

INDIKASI GEOGRAFIS SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK EKSPOR
INDONESIA DALAM KERANGKA TRIPS AGREEMENT

Khalisyah Amara Podungge¹

Email: khalisyahamara25@gmail.com

Fakultas Hukum, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

Abstract

Geographical Indications (GIs) serve as an essential instrument within the intellectual property regime, providing protection for the reputation, quality, and distinctive characteristics of products originating from specific regions. In the context of international trade, GIs enhance the competitiveness of export products through market differentiation, quality assurance, and legal protection against the misuse of geographical names. This study examines the regulatory framework and protection standards of GIs under the TRIPS Agreement and analyzes their implementation within Indonesia’s positive law, while also assessing the role of GIs in strengthening the competitiveness of Indonesian export products. Using a normative juridical research method supported by literature reviews of legislation, international instruments, and academic writings, this study finds that Indonesia has aligned its national regulations with TRIPS through Law No. 20 of 2016. However, practical implementation remains challenged by limited producer awareness, insufficient enforcement, and the lack of international recognition in export destinations. The findings indicate that GIs hold significant potential in boosting economic value, enhancing national branding, and protecting product authenticity particularly for commodities such as coffee, pepper, and other local heritage-based products. Therefore, stronger institutional support, capacity building for producers, and proactive trade diplomacy are crucial to ensuring that GIs function effectively in elevating the global competitiveness of Indonesian products.

Keywords: *Geographical Indications, TRIPS Agreement, international trade*

Abstrak

Indikasi Geografis (IG) merupakan instrumen penting dalam rezim Hak Kekayaan Intelektual yang berfungsi melindungi reputasi, kualitas, dan karakteristik khas suatu produk yang

Article History

Received: Desember 2025
Reviewed: Desember 2025
Published: Desember 2025

Copyright : Author
Publish by : CAUSA



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

berasal dari wilayah tertentu. Dalam konteks perdagangan internasional, IG dipandang mampu meningkatkan daya saing produk ekspor melalui diferensiasi pasar, legitimasi mutu, serta perlindungan hukum terhadap penyalahgunaan nama daerah. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaturan dan standar perlindungan IG dalam TRIPS Agreement serta implementasinya dalam hukum positif Indonesia, sekaligus menilai peran IG sebagai strategi peningkatan daya saing produk ekspor Indonesia. Dengan menggunakan metode penelitian yuridis normatif melalui studi kepustakaan terhadap peraturan perundang-undangan, instrumen internasional, dan literatur akademik, penelitian ini menemukan bahwa Indonesia telah mengharmonisasikan ketentuan TRIPS melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Namun, implementasinya masih menghadapi kendala berupa lemahnya pemahaman produsen, pengawasan yang belum optimal, serta keterbatasan pengakuan IG di negara tujuan ekspor. Studi ini menunjukkan bahwa IG berpotensi besar meningkatkan nilai ekonomi, memperkuat branding nasional, dan melindungi keaslian produk seperti kopi, lada, dan produk berbasis kearifan lokal lainnya. Oleh karena itu, penguatan kelembagaan, peningkatan kapasitas produsen, serta diplomasi perdagangan menjadi kunci agar IG dapat berfungsi optimal dalam memperkuat daya saing produk Indonesia di pasar global.

Kata kunci: Indikasi Geografis, TRIPS, perdagangan internasional

PENDAHULUAN

Perdagangan internasional pada abad ke-21 bergerak menuju pola persaingan yang semakin kompleks.¹ Globalisasi ekonomi menempatkan negara-negara pada arena kompetisi terbuka, di mana identitas, kualitas, dan reputasi suatu produk menjadi faktor penentu dalam memenangkan pasar global. Indonesia, sebagai negara dengan kekayaan sumber daya alam dan keragaman budaya yang tinggi, memiliki banyak produk yang sebenarnya memiliki potensi besar untuk menembus pasar ekspor bernilai tinggi. Namun realitas perdagangan menunjukkan bahwa potensi tersebut sering kali tidak diiringi dengan perlindungan hukum yang memadai ataupun strategi komersial yang terarah.² Di tengah kondisi persaingan global yang semakin ketat, Indikasi Geografis (IG) hadir sebagai salah satu instrumen hukum yang mampu memberikan nilai

¹ Krugman, P. (2021). *International trade: Theory and policy* (11th ed., pp. 45–48). Pearson Education.

² Hasibuan, M. I. (2020). *Tantangan Implementasi Indikasi Geografis di Indonesia*. Jurnal Hukum dan Pembangunan, 50(3), 587–604.

tambah melalui legitimasi kualitas, reputasi, dan karakteristik khas suatu produk berbasis wilayah.

