



PERAN MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS DALAM MENDUKUNG INDUSTRI PRODUK KOPI UNTUK MENDUKUNG EKONOMI DAERAH YANG BERKELANJUTAN

THE ROLE OF BRANDS AND GEOGRAPHICAL INDICATIONS IN SUPPORTING THE COFFEE PRODUCT INDUSTRY TO FOSTER A SUSTAINABLE REGIONAL ECONOMY

**Marini Citra Dewi¹, Sitti Fatimah Maddusila², Ratna Korompot³,
Mohammad Ikbal⁴**

^{1,2,3,4.} Fakultas Hukum Universitas Tadulako

Abstrak

Hadirnya peraturan merek dan indikasi geografis yang terbaru yang perubahannya lebih luas lagi dengan disebutkannya Indikasi Geografis dalam penamaannya, namun sejak diundangkannya peraturan tersebut masih ada yang belum menjadi perhatian dari para pelaku usaha dan juga instansi terkait, apalagi pada wilayah Kabupaten, Kota yang masih kurang kesadaran betapa pentingnya perlindungan akan merek barang ataupun merek jasa tersebut bagi pelaku usaha. Bagi pelaku usaha kecil dan menengah yang perlu pembinaan dan bantuan untuk mendaftarkan merek, diuntungkan dengan dukungan instansi yang lebih mudah dan murah biaya pendaftarannya. Metode yang digunakan adalah empiris. Mengingat Kopi adalah pilihan peneliti saat ini karena disemua daerah memiliki tanaman kopi dan menghasilkan cita rasa kopi yang khas ditiap daerah. Hasil ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan akan perlindungan terhadap produk dan kemasan yang perlu dilabel dan terdaftar perlindungan Dirjen Hukum dan Ham demi menjaga dari peniruan merek serta pemboncengan merek yang dapat merugikan pelaku usaha itu sendiri, sehingga Masyarakat dimudahkan mendapatkan informasi dan fasilitas. Karena mendapatkan perlindungan yang diberikan oleh negara tidak hanya sebatas pemilik merek tetapi kepada konsumen yang menginginkan aman, nyaman, terjamin dalam mendapatkan merek yang asli, dan tidak tertipu dengan barang palsu atau tiruan. Perlindungan hukum hanya diberlakukan terhadap merek yang telah terdaftar. Pendaftaran merek memberikan perlindungan yang lebih kuat khususnya merek identik atau yang mirip. Peran aktif pemerintah sangat dibutuhkan untuk mendorong permohonan pendaftaran merek dan indikasi geografis bagi produk kopi untuk kemajuan ekonomi yang berkelanjutan. Hal ini telah terwujud dengan telah dijalinnya kerjasama antara pemerintah daerah dengan akademisi untuk penyusunan dokumen deskripsi persiapan pendaftaran indikasi geografis.

Kata kunci : Peran Merek, Indikasi Geografis, Produk Kopi, UMKM

Abstract

The introduction of new regulations on brands and geographical indications, with broader amendments that include Geographical Indications in the title, has not yet garnered sufficient attention from business actors and relevant institutions, particularly in regencies and cities where awareness about the importance of brand protection for goods or services remains low. Small and medium enterprises (SMEs), which need guidance and assistance in registering their brands, benefit from institutional support that simplifies and reduces registration costs. This study uses an empirical method. Coffee is chosen as the research focus, given that it is widely grown and produces unique flavors in each region. The findings are expected to increase awareness of product and packaging protection, underscoring the importance of labeling and registration with the Directorate General of Law and Human Rights to prevent brand imitation and piggybacking, which could harm business owners. This also ensures that the



public has easy access to information and facilities. Brand protection provided by the state benefits not only brand owners but also consumers, who desire safety, comfort, and assurance when purchasing authentic brands without the risk of counterfeit goods. Legal protection applies only to registered brands, with stronger protections granted to identical or similar brands. Active government involvement is essential in encouraging brand and geographical indication registration for coffee products to promote sustainable economic growth. This is being realized through partnerships between local governments and academics to prepare descriptive documents for geographical indication registration.

