

BAB II

FOOD PIRACY DALAM FENOMENA ITALIAN SOUNDING PADA TAHUN 2011 – 2016

Food piracy merupakan salah satu bentuk dari perdagangan barang-barang palsu atau istilah lainnya disebut *counterfeit goods*. *Food piracy* ini merupakan kegiatan ilegal memalsukan makanan, memanfaatkan selera masyarakat dalam produk tertentu dan juga eksploitasi konsumen dalam merek dagang tertentu yang akibatnya memberikan keuntungan bagi beberapa pihak saja. Kejahatan *food piracy* tersebut merupakan kejahatan lintas batas negara yang terorganisir dan memberikan dampak negatif pada penjualan serta membuat deviasi penurunan keuntungan bagi pihak produsen. Kejahatan ini juga berdampak kepada pemerintah, bisnis secara umum dan juga ekonomi negara-negara korban.

Pada Bab II ini penulis membahas mengenai dua hal yaitu *pertama*, gambaran umum mengenai *food piracy* di Italia yang mencakup sub bab sejarah *counterfeit goods* dan *food piracy*, praktik-praktik kejahatan *food piracy* yang terjadi dalam *Italian Sounding* di Italia dan faktor-faktor penyebab terjadinya kejahatan *food piracy* yang terjadi dalam *Italian Sounding* di Italia di Italia. *Kedua*, adalah upaya Italia dalam menangani dan mereduksi kejahatan *food piracy* yang mencakup sub bab upaya dalam negeri yang dibangun oleh Italia, dibentuknya kerja sama antara Italia dengan negara lain maupun dengan organisasi internasional lainnya, serta rencana dan strategi dalam pelaksanaan kerja sama penanganan kejahatan *food piracy*.

2.1 Gambaran Umum Fenomena Food Piracy yang terjadi dalam Italian Sounding di Italia

2.1.1. Sejarah Counterfeit Goods

Perdagangan barang-barang palsu (*counterfeit goods*) merupakan kejahatan lintas batas negara yang memberikan kerugian besar baik dalam ekonomi sebuah negara maupun secara global. Kejahatan ini bersifat kompleks dan terus mengalami peningkatan sehingga merusak pola penjualan dan keuntungan produsen orisinalnya. Pemalsuan barang-barang ini berbentuk manufaktur maupun distribusi barang dengan menggunakan nama atau merek dagang tertentu tanpa izin dari produsen tersebut. Pemalsuan barang-barang ini secara umum memiliki komponen berkualitas rendah dengan tujuan untuk menjual barang imitasi dengan harga mahal (europol.europa.eu, 2017).

Setiap produsen komoditi barang maupun jasa baik itu perseorangan, persero maupun negara pasti mementingkan sebuah merek dagang yang berupa nama, gambar atau perpaduan keduanya untuk mencirikan dan menjadi identitas bagi produk maupun produsen komoditi tersebut. Merek dagang ini selain digunakan sebagai ciri dan identitas, digunakan juga sebagai aset bagi produsen. Merek dagang ini juga memiliki kepentingan untuk menjelaskan kualitas komoditi yang dijual oleh produsen. Singkatnya penggunaan merek dagang ini adalah sebagai lambang kepemilikan, citra maupun kualitas baik produk maupun produsennya (repository.usu.ac.id, 2015).

Adanya keinginan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal dengan usaha minimal, menjadikan beberapa pihak menggunakan cara-cara ilegal. Beberapa pihak (oknum) memalsukan barang-barang yang memiliki merek dagang sangat baik. Fenomena pemalsuan barang-barang ini ternyata telah berlangsung sejak lama setidaknya 2000 tahun yang lalu dan di banyak negara di dunia. Sejarah ini dimulai dimana Plini salah satu tokoh yang dihormati dan dituakan pada masa tersebut menggambarkan koin palsu sebagai *item* populer untuk para kolektor Roma. Pemalsuan koin merupakan bagian dari pertukaran normal yang melibatkan penyelundupan juga hak istimewa pencetakan di Genoa pada abad ke-16 dan ke-17. Tukang emas, narapidana kapal bahkan para pemuka agama ikut terlibat dalam pengembangan koin palsu tersebut (Chaudhry & Zimmerman, 2013).