Dalam hukum perdagangan internasional, pengakuan terhadap IG mendapat tempat melalui *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPS Agreement), yang mengikat seluruh anggota Organisasi Perdagangan Dunia (WTO).³ Ketentuan TRIPS mengatur bahwa negara anggota berkewajiban memberikan perlindungan terhadap IG guna mencegah tindakan *misappropriation*, penyesatan konsumen, dan praktik perdagangan tidak adil.⁴ Ketentuan ini telah menjadi standar global yang diadopsi oleh banyak negara sebagai bagian dari sistem perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Dengan demikian, keberadaan TRIPS menjadi rujukan hukum bagi Indonesia dalam merumuskan kebijakan dan regulasi mengenai IG.

Indonesia mengatur perlindungan IG melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang secara eksplisit mengatur prosedur pendaftaran, ruang lingkup perlindungan, serta mekanisme penegakan hukumnya. Lahirnya regulasi ini merupakan bagian dari upaya harmonisasi hukum nasional dengan standar internasional. Peraturan ini juga memberi kepastian hukum bagi pelaku usaha maupun komunitas produsen yang menggantungkan nilai ekonominya pada reputasi kawasan penghasil produk tertentu. Akan tetapi, keberadaan instrumen hukum tersebut belum serta-merta menjamin pemanfaatannya secara optimal dalam konteks perdagangan internasional.

Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa sektor pertanian, perkebunan, dan produk berbasis kearifan lokal memiliki kontribusi signifikan terhadap ekspor non-migas Indonesia.⁵ Produk seperti kopi, teh, rempah-rempah, kakao, madu, minyak atsiri, dan kerajinan khas daerah telah lama menjadi komoditas unggulan. Namun demikian, Indonesia masih menghadapi beberapa masalah fundamental, seperti rendahnya daya saing produk akibat kurangnya diferensiasi, lemahnya branding di pasar global, dan masih maraknya tindakan pemalsuan atau penggunaan indikasi yang menyesatkan terhadap produk-produk tertentu. Padahal, banyak dari komoditas tersebut memiliki karakteristik unik yang tidak dimiliki negara lain dan sebenarnya layak mendapatkan perlindungan IG.

Contoh konkret dapat dilihat pada kasus kopi-kopi spesialti Indonesia. Banyak produk kopi dari Aceh, Toraja, Kintamani, ataupun Flores memiliki kualitas tinggi dan diakui dalam

³ WTO. (1994). *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS)*, Annex 1C of the Marrakesh Agreement (Arts. 22–24).

⁴ Daniel Gervais, *The TRIPS Agreement: Drafting History and Analysis*, 4th ed. (Sweet & Maxwell, 2012), hlm. 331–350.

⁵ Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Perdagangan Luar Negeri Indonesia 2023*. BPS.

kompetisi internasional. Namun sebelum IG dikenal dan dimanfaatkan secara aktif, produk-produk tersebut seringkali kehilangan identitasnya ketika memasuki rantai perdagangan global.⁶ Produk kopi dari daerah tertentu dijual tanpa keterikatan dengan asal geografisnya sehingga menghilangkan nilai tambah yang seharusnya dapat dinikmati oleh petani dan komunitas lokal.⁷ Baru setelah perlindungan IG mulai diterapkan dan didaftarkan di tingkat nasional maupun di kawasan perdagangan mitra dagang, nilai komersial produk meningkat secara signifikan.⁸

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa IG tidak hanya berperan sebagai instrumen perlindungan hukum, tetapi juga sebagai strategi peningkatan daya saing. Dalam perspektif perdagangan internasional, IG mampu menciptakan diferensiasi pasar yang jelas, meningkatkan posisi tawar produsen, serta memberikan jaminan kualitas kepada konsumen global. Produk yang dilindungi IG umumnya diposisikan sebagai *premium product*, *pricing*-nya lebih tinggi, dan lebih sulit digantikan oleh produk negara lain.⁹ Hal ini telah dibuktikan oleh berbagai negara seperti Prancis (Champagne), Italia (Parmigiano-Reggiano), Jepang (Kobe Beef), dan India (Darjeeling Tea), di mana IG terbukti menjadi instrumen ekonomi yang secara langsung meningkatkan nilai ekspor.

Bagi Indonesia, pentingnya IG semakin menonjol ketika menghadapi praktik-praktik dagang seperti *passing off*, pemalsuan asal produk, dan penggunaan nama daerah tanpa izin. Praktik demikian tidak hanya merugikan produsen lokal, tetapi juga berpotensi menurunkan reputasi produk Indonesia di mata pasar global. Perlindungan IG menjadi semakin mendesak, bukan hanya sebagai persyaratan hukum internasional, tetapi sebagai alat strategis untuk meningkatkan nilai ekspor. Lebih jauh, perlindungan IG turut berkontribusi pada pembangunan ekonomi daerah, pelestarian kearifan lokal, dan keberlanjutan komunitas produsen.