Keywords: Brand Role, Geographical Indications, Coffee Products, SMEs

A. PENDAHULUAN

Kopi sebagai salah satu komoditas ekspor penghasil devisa negara menjadi gambaran betapa komoditi hasil perkebunan mempunyai peran yang penting dalam kegiatan perekonomian Indonesia. Kebutuhan pasar dalam negeri pun sangat menjanjikan dengan tingginya permintaan. Masyarakat Indonesia pada umumnya menyajikan kopi pada tetamu yang datang berkunjung. Di kota sampai pelosok desa akan sangat mudah ditemukan kedai-kedai kopi, dari yang setaraf kafe mentereng sampai gubuk-gubuk di pinggiran, tentu saja dengan varian harga yang berbeda tergantung dari tempat dan penyajiannya.

Melihat permintaan kopi yang cukup tinggi tentunya merupakan stimulasi yang baik bagi para petani kopi dan pengrajin industri kopi. Dengan didorong oleh pertumbuhan kelas menengah dan perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia, kinerja industri pengolahan kopi di dalam negeri mengalami peningkatan yang signifikan. Melalui perkembangan tersebut, Indonesia yang awalnya dikenal sebagai produsen kopi perlahan berkembang menjadi negara konsumen kopi. Bahkan industri pengolahan kopi nasional tidak hanya menjadi pemain utama di pasar domestik tetapi merambah sebagai pemain global¹ Namun tidak cukup hanya berbangga dengan potensi bahan baku yang ada di tanah Indonesia tetapi pemerintah harus punya kepedulian untuk memacu geliat petani dan pengrajin industri kopi. Kepedulian ini dalam bentuk kebijakan pengembangan industri pengolahan kopi di dalam negeri yang telah dijalankan, antara lain melalui peningkatan kapasitas sumber daya manusia (SDM) seperti Barista, Roaster, penguji cita rasa (Cupper), dan peningkatan nilai tambah biji kopi dalam negeri

¹. Kementerian Perindustrian. Siaran Pers. Diperoleh 18 Agustus 2023, dari <https://kemenperin.go.id>



dan peningkatan mutu kopi olahan utamanya kopi sangrai (rosated bean) melalui penguasaan teknologi roasting². Berkaitan dengan kepedulian pemerintah terkait hal-hal yang bersifat teknis sudah sangat baik namun ternyata masih ada yang menjadi pekerjaan rumah yang lumayan butuh keseriusan, yakni perihal perlindungan terhadap merek yang beredar di pasaran. Perlindungan merek yang tertuang dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis Nomor 20 tahun 2016 masih harus terus disosialisasikan.

Pengertian merek dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis diartikan sebagai tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna dalam bentuk 2 dan atau 3 dimensi. Bentuk merek juga bisa berupa suara, hologram atau kombinasi dua atau lebih unsur tersebut. Pada intinya, sistem merek sebagai bagian dari kekayaan intelektual, berfungsi untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa.³ Tanda pembeda tersebut yang pada dasarnya merupakan tanda untuk mengidentifikasi asal barang dan /atau jasa dari suatu perusahaan atau perorangan⁴ Merek sangat penting untuk menjaga persaingan usaha yang sehat. Masyarakat pengrajin industri kopi sudah harus melek dengan fungsi merek tersebut sehingga produk mereka dapat terjaga dari pemboncengan sekaligus melindungi konsumen dari produk palsu.

Lebih jauh lagi berkaitan dengan Indikasi Geografis yang juga sangat butuh peran pemerintah untuk memberikan dukungan agar bisa mendapatkan perlindungan dan nilai tambah bagi produk kopi yang diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan ekonomi daerah yang berkelanjutan. Dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis disebutkan pengertian Indikasi geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang dan/atau produk yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan reputasi, kualitas dan karakteristik tertentu pada barang dan /atau produk yang dihasilkan. Sifat dan kualitas barang yang dapat dipertahankan dan disimpan dalam jangka waktu tertentu

² *Ibid*

³ Ahmad M Ramli, Kompas.Com/2023/08/09

⁴ Rahmi Janed. (2015). *HukumMerek (Trademark Law) Dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*. Prenadamedia Group.Jakarta. hlm 3



membentuk reputasi barang tersebut yang pada gilirannya memberikan nilai ekonomi yang tinggi pada suatu barang tersebut⁵ Pemakai Indikasi Geografis adalah pihak yang mendapatkan izin dari pemegang hak atas Indikasi Geografis untuk mengolah dan/atau memasarkan barang dan /atau produk Indikasi Geografis. Adanya perlindungan terhadap Indikasi Geografis maka pemegang hak akan mendapatkan manfaat yakni⁶ :