Contoh pemalsuan barang lainnya terjadi di Renaissance, Perancis. Selama 10 tahun para pendukung Paus mengarahkan pencetakan secara paralel koin palsu untuk melemahkan koin resmi yang dikeluarkan oleh seorang Raja Protestan. Sejak terkuaknya fenomena "*official counterfeiting*" ini, akhirnya raja memberlakukan hukuman untuk menghentikan tindakan ini termasuk direbus secara hidup-hidup. Selain itu di Mesir, para pemuka agama *Babylonian and Egyptian* melakukan pemalsuan prasasti peradaban sebelumnya di monumen-monumen untuk meningkatkan kekuatan otoritas dan legitimasi mereka pada masa tersebut. Selanjutnya, terjadi juga pemalsuan sangat banyak pada lampu minyak Kekaisaran Romawi yang menggunakan merek dagang Fortis selama tiga abad pertama. Hal ini dibuktikan dengan adanya banyak artefak yang menjelaskan keadaan tersebut. Adanya penegakan merek dagang selama zaman Romawi ini terjadi karena adanya

indikasi dari penyalahgunaan melalui institusi komersial mereka (Chaudhry & Zimmerman, 2013).

Selama masa *Midle Ages*, bahkan diperlukan perajin dan pedagang untuk memberikan tanda yang membedakan produk mereka dari imitasi berkualitas rendah. Tujuan utama dari perlakuan ini adalah untuk menetapkan standar tanggung jawab pada produk inferior. Pemberian merek dagang pada setiap produk pada akhirnya menjadi sebuah kewajiban hukum di Inggris pada abad ke-13. Adanya kewajiban hukum pemberian tanda ini mengharuskan seorang tukang roti memberi tanda di setiap roti bahkan tukang emas harus memberi cap pada pekerjaan mereka. Hal ini menjadikan pelanggaran merek dagang dikenakan sanksi hukuman mati pada para pelakunya (Chaudhry & Zimmerman, 2013).

Berbagai jenis pemalsuan barang telah terjadi sejak dulu kala, termasuk juga pemalsuan atau pembajakan makanan (*food piracy*). Sebagai contohnya pada tahun 1999 adanya penjual yang memalsukan kacang menggunakan pewarna buatan agar terlihat seperti kacang berkualitas tinggi. Selanjutnya pemalsuan makanan juga terjadi pada adonan bayam yang disamarkan warnanya seperti adonan bayam yang memiliki kualitas tinggi. Tidak hanya dua bahan makanan tersebut, pemalsuan makanan juga terjadi pada biji alpukat yang memiliki lambung kakao di dalamnya (Chaudhry & Zimmerman, 2013).

2.1.2. Praktik-praktik Kejahatan Food Piracy yang terjadi dalam Italian Sounding di Italia

Situasi kejahatan *food piracy* ini juga semakin mengkhawatirkan mengingat kejahatan ini mencapai angka 2,5% dari perdagangan global atau setara dengan 461

billion USD. Tidak hanya di Italia, di European Union (EU) sendiri juga kian memburuk dengan didapati produk yang dibajak dan dipalsukan mencapai 5% dari total impor menuju wilayah EU sendiri. Kejadian ini memberikan dampak langsung terhadap negara-negara maju di EU seperti Italia yang menderita kerugian 2 kali lebih besar dari negara-negara lainnya (europol.europa.eu, 2017). Ini dipertegas dengan adanya sebuah laporan yang menjelaskan bahwa industri *food piracy* yang terjadi dalam *Italian Sounding* di Italia meraih keuntungan senilai 60 miliar Euro di seluruh dunia dan 26 miliar Euro di Eropa (blog.vorrei.co.uk, 06/03/15).

Terdapat empat makanan khas Italia yang banyak dipalsukan dan dijual di seluruh dunia, pertama adalah minyak zaitun *extra virgin* yang merupakan salah satu produk terbaik dari Italia. Dalam laporan yang diberitakan oleh *CBS News* bahwa terdapat setidaknya 80-85% dari seluruh minyak zaitun yang diberi label *extra virgin* di Amerika sebenarnya tidak benar-benar memiliki *extra virgin*. Sebuah studi juga menyatakan bahwa merek dengan predikat sebagai *best seller* di supermarket nasional saja gagal memenuhi standar dalam pengecekan kualitas produk hingga 94% dari seluruh total pengecekan (Olmsted, 11/07/16).

