

# Indikasi Geografis: Solusi Meningkatkan Daya Saing Produk Kopi dan Kakao

Teguh Iman Santoso<sup>1)</sup> dan Niken Puspita Sari<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup>Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia, Jl. PB. Sudirman 90 Jember 68118

Diferensiasi produk salah satu cara yang efektif untuk meningkatkan daya saing produk pertanian di era pasar global saat ini. Karakteristik dan kualitas produk-produk pertanian sangat dipengaruhi oleh situasi geografis, kondisi iklim setempat, cara produksi dan sosial-budaya masyarakat sehingga menghasilkan produk pertanian yang memiliki karakter spesifik, unik dengan reputasi baik. Indikasi geografis (IG) merupakan penanda yang saat ini dikembangkan untuk mengidentifikasi produk-produk spesialti dan terbukti dapat meningkatkan daya saing produk-produk pertanian, termasuk kopi dan kakao yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia. IG seperti halnya merek lain, berperan penting sebagai *marketing tools* suatu produk pertanian.

Indonesia merupakan negara kepulauan yang terdiri lebih dari 13.000 pulau dengan total luas wilayah 5.180.053 km<sup>2</sup>, sebagian besar lautan (3.257.483 km<sup>2</sup>) dan sisanya daratan (1.922.570 km<sup>2</sup>), dan dihuni lebih dari 1.128 suku bangsa. Hal tersebut menjadikan Indonesia memiliki potensi besar untuk menghasilkan produk dengan karakteristik yang khas dan spesifik berdasarkan lokasi geografisnya. Faktor geografis di suatu wilayah juga akan berpengaruh terhadap kebiasaan (*habitually*) serta adat istiadat (*culture*) suatu kelompok masyarakat sehingga melahirkan suatu produk yang spesifik dan otentik. Namun sampai saat ini potensi tersebut belum dimanfaatkan dengan baik sehingga perlu menjadi perhatian pemerintah, pelaku usaha maupun masyarakat.

Saat ini dikembangkan suatu penanda yang dapat berperan sebagai identitas karakter produk-produk pertanian, yaitu indikasi Geografis (IG). Tanda untuk produk IG umumnya menyebutkan

nama daerah di belakang nama produk itu sendiri, sebagai contoh seperti Kopi Toraja, Kopi Gayo, Lada Putih Muntok, Tembakau Mole Sumedang, Madu Sumbawa, Purwaceng Dieng, dan Beras Cianjur. Nama-nama tersebut selanjutnya dalam bentuk etiket atau label dapat dilekatkan pada barang-barang yang diperdagangkan sebagai penanda karakter. Berdasarkan hal tersebut produk IG secara jelas dapat dibedakan dengan produk serupa yang berasal dari daerah lain berdasarkan spesifikasi karakter, kualitas, dan reputasi. Prinsip IG hampir serupa dengan merek dagang. Hanya saja merek dagang digunakan untuk penanda produk yang dihasilkan melalui proses pabrikasi dan hak eksklusif penggunaan merek dagang dimiliki oleh perseorangan atau perusahaan, sedangkan IG digunakan untuk penanda kawasan geografis dimana produk tersebut berasal dan hak eksklusif atas penggunaan nama IG dalam perdagangan dimiliki oleh masyarakat yang mendiami kawasan dimana produk tersebut dihasilkan.

Saat ini diperkirakan lebih dari 10.000 produk IG di seluruh dunia dengan nilai transaksi dagang mencapai sekitar USD50 juta. Beberapa contoh produk IG yang telah memiliki reputasi luas seperti Parmigiano-Reggiano Chesse (produk keju) dari Itali, