

**STRATEGI COLLABORATIVE GOVERNANCE DALAM
IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PROTOKOL MADRID
DI INDONESIA**

Disusun Oleh:

NAMA : ANNISA DANIATI
NPM : 2141021089
PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI PEMBANGUNAN NEGARA
KONSENTRASI : MANAJEMEN KEBIJAKAN PUBLIK

Tesis diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar
Magister Terapan Administrasi Publik (M.Tr.A.P.)



**PROGRAM MAGISTER TERAPAN
POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA
LEMBAGA ADMINISTRASI NEGARA
TAHUN 2023**

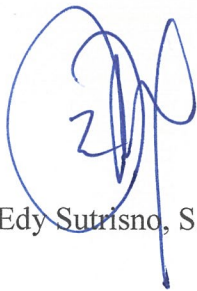
**PROGRAM STUDI APN MAGISTER TERAPAN
POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA**

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

Nama : Annisa Daniati
NPM : 2141021089
Jurusan : Administrasi Publik
Program Studi : Administrasi Pembangunan Negara
Konsentrasi : Manajemen Kebijakan Publik
Judul Tesis (Bahasa Indonesia) : Strategi *Collaborative Governance* dalam Implementasi Kebijakan Protokol Madrid di Indonesia
Judul Tesis (Bahasa Inggris) : *Collaborative Governance Strategy in the Implementation of Madrid Protocol Policy in Indonesia*

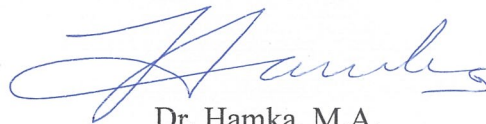
Diterima dan disetujui untuk dipertahankan Pembimbing Tesis

Pembimbing I



Dr. Edy Sutrisno, S.E., M.Si.

Pembimbing II



Dr. Hamka, M.A.

**PROGRAM STUDI APN MAGISTER TERAPAN
POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA**

LEMBAR PENGESAHAN

NAMA : ANNISA DANIATI
NPM : 2141021089
JURUSAN : ADMINISTRASI PUBLIK
PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI PEMBANGUNAN NEGARA
KONSENTRASI : MANAJEMEN KEBIJAKAN PUBLIK
JUDUL TESIS : STRATEGI *COLLABORATIVE GOVERNANCE* DALAM
IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PROTOKOL MADRID DI
INDONESIA

Telah mempertahankan tesis di hadapan penguji tesis Program Magister Terapan
Administrasi Pembangunan Negara, Politeknik STIA LAN Jakarta,
Lembaga Administrasi Negara, pada:

Hari : Senin
Tanggal : 24 Juli 2023
Pukul : 14.30 s.d. 16.00

TELAH DINYATAKAN LULUS PENGUJI TESIS

Ketua Sidang : Dr. Mala Sondang Silitonga, M.A.
Sekretaris : Dr. Asropi, S.I.P., M.Si.
Anggota : Dr. Ridwan Rajab, M.Si.
Pembimbing I : Dr. Edy Sutrisno, S.E., M.Si.
Pembimbing II : Dr. Hamka, M.A.



LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annisa Daniati
NPM : 2141021089
Jurusan : Administrasi Publik
Program Studi : Administrasi Pembangunan Negara
Konsentrasi : Manajemen Kebijakan Publik

Dengan ini menyatakan bahwa, tesis yang telah saya susun dengan Judul “STRATEGI *COLLABORATIVE GOVERNANCE* DALAM IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PROTOKOL MADRID DI INDONESIA” merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila dikemudian hari penulis tesis ini merupakan plagiat atau penjiplak terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi STIA LAN Jakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada paksaan

Jakarta, 28 Juli 2023



Annisa Daniati

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Strategi *Collaborative Governance* Dalam Implementasi Kebijakan Protokol Madrid Di Indonesia”. Keberhasilan penelitian ini tidak lepas dari usaha dan bantuan berbagai pihak. Untuk itu dengan segala ketulusan hati diucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Edy Sutrisno, S.E., M.Si. dan Bapak Dr. Hamka, M.A. selaku dosen pembimbing;
2. Bapak dan ibu dosen program studi Administrasi Pembangunan Negara Politeknik STIA LAN Jakarta;
3. Kedua orang tua, suami tercinta Prasetya Aditama, serta anak-anak tersayang, Kareem Abraham dan Amjad Gabriel atas pendampingan dan dorongan semangat dalam menyelesaikan studi magister ini;
4. Rekan-rekan mahasiswa magister Tahun 2021 yang telah memberikan dukungan, inspirasi, dan persahabatan yang tak terlupakan; serta
5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas perannya dalam suksesnya penelitian ini.

Dengan kerendahan hati, peneliti memohon maaf apabila ada kekurangan dalam penelitian ini. Segala kritik dan saran akan diterima dengan baik demi pengembangan penelitian ini di masa depan.

Jakarta, 28 Juli 2023

Peneliti,

Annisa Daniati

ABSTRAK

STRATEGI *COLLABORATIVE GOVERNANCE* DALAM IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PROTOKOL MADRID DI INDONESIA

annisadaniati@stialan.ac.id

POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA

Layanan permohonan pendaftaran merek internasional melalui Protokol Madrid telah diimplementasikan di Indonesia sejak Indonesia mengaksesi Perjanjian Madrid pada tahun 2018. Hingga 2023, capaian permohonan Protokol Madrid menunjukkan tren meningkat, namun masih didominasi oleh merek asing. Apabila dibandingkan dengan jumlah permohonan negara asal (*office of origin*) di negara-negara tetangga seperti Malaysia dan Thailand, kinerja implementasi Protokol Madrid di Indonesia belum cukup memuaskan. Untuk itu, penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor penyebab implementasi Protokol Madrid untuk merek dalam negeri belum optimal menggunakan kerangka kerja konseptual proses implementasi kebijakan dari Donald van Meter dan Carl van Horn. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan data primer berupa wawancara dengan informan kunci yang dipilih menggunakan *purposive sampling* dan dilakukan secara semiterstruktur. Selain wawancara, dilakukan pula observasi terhadap implementasi Protokol Madrid di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) dan pengumpulan data sekunder lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi berjalan kurang optimal dikarenakan oleh penentuan ukuran/standar dan tujuan kebijakan yang kurang terperinci, kompetensi sumber daya manusia yang kurang merata, pelaksana yang kurang puas dengan fasilitasi pengembangan kompetensi, belum adanya evaluasi kegiatan, kurangnya transparansi layanan, kurangnya koordinasi dan kolaborasi dengan pemangku kepentingan lainnya, serta belum optimalnya peraturan perundang-undangan yang berorientasi terhadap ekosistem kekayaan intelektual. Pelaksanaan layanan Protokol Madrid membutuhkan dukungan dari berbagai aspek dan aktor kebijakan, oleh karena itu peneliti menyusun sebuah strategi untuk mengatasi masalah dengan menggunakan model *collaborative governance* dari Chris Ansell dan Alison Gash. Dengan melakukan proses kolaborasi, diharapkan DJKI dapat menjadi *network manager* dari proses tersebut dan menjapai tujuan dari implementasi Protokol Madrid.

Kata kunci: Protokol Madrid, kekayaan intelektual, implementasi kebijakan, *collaborative governance*

ABSTRACT

COLLABORATIVE GOVERNANCE STRATEGY IN THE MADRID PROTOCOL POLICY IMPLEMENTATION IN INDONESIA

annisadaniati@stialan.ac.id

POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA

The international mark registration application services through the Madrid Protocol have been implemented in Indonesia since the country acceded the Madrid Agreement in 2018. Until 2023, the number of applications for the Madrid Protocol shows an increasing trend, but applications are still dominated by the foreigners. When compared to the neighboring countries such as Malaysia and Thailand, its performance in Indonesia has not been meeting the expectation. This study aims to identify the obstacles using the conceptual framework of the policy implementation process from Donald van Meter and Carl van Horn. The research method used is descriptive qualitative using interview as the primary data. The informants selected using purposive sampling and conducted in a semi-structured manner. Apart from interviews, observations are conducted to see how the implementation of the Madrid Protocol goes at the Directorate General of Intellectual Property (DGIP) and also for secondary data collection. It is found that implementation was not ideal due to the formulation of policy measures/standards and objectives that are not detailed enough, uneven competence of human resources, dissatisfied staffs for competency development facilitation, lack of activity evaluation, service transparency, and coordination and collaboration with other stakeholders, as well as the laws and regulations that are corresponding to intellectual property ecosystems. The implementation of Madrid Protocol service requires firm support from various aspects and policy actors, therefore a strategy to overcome the problem is developed by using the collaborative governance model from Chris Ansell and Alison Gash. By carrying out a collaboration process, it is expected that DGIP could become the network manager and achieve the objectives of the implementation of the Madrid Protocol.

Keywords: Madrid Protocol, intellectual property, policy implementation, collaborative governance

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Identifikasi Masalah	14
I.3 Rumusan Masalah	16
I.4 Tujuan Penelitian	17
I.5 Manfaat Penelitian	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
II.1 Penelitian Terdahulu	18
II.2 Tinjauan Kebijakan	22
II.3 Tinjauan Teoritis	26
II.3.1 Kebijakan Publik	26
II.3.2 Implementasi Kebijakan	29
II.3.3 Pemerintahan Kolaboratif (<i>Collaborative Governance</i>)	35

II.3.4 Strategi Kolaborasi dan Implementasi Kebijakan	40
II.3.5 Merek.....	42
II.3.6 Protokol Madrid	44
II.4 Kerangka Berpikir	51
BAB III METODE PENELITIAN.....	54
III.1 Pendekatan Penelitian	54
III.2 Lokus Penelitian.....	54
III.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	55
III.4 Partisipan.....	56
III.5 Teknik Verifikasi Data.....	58
III.6 Analisis Data	59
BAB IV HASIL PENELITIAN	60
IV.1 Gambaran Umum Penelitian.....	60
IV.2 Analisis dan Pembahasan.....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	96
V.1 Kesimpulan	96
V.2 Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN.....	106

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perkembangan Ekspor Kopi Tahun 2017-2021	5
Tabel 1. 2 Jumlah Permohonan Merek Protokol Madrid Tahun 2018-2022 (per Mei 2023).....	7
Tabel 1. 3 Jumlah Permohonan Merek Nasional Tahun 2018-2020 (per Oktober 2022)	8
Tabel 1. 4 Jumlah Permohonan Protokol Madrid Asal Indonesia, Malaysia, Thailand, Singapura, dan Vietnam Tahun 2017-2022 (Berdasarkan Penerimaan di Biro Internasional WIPO)	8
Tabel 3. 1 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	56
Tabel 4. 1 Jumlah Permohonan Merek Protokol Madrid Asal Indonesia Tahun 2018-2022 (per Mei 2023)	63
Tabel 4. 2 Arah Kebijakan, Ukuran Keberhasilan, dan Strategi (<i>Internal Perspective</i>) yang Berkaitan dengan Merek	67
Tabel 4. 3 Sasaran Kegiatan, Indikator Kinerja Kegiatan, dan Target Kinerja Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Bidang Merek 2020-2024.....	68
Tabel 4. 4 Petugas Pelaksana Layanan Permohonan Merek Internasional Melalui Protokol Madrid Beserta Tugasnya.....	71
Tabel 4. 5 Jumlah dan Kompetensi Petugas Layanan Formalitas Protokol Madrid	73
Tabel 4. 6 Pemangku Kepentingan Kebijakan Protokol Madrid dan Peranannya	87
Tabel 4. 7 Pembagian Peran Pemangku Kepentingan Kebijakan Protokol Madrid	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan Nilai Ekspor Indonesia Tahun 2020-2021.....	3
Gambar 1. 2 Nilai Ekspor Kopi Menurut Negara Tujuan (Juta US\$) Tahun 2020-2021.....	5
Gambar 1. 3 Tren Permohonan Merek di Indonesia Tahun 2015-2021	6
Gambar 1. 4 Hasil Pencarian Volume Kata Kunci “Protokol Madrid” di Wilayah Internet Indonesia.....	11
Gambar 1. 5 Hasil Pencarian Kata Kunci yang Berhubungan dengan “Protokol Madrid” di Wilayah Internet Indonesia.....	12
Gambar 2. 1 Perumusan Kebijakan Kolaboratif	31
Gambar 2. 2 Model Implementasi Kebijakan Van Meter dan Van Horn	33
Gambar 2. 3 Kerangka Integratif untuk Tata Kelola Pemerintahan Kolaboratif ..	37
Gambar 2. 4 Model Tata Kelola Pemerintahan Kolaboratif	40
Gambar 2. 5 Peta Jalan Akses Sistem Madrid	45
Gambar 2. 6 Pendaftaran Merek Internasional	48
Gambar 2. 7 Model Berpikir	52
Gambar 4. 1 Laman Web DJKI	61
Gambar 4. 2 Laman Web DJKI Mengenai Merek	62
Gambar 4. 3 Laman Web Aplikasi IPRonline Untuk Permohonan Merek.....	62
Gambar 4. 4 Dimensi Kebijakan yang Mempengaruhi Implementasi Kebijakan	64
Gambar 4. 5 Opera DJKI Tema Merek dan Protokol Madrid Tahun 2023	78
Gambar 4. 6 Hasil Pengawasan Internal dan Eksternal DJKI.....	79
Gambar 4. 7 Pangkalan Data Kekayaan Intelektual.....	79
Gambar 4. 8 Laman Web Opera DJKI.....	80
Gambar 4. 9 <i>Collaborative Governance</i> dalam Kegiatan Protokol Madrid	91

