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).”⁴¹

Berkaitan dengan hal di atas dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen, IG memainkan peran penting dalam memberikan kepastian dan keamanan bagi konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Perlindungan ini meliputi berbagai aspek yang berkaitan dengan pelanggaran IG, seperti pemalsuan, penggunaan nama yang tidak sah atau penyalahgunaan label IG. Apabila ketentuan mengenai IG ditegakkan dengan baik, bukan hanya pelaku usaha atau pemilik hak IG yang mendapatkan perlindungan hukum, konsumen dalam hal ini juga akan terlindungi dari produk yang tidak sesuai standar atau tidak memenuhi ketentuan IG. Dengan demikian, penerapan perlindungan IG tidak hanya mendukung kepentingan pemilik hak, tetapi juga melindungi konsumen dari risiko mendapatkan produk yang tidak memenuhi standar kualitas atau tidak memiliki keaslian yang diharapkan. Hal ini menunjukkan bahwa IG berperan penting dalam menjaga hak-hak produsen atau pemilik hak IG sekaligus melindungi kepentingan konsumen.

Berkaitan dengan perlindungan hak konsumen terhadap produk yang berkualitas, konsumen memiliki hak-hak tertentu sebagaimana diatur dalam Pasal 4 UUPK. Apabila hak-hak tersebut dilanggar, pihak yang melanggar dapat dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Menurut UUPK Pasal 19, pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi jika produk atau jasa yang mereka jual menyebabkan kerusakan, pencemaran, atau kerugian bagi konsumen. Pasal 60 UUPK menetapkan bahwa pelaku usaha dapat dikenai sanksi administratif berupa ganti rugi hingga Rp 200.000.000,00. Selain itu, jika pelaku usaha melanggar ketentuan dalam Pasal 8 huruf a, seperti tidak memenuhi standar yang ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan, mereka dapat dikenai sanksi tambahan berupa pembayaran ganti rugi atau pencabutan izin usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 63 UUPK.⁴²

4. Kesimpulan

1. Pengaturan hukum mengenai perlindungan konsumen terhadap produk berlabel IG di Indonesia bertujuan untuk menjamin bahwa konsumen menerima produk berkualitas yang sesuai dengan karakteristik dan reputasi daerah asalnya. Perlindungan ini diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan, termasuk Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta peraturan pelaksanaannya, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁴⁰ Pasal 69 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

⁴¹ Pasal 101 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

⁴² Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

2. IG berperan penting dalam menjamin hak konsumen terhadap produk berkualitas. Dengan adanya IG, konsumen mendapatkan jaminan bahwa produk yang dibeli memiliki kualitas, karakteristik dan reputasi sesuai dengan yang diharapkan. Selain itu, IG dapat mencegah praktik persaingan curang dan penyalahgunaan reputasi produk, sehingga konsumen dapat terlindungi dari produk palsu atau yang tidak memenuhi standar kualitas. Dengan demikian, IG tidak hanya melindungi pemegang hak IG atau produsen, tetapi juga memastikan konsumen memperoleh produk asli dengan kualitas yang terjamin.

5. Referrensi

Buku:

- Saliman A.R., 2015, *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan: Teori dan Contoh Kasus*, Kencana, Jakarta
- Abdulkadir Muhammad, 2007, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, Citra Aditya Bakti, Bandung
- Kristiyanti C T S, 2008, *Hukum Perlindungan konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta
- D Chabrol, M. Mariani, and D. Sautier, 2017, *Establishing Geographical Indications without State Involvement? Learning from Case Studies in Central and West Africa*, World Development
- Ayu M R, 2006, *Memperbincangkan Hak Kekayaan Intelektual Indikasi Geografis*, PT. Alumni, Bandung
- Hadjon P M, 1987, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, PT. Bina Ilmu, Surabaya
- Rahardjo S, 2000, *Ilmu Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung
- Shidarta, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* edisi revisi, Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta
- Sudarayat, dkk, 2010, *Hak Kekayaan Intelektual, Memahami Prinsip Dasar, Cakupan dan Undang-Undang yang Berlaku*, Oase Media, Bandung
- Zulham, 2016, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Prenadamedia Group, Jakarta

Jurnal:

- Atsar, Abdul, et. all, 2023, "Implementasi Perlindungan Dan Pengembangan Indikasi Geografis Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Sektor Industri Pariwisata Di Lombok Tengah." *Jatiswara*, Vol 3. No.1
- Hidayat F, 2014, "Penerapan Perlindungan Hukum Terhadap Produk Potensial Indikasi Geografis di Indonesia", *Risalah Hukum Fakultas Hukum Unmul*, Vol. 10, No. 1, hlm,76-77
- Purnamawati G.A, 2016, "Perlindungan Hukum Indikasi Geografis terhadap Kerajinan Tradisional untuk Penguatan Ekonomi Wilayah", *Jurnal Pandecta*, Vol. 11, No. 1, hlm. 34
- Jannah, et.all, 2019, "Kontribusi Arsip dalam Proses Penentuan Perlindungan Indikasi Geografis Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Salak Pondoh di Kabupaten Sleman." *Jurnal Ilmu Perpustakaan* Vol 8 No 4, hlm. 260-272.

Tesis

Suhadi, Potensi Indikasi Geografis Kopi Liberika Meranti Provinsi Riau Guna Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Lokal, *Tesis*, Program Magister Ilmu Hukum Universitas Islam Riau.

Sumber Internet:

DJKI, <https://www.dgip.go.id/artikel/detail-artikel-berita/indikasi-geografis-sebagai-pilar-ekonomi-strategi-pelindungan-dan-optimalisasi?>, diakses february 2025

Modul Ditjen HKI tentang Merek dan Indikasi Geografis, <https://www.dgip.go.id/unduh/modul-ki?kategori=indikasi-geografis>, diakses Oktober 2020

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, LN.2016/NO.252, TLN NO.5953, LL SETNEG : 51 HLM

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, LN. 1999/ No. 22, TLN No. 3821, LL SETNEG : 35 HLM