1. Memperjelas identifikasi produk dan menetapkan standar produksi dan proses diantara para pemangku kepentingan Indikasi Geografis;
2. Menghindari praktek persaingan curang, memberikan perlindungan konsumen dari penyalahgunaan reputasi Indikasi Geografis;
3. Menjamin kualitas produk Indikasi Geografis sebagai produk asli sehingga memberikan kepercayaan pada konsumen;
4. Membina produsen lokal, mendukung koordinasi dan memperkuat organisasi sesama pemegang hak dalam rangka menciptakan, menyediakan dan memperkuat citra nama dan reputasi produk;
5. Meningkatnya produksi dikarenakan di dalam Indikasi Geografis dijelaskan dengan rinci tentang produk berkarakter khas dan unik;
6. Reputasi kawasan Indikasi Geografis akan ikut terangkat, selain itu Indikasi Geografis dapat melestarikan keindahan alam, pengetahuan sumberdaya hayati, hal ini tentunya akan berdampak pada pengembangan agrowisata.

Berdasarkan penjelasan diatas yang menjadi permasalahan dalam tulisan ini adalah bagaimana peran merek dan Indikasi Geografis dalam mendukung industri produk kopi demi ekonomi daerah yang berkelanjutan, dan bagaimana peran pemerintah dalam mendorong permohonan dan pendaftaran Merek dan Indikasi Geografis.

B. Metode Penelitian

⁵ Mohammad Iqbal Borman, Marini Citra Dewi, and Adiguna Kharismawan, "Indikasi Geografis Sebagai Nilai Tambah Produk Kopi Menuju Pasar Domestik Dan Internasional," *Jatiswara* 38, no. 1 (March 31, 2023), <https://doi.org/10.29303/jtsw.v38i1.449>.

⁶ Direktorat Kekayaan Intelektual. *Manfaat Perlindungan Geografis*. Diperoleh 18 Agustus 2023 dari https://www.dgip.go.id/menu_utama/indikasi_Geografis/Pengenalan



Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum empiris untuk menemukan fakta dan data yang diperlukan. Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana peran Merek dan Indikasi Geografis dalam mendukung industri produk kopi demi ekonomi daerah yang berkelanjutan dan bagaimana peran pemerintah dalam mendorong permohonan dan pendaftaran Merek dan Indikasi Geografis.

Lokasi Penelitian kabupaten Sigi dan Kabupaten Poso. Data yang digunakan adalah data primer berupa observasi lapangan dan wawancara dengan para pihak yang berkompeten yakni kelompok tani kopi, BUMDES, pengusaha dan Pemerintah Daerah serta data sekunder berupa studi literatur dan peraturan tentang merek dan indikasi geografis kemudian diolah dan dianalisis secara kualitatif dan dipaparkan secara deskriptif.

C. Pembahasan

1. Peran Merek dan Indikasi Geografis dalam Mendukung Industri Produk Kopi Demi Ekonomi Daerah yang Berkelanjutan.

Perkembangan globalisasi di segala lini kehidupan membuat laju perekonomian meningkat pesat. Hal ini mengakibatkan arus perdagangan barang dan jasa sejalan dengan pertumbuhan ekonomi. Ini dipahami dengan adanya tuntutan kebutuhan pengaturan yang memadai demi terciptanya kepastian dan perlindungan hukum. Sebagai salah satu karya kekayaan intelektual yang berkaitan erat dengan kegiatan ekonomi dan perdagangan, merek dan indikasi geografis memegang peranan yang sangat penting.⁷ Terdapat tiga korelasi penting yang sangat berpengaruh terhadap implementasi perlindungan hukum Indikasi Geografis yakni korelasi Indikasi Geografis dengan ekonomi petani, korelasi Indikasi Geografis dengan perlindungan konsumen dan korelasi Indikasi Geografis dengan lingkungan.⁸ Tiga korelasi ini menunjukkan

⁷Yulia Yulia, et al. (2022) *PENGETAHUAN TRADISIONAL DAN INDIKASI GEOGRAFIS SEBAGAI KEKAYAAN INTELEKTUAL MASYARAKAT ACEH: Pengelolaan dan Potensi Ekonomi*. Inara Publisher (Kelompok Penerbit Intrans Publishing), Malang.