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Sebelum era perdagangan modern dimulai, masyarakat tidak memiliki kebutuhan atas perlindungan kekayaan intelektual (KI), karena konsumen tidak memiliki banyak pilihan atas jenis atau produk kebutuhan sehari-hari. Tidak adanya kebutuhan atas perlindungan KI, menjadikan belum adanya urgensi atas perlindungan hak KI. Berbeda dengan era globalisasi, di mana perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berkembang dengan pesat, membawa perubahan terhadap tatanan kehidupan masyarakat, serta membawa pengaruh yang signifikan terhadap aktifitas perekonomian. Hal ini dapat terlihat dengan semakin ketatnya persaingan dalam dunia industri maupun perdagangan, baik secara nasional maupun internasional.

Persaingan yang sangat ketat itu menyebabkan banyak sekali macam/varian produk yang tersedia untuk satu jenis barang. Untuk itu, konsumen memerlukan pembeda atau identitas untuk membedakan satu produk dengan produk yang lainnya. Pembeda dari berbagai macam produk sejenis yang tersedia di pasaran adalah merek. Merek sebagai salah satu bentuk dari KI memiliki peran yang penting dalam aktivitas jual beli barang atau jasa (Penjelasan Umum Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis). Merek berfungsi sebagai identifikasi dari produk, baik barang maupun jasa yang dapat mencerminkan asal, produsen, juga sebagai jaminan dari kualitas dan nilai dari suatu produk barang atau jasa. Firmansyah dalam Hidayati dan Ester (2017) menjelaskan bahwa merek juga dapat menjaga persaingan yang sehat dalam dunia usaha, melindungi konsumen, memperluas bidang usaha, memberikan nilai bagi suatu barang/jasa, memperkenalkan produk, serta menjadi identitas perusahaan.

Kompetisi antarprodusen di dalam perdagangan memberikan keuntungan untuk masyarakat atau konsumen, karena dengan adanya persaingan di antara produsen, menjadikan produsen semakin berusaha meningkatkan kualitas dan nilai dari produk barang atau jasa tersebut. Namun, dalam berkompetisi produsen tetap harus memperhatikan prinsip-prinsip praktek perdagangan yang baik untuk menghindari terjadi persaingan yang tidak sehat. Salah satu contoh persaingan tidak sehat adalah produsen yang membuat konsumen terkecoh akan asal usul atau kualitas suatu barang, misalnya produk-produk yang meniru produk yang sudah terkenal. Untuk membuat suatu merek menjadi terkenal atau mempunyai reputasi yang baik dibutuhkan upaya dalam hal biaya, penelitian, dan waktu yang tidak sedikit. Oleh karena itu, cara terbaik melindungi merek adalah dengan cara mendaftarkan hak kepemilikan eksklusif atas merek tersebut.

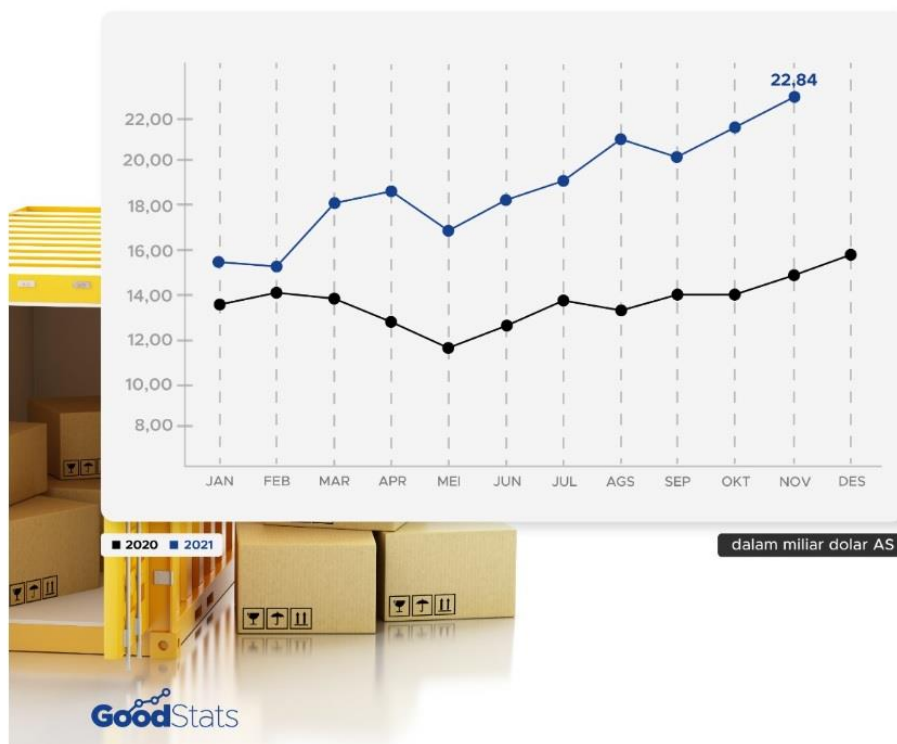
Dengan diketahuinya tanda yang mencerminkan asal (produsen) dari suatu produk barang/jasa, maka konsumen dapat mengenali produk yang ingin dibeli. Dalam Dewi (2019), Robert S. Smith mengatakan bahwa merek memberikan jaminan atas kualitas dari suatu produk, sehingga merek dapat melindungi konsumen dari produk palsu/tiruan. Dengan dikenalnya reputasi baik dari suatu merek, maka produsen dapat memperluas usahanya seperti yang dikatakan oleh Ida Bagus Wyasa Putra (Dewi, 2019) bahwa menurut Commercial Advisory Foundation in Indonesia (CAFI), merek memiliki peranan penting di dalam ekonomi Indonesia dalam pengembangan industri dan penanaman modal.