Meski demikian, pemanfaatan IG di Indonesia masih belum optimal. Beberapa kendala yang sering muncul antara lain: kurangnya pemahaman produsen tentang manfaat IG; kelemahan sistem penegakan hukum, terutama terkait pelanggaran IG di luar wilayah yurisdiksi Indonesia; serta belum meratanya kemampuan komunitas lokal dalam memenuhi standar kontrol kualitas yang menjadi prasyarat utama keberhasilan IG. Tantangan-tantangan tersebut

⁶ Mulyani, N., & Suryana, A. (2020). *Dampak Indikasi Geografis terhadap Kesejahteraan Petani Kopi di Aceh*. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian, 17(3), 195–210.

⁷ Azhar, M., & Ramadhan, A. (2021). *Analisis Dampak Perlindungan Indikasi Geografis Kopi Gayo terhadap Pasar Ekspor*. Jurnal Agribisnis Indonesia, 9(2), 155–168.

⁸ Lestari, W., & Priyanto, A. (2023). *Perlindungan Indikasi Geografis dan Implikasinya terhadap UMKM*. Jurnal Panorama Hukum, 8(1), 45–60.

⁹ Sari, D. P., & Hartati, R. (2022). *Indikasi Geografis sebagai Strategi Diferensiasi Produk Ekspor*. Jurnal Hukum Samudra Keadilan, 17(1), 101–118.

membuat IG belum sepenuhnya menjadi strategi nasional dalam memperkuat nilai ekspor Indonesia.

Dalam konteks TRIPS Agreement, implementasi perlindungan IG di Indonesia perlu dipastikan selaras dengan ketentuan internasional agar pengakuan di pasar global makin kuat.¹⁰ Harmonisasi hukum saja tidak cukup: diperlukan pula strategi implementatif yang meliputi registrasi di negara tujuan ekspor, penguatan kelembagaan pemegang IG, peningkatan kapasitas produsen, hingga diplomasi dagang untuk mengamankan pengakuan di yurisdiksi asing.¹¹ Dengan demikian, studi mengenai IG bukan hanya analisis normatif, tetapi juga bagian dari upaya membangun strategi perdagangan yang lebih kompetitif.

Penelitian ini penting karena beberapa alasan. Pertama, meski Indonesia memiliki banyak produk berkarakter geografis unik, pemanfaatan Indikasi Geografis (IG) untuk meningkatkan daya saing masih tertinggal akibat kurangnya perlindungan hukum global dan rendahnya kesadaran produsen. Kedua, perlindungan IG dalam TRIPS menuntut pemahaman standar internasional, penelitian ini menjelaskan kesesuaian regulasi nasional dengan TRIPS serta implementasinya untuk mencegah sengketa dagang dan memperkuat posisi Indonesia. Ketiga, penelitian ini memiliki urgensi ekonomi karena IG berpotensi meningkatkan nilai ekspor, memperkuat branding nasional, dan membuka pasar premium. Dengan menganalisis peran IG sebagai instrumen daya saing, penelitian ini memberi gambaran strategi bagi pemerintah dan produsen agar produk Indonesia mampu bersaing secara global. Keempat, penelitian ini relevan bagi pengembangan hukum HKI, memperkaya kajian akademik, dan memberi masukan untuk perbaikan regulasi, terutama terkait penegakan hukum dan kolaborasi antar lembaga.

Dengan memperhatikan berbagai aspek tersebut, penelitian tentang **“Indikasi Geografis sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing Produk Ekspor Indonesia dalam Kerangka TRIPS Agreement”** memiliki urgensi tidak hanya bagi pengembangan ilmu hukum perdagangan internasional, tetapi juga bagi pembangunan ekonomi nasional secara lebih luas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif, yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan menelaah norma, asas, dan ketentuan peraturan perundang-undangan serta instrumen hukum internasional yang relevan dengan isu Indikasi Geografis (IG) dalam perdagangan internasional.¹² Pendekatan ini digunakan karena penelitian berfokus pada analisis

¹⁰ Rahman, A., & Putra, F. (2020). *Harmonisasi Hukum Indikasi Geografis Indonesia dengan TRIPS Agreement*. Jurnal Arena Hukum, 13(3), 470–489.

¹¹ Hendrawan, R. (2022). *Peran Diplomasi Ekonomi dalam Penguatan Indikasi Geografis Indonesia di Pasar Global*. Jurnal Analisis Hubungan Internasional, 11(1), 55–71.

¹² Suteki, & Taufani, A. (2020). *Metodologi Penelitian Hukum: Filsafat, Teori, dan Praktik*. Jurnal Hukum Progresif, 12(2), 201–217.

kerangka hukum TRIPS Agreement dan implementasinya dalam hukum positif Indonesia, serta penilaian peran IG sebagai instrumen peningkatan daya saing ekspor. Pengumpulan data dilakukan dengan cara studi kepustakaan (*library research*), yaitu dengan menelaah dokumen hukum, literatur ilmiah, artikel jurnal, laporan organisasi internasional, dan sumber-sumber terkait lainnya.¹³ Analisis dilakukan secara kualitatif, tanpa menggunakan statistik atau pengujian empiris, karena fokus penelitian adalah analisis normatif terhadap kerangka hukum dan implikasi hukumnya terhadap perdagangan internasional.