⁸ Ahmad Ramli dan Miranda Risang Ayu Palar (2019) *Hukum Kekayaan Intelektual Indikasi Geografis dan Kekayaan Tradisi dalam Teori dan Praktik*. Refika Bandung hal v



betapa pendaftaran Indikasi Geografis memberikan keuntungan atau manfaat yang saling keterkaitan dan mendukung ekonomi daerah dari berbagai sisi.

Pada awalnya merek hanyalah tanda agar konsumen dapat membedakan produk barang/jasa satu dengan lainnya. Dalam perkembangannya peran merek berubah. Merek bukan hanya sebagai tanda melainkan gaya hidup masyarakat. Semakin terkenal nya suatu merek yang dipakai tentu dapat menjadi bukti bahwa barang tersebut memiliki kualitas yang baik dan semakin terkenal nya merek tersebut secara otomatis harga barang tersebut tidaklah murah. Maka dapat dipastikan hanya kalangan tertentu saja yang dapat memiliki barang tersebut. Inilah bukti bahwa merek sudah menjadi gaya hidup⁹. Merek kopi yang sudah terkenal akan lebih mudah dikenali dan memudahkan konsumen menjatuhkan pilihan.

Untuk menjadikan suatu merek menjadi terkenal yang mampu mewujudkan jaminan kualitas atau reputasi suatu produk tertentu tidaklah mudah dan memerlukan waktu yang cukup lama. Apabila suatu merek telah terkenal tentu akan menjadikan merek tersebut sebagai aset atau kekayaan perusahaan. Tetapi dipihak lain keterkenalan tersebut akan memancing produsen lain untuk meniru¹⁰. Konsumen yang merasa puas dengan suatu produk tertentu akan membeli atau memakai kembali produk di masa yang akan datang¹¹

Lahirnya undang-undang tentang merek dan indikasi geografis tahun 2016 memberikan perlindungan terhadap merek dan indikasi geografis yang terdaftar. Namun hingga saat ini kegiatan sosialisasi tentang pentingnya mendaftarkan merek dan potensi daerah menjadi indikasi geografis masih harus terus dilakukan. Perihal pendaftaran merek yang hendak dilakukan harus tidak bertentangan pasal 20 undang-undang ini yakni berkaitan dengan merek yang tidak dapat didaftarkan dan ditolak yaitu :

- a. Bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundangan, moralitas, agama kesusilaan atau ketertiban umum;

⁹ Sri Handayani dan Mardiana.(2021) *Pemanfaatan Pendaftaran Merek Bagi Kalangan Industri UKM Produk Makanan Olahan di Kota Palembang*. <http://journal.fh.unsri.ac.id/index.php/SLCon/articlelea>

¹⁰ Haedah Faradz. *Perlindungan Atas Merek*. <http://dinamikahukum.fh.unsoed> Jurnal Dinamika Hukum

¹¹ Sri Husnulwati. *Pemanfaatan Merek Untuk Usaha Kecil dan Menengah*. Jurnal.univpgri-palembang



- b. Sama dengan, berkaitan dengan atau hanya menyebut barang dan/jasa yang dimohonkan pendaftarannya;
- c. Memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan /atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;
- d. Memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat atau khasiat dari barang dan/ atau jasa yang diproduksi;
- e. Tidak memiliki daya pembeda dan/ atau
- f. Merupakan nama umum dan/ atau lambang milik umum.

Dari enam poin diatas masih saja didapati merek produk kopi dengan penamaan daerah asal seperti yang penulis dapati di lokasi pengabdian terdahulu yakni di daerah kabupaten Poso dan kabupaten Tojo Una-Una. Kualitas produk maupun kemasan para pengrajin kopi sudah sangat baik, begitupun dengan pemasarannya, khususnya Tojo Una-Una karena ditunjang dengan potensi pariwisata daerahnya yang masuk dalam kawasan strategis pariwisata nasional (Pulau Togean, Pulau Papan). Namun begitu sangat disayangkan produk kopi mereka menggunakan nama asal daerah kopi tersebut yaitu Kopi Tanambi. Tanambi merupakan nama desa di kabupaten Tojo Una-Una. Produk kopi dengan merek nama daerah tersebut belum terdaftar dan pastinya ketika mengajukan pendaftaran pelaku usaha akan menemui hambatan dengan ditolaknya permohonan tersebut. Ini berarti pelaku usaha harus mengganti mereknya dengan yang tidak bertentangan dengan pasal 20 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis. Hal ini tentu beresiko dengan pemasarannya karena merek terdahulu sudah terlanjur dikenal masyarakat.