Keberlangsungan bisnis dapat sangat bergantung pada merek yang dimiliki oleh produsen/pengusaha dan istilah *brand value* semakin populer dan menjadi perhatian dalam dunia usaha. Nilai merek dinilai sangat penting karena berkaitan erat dengan meningkatnya pengakuan masyarakat, kepercayaan konsumen dan perluasan jaringan pemasaran, motivasi karyawan di perusahaan produsen untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk, loyalitas konsumen, kredibilitas merek, toleransi pelanggan, peluang menjadikan produk sebagai barang/jasa premium dengan harga yang tinggi, sehingga dapat berefek positif terhadap nilai perusahaan yang tercermin di dalam rasio keuangan dan kinerja pasar saham

(Kurniawan, 2018).

Setiap produsen harus memiliki sesuatu yang spesial dan unik untuk dikenalkan kepada konsumen, serta di waktu yang sama harus melindungi orisinalitas dan reputasi produk. Dengan semakin terbukanya wawasan konsumen akan suatu produk melalui teknologi informasi dan komunikasi, para produsen semakin bergantung pada *intangible asset* atau aset tidak berwujud. Nilai dari suatu perusahaan tidak lagi bergantung pada aset fisik yang dimiliki, namun pada inovasi dan *branding* dari produk yang dihasilkan. Salah satu alat untuk melindungi *intangible asset* berupa *brand value* ini adalah melalui pendaftaran merek. Saat ini merek menjadi aset berharga yang nilainya mampu melebihi aset fisik perusahaan, seperti tanah, bangunan, alat produksi, maupun sumber daya manusia.

Gambar 1. 1 Perkembangan Nilai Ekspor Indonesia Tahun 2020-2021



Sumber: BPS dalam Angelia (2022)

Sebagai negara yang aktif dalam perekonomian dunia, Indonesia berupaya melakukan diplomasi ekonomi, agar dapat memperoleh akses pasar bagi produk bermerek dari Indonesia ke pasar dunia. Selain itu, upaya tersebut juga bertujuan untuk mendapatkan akses bagi kepastian perlindungan hak atas merek di negara pasar yang dituju. Saat ini terdapat cukup banyak produk Indonesia yang digemari di luar negeri dan memiliki *market share* yang sangat baik di pasar internasional. Sangat penting bagi produk-produk tersebut untuk mendaftarkan hak atas mereknya di negara-negara tujuan ekspor. Potensi dan kinerja ekspor Indonesia dalam dua tahun setelah masa pembatasan sosial Pandemi Covid-19 tercermin dalam tren capaian nilai ekspor Indonesia yang cenderung meningkat dan mampu membukukan nilai 22,84 miliar dolar Amerika Serikat pada November 2021 seperti yang ditunjukkan dalam Gambar 1.1. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa komoditas Indonesia memiliki kinerja yang cukup baik dalam perdagangan internasional.

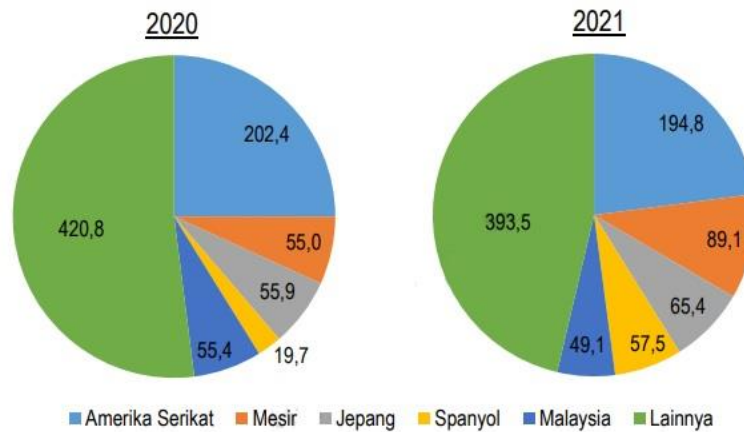
Kinerja ekspor Indonesia berdasarkan data BPS dalam Analisis Komoditas Ekspor 2017-2021 menunjukkan tren yang selaras dengan yang terjadi pada capaian permohonan merek di rentang tahun yang sama. Kesamaan tersebut dapat terlihat pada komoditas hasil pertanian yang sangat populer, yaitu kopi (Tabel 1.1). Kontribusi nilai ekspor kopi pada tahun 2021 mencapai 849,4 juta dolar Amerika. Di kurun 2017-2021, nilai ekspor kopi berkontribusi rata-rata sebesar 39,88 persen pada nilai ekspor sektor pertanian tanaman tahunan (BPS, 2022). Salah satu negara anggota Protokol Madrid, yaitu Amerika Serikat, menjadi tujuan utama ekspor kopi dengan nilai 202,4 juta dolar Amerika Serikat di 2020. Meskipun nilai tersebut sedikit menurun di 2021, namun di negara-negara tujuan lain yang juga merupakan negara anggota Protokol Madrid, seperti Jepang dan Spanyol justru meningkat. Malaysia sebagai salah satu negara anggota, juga menjadi salah satu tujuan ekspor kopi dari Indonesia. Lebih detail terkait capaian nilai ekspor kopi Indonesia dapat diketahui dari gambar 1.2.