PEMBAHASAN

A. Pengaturan dan Standar Perlindungan Indikasi Geografis menurut TRIPS Agreement serta Implementasinya dalam Hukum Positif Indonesia

Pengaturan Indikasi Geografis (IG) dalam sistem hukum perdagangan internasional tidak dapat dilepaskan dari keberadaan TRIPS Agreement sebagai instrumen hukum global yang mengatur standar minimum perlindungan Hak Kekayaan Intelektual. Melalui ketentuan dalam Pasal 22 sampai Pasal 24, TRIPS menempatkan IG sebagai bagian dari rezim HKI yang memperoleh perlindungan atas dasar keterkaitan antara kualitas dan reputasi suatu produk dengan wilayah geografis tertentu.¹⁴ Dalam terminologi TRIPS, suatu produk baru dapat dikatakan sebagai IG apabila karakteristik atau kualitasnya secara langsung dipengaruhi oleh faktor alam, budaya, atau tradisi yang melekat pada tempat asalnya. Dengan demikian, IG tidak hanya dipahami sebagai penanda lokasi, melainkan sebagai bentuk pengakuan hukum atas nilai dan reputasi yang tumbuh dari proses produksi yang khas di suatu daerah.

TRIPS memberikan standar perlindungan yang bersifat umum dan wajib bagi seluruh anggota WTO. Perlindungan tersebut terutama diarahkan untuk mencegah penggunaan IG yang menyesatkan konsumen atau merugikan reputasi produk asli.¹⁵ Melalui larangan ini, negara anggota diwajibkan menyediakan mekanisme hukum agar IG tidak digunakan oleh pelaku usaha yang tidak memiliki hubungan dengan wilayah asal produk. Bahkan, untuk komoditas tertentu seperti *wine* dan *spirit*, TRIPS memberikan perlindungan tambahan yang bersifat lebih ketat. Perlindungan tambahan tersebut mencerminkan kepentingan beberapa negara maju yang memiliki tradisi kuat dalam produksi *wine* dan *spirit*, sehingga mereka menuntut standar perlindungan lebih tinggi untuk mencegah peniruan dan penggunaan nama geografis yang tidak sah. Walaupun ketentuan ini masih terbatas pada komoditas tertentu, perdebatan dalam forum WTO mengindikasikan adanya aspirasi negara berkembang untuk

¹³ Ibrahim, J. (2018). *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*. Jurnal Ilmu Hukum Majapahit, 10(2), 45–56.

¹⁴ Gervais, D. (2012). *The TRIPS Agreement: Drafting History and Analysis* (4th ed.). Sweet & Maxwell.

¹⁵ Hasibuan, M. I. (2020), *op.cit.*

memperluas perlindungan tambahan tersebut pada komoditas lain seperti kopi, teh, dan rempah-rempah.

Dalam konteks penegakan hukum, TRIPS juga menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa melalui WTO *Dispute Settlement Body*. Negara anggota yang merasa dirugikan oleh penggunaan IG yang salah dapat membawa kasus tersebut ke WTO. Mekanisme ini menegaskan bahwa IG bukan sekadar konsep hukum domestik, melainkan bagian dari rezim global yang dapat ditegakkan melalui sistem hukum internasional.¹⁶ Pengaturan yang demikian menjadikan TRIPS sebagai rujukan utama bagi negara-negara anggota dalam menyusun regulasi domestik, termasuk Indonesia.

Sebagai negara yang meratifikasi TRIPS, Indonesia memiliki kewajiban untuk menyesuaikan hukum nasionalnya agar sejalan dengan standar internasional tersebut. Implementasi TRIPS dalam hukum positif Indonesia diwujudkan melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Undang-undang ini menjadi dasar utama yang mengatur seluruh aspek perlindungan IG di Indonesia, mulai dari definisi, ruang lingkup perlindungan, tata cara pendaftaran, sampai mekanisme penegakan hukumnya. Definisi IG dalam UU 20/2016 mencerminkan adopsi langsung prinsip-prinsip yang tercantum dalam TRIPS, terutama mengenai keterkaitan kualitas atau reputasi produk dengan wilayah geografis tertentu.¹⁷ Keselarasan definisi tersebut menunjukkan bahwa Indonesia telah melakukan harmonisasi yang cukup baik dalam aspek konseptual IG.