Pada contoh kasus lain, adanya investigasi yang dilakukan oleh Kepolisian Italia yang akhirnya menangkap salah satu *Organized Crime Group* (OCG) yang mengekspor minyak zaitun *extra virgin* palsu ke Amerika Serikat (AS). OCG dalam fenomena *food piracy* ini seringkali disebut dengan kelompok agromafia. Kepolisian Italia menemukan setidaknya 12 orang yang terlibat dalam salah satu kelompok agromafia bernama “Ndrangheta” yang memiliki basis wilayah di Calabria bagian selatan. Kelompok ini mengirimkan minyak zaitun murah ke AS yang nantinya diberi merek dagang yang lebih mahal dan dengan menyertakan kata-

kata seperti *extra virgin*. Produk minyak zaitun palsu ini akan dijual di berbagai toko di New Jersey. Kelompok Ndrangheta ini mendapat keuntungan sekitar 16 miliar Euro atau sekitar (\$16.85 miliar) pada tahun 2015 melalui aktivitas ilegal pada sektor agrikultur. Angka ini meningkat 15 miliar Euro dari tahun sebelumnya (Bacchi, 22/02/17).

Sebuah laporan dari *Italian General Confederation of Labor union (ICGL)* juga menyatakan bahwa selain memalsukan produk, agromafia ini mendapatkan kendali atas lahan pertanian dan perusahaan, mengatur harga, mengontrol distribusi juga mengeksploitasi tenaga kerja. Lebih lanjut laporan ini juga menyatakan bahwa Kepolisian Italia juga menemukan bahwa angka ekspor minyak zaitun palsu ini sekitar mencapai 10 ton setiap tahun. Diketahui juga bahwa ongkos produksi untuk minyak zaitun *extra virgin* palsu ini hanya membutuhkan biaya sepersepuluh dari ongkos produksi minyak zaitun yang asli. Sedangkan produk ini dijual dengan harga 100 Euro per liter. Italia telah lama menghadapi masalah *food piracy* dalam produk-produk makanan keunggulannya. Kepolisian Italia mengestimasi setiap tahunnya Italia menderita kerugian sekitar 1 miliar Euro atau setara dengan 1,1 miliar USD (Bacchi, 22/02/17).

Produk kedua yang sering sekali terbukti telah dipalsukan adalah keju Italia. Keju parmesan Italia yang menjadi paling terkenal selama bertahun-tahun pun ikut menjadi sasaran pemalsuan. Keju parmesan Italia telah diimitasikan dengan kualitas yang jauh dari aslinya dan banyak konsumen yang tertipu dan mengira bahwa produk ini adalah asli. Kebanyakan produk imitasi keju ini menggunakan susu yang memiliki kualitas rendah, proses produksi yang tidak terjamin, juga telah

tersimpan dalam jangka waktu yang lama dan kerap kali mengandung zat-zat tambahan lainnya yang tidak ada dalam produk asli. *Bloomberg* sebagai salah satu stasiun informasi juga memberitakan bahwa cara lain untuk memalsukan produk keju ini adalah dengan cara memotong atau membesarkan produk murah tersebut dengan menggunakan bahan-bahan yang lebih murah lagi. Contohnya, adanya bahan kandungan senyawa selulosa dengan kadar mencapai 20% dari produk keju tersebut (Olmsted, 11/07/16).

Bisnis keju parmesan Italia asli mendapatkan banyak kerugian karena bila dibandingkan dengan keju parmesan palsu, jumlahnya sangat timpang. Sebesar 43.500 ton keju parmesan asli ini dijual dan dipasarkan setiap tahunnya, sedangkan produksi keju parmesan palsu mencapai 300.000 ton setiap tahunnya. Ini juga diduga sebagai alasan mengapa banyak produsen domestik Italia yang gulung tikar. Setidaknya satu dari empat produsen kecil keju parmesan asli di Italia telah gulung tikar setiap tahunnya sejak tahun 2007 (blog.vorrei.co.uk, 06/03/15).