Produk kopi yang sudah terdaftar Indikasi Geografisnya akan diklaim sebagai produk yang premium. Di kalangan masyarakat internasional produk Indikasi Geografis dianggap sebagai produk prestisius dan memberikan jaminan atas produk yang dihasilkan oleh suatu wilayah tertentu. Indikasi geografis dalam keadaan tertentu dapat digunakan sebagai alat untuk meningkatkan pendapatan masyarakat di negara



berkembang, khususnya Indonesia¹². Indikasi Geografis adalah salah satu bidang hak kekayaan intelektual yang memberikan perlindungan produk yang kualitas, reputasi, atau ciri khas lainnya dipengaruhi oleh kondisi geografis setempat¹³.

Tujuan dari didaftarkannya Indikasi Geografis selain menghindari pemalsuan dan penyalahgunaan nama atas suatu produk Indikasi Geografis adalah untuk meningkatkan pendapatan masyarakat tetapi tentu saja bukan hasil yang instan. Teknis pengelolaan maupun pola manajemen yang diterapkan oleh Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG). MPIG sebagai lembaga yang bertanggung jawab atas produk Indikasi Geografis sejak persiapan pendaftaran produk harus memastikan bahwa produk Indikasi Geografis dapat terjaga kualitasnya hingga batas waktu yang tidak ditentukan.¹⁴ Hal ini sejalan dengan jangka waktu perlindungan Indikasi Geografis yang tertuang dalam pasal 61 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis tahun 2016 yakni selama terjaganya reputasi, kualitas dan karakteristik yang menjadi dasar diberikannya perlindungan Indikasi Geografis.

Geliat pariwisata berbanding lurus dengan geliat industri daerah. Para pelaku usaha akan aktif merespon permintaan pasar dengan produksi kopi dan terus meningkatkan kualitasnya. Hal ini diharapkan mendorong laju ekonomi daerah. Merek dan Indikasi Geografis yang terdaftar mendapatkan perlindungan dari sisi hak ekonomi. Merek yang terdaftar akan pula memberikan perlindungan bagi konsumen untuk mendapatkan kualitas produk sesuai dengan merek yang asli tanpa khawatir mendapatkan produk palsu.

2. Peran Pemerintah Dalam Mendorong Permohonan dan Pendaftaran Merek dan Indikasi Geografis

Konsep pemerintahan otonomi daerah yang tertuang dalam Undang-Undang No 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah maka daerah berwenang mengurus

¹² Biro Humas Hukum dan Kerjasama Kementerian hukum dan Hak Asasi Manusia. Tingkatkan Devisa Negara Dengan Indikasi Geografis diperoleh 20 Agustus 2023 dari <https://www.kemenkumham.go.id/berita>.

¹³ Achmad ZenUmar Purba (2005) Hak Kekaayaan Intelektual pasca TRIPs. Bandung ; PT Alumni hlm 76

¹⁴ Deslaely Putrianti, Dewi Analis. *Perlindungan Indikasi Geografis oleh Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis Pasca Sertifikasi di Jogjakarta*. Jurnal Ilmiah Kebijakan Volume 15 Nomor 3 (2021) diperoleh 20 Agustus 2023



pemerintahannya sendiri sebagai wujud dari asas otonomi daerah dengan memperhatikan prinsip demokrasi, pemerataan, keadilan yang pada dasarnya diarahkan untuk mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat, peningkatan pelayanan, pemberdayaan dan peran masyarakat serta peningkatan daya saing daerah.