Tabel 1. 1 Perkembangan Ekspor Kopi Tahun 2017-2021

Tahun	Berat Bersih (Ribuan Ton)	Nilai (Juta US\$)
2017	464,2	1.175,4
2018	277,4	806,9
2019	355,8	872,4
2020	375,6	809,2
2021	384,5	849,4

Sumber: BPS (2022)

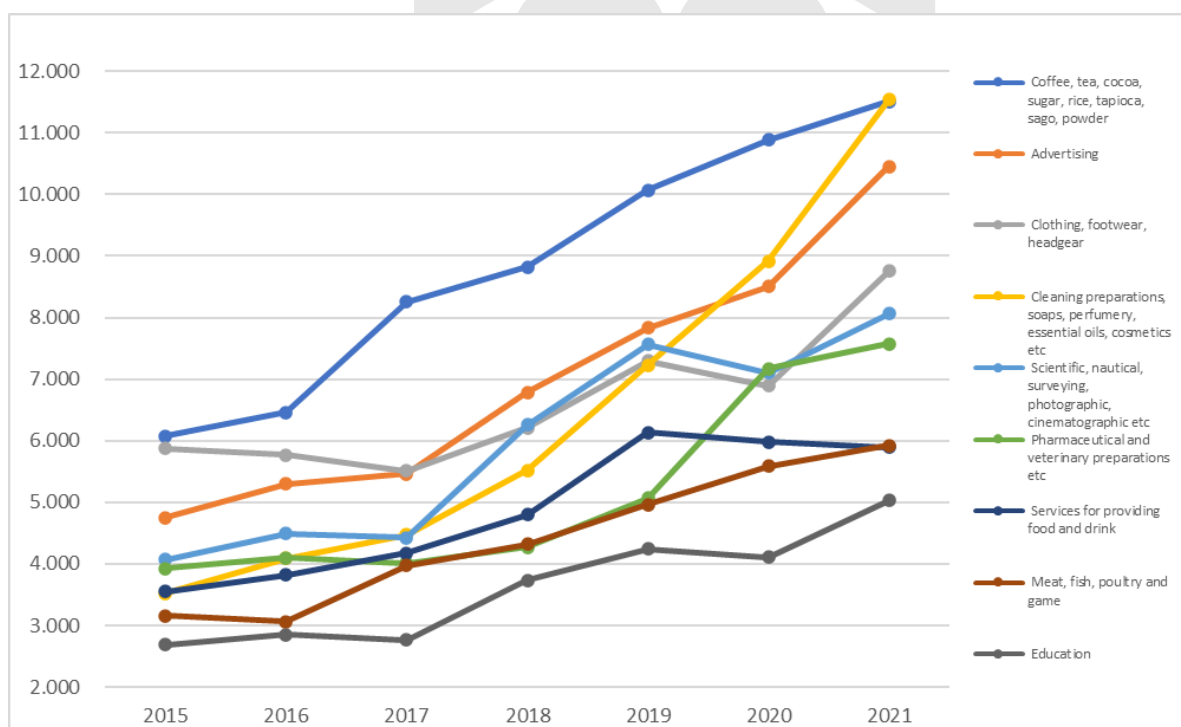
Gambar 1. 2 Nilai Ekspor Kopi Menurut Negara Tujuan (Juta US\$) Tahun 2020-2021



Sumber: BPS (2022)

Menurut gambar 1.3, permohonan merek yang konsisten mengalami peningkatan cukup baik sejak tahun 2015-2021 adalah kelas 30, yang meliputi kopi, teh, kakao, gula, beras, dan tepung-tepungan. Di tahun 2015-2021, komoditas di kelas barang tersebut selalu menghasilkan permohonan merek terbanyak. Kelas yang menaungi produk kopi memperoleh hampir 11 ribu permohonan merek di tahun 2021. Kondisi tersebut hanya mampu disaingi oleh satu kelas barang lain saja di tahun 2021, yaitu kelas 3 (sediaan pembersihan, sabun, parfum, minyak esensial, dan kosmetik). Capaian nilai ekspor dan jumlah permohonan merek nasional ini menggambarkan potensi yang dimiliki produk Indonesia. Dalam hal kepemilikan

hak eksklusif atas merek, alangkah baiknya apabila kopi yang diekspor ke negara lain mendaftarkan juga mereknya di negara tujuan agar produsen kopi dalam negeri mendapatkan nilai tambah dan mampu memberikan jaminan mutu atas produknya, serta semakin dikenal secara internasional. Pendaftaran merek di negara tujuan ekspor dapat dilakukan secara mudah dan efisien melalui Protokol Madrid.



Gambar 1. 3 Tren Permohonan Merek di Indonesia Tahun 2015-2021

Sumber: Laporan Tahunan DJKI (2022)

Sementara itu dalam hal perlindungan merek secara internasional, melalui Tabel 1.2 dapat diketahui bahwa pendaftaran merek internasional dari pemilik merek nasional/pemohon dalam negeri mengalami tren meningkat dari 34 permohonan di 2018, menjadi 117 permohonan di 2021. Namun, capaian tersebut masih sangat jauh dibandingkan jumlah pendaftaran merek asing ke Indonesia, yaitu 4.510 permohonan di 2018 dan 9.299 permohonan di 2021. Dapat dikatakan bahwa hingga saat partisipasi pemilik merek nasional untuk mendaftarkan

mereknnya secara internasional belum menunjukkan peningkatan yang signifikan apabila dibandingkan dengan tren permohonan yang masuk dari luar negeri. Dengan kata lain, Indonesia masih jauh lebih banyak hanya menjadi negara tujuan pendaftaran merek-merek asing saja. Padahal, kenggotaan Protokol Madrid seharusnya menjadi peluang besar bagi merek-merek nasional untuk mendapatkan hak perlindungan mereknya demi menambah daya saing produk dan perlindungan *intangible assets* dalam perdagangan internasional.

Tabel 1. 2 Jumlah Permohonan Merek Protokol Madrid Tahun 2018-2022 (per Mei 2023)

Asal Pendaftaran	2018	2019	2020	2021	2022	2023*
Luar Negeri	4.510	9.870	6.790	9.299	9.337	1.610
Dalam Negeri	34	51	97	117	95	31

Sumber: Laporan Tahunan DJKI 2021 (2022), *) Aplikasi IPRonline

Di sisi lain, jika dibandingkan dengan pendaftaran merek nasional, jumlah permohonan merek internasional terbilang masih sangat sedikit. Pandemi Covid-19 yang terjadi di awal tahun 2020 pun tidak menyurutkan semangat para pengusaha domestik untuk mendaftarkan mereknya (Tabel 1.3). Pada 2020, tercatat 76.198 permohonan merek diajukan ke DJKI, meningkat dari angka 71.556 permohonan di 2019 dan 62.860 di 2018. Hal sebaliknya terjadi pada permohonan merek dari luar negeri yang jumlahnya kian menurun, dari 12.741 di 2018, menjadi 10.763 di 2020. Hal ini ditengarai sebagai akibat pandemi dan beralihnya permohonan merek asing secara langsung ke DJKI, menjadi melalui Protokol Madrid. Hal ini menandakan perlunya upaya atau strategi percepatan sosialisasi *Madrid Protocol* bagi para pengusaha Indonesia agar berpartisipasi untuk mendaftarkan mereknya secara internasional.