Produk ketiga dari Italia yang sering dipalsukan adalah anggur. Carabinieri Italia juga mengungkap adanya kelompok agromafia yang terlibat dalam produksi dan distribusi anggur palsu di Tuscany. Anggur-anggur palsu tersebut dijual sebagai anggur merah dengan merek terkenal yang dilindungi. Anggur-anggur tersebut juga diindikasikan mencantumkan penyesatan asal geografis yang terlindungi. Pengungkapan kasus ini terinvestigasi oleh unit regional antimafia di Florence. Terdapat 13 orang yang diindikasikan terlibat dengan 3 orang jumlah yang sudah tertangkap. Di dalam kelompok agromafia, masing-masing individu telah bersaksi mempunyai tanggung jawab atas tugas spesifik pada bagian produksi maupun

distribusi botol anggur tersebut. Kelompok agromafia ini mencampurkan alkohol murni ke dalam anggur berkualitas rendah untuk meningkatkan volum alkohol yang terdapat dalam anggur tersebut. Tidak hanya itu, merek dagang atau label resmi dipalsukan untuk mengubah asal geografis anggur tersebut pada tahap akhir produksi sebelum dipasarkan di pasar domestik maupun internasional (europol.europa.eu, 2017).

Selain di Tuscany, anggur juga menjadi masalah serius di dunia terutama di Cina. Cina merupakan salah satu pasar anggur terbesar dan tercepat di dunia. Kelompok agromafia telah memanfaatkan selera konsumen yang haus akan anggur berkualitas di negara mereka dan akhirnya memberi inisiatif untuk melakukan eksploitasi pasar anggur dengan memasok produk palsu. Tahun 2014 Kepolisian Italia menemukan ribuan liter anggur berkualitas rendah, dengan label palsu seperti DOCG Brunello asal Montalcino dan Chianti yang telah siap didistribusikan ke Cina dan berbagai negara lainnya. Anggur palsu ini dijual dengan harga sepuluh kali lebih tinggi dari harga sebenarnya. Botolnya juga disertai dengan dokumen sertifikasi mutu palsu (blog.vorrei.co.uk, 06/03/15).

Produk keempat yang menjadi sasaran untuk dipalsukan adalah pasta Italia. Pasta yang telah menjadi simbol utama Italia telah dipalsukan dengan kualitas yang sangat jauh berbeda dengan aslinya. Pasta palsu ini dibuat dari tepung berkualitas rendah yang biasanya ditujukan untuk pakan hewan. Hasilnya bisa dipastikan bahwa rasa dan teksturnya sangat berbeda dari aslinya. Pasta Italia yang asli dibuat dari tepung terigu durum yang menghasilkan tekstur lembut dan kenyal saat diolah maupun dimakan. Selain pasta pada umumnya, pasta telur juga sering dipalsukan

dan dibuat dari produk lama dengan diberikan pewarna kuning buatan (blog.vorrei.co.uk, 06/03/15).

2.1.3. Faktor-faktor Penyebab Food Piracy yang terjadi dalam Italian Sounding di Italia

Fenomena *food piracy* yang terjadi dalam *Italian Sounding* di Italia ini semakin meningkat dan menjadi perhatian di mata dunia karena sejumlah faktor, pertama makanan dan masakan Italia ini begitu khas dan disukai oleh semua orang sehingga banyak orang yang memburu makanan Italia. Terlepas dari jalur dan rapuhnya kelompok kriminal yang terus menjalankan bisnis ini, permintaan pasar yang begitu besar akan makanan berkualitas dari Italia juga sangat memberikan andil. Adanya permintaan yang besar ini dimanfaatkan oleh kelompok kriminal untuk terus memproduksi makanan palsu agar dapat memenuhi permintaan pasar dan juga mendapatkan keuntungan maksimal. Ironisnya lagi adalah sebagian pemalsuan makanan Italia yang dijual ini dibuat dirumah namun dieksploitasi oleh kelompok-kelompok kriminal (Rodriguez, 2017).

Faktor kedua adalah motif ekonomi, keinginan beberapa pihak untuk mendapatkan keuntungan lebih besar dari pihak lainnya menyebabkan bisnis ini terus bergulir. Kelompok agromafia ini mengambil keuntungan dari penurunan ekonomi yang sedang terjadi di Eropa dan Italia. Hal ini dilakukan secara spesifik untuk memperluas kepemilikan atas lahan pertanian. Ini juga menempatkan kelompok agromafia dapat memiliki sepertiga lahan pertanian di Italia sehingga bebas melakukan kegiatan *food piracy*. Mulai dari aktifitas produksi, distribusi

sampai membuat jaringan penjualan bisnis *food piracy* tersebut. Sebuah laporan yang ditulis oleh Coldiretti dari Asosiasi Agrikultur Nasional Italia dan Eurispe juga menjelaskan bahwa aktivitas pemalsuan dalam agrikultur ini secara diam-diam mendapat suntikan investasi sebesar 1,5 miliar Euro pada tahun 2014 (Rodriguez, 2017).