Implementasi perlindungan IG di Indonesia juga diwujudkan melalui pembentukan sistem pendaftaran IG yang terpusat di bawah Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Proses pendaftaran dilakukan oleh lembaga yang mewakili kepentingan komunitas produsen, seperti asosiasi petani atau dinas pemerintah daerah.¹⁸ Prosedur ini mensyaratkan adanya Buku Persyaratan yang berisi penjelasan komprehensif mengenai karakteristik produk, metode produksi, serta batasan wilayah geografis.¹⁹ Kehadiran Buku Persyaratan ini tidak hanya penting sebagai pedoman produksi, tetapi juga sebagai dasar pengawasan terhadap penggunaan IG oleh para produsen yang berhak. Model pendaftaran semacam ini sejalan dengan praktik internasional yang mewajibkan adanya dokumentasi formal untuk memastikan bahwa produk yang mengklaim sebagai IG benar-benar memenuhi standar kualitas yang ditetapkan.

¹⁶ Abbott, F. M. (2000). *The TRIPS Agreement and Global Economic Development*. *Journal of International Economic Law*, 3(1), 151–185.

¹⁷ Lestari, W., & Priyanto, A. (2023), *op.cit.*

¹⁸ Irianto, A. M. (2019). *Rezim Indikasi Geografis dalam Sistem HKI Indonesia*. *Jurnal RechtVinding*, 8(2), 210–230.

¹⁹ *ibid.*

Dalam pelaksanaannya, sistem perlindungan IG di Indonesia bergantung pada keberadaan Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG), yang berfungsi sebagai lembaga pengawas mutu. MPIG berperan dalam memastikan bahwa setiap produk yang menggunakan IG mematuhi ketentuan dalam Buku Persyaratan. Fungsi ini penting untuk menjaga konsistensi kualitas serta menghindari kerusakan reputasi yang mungkin timbul akibat produk palsu atau tidak sesuai standar. Selain MPIG, UU 20/2016 juga menentukan bahwa pemegang IG memiliki hak untuk mengajukan gugatan perdata, menuntut penghentian penggunaan IG yang melanggar, hingga meminta ganti rugi apabila terjadi kerugian.²⁰ Dalam hal tertentu, pelanggaran IG dapat pula dikenai sanksi pidana, sehingga memberikan efek jera bagi pelaku usaha yang menggunakan IG tanpa hak.

Walaupun Indonesia telah melakukan harmonisasi yang cukup baik dengan ketentuan TRIPS, implementasi perlindungan IG dalam praktik masih menghadapi berbagai hambatan. Salah satu tantangan yang umum ditemui adalah kurangnya pemahaman pelaku usaha maupun produsen mengenai manfaat dan fungsi IG. Di beberapa daerah, IG belum sepenuhnya dipandang sebagai alat untuk meningkatkan nilai tambah produk, melainkan sekadar label administratif. Lemahnya pemahaman ini menyebabkan banyak potensi IG yang belum dikembangkan atau belum didaftarkan secara resmi.

Tantangan lainnya terletak pada aspek penegakan hukum. Meskipun UU 20/2016 menyediakan mekanisme penegakan yang komprehensif, efektivitas implementasinya sering kali terkendala oleh keterbatasan pengawasan di pasar, minimnya koordinasi antarinstansi, dan kurangnya kemampuan aparat untuk mengidentifikasi pelanggaran IG.²¹ Hal ini mengakibatkan masih banyak kasus penyalahgunaan IG, baik dalam bentuk penggunaan nama geografis tanpa izin maupun pemalsuan produk. Kondisi demikian pada akhirnya dapat merusak reputasi produk asli di pasar global.

Selain itu, Indonesia juga masih menghadapi hambatan dalam upaya mendapatkan pengakuan internasional atas IG yang telah terdaftar secara nasional. Karena belum adanya sistem registrasi multilateral di bawah WTO, IG Indonesia harus didaftarkan satu per satu di negara tujuan ekspor.²² Proses ini membutuhkan biaya besar dan memerlukan diplomasi hukum yang kuat. Hambatan administrasi dan birokrasi biasanya menjadi tantangan

²⁰ Fitriani, L. (2020). *Challenges of Geographical Indications Protection in Indonesia*. Indonesia Law Review, 10(2), 145–160.

²¹ Sudaryat, T. (2021). *Perlindungan Indikasi Geografis dan Dampaknya terhadap Daya Saing Produk Pertanian*. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian, 18(2), 145–160.

²² Marie-Vivien, D. (2019). *The Protection of Geographical Indications in Asia*. Journal of World Intellectual Property, 22(3–4), 105–128.

tambahan bagi komunitas produsen yang secara finansial dan organisatoris belum cukup kuat.

Secara keseluruhan, pengaturan dan standar perlindungan IG dalam TRIPS Agreement telah memberikan dasar hukum yang kokoh bagi Indonesia dalam membangun rezim perlindungan IG yang efektif. Namun keberhasilan implementasi perlindungan IG di Indonesia bergantung pada konsistensi pengawasan, penguatan kapasitas produsen, peningkatan pengetahuan hukum, serta dukungan kebijakan pemerintah dalam mempromosikan IG sebagai strategi peningkatan daya saing ekspor. Dengan demikian, IG tidak hanya berfungsi sebagai instrumen hukum semata, tetapi juga sebagai alat ekonomi dan diplomasi perdagangan yang dapat mengangkat posisi Indonesia dalam persaingan pasar global.