Tabel 1. 3 Jumlah Permohonan Merek Nasional Tahun 2018-2020
(per Oktober 2022)

Asal Pendaftaran	2018	2019	2020	2021	2022
Luar Negeri	12.741	11.928	10.526	10.763	8.140
Dalam Negeri	62.860	71.556	76.198	85.555	75.140

Sumber: Laporan Tahunan DJKI 2021 (2022)

Tabel 1. 4 Jumlah Permohonan Protokol Madrid Asal Indonesia, Malaysia, Thailand, Singapura, dan Vietnam Tahun 2017-2022
(Berdasarkan Penerimaan di Biro Internasional WIPO)

Asal Pendaftaran	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Indonesia	-	37	56	99	119	95
Malaysia	-	-	-	94	162	172
Filipina	54	50	92	30	109	72
Singapura	495	634	710	643	766	799
Thailand	3	112	142	112	107	55
Vietnam	97	165	168	198	152	181

Sumber: WIPO IP Statistics Data Center (2023)

Sementara itu pada Tabel 1.4, dibandingkan dengan negara tetangga, jumlah permohonan Protokol Madrid Indonesia (37 permohonan) sebelum masa pandemi (tahun 2018) cukup jauh tertinggal dari Thailand (112 permohonan). Padahal, Thailand bergabung sebagai anggota Protokol Madrid hanya 3 bulan lebih dahulu dari Indonesia. Pada 2019, jumlah permohonan Protokol Madrid dari Indonesia sebanyak 56 permohonan, sementara dari Thailand terdapat 142 permohonan. Malaysia yang bergabung sebagai anggota Protokol Madrid 2 tahun setelah Indonesia bahkan pada tahun pertamanya bergabung (2020) telah memiliki 94 permohonan dan melampaui Indonesia di tahun 2021, yaitu 162 permohonan, di mana Indonesia memiliki 119 permohonan. Negara ASEAN lainnya yang telah lebih dahulu menjadi anggota Protokol Madrid, yaitu Vietnam dan Singapura, telah

memiliki ratusan permohonan setiap tahunnya. Saat ini, bagian penting dari ekonomi dunia terdiri dari ekspor produk nasional. Seperti yang kini kita ketahui, produk dan layanan didasarkan pada popularitas merek yang dimiliki oleh produsen atau penyedia jasa. Untuk alasan ini, pemerintah di banyak negara bekerja secara aktif untuk mendukung produsen lokal yang diakui dan dihargai tinggi oleh konsumen atas merek mereka. Dengan demikian, sangat penting untuk memastikan perlindungan merek (merek) di antara produsen produk pesaing di luar negeri. Saat ini, merek-merek populer bahkan dapat dianggap sebagai representasi dari suatu negara, misalnya merek Apple yang identik dengan Amerika Serikat dan Samsung yang identik dengan Korea Selatan (Abdugopirovich, 2021).

Pemilik merek dapat memperoleh perlindungan merek dagang atau jasa di beberapa negara sekaligus melalui pendaftaran permohonan merek internasional yaitu Protokol Madrid, yang dimohonkan melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI. Syarat utama mengajukan pendaftaran merek internasional adalah telah terdaftarnya merek tersebut di DJKI sebagai merek nasional. Protokol Madrid menawarkan keuntungan nyata bagi pemilik merek yang bermaksud mencari perlindungan merek di luar negeri. Dengan biaya yang lebih murah dibandingkan pengajuan merek secara satu persatu langsung di masing-masing negara tujuan, Protokol Madrid memberikan kemudahan bagi pemohon yang memiliki usaha, berdomisili, atau berkewarganegaraan negara anggota untuk mendaftarkan mereknya ke negara-negara anggota, melalui satu pintu, satu bahasa, dan satu mata uang, sehingga proses pendaftaran menjadi lebih efektif dari segi prosedur, waktu, dan biaya (WIPO, 2018).

Pemerintah Indonesia berhasil menjadi anggota Protokol Madrid Union yang ke-100 pada 2 Oktober 2017 di sidang umum World Intellectual Property Organization (WIPO) ke-57 yang berlangsung di Jenewa, Swiss. pada tanggal 2 Oktober 2017, pemerintah Indonesia meratifikasi *Madrid Protocol* yang kemudian berlaku efektif sejak 2 Januari 2018 melalui Peraturan Presiden Nomor 92 Tahun 2017 tentang Pengesahan Protokol Terkait Dengan Persetujuan Madrid Mengenai

Pendaftaran Merek Secara Internasional, 1989. Sebelum itu, pemerintah telah mempersiapkan aturan mengenai pendaftaran merek internasional sejak diberlakukannya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yaitu pada pasal 52. Dalam melaksanakan ketentuan pasal tersebut, selanjutnya ditetapkan Peraturan Pemerintah Nomor 22 Tahun 2018 tentang Pendaftaran Merek Internasional Berdasarkan Protokol Terkait Dengan Persetujuan Madrid Mengenai Pendaftaran Merek Secara Internasional.

Tujuan dibangunnya suatu sistem pendaftaran merek internasional melalui Protokol Madrid adalah untuk memudahkan para pemilik merek dari segi prosedur, biaya, dan tenaga, untuk mengajukan permohonan perlindungan mereknya di luar negeri. Tentunya hal ini juga akan sangat bermanfaat bagi para pelaku ekonomi di Indonesia yang telah merambah pasar asing, ataupun bagi para perintis usaha yang akan memulai untuk melebarkan jangkauannya. Namun, saat ini pengetahuan dan pengenalan tentang fasilitas Protokol Madrid di Indonesia dapat dikatakan masih minim. Kondisi tersebut nampak dalam hasil penilaian penelusuran kata kunci (*keyword*) “Protokol Madrid” di wilayah internet Indonesia pada situs analisis kata kunci Ahrefs dan Ubersuggest by NP Digital masih rendah (Gambar 1.5 dan 1.6).