Dalam pelaksanaan urusan pemerintahan tersebut harus melaksanakan prinsip pemerintahan yang baik (*good governance*). Salah satu peran pemerintah daerah adalah dibidang pembinaan dan pengawasan indikasi geografis sesuai dengan amanat pasal 70 dan 71 Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Hal ini penting dalam perlindungan hukum terhadap produk yang memiliki ciri khas karena faktor wilayah geografis suatu daerah tersebut dan tidak dimiliki di daerah lain. Hal ini menjadi aset daerah yang bermanfaat bagi kesejahteraan masyarakat khususnya petani.¹⁵ Pembinaan tersebut meliputi persiapan memenuhi persyaratan Indikasi Geografis, permohonan pendaftaran Indikasi Geografis; penggunaan dan pemasaran Indikasi Geografis; sosialisasi tentang pemahaman dan perlindungan Indikasi Geografis; peta dan inventarisasi kemungkinan produk dengan Indikasi Geografis; pelatihan dan pengajaran; pemantauan; evaluasi dan pelatihan; payung hukum; dan memfasilitasi pengembangan, pengolahan dan pemasaran barang dan /atau produk berindikasi geografis. Saat pemeriksaan berlangsung, memastikan bahwa reputasi, kualitas, dan karakteristik menjadi dasar pemberian Indikasi Geografis; dan mencegah penyalahgunaan Indikasi Geografis¹⁶.

Peran pemerintah dalam meningkatkan produk indikasi geografis di Indonesia melalui usaha pemerintah dalam meningkatkan pemanfaatan produk-produk indikasi geografis di Indonesia yaitu dengan memaksimalkan pemanfaatan indikasi geografis dimana dalam hal ini pemerintah diwakili oleh Departemen Perindustrian dan Perdagangan yaitu dengan memberikan pembinaan dan melakukan penelusuran serta

¹⁵ M. Rendi Aridhayandi (2018). *Peran Pemerintah Daerah Dalam Pelaksanaan Pemerintahan Yang Baik (Good Governace) di Bidang Pengawasan Indikasi Gepgrafis*. *Jurna Hukum dan Pembangunan* 48 (4)

¹⁶M. Ikkal, Marini Citra & Adiguna Op.Cit



pengumpulan data dan membentuk kerjasama lintas departemen yang terkait secara nasional dan internasional¹⁷

Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (selanjutnya disebut Ditjen KI) mencanangkan program unggulan yaitu bahwa tahun 2016 adalah tahun Indikasi Geografis. Setiap Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia ditargetkan memiliki satu program unggulan terkait Indikasi Geografis, yaitu mendaftarkan minimal satu Indikasi Geografis dan melakukan inventarisasi kekayaan komunal di wilayah kerjanya. Kewenangan Kementerian Hukum dan HAM melalui Ditjen KI yang dilaksanakan oleh Kanwil di tingkat daerah hanya sebatas memfasilitasi, sehingga diperlukan peran dari Pemerintah Daerah dan Kelompok masyarakatnya.¹⁸ Hal ini sejalan dengan pasal 52 Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yakni untuk memperoleh perlindungan atas Indikasi Geografis pemohon harus mengajukan permohonan kepada Menteri Kemenkumham. Pemohon yang dimaksud adalah lembaga yang mewakili masyarakat di kawasan geografis tertentu dan pemerintah daerah provinsi atau kabupaten/kota.

Sampai pada tahun 2022 jumlah produk indikasi geografis yang telah didaftarkan ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual berjumlah 111. Sebagian besar produk indikasi geografis adalah hasil pertanian. Seiring dengan perkembangan indikasi geografis di Indonesia yang kian pesat yang dihadapi selanjutnya adalah keterkaitan dengan telah didaftarkannya berbagai indikasi geografis menjadi merek oleh beberapa perusahaan¹⁹. Olehnya dibutuhkan sosialisasi lebih gencar lagi untuk mengedukasi masyarakat.

Robusta Kalemago (Napu), Arabica Kamanuru dan Gawalise (Sigi Biromaru), ketiga kopi ini telah melalui sejumlah uji coba evaluasi sensorik yang dilakukan oleh panelis terlatih yang disebut Q-grader yang eveluasinya berdasarkan prosedur standar

¹⁷ Sugih Ayu Pratitis. *Peranan Pemerintah Dalam Meningkatkan Produk Indikasi Geografis Di Indonesia*. Edisi Vol 2 No 2 Tahun 2021

¹⁸ Imam Lukito (2018). *Peran Pemerintah Daerah Dalam Mendorong Potensi Geografis (study pada Provinsi Kepulauan Riau)*. E-Journal.balitbangham.go.id. diperoleh 20 Agustus 2023 dari <https://ejournal.balitbangham.go.id>

¹⁹ Devica Rully Masrur. 2018. *Perlindungan Hukum Indikasi Geografis yang telah Didaftarkan sebagai Merek berdasarkan instrumen Hukum Nasional dan Hukum Internasional*. <https://ejournal.esaunggul.ac.id>