Faktor ketiga adalah jaringan kelompok agromafia yang terorganisir. Prens Latina melaporkan bahwa ada sekitar lima ribu restoran di Italia yang dikelola oleh kelompok agromafia. Hal ini menunjukkan kuatnya kelompok agromafia ini atas kendali industri makanan di Italia. Bahkan keuntungan yang didapat dari aktifitas kelompok ini mencapai 15,4 miliar Euro pada tahun 2014. Studi ini juga memaparkan bagaimana kelompok agromafia ini menembus sektor industri makanan tersebut. Mereka memasok bahan makanan palsu yang digunakan di perusahaan makanan, hotel, restoran dan bisnis-bisnis makanan komersil lainnya. Kelompok agromafia ini menggunakan metode-metode finansial dan pengelolaan yang canggih untuk memanipulasi pasar. Kelompok agromafia ini juga diduga sebagai dalang banjirnya penjualan produk palsu "*Made in Italy*" yang cenderung membengkak hingga 60 miliar Euro saat Expo Milano tahun 2015. Expo Milano adalah salah satu pameran kuliner yang paling terkenal di dunia (Rodriguez, 2017).

Faktor keempat adalah tingkat kesadaran yang minim mengenai orisinalitas sebuah produk. Selain karena adanya faktor keamanan dan kesehatan, orisinalitas produk merupakan representasi dari produsennya baik itu sebuah perusahaan maupun negaranya. Lebih dari itu orisinalitas ini menyangkut kultur, tradisi dan sejarah bagi sebuah produsen maupun negaranya. Di Italia sendiri, berbagai produk

yang telah dibuat tersebut merupakan produk dari nenek moyang mereka. Nenek moyang Italia memulai bisnis mereka dengan berbagai perjuangan dan pengorbanan, mereka membangun nama juga masa depan untuk generasi berikutnya. Sehingga ketika terjadi *food piracy* yang terjadi dalam *Italian Sounding*, sama saja secara tidak langsung menghina kerja keras nenek moyang yang telah menciptakan itu semua (Wines, 27/01/17). Untuk itulah, sudah seharusnya ada langkah gotong royong untuk menangani kejahatan tersebut.

2.2 Upaya Italia dalam Mereduksi Kejahatan Food Piracy

2.2.1 Upaya Domestik Pemerintah Italia dalam Menangani *Food Piracy*

Berbagai upaya telah dilakukan oleh Pemerintah Italia untuk mengurangi kejahatan *food piracy* tersebut. Salah satu upaya awal yang dilakukan oleh Italia dalam menangani kasus *food piracy* adalah pembuatan logo “*Made in Italy*”. Di berbagai toko maupun supermarket yang ada di dunia, logo dengan bentuk bintang dan bendera Italia merupakan simbol dari makanan maupun minuman yang berasal asli dari Italia dan bukan merupakan produk palsu seperti Parmesan yang dibuat di New Zealand ataupun Prosecco yang berasal dari Brazil. Para pakar marketing juga telah setuju bahwa penggunaan logo tersebut dapat juga sekaligus meningkatkan pendapatan perusahaan makanan Italia sebesar 5% baik perusahaan kecil maupun menengah (Landini, 02/06/17).

Namun ternyata, usaha pembentukan logo “*Made in Italy*” ini tetap belum bisa mengurangi tindak kejahatan *food piracy* yang terjadi dalam *Italian Sounding* di Italia. Sebagai contohnya adalah negara-negara lain yang berkompetisi secara

tidak jujur dengan memasarkan produk palsu dari Italia ini menggunakan kata-kata maupun simbol yang terlihat seperti dari Italia namun mencantumkan juga daerah asalnya. Contohnya adalah produk-produk seperti *New Zealand Dairy Giant Fonterra's* (FCG.NZ) *Perfecto Italiano*, yang mengeluarkan produk keju parmesan. Selain itu ada *Agaribaldi Prosecco* yang merupakan keju "*Made in Brazil*" dan dibuat oleh perusahaan bernama *The Garibaldi Winery Cooperative* (Landini, 02/06/17).