Pada gambar 1.5, KD (*keyword difficulty*) menggambarkan tingkat kesulitan dalam skala 0-100 untuk mencapai top search di mesin pencarian internet di suatu wilayah, semakin kecil angkanya, semakin sulit untuk menjadi kata kunci yang paling banyak dicari. *Volume* menunjukkan berapa kali rata-rata kata tersebut muncul di mesin pencarian internet dalam kurun waktu satu bulan di suatu wilayah. *Updated* adalah waktu terakhir pengambilan data tersebut dilakukan di tahun berjalan. Kata kunci “Protokol Madrid” belum mencapai tingkatan yang dapat dikatakan populer dan hanya dicari oleh pengguna internet di Indonesia sebanyak rata-rata 70 kali saja. Adapun gambar 1.6 berisikan kata kunci lainnya yang mirip dengan kata “Protokol Madrid” (41 kata kunci mirip) serta tema pencariannya, yaitu *will*, *what*, dan *are* (apakah), *which* (yang mana), *when* (kapan), *why* (mengapa), *who* (siapa), *where* (di mana), *can* (dapatkah), *how* (bagaimana). Pengguna internet

Indonesia baru sampai ke tahapan mencari tahu pengertian dari Protokol Madrid. Data ini mendukung anggapan bahwa sosialisasi implementasi Protokol Madrid di Indonesia masih sangat minim.

Gambar 1. 4 Hasil Pencarian Volume Kata Kunci “Protokol Madrid” di Wilayah Internet Indonesia

Keyword ideas for “protokol madrid”

5 keywords

[Phrase match](#) / [Questions](#)

Keyword	KD ⁱ	Volume [↓]	Updated ⁱ
protokol madrid	0	70	20 January
protokol madrid adalah	N/A	20	
perjanjian protokol madrid	N/A	0–10	
ratifikasi protokol madrid	N/A	0–10	
apa itu protokol madrid	N/A	0–10	

Sumber: <https://ahrefs.com/keyword-generator> (2023)

Dalam upaya perlindungan KI di Indonesia dan fasilitasi pengajuan permohonan merek internasional, DJKI memiliki tugas utama dalam hal administrasi perlindungan KI dan perlindungan hukum atas hak KI. Namun, dalam upaya sosialisasi, termasuk fasilitasi dan promosi perlindungan kekayaan intelektual banyak pemangku kepentingan yang semestinya terlibat secara kolaboratif, antara lain pelaku usaha, pengusaha dan asosiasi pengusaha, konsultan KI sebagai salah satu mitra utama DJKI, kementerian terkait seperti Kementerian Perdagangan, Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), serta Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, pemerintah daerah melalui dinas terkait, hingga lembaga nonpemerintah yang berkecimpung di bidang KI, pemberdayaan UMKM, ekonomi kreatif, dan sebagainya.

dari banyak pihak (WIPO, 2021). WIPO perlu memahami tingkat kesiapan suatu negara yang ingin bergabung dalam Protokol Madrid dan mengidentifikasi bantuan yang mungkin diperlukan. Pada Modul *Overview and Preparing for Accession* yang disusun oleh WIPO (2021), pihak-pihak yang dilibatkan tidak sedikit, dikarenakan proses aksesori terdiri dari berbagai tahapan yang memerlukan perubahan, yaitu kepemimpinan, peraturan perundang-undangan, organisasi dan kelembagaan, prosedur dan teknis operasional, teknologi informasi dan otomatisasi, serta komunitas. Banyak hal yang perlu dipertimbangkan, seperti latar belakang aksesori, peristiwa politik, ketersediaan anggaran, hingga pembentukan tim aksesori.

WIPO mengedepankan kolaborasi antarpihak terkait agar dapat mempelajari pengalaman negara lainnya dalam proses aksesori, serta memitigasi risiko yang mungkin dihadapi. Dalam modul aksesori, WIPO telah mempersiapkan peta jalan sebagai media pencatatan berbagai kegiatan dalam rencana aksesori, serta pembuatan jadwal kegiatan penting untuk dilakukan (WIPO, 2021). Proses aksesori merupakan proses kolaboratif yang melibatkan instansi yang bertanggung jawab di bidang keuangan, kerja sama internasional, hukum, teknologi informasi, administrasi, pelaku usaha, asosiasi industri, UMKM, kantor KI, konsultan KI, kamar dagang, serta masyarakat dan semua pihak yang mungkin memiliki keterkaitan dengan Protokol Madrid.

Seluruh aktor yang terlibat tersebut perlu melaksanakan perannya masing-masing secara optimal agar perlindungan KI di Indonesia tidak dapat terjadi secara optimal pula. Sebagai contoh, apabila DJKI tidak melakukan upaya yang maksimal dalam berkolaborasi dengan pemangku kepentingan yang berwenang untuk promosi, sosialisasi, fasilitasi dan pemberdayaan KI, seperti instansi-instansi pemerintah yang telah disebutkan sebelumnya, maka masyarakat, khususnya para pelaku usaha, tidak dapat memperoleh informasi dan kesempatan untuk memahami pentingnya perlindungan KI dan mengajukan permohonan KI. Kolaborasi antarpihak terkait adalah hal penting dalam implementasi kebijakan perlindungan KI. Pada 1 Maret 2023, telah ditandatangani nota kesepahaman (MoU) antara Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) dengan Kementerian Hukum dan Hak

Asasi Manusia (Kemenkumham) yang dihadiri oleh Ketua Dewan Pengarah BRIN Megawati Soekarnoputri. Dalam sambutannya, Megawati menekankan pentingnya kolaborasi untuk melindungi hak KI untuk kepentingan penegakan hukum dan memajukan perekonomian nasional (Anjani, 2023).

Keterkaitan antara KI dan ekonomi kreatif tampak dalam Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 Tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional tahun 2018-2025 (Rindekraf) yang mencantumkan bidang KI sebagai salah satu dari 12 bidang dalam arah kebijakan Rindekraf. Rindekraf bertujuan untuk memperkuat keterpaduan seluruh pemangku kepentingan dalam pengembangan ekraf, mendorong partisipasi pemerintah dalam pengembangan ekraf, serta sebagai kerangka strategis pengembangan ekraf nasional dalam jangka panjang sebagai pedoman bagi pemerintah pusat dan daerah secara terintegrasi dan kolaboratif. Hal tersebut ditindaklanjuti oleh DJKI dengan menyusun draf Dokumen Kesepakatan Rencana Aksi Nasional Rindekraf Kementerian/Lembaga Tahun 2020-2025 yang memuat perencanaan implementasi program/kegiatan yang akan dilaksanakan Kemenkumham dalam mendukung Rindekraf. Namun, hingga saat ini belum ada tindak lanjut dari rencana kolaboratif tersebut.