Specially Coffee Association of America (SCAA) dan terbukti memiliki kualitas dan keunikan sehingga dapat dikategorikan sebagai Kopi specially grade²⁰. Selain dipasarkan dalam negeri kopi Kamanuru sudah berhasil diekspor ke Uni Emirat Arab dan Jepang. Kopi Arabica dari pegunungan Gawalise dan kopi Toratima juga beberapa kali di ekspor ke Jepang walaupun masih dalam jumlah yang relatif kecil.²¹ Target mendapatkan Indikasi Geografis adalah bila suatu barang atau produk adalah ekspor mengingat potensi wilayah Kecamatan Lore Timur diprioritaskan untuk kopi dan kakao.²² Semestinya ini menjadi dasar pengajuan permohonan Indikasi Geografis, tinggal menunggu tindak lanjut oleh Pemerintah Daerah. Saat ini pemerintah provinsi Sulawesi Tengah sedang menjalin kerjasama dengan akademisi Fakultas Hukum Universitas Tadulako untuk penyusunan Dokumen Deskripsi persiapan permohonan pendaftaran Indikasi Geografis.

Biaya pendaftaran merek seperti dicantumkan dalam daftar biaya permohonan pendaftaran merek di laman DJKI bagi Usaha Mikro dan Usaha Kecil yang dibantu daftarkan oleh pemerintah yakni dinas terkait dikenakan biaya sebesar lima ratus ribu rupiah. Sedangkan pendaftaran umum dikenakan biaya satu juta delapan ratus rupiah. Pendaftaran dilakukan secara online olehnya UMKM sangat terbantu baik dari pengisian form pendaftarannya maupun biaya yang jauh lebih murah.

D. Kesimpulan

Merek dan Indikasi Geografis sangat berperan penting dalam mendukung industri produk kopi demi kemajuan laju ekonomi masyarakat khususnya dan pada akhirnya meningkatkan ekonomi daerah. Merek dan Indikasi Geografis yang terdaftar memberikan perlindungan bagi pengrajin produk kopi dari pemalsuan atau pemboncengan, dan sekaligus masyarakat konsumen pun mendapatkan perlindungan

²⁰ . Laporan Hasil Penelitian (2022). *Prospek Produk Kopi Kalemago terhadap Merek dan Sertifikat Hak Indikasi Geografis pada Wilayah Kecamatan Lore Timur Kabupaten Poso*. Fakultas Hukum Tadulako.

²¹ Laporan Akhir Hasil Penelitian (2021) *Kekayaan Intelektual Terhadap Prospek Produk Kopi Untuk Sertifikat Hak Indikasi Geografis di Wilayah Sigi*. Fakultas Hukum Universitas Tadulako.

²² Ratu Ratna. Marini Citra & Adiguna. *Sosialisasi Kualitas Kopi Yang Bereputasi Dalam Perlindungan Merek dan Indikasi Geografis*. (2023) *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*. Volume 11 Nomor 1 Juni 2023



untuk mendapatkan produk kopi yang asli dan terjamin mutunya. Namun sosialisasi tentang merek dan indikasi geografis harus terus dilakukan karena masih didapati masyarakat pengrajin kopi yang belum paham akan perlindungan merek dan indikasi geografis. Produk kopi Sulawesi Tengah sangat potensial untuk diajukan sebagai produk Indikasi Geografis. Olehnya sangat dibutuhkan peran aktif pemerintah untuk mendorong permohonan pendaftaran merek dan indikasi geografis. Hal ini dibuktikan dengan sudah dijalinnya kerja sama antara Pemerintah Propinsi Sulawesi Tengah dan akademisi untuk penyusunan dokumen deskripsi persiapan permohonan pendaftaran indikasi geografis..

Daftar Pustaka

A. Buku

- Achmad M Ramli dan Miranda Risang Ayu Palar (2019) Hukum Kekayaan Intelektual Indikasi Geografis dan Kekayaan Tradisi dalam Teori dan Praktik ; Refika Bandung
- Achmad Zen Umar Purba (2005) Hak Kekaayaan Intelektual pasca TRIPs. Bandung : PT Alumni
- Rahmi Janed. (2015). HukumMerek (Trademark Law) Dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi. Prenadamedia Group.Jakarta.
- Yulia Yulia, et al. (2022) PENGETAHUAN TRADISIONAL DAN INDIKASI GEOGRAFIS SEBAGAI KEKAYAAN INTELEKTUAL MASYARAKAT ACEH: Pengelolaan dan Potensi Ekonomi. Inara Publisher (Kelompok Penerbit Intrans Publishing), Malang.