Setelah diminta konfirmasinya oleh Reuters, juru bicara dari perusahaan Fonterra mengatakan alasan mereka memasarkan produk keju dengan menggunakan nama-nama seperti Italia juga bendera Italia adalah karena perusahaan tersebut dibentuk oleh Natale Italiano. Natale Italiano merupakan seorang warga Italia yang bermigrasi ke Australia pada tahun 1920. Namun perusahaan tersebut bungkam saat dikonfirmasi mengenai *Perfect Italiano Products* (Landini, 02/06/17).

Tidak hanya membuat logo "*Made in Italy*", Pemerintah Italia juga mengusahakan adanya metode kelayakan kualifikasi *Geographical Indications* (GI). Ini merupakan metode yang digunakan untuk melindungi makanan dan minuman terkemuka di negara-negara di Eropa termasuk Italia. Metode GI ini mengharuskan bahan-bahan dan lokasi produksi sebuah makanan dan minuman di Italia haruslah sama agar lolos kualifikasi dan bisa dipasarkan. Salah satu produk makanan Italia yang terkenal pada metode kualifikasi GI ini adalah produk keju parmesan. Produk ini harus diproduksi dengan menggunakan peraturan-peraturan

ketat dan harus diproduksi di Kota Parma yang merupakan kota asal dari keju Parmesan yang asli (Brehaut, 19/06/17).

Hal ini dilakukan karena Italia adalah negara yang paling banyak menjual makanan-makanan yang dilindungi dengan disusul Jerman dan Perancis. Namun metode GI ini juga mempunyai nilai komersial dan menyebabkan adanya pemalsuan pula. Adanya proses kualifikasi GI ini menyebabkan adanya potensi peluang bisnis ilegal maupun korupsi yang memanfaatkan tingginya tingkat permintaan makanan asli Italia. Efektivitas metode GI ini didasari pada pemikiran bahwa produsen harus mengikuti aturan-aturan yang telah ditetapkan (Brehaut, 19/06/17).

Selain itu, untuk menegah adanya kemungkinan korupsi maupun bisnis ilegal pada metode kualifikasi GI ini, Italia sendiri sebenarnya telah menentukan aturan hukumnya. Hal ini dibuktikan dengan adanya Dekrit Legislatif nomor 294 tahun 2004 yang mengatur mengenai pemalsuan, penggunaan registrasi *Protected Designation of Origin* (PDO) dan *Protected Geographical Indication* (PDI) yang tidak sah, atau pencantuman informasi terkait komposisi, asal atau kualitas makanan yang tidak sesuai dengan yang sebenarnya. Selain itu menurut Pasal 5 No. 283 tahun 1962 yang dikeluarkan oleh Pemerintah Italia mencantumkan bahwa penggunaan, penyiapan atau penjualan makanan yang mengalami degradasi kualitas atau telah mengalami proses yang menyebabkan degradasi kualitas tersebut merupakan hal yang dilarang (Ministry for Economic Development, 2016: 3-4).

Selain dari menentukan cara-cara perlindungan makanan asli Italia melalui peraturan yang ada, Italia juga mempromosikan isu makanan palsu tersebut melalui

kampanye. Komisi Perdagangan Italia mengangkat kampanye kepada konsumen mengenai keaslian dari makanan. Lebih lanjut, kampanye yang berbentuk video dan dibuat oleh Sid Lee ini mengupas mengenai saus pasta Italia palsu yang bernama "Authentissimo". Video ini dilengkapi dengan iklan dan dibintangi oleh seseorang yang menyamar menjadi nenek-nenek. Video tersebut juga menunjukkan tingkat kewaspadaan masyarakat yang menjadi korban dari produk palsu yang menggunakan nama "*Made in Italy*" (Stuffco, 01/06/15).

Video kampanye tersebut dibuat untuk memberikan edukasi dan menginformasikan kepada masyarakat bahwa ada perbedaan produk asli dengan yang palsu. Video kampanye ini juga dibuat setelah ditemukannya fakta bahwa masyarakat menghabiskan setidaknya 3,6 miliar USD per tahunnya untuk membeli makanan palsu yang menggunakan nama-nama maupun simbol Italia. Kampanye ini merupakan yang terbesar yang dibuat oleh Komisi Perdagangan Italia dan merupakan bagian dari kampanye pemalsuan makanan asli Italia yang dilakukan oleh Kementerian Agrikultur Italia bersama Kementerian Pembangunan Ekonomi Italia (Stuffco, 01/06/15). Meskipun banyak langkah domestik yang telah dilakukan Italia dalam menangani kejahatan *food piracy* tersebut, pemerintah Italia juga mencoba mengambil langkah dengan mencoba membawa isu tersebut menjadi isu internasional.

2.2.2 Upaya Pemerintah Italia Membangun Kerja Sama dalam Menangani *Food Piracy* yang terjadi dalam *Italian Sounding* di Italia

Italia sendiri sebenarnya sudah mencoba melaksanakan upaya tidak hanya dari dalam negeri untuk menangani kejahatan *food piracy* ini. Ini dibuktikan pada tahun 2003 *Deputy Industry Minister*, Adolfo Urso mengatakan bahwa berdasarkan penelitian dari INDICOD menunjukkan bahwa *food piracy* merupakan masalah yang nyata dan bahwa tindakan baik level nasional maupun internasional diperlukan untuk mengatasi hal ini. Adolfo Urso juga menyatakan bahwa Italia akan terus melakukan diskusi mendalam dengan *World Trade Organization* (WTO) untuk terus berusaha memperluas perlindungan produk Italia di pasar Eropa dan pasar internasional melalui pendaftaran multilateral produk merek dagang. *World Trade Organization* (WTO) juga akan melaksanakan pembicaraan tingkat menteri di Cancun pada bulan September. *National Agriculture Association Coldiretti* memperkirakan bahwa Italia bisa memperbanyak ekspor keju sepuluh kali lipat jika pembicaraan Cancun mencapai kesepakatan global (articles.economictimes.indiatimes.com, 30/08/03).

Tidak hanya itu, *Member of European Parliament*, Giancarlo Scottà yang duduk di *European Parliament Agriculture Commission* memberikan pernyataan untuk mengangkat permasalahan ini ke level yang lebih tinggi yaitu *European Union*. Scottà juga menyatakan bahwa ironis sekali karena mengalami persaingan yang tidak sehat dalam batas negara sendiri. Selanjutnya *Member of Parliament Democratic Party*, Susanna Cenni juga berinisiasi untuk memerangi penipuan label makanan dan melestarikan pertanian nasional. Ini didukung juga dari adanya 60

Member of Parliament yang menandatangani mosi dari *Agriculture Commission President*, Nicodemo Oliverio dan *Member of Parliament Democratic Party*, Colomba Mongiello untuk memerangi penipuan label makanan serta membahas langkah lanjutan untuk membuat undang-undang dan juga pengaktifan komisi nasional untuk menyelidiki pemalsuan label “*Made in Italy*” (Fumo, 04/12/12).

Salah satu contoh produk Italia yang baru-baru ini ditemukan terjadi pemalsuan adalah air mineral. Italian Carabinieri NAS yang bekerja sama dengan Kementerian Kesehatan telah menginvestigasi dan menyita lebih dari 266.000 liter air mineral (hampir 32.000 botol) di wilayah Lazio. Botol air mineral tersebut meniru merek dagang air mineral yang telah terdaftar. Label dan bentuk wadah plastik produk air mineral palsu ini sangat menyerupai dengan produk asli. Investigasi tersebut mengungkapkan bahwa meskipun air berasal dari sumber yang sama, namun tidak ada otorisasi pasar yang diberikan dan pembotolan dilakukan tanpa memperhatikan peraturan kesehatan dan keselamatan pada produk air mineral palsu tersebut (europol.europa.eu, 2017).

Pada tahun 2015, fenomena *food piracy* dalam *Italian Sounding* ini akhirnya menemukan titik cerah yaitu akan dibawa menjadi salah satu prioritas dalam Milan Expo Agenda 2015. Menurut Gubernur Wilayah Lombardy, Roberto Maroni. Dari “pesto” buatan Amerika Serikat sampai “chapagetti” buatan Korea menghasilkan 60 miliar Euro setiap tahunnya, dua kali lebih banyak dari jumlah ekspor makanan asli Italia ini. Selanjutnya ia menambahkan bahwa urgensi *Italian Sounding* ini tinggi dan negara-negara perlu menyetujui dan menginisiasi tindakan bersama untuk memerangi hal tersebut. Ia juga mencari dukungan dari beberapa negara