I.2 Identifikasi Masalah

Dari berbagai penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Potensi Ekonomi Cukup Baik

Indonesia memiliki potensi yang besar dari sisi pemanfaatan perlindungan perlindungan merek untuk mendukung pertumbuhan ekonomi, khususnya melalui ekspor dan perlindungan merek nasional di luar negeri. Pendaftaran merek internasional ke negara-negara asing menjadi lebih praktis dan hemat melalui Protokol Madrid (Hidayati dan Ester, 2017). Selain berhak untuk mendaftarkan merek-merek nasional ke negara-negara anggota Protokol Madrid, Indonesia secara otomatis juga menjadi negara tujuan dari pendaftaran merek-merek asing dari negara-negara anggota. Namun, hingga saat ini tingkat partisipasi pemilik merek dalam negeri untuk mendaftarkan merek secara

internasional melalui *Madrid Protocol* masih sangat rendah. Indonesia memiliki potensi perdagangan dan pasar internasional yang besar, misalnya komoditas kopi, yang juga sejalan dengan statistik yang menunjukkan bahwa jumlah permohonan merek di Indonesia dari kelas barang makanan dan minuman, di mana kopi menjadi salah satu jenisnya, secara konsisten sejak tahun 2015 selalu menjadi yang tertinggi. Di sisi lain, tren jumlah permohonan merek internasional yang berasal dari Indonesia ke negara asing anggota Protokol Madrid, masih cukup rendah dibandingkan dengan negara tetangga dengan usia keanggotaan Protokol Madrid yang tidak jauh berbeda dengan Indonesia. Ini menunjukkan bahwa produk asal Indonesia lebih banyak diekspor sebagai produk mentah dan belum memiliki merek sebagai identitas asal dan produsen, sehingga belum memiliki nilai tambah (*value-added product*).

2. Protokol Madrid Belum Populer

Kondisi bahwa Protokol Madrid belum cukup dikenal di Indonesia nampak dalam tingkat pencarian informasi mengenai Protokol Madrid oleh pengguna internet Indonesia yang hanya mencapai rata-rata 70 kali saja setiap bulannya di tahun 2023.

3. Peningkatan Capaian Protokol Madrid Tidak Dapat dilakukan oleh Satu Pihak Saja

Implementasi kebijakan layanan pendaftaran merek internasional melalui Protokol Madrid memerlukan kolaborasi antara pihak-pihak yang memiliki wewenang dalam hal perlindungan merek Indonesia dalam praktik perdagangan internasional, misalnya dalam hal pemetaan tugas-tugas dalam pelaksanaan kebijakan Protokol Madrid dalam hal sosialisasi, fasilitasi, serta dukungan tugas lainnya bagi pemangku kepentingan terkait, sesuai dengan apa yang dicita-citakan Rindekraf. Sejauh ini, belum dihasilkan peta jalan yang dilaksanakan oleh pemerintah terkait upaya untuk mendorong masyarakat atau pelaku usaha mendaftarkan mereknya secara internasional melalui Protokol Madrid, maupun identifikasi dan pemetaan pemangku kepentingan yang perlu

dilibatkan, beserta peranannya dalam meningkatkan capaian permohonan Madrid yang berasal dari Indonesia. Kebijakan terkait hal tersebut diharapkan dapat mendukung DJKI untuk berbagi peran dengan para pemangku kepentingan lainnya untuk memberikan informasi kepada masyarakat agar mampu memahami pentingnya pendaftaran merek internasional, serta memberikan dukungan berupa asistensi dan fasilitasi pendaftaran merek internasional. Para aktor atau pihak-pihak yang memiliki hubungan dalam mendukung peningkatan permohonan pendaftaran merek selain DJKI, yaitu instansi pemerintah baik pusat maupun daerah, seperti Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kementerian Perdagangan, Kementerian Perindustrian, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, serta dinas terkait di daerah, lembaga nonpemerintah di bidang usaha dan ekonomi kreatif, pengusaha, konsultan KI, masyarakat umum, instansi pendidikan, hingga pengadilan niaga dan kepolisian. Meskipun DJKI berperan sebagai instansi utama yang menangani pendaftaran merek dan berbagai rezim KI lainnya, namun dalam membangun ekosistem perlindungan merek di Indonesia, diperlukan kolaborasi dari berbagai pemangku kepentingan terkait, seperti yang telah dilakukan di dalam proses akses sebagai anggota Perjanjian Madrid.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, terdapat beberapa permasalahan dalam penelitian ini yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Mengapa implementasi kebijakan Protokol Madrid di Indonesia belum optimal?
2. Bagaimana strategi untuk mendorong suksesnya Protokol Madrid di Indonesia?

I.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian pada tesis ini antara lain:

1. Mengidentifikasi faktor penyebab belum optimalnya implementasi kebijakan Protokol Madrid di Indonesia; dan
2. Menganalisis strategi untuk mengoptimalkan capaian Protokol Madrid di Indonesia.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat akademis, yaitu memberikan kontribusi teoritis terhadap konsep kolaboratif dalam implementasi kebijakan Protokol Madrid di Indonesia, beserta faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kolaborasi dan implementasi kebijakan tersebut. Diharapkan penelitian menghasilkan rekomendasi kebijakan yang dapat menunjukkan pentingnya kolaborasi dengan seluruh pemangku kepentingan untuk meningkatkan tingkat partisipasi pendaftaran merek dalam negeri melalui Protokol Madrid; dan
2. Manfaat praktis, yaitu memberikan pemahaman dan menyediakan informasi kepada pihak terkait dalam implementasi kebijakan Protokol Madrid di Indonesia. Penelitian ini diharapkan memberikan masukan atas strategi *collaborative governance* dalam kebijakan Protokol Madrid sehingga jumlah pendaftaran merek internasional melalui Protokol Madrid meningkat dan populer di kalangan pelaku usaha berorientasi ekspor di Indonesia, serta dapat menggerakkan para pengusaha lokal untuk bersiap memasarkan produknya di luar negeri dengan tetap produknya memiliki nilai tambah dan identitas yang terlindungi dengan pendaftaran merek internasional.