B. Peran Indikasi Geografis dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Ekspor Indonesia dalam Perdagangan Internasional

Dalam konteks perdagangan internasional yang semakin kompetitif, keberadaan Indikasi Geografis (IG) memainkan peran penting sebagai instrumen diferensiasi dan penguatan identitas produk Indonesia di pasar global. Di tengah dominasi negara-negara maju yang telah lama memanfaatkan IG sebagai strategi ekonomi, Indonesia mulai menyadari bahwa perlindungan atas reputasi dan karakteristik wilayah dapat menjadi modal berharga bagi komoditas ekspor. IG pada dasarnya bukan hanya perangkat hukum yang mengatur penggunaan nama geografis, tetapi juga mekanisme yang memberi nilai tambah melalui pengakuan kualitas dan reputasi yang telah terbentuk dalam jangka waktu panjang.²³ Ketika suatu produk memperoleh perlindungan IG, produk tersebut tidak hanya membawa identitas daerah, tetapi juga membawa legitimasi kualitas yang diakui oleh sistem hukum nasional maupun internasional.

Dalam praktiknya, IG berperan sebagai alat yang mampu mengokohkan posisi suatu produk di pasar global. Hal ini terjadi karena IG menciptakan jaminan keaslian yang melekat pada produk tersebut. Keaslian inilah yang sering kali menjadi dasar bagi konsumen internasional dalam menilai nilai suatu produk. Produk yang membawa IG umumnya dipandang lebih terpercaya karena memiliki standar mutu yang jelas serta karakteristik

²³ Rizal, M., & Djamil, A. (2020). *Perlindungan Indikasi Geografis dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal*. IUS QUIA IUSTUM, 27(1), 88–110.

khusus yang tidak mudah ditiru oleh daerah lain.²⁴ Dalam perdagangan global yang sangat sensitif terhadap isu kualitas, reputasi, dan keberlanjutan, keberadaan IG menjadi penanda kuat yang membedakan produk asli dari tiruannya.

Peran IG semakin terasa pada produk-produk pertanian dan perkebunan Indonesia yang memang memiliki karakter unik dan sering kali membangun reputasinya melalui proses produksi yang berlangsung turun-temurun. Kopi Gayo, Kopi Kintamani, Lada Putih Bangka, dan Tenun Ikat Sumba adalah contoh nyata komoditas yang mendapatkan keuntungan signifikan setelah terdaftar sebagai IG.²⁵ Melalui perlindungan IG, kualitas dan karakteristik khas produk tersebut terdokumentasi secara formal dalam Buku Persyaratan. Dokumentasi ini menjadi sarana untuk menjaga konsistensi kualitas, sekaligus menjadi acuan bagi para produsen untuk mempertahankan mutu yang telah menjadi identitas produk. Dengan kata lain, IG berperan sebagai penjaga reputasi yang melampaui batas-batas geografis.

Di luar aspek kualitas, IG juga membawa dampak ekonomi yang bersifat langsung maupun tidak langsung. Pengakuan sebagai IG sering kali diikuti dengan peningkatan harga jual di pasar. Hal ini terjadi karena konsumen bersedia membayar lebih untuk produk yang memiliki reputasi kuat dan terjamin otentisitasnya. Produk dengan IG memperoleh posisi tawar yang lebih baik dalam negosiasi ekspor karena memiliki atribut yang sulit digantikan oleh produk sejenis dari daerah lain. Di beberapa kasus, peningkatan nilai ekonomi dapat mencapai dua hingga tiga kali lipat dari harga produk sebelum mendapatkan perlindungan IG. Kenaikan harga ini sering kali tercermin dalam peningkatan pendapatan petani atau pengrajin yang menjadi bagian dari rantai produksi.

Tidak hanya itu, IG memiliki dampak sosial-ekonomi yang lebih luas. Pengakuan IG mendorong komunitas produsen untuk bekerja secara kolektif dalam menjaga kualitas produk. Kolaborasi tersebut memperkuat kelembagaan ekonomi lokal dan menciptakan solidaritas antarpetani atau pelaku usaha kecil. Dalam jangka panjang, IG berkontribusi pada pembangunan ekonomi daerah karena permintaan pasar yang meningkat memicu aktivitas produksi, pariwisata, dan pengembangan usaha turunan.²⁶ IG pada akhirnya menjadi sarana pemberdayaan ekonomi masyarakat, terutama di wilayah-wilayah yang secara geografis bergantung pada komoditas tertentu.

²⁴ Marzuki, A. N. (2021). *Relevansi Indikasi Geografis terhadap Perlindungan Mutu Produk Pertanian*. Jurnal Agribisnis Indonesia, 9(2), 140–155.

²⁵ Sembiring, K. (2020). *Pengaruh Sertifikasi IG terhadap Reputasi Kopi Kintamani*. Jurnal Perspektif, 15(2), 200–215.