menjelang perjanjian internasional yang mungkin dibahas selama Expo. Menurut Maroni, pemberian label makanan juga merupakan salah satu isu yang diperdebatkan di jantung negosiasi bilateral dalam perdagangan bebas antara EU dan Amerika Serikat yang dikenal sebagai *Transatlantic Trade and Investment Partnership* (T-TIP). Maroni mengatakan bahwa AS belum secara resmi menyetujui proposal untuk menciptakan sebuah “*delicate issue*” terhadap isu *food piracy*. Selain itu Maroni juga menyatakan bahwa ia akan bekerja sama dengan *National Italian America Foundation* (NIAF) akan giat menyebarkan pesan melalui komunitas-komunitas di Amerika (www.italy24.ilsole24ore.com, 27/10/14).

Selanjutnya pada tahun 2015 juga ada penandatanganan *Memorandum of Understanding (MOU)* antara *International Anti-Counterfeiting Coalition (IACC)* dan *the Guardia on Finanza (GdF)* untuk membangun sebuah kerja sama organisasi untuk berbagi informasi dan perlindungan merek serta fokus menjalankan program *anti-counterfeiting* baik secara *offline* maupun *online*. Bob Barchiesi sebagai Presiden IACC menyatakan kegembiraannya karena dapat bermitra dengan GdF yang akan memperkuat pengetahuan dan kemampuan penegak hukum setempat. *Commanding General of GdF*, Giorgio Toschi juga menyatakan bahwa pemalsuan dan pelanggaran menimbulkan ancaman serius bagi perekonomian dan konsumen sehingga bermitra dengan IACC akan sangat mendukung upaya memerangi kejahatan tersebut seperti, membina berfungsi dengan benar dan tepat dari pasar internal dan menjamin perlindungan konsumen (Tuquero, 14/09/16).

Selain itu melalui Menteri Agrikultur Italia Maurizio Martina ini juga mengupayakan penjalinan kerja sama dalam keamanan makanan krusial dalam

menjaga produk-produk Italia dengan Cina. Martina sendiri menegaskan bahwa kerja sama ini bersifat krusial di level institusional terutama dalam hal perlindungan dan promosi produk-produk agribisnis serta kesehatan dan isu-isu teknis yang lainnya. Hal ini juga melanjutkan kerja sama Italia dengan Cina dalam “Dialog Keamanan Makanan Sino – Italia” pada tahun 2013 lalu. Kerja sama lanjutan ini membahas juga mengenai *e-commerce* dengan menggunakan *platform online* Alibaba sebagai modelnya. Diakui oleh Martin bahwa perjanjian ini telah ditandatangani pada September 2016. Martina juga menambahkan bahwa Italia meminta Alibaba untuk membangun alat keamanan tertentu untuk memberikan perlawanan produk makanan palsu Italia dan sekaligus mendukung produk “*Made in Italy*” yang asli (Cardone, 15/06/17).

Mengidentifikasi pernyataan mengenai permasalahan *food piracy* yang terjadi khususnya di Italia, Chris Vansteenkiste selaku Kepala Europol bagian *Intellectual Property Crime Coordinated Coalition* ini mengungkapkan adanya ancaman yang terhadap pemalsuan makanan dan minuman juga perlu didukung dengan adanya kerja sama yang baik dalam level Eropa maupun global. Upaya kerja sama tersebut menjadi peran penting dalam penghapusan kelompok criminal dibalik perdagangan makanan dan minuman palsu (europol.europa.eu, 2017). Namun seperti yang telah dipaparkan pada sub bab upaya domestik maupun internasional yang dilakukan oleh Italia untuk menangani kejahatan *food piracy* ini terjadi perbedaan yang cukup signifikan.

Upaya domestik Italia sudah meliputi banyak hal bahkan sampai dengan melaksanakan kampanye untuk mereduksi kejahatan tersebut, namun masih banyak

praktik kejahatan yang terus terjadi. Hal ini juga didukung oleh faktor-faktor yang memengaruhi terjadi dan berkembangnya kejahatan *food piracy* dalam *Italian Sounding* tersebut seperti telah dipaparkan pada sub bab faktor-faktor penyebab terjadinya *food piracy*. Untuk itulah, urgensi rezim internasional serta peran organisasi internasional seperti contohnya EU atau UN sangat diperlukan dalam mereduksi kasus tersebut.