B. Jurnal

- Deslaely Putrianti, Dewi Analisis. Jurnal Ilmiah Kebijakan Volume 15 Nomor 3 (2021) diperoleh 20 Agustus 2023.
- Devica Rully Masrur. 2018. Perlindungan Hukum Indikasi Geografis yang telah Didaftarkan sebagai Merek berdasarkan instrumen Hukum Nasional dan Hukum Internasional. <https://ejurnal.esaunggul.ac.id>.



Haedah Faradz. Perlindungan Atas Merek. <http://dinamikahukum.fh.unsoed>

Jurnal Dinamika Hukum.

Imam Lukito (2018). Peran Pemerintah Daerah Dalam Mendorong Potensi

Geografis (study pada Provinsi Kepulauan Riau). E-

Journal.balitbangham.go.id. diperoleh 20 Agustus 2023 dari <https://ejournal.balitbangham.go.id>

M. Ikkal, Marini citra & Adiguna (2023) Indikasi Geografis sebagai nilai

tambah produk kopi menuju pasar domestik dan

internasional.Jatiswara. Vol 38 No 1 Maret 2023.

M. Rendi Aridhayandi (2018). Peran Pemerintah Daerah Dalam Pelaksanaan

Pemerintahan Yang Baik (Good Governace) di Bidang Pengawasan

Indikasi Gepgrafis. Jurna Hukum dan Pembangunan.

Ratu Ratna. Marini Citra & Adiguna. Sosialisasi Kualitas Kopi Yang Bereputasi

Dalam Perlindungan Merek dan Indikasi Geografis.(2023)Jurnal

Pengabdian Pada Masyarakat. Volume 11 Nomor 1 Juni 2023.

Sri Handayani dan Mardiana.(2021) Pemanfaatan Pendaftaran Merek Bagi

Kalangan Industri UKM Produk Makanan Olahan di Kota Palembang.

<http://journal.fh.unsri.ac.id/index.php/SLCon/articlea>

Sri Husnulwati. Pemanfaatan Merek Untuk Usaha Kecil dan Menengah.

Jurnal.univpgri-palembang.

Sugih Ayu Pratitis. Peranan Pemerintah Dalam Meningkatkan Produk Indikasi

Geografis Di Indonesia. Edisi Vol 2 No 2 Tahun 2021.

C. Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2021 perubahan atas Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek



Peraturan Menteri Hukum Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 12
Tahun 2019 Tentang Indikasi Geografis

D. Sumber Lain

Kementrian Perindustrian. Siaran Pers. dari <https://kemenperin.go.id>

Website Biro Humas Hukum dan Kerjasama Kementerian hukum dan Hak Asasi
Manusia. Tingkatkan Devisa Negara Dengan Indikasi Geografi

Direktorat Kekayaan Intelektual. Manfaat Perlindungan Geografis. Diperoleh 18
Agustus 2023 dari [https://www.dgip.go.id/menu
utama/indikasi
Gepgrafis/Pengenalan](https://www.dgip.go.id/menu_utama/indikasi_Geografis/Pengenalan)

Laporan Hasil Penelitian (2022). Prospek Produk Kopi Kalemago terhadap
Merek dan Sertifikat Hak Indikasi Geografis pada Wilayah Kecamatan
Lore Timur Kabupaten Poso. Fakultas Hukum Tadulako.

Laporan Hasil Penelitian (2021) Kekayaan Intelektual Terhadap Prospek
Produk Kopi Untuk Sertifikat Hak Indikasi Geografis di Wilayah Sigi.
Fakultas Hukum Universitas Tadulako.

Ahmad Ramli. Saatnya UMKM Memiliki Merek Produknya.
<https://money.kompas.com/read/2023/08/09/085710926>



JURNAL SULO:

Fakultas Hukum Universitas Malikussaleh

ISSN: 27715-5455 Online 1693-7074 Print

Website: <https://ojs.unimal.ac.id/suloh>

Volume 12, Nomor 2, Oktober 2024