²⁶ Asshiddiqie, J., & Nurfaidah, R. (2019). *Pengembangan Ekonomi Daerah Melalui Indikasi Geografis*. Jurnal Hukum Prioris, 8(2), 76–90.

Meskipun demikian, peran IG dalam meningkatkan daya saing ekspor tidak terlepas dari tantangan. Salah satu hambatan yang masih sering muncul adalah belum meratanya pemahaman tentang fungsi strategis IG di kalangan produsen kecil. Banyak komunitas produsen yang masih melihat IG sebagai beban administratif, bukan sebagai strategi jangka panjang untuk memperkuat posisi produk mereka di pasar global.²⁷ Selain itu, kemampuan untuk menjaga kualitas secara konsisten masih menjadi persoalan serius bagi beberapa daerah. Perubahan iklim, variasi teknik produksi, hingga keterbatasan akses terhadap teknologi produksi modern kerap menghambat keberlanjutan mutu produk IG.

Dalam situasi pasar global yang sering kali rawan terhadap praktik penipuan, IG juga berperan sebagai alat perlindungan yang memastikan bahwa nama daerah tidak digunakan secara sembarangan oleh pelaku usaha yang tidak memiliki hubungan dengan lokasi geografis tersebut. Dengan perlindungan IG, tindakan pemalsuan dan klaim palsu dapat diminimalisir karena terdapat mekanisme hukum yang dapat ditegakkan terhadap pelanggaran. Perlindungan ini melindungi reputasi produk asli dan mencegah kerugian ekonomi yang dapat timbul akibat beredarnya barang palsu atau barang dengan kualitas rendah yang mencatut nama daerah tertentu.

Dari sudut pandang diplomasi perdagangan, IG memiliki potensi besar sebagai aset strategis Indonesia dalam hubungan dagang internasional.²⁸ Negara-negara maju seperti Uni Eropa telah lama menjadikan IG sebagai alat negosiasi dalam perjanjian perdagangan bebas. Bagi Indonesia, memperkuat IG berarti memiliki posisi tawar yang lebih baik dalam membangun kerja sama perdagangan. Dengan semakin banyaknya produk Indonesia yang diakui sebagai IG, citra Indonesia sebagai negara produsen komoditas berkualitas turut meningkat. Hal ini dapat memperluas akses pasar sekaligus meningkatkan daya tarik investasi asing untuk komoditas berbasis wilayah.

Secara keseluruhan, IG berperan signifikan dalam meningkatkan daya saing produk ekspor Indonesia baik melalui aspek kualitas, reputasi, perlindungan hukum, maupun nilai ekonomi.²⁹ IG membantu produk Indonesia untuk tidak larut dalam persaingan harga yang ketat, tetapi justru naik kelas dengan menonjolkan keunikan dan keunggulan lokal. Dalam jangka panjang, IG dapat menjadi salah satu pilar penting dalam strategi perdagangan internasional Indonesia, terutama jika didukung dengan penguatan kelembagaan,

²⁷ Yessiningrum, W. R. (2015). *Perlindungan hukum indikasi geografis sebagai bagian dari hak kekayaan intelektual*. Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan, 3(1).

²⁸ Hendrawan, R. (2022), *op.cit.*

²⁹ Nasrianti, N. (2022). *Perlindungan hukum indikasi geografis menurut hukum positif Indonesia*. Jurnal Geuthee Hukum, 5(1), 35–49.

peningkatan kapasitas produsen, dan diplomasi hukum yang efektif. Dengan memanfaatkan IG secara lebih strategis, Indonesia memiliki peluang besar untuk mengangkat nama produk lokal ke tingkat global dan memastikan bahwa nilai tambah ekonomi dapat kembali kepada masyarakat yang menjadi bagian dari proses produksinya.

KESIMPULAN

Pengaturan Indikasi Geografis dalam TRIPS Agreement memberikan standar perlindungan minimum yang menekankan keterkaitan antara kualitas dan reputasi produk dengan wilayah asalnya, serta mewajibkan negara anggota menyediakan mekanisme hukum untuk mencegah penggunaan yang menyesatkan. Indonesia telah mengadopsi standar ini melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, yang mengatur definisi, pendaftaran, dan penegakan hukum IG secara komprehensif. Meskipun terdapat harmonisasi yang kuat antara TRIPS dan hukum nasional, implementasi perlindungan IG di Indonesia masih menghadapi tantangan seperti rendahnya pemahaman produsen, lemahnya pengawasan, serta keterbatasan pengakuan internasional. Oleh karena itu, keberhasilan perlindungan IG tidak hanya ditentukan oleh kerangka hukum, tetapi juga oleh penguatan kelembagaan, peningkatan kapasitas produsen, dan dukungan pemerintah agar IG dapat menjadi instrumen strategis dalam meningkatkan daya saing produk ekspor Indonesia di pasar global.

Indikasi Geografis (IG) memiliki peran strategis dalam meningkatkan daya saing produk ekspor Indonesia dengan memberikan identitas, legitimasi kualitas, serta jaminan keaslian yang dihargai di pasar global. Melalui perlindungan IG, produk-produk lokal seperti kopi, lada, atau kain tradisional memperoleh reputasi yang lebih kuat, harga jual yang lebih tinggi, serta posisi tawar yang lebih baik dalam perdagangan internasional. IG juga mendorong penguatan kelembagaan produsen, meningkatkan pendapatan masyarakat daerah, dan menekan praktik pemalsuan yang merugikan produsen asli. Meskipun masih terdapat tantangan seperti kurangnya pemahaman produsen dan konsistensi mutu, IG tetap menjadi instrumen penting untuk mendorong ekspor berbasis keunikan lokal dan memperkuat posisi Indonesia dalam persaingan ekonomi global.

DAFTAR PUSTAKA

Peraturan Perundang-undangan

Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Perdagangan Luar Negeri Indonesia 2023*. BPS.

Republik Indonesia. *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*.

World Trade Organization (WTO). (1994). *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS)*, Annex 1C of the Marrakesh Agreement (Articles 22-24).

Buku

Abbott, F. M. (2000). *The TRIPS Agreement and Global Economic Development*. Journal of International Economic Law.

Daniel Gervais. (2012). *The TRIPS Agreement: Drafting History and Analysis* (4th ed.). Sweet & Maxwell.

Krugman, P. (2021). *International Trade: Theory and Policy* (11th ed.). Pearson Education.

Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press.

Jurnal/Artikel Ilmiah

Asshiddiqie, J., & Nurfaidah, R. (2019). *Pengembangan Ekonomi Daerah Melalui Indikasi Geografis*. Jurnal Hukum Prioris, 8(2), 76-90.

Azhar, M., & Ramadhan, A. (2021). *Analisis Dampak Perlindungan Indikasi Geografis Kopi Gayo terhadap Pasar Ekspor*. Jurnal Agribisnis Indonesia, 9(2), 155-168.

Fitriani, L. (2020). *Challenges of Geographical Indications Protection in Indonesia*. Indonesia Law Review, 10(2), 145-160.

Hasibuan, M. I. (2020). *Tantangan Implementasi Indikasi Geografis di Indonesia*. Jurnal Hukum dan Pembangunan, 50(3), 587-604.

Hendrawan, R. (2022). *Peran Diplomasi Ekonomi dalam Penguatan Indikasi Geografis Indonesia di Pasar Global*. Jurnal Analisis Hubungan Internasional, 11(1), 55-71.

Ibrahim, J. (2018). *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*. Jurnal Ilmu Hukum Majapahit, 10(2), 45-56.

Irianto, A. M. (2019). *Rezim Indikasi Geografis dalam Sistem HKI Indonesia*. Jurnal RechtVinding, 8(2), 210-230.

Lestari, W., & Priyanto, A. (2023). *Perlindungan Indikasi Geografis dan Implikasinya terhadap UMKM*. Jurnal Panorama Hukum, 8(1), 45-60.

Marzuki, A. N. (2021). *Relevansi Indikasi Geografis terhadap Perlindungan Mutu Produk Pertanian*. Jurnal Agribisnis Indonesia, 9(2), 140-155.

Marie-Vivien, D. (2019). *The Protection of Geographical Indications in Asia*. Journal of World Intellectual Property, 22(3-4), 105-128.

Mulyani, N., & Suryana, A. (2020). *Dampak Indikasi Geografis terhadap Kesejahteraan Petani Kopi di Aceh*. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian, 17(3), 195-210.

- Nasrianti, N. (2022). *Perlindungan hukum indikasi geografis menurut hukum positif Indonesia*. Jurnal Geuthee Hukum, 5(1), 35-49.
- Rizal, M., & Djamil, A. (2020). *Perlindungan Indikasi Geografis dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal*. IUS QUIA IUSTUM, 27(1), 88-110.
- Sari, D. P., & Hartati, R. (2022). *Indikasi Geografis sebagai Strategi Diferensiasi Produk Ekspor*. Jurnal Hukum Samudra Keadilan, 17(1), 101-118.
- Sembiring, K. (2020). *Pengaruh Sertifikasi IG terhadap Reputasi Kopi Kintamani*. Jurnal Perspektif, 15(2), 200-215.
- Sudaryat, T. (2021). *Perlindungan Indikasi Geografis dan Dampaknya terhadap Daya Saing Produk Pertanian*. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian, 18(2), 145-160.
- Suteki, & Taufani, A. (2020). *Metodologi Penelitian Hukum: Filsafat, Teori, dan Praktik*. Jurnal Hukum Progresif, 12(2), 201-217.
- Yessiningrum, W. R. (2015). *Perlindungan hukum indikasi geografis sebagai bagian dari hak kekayaan intelektual*. Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan, 3(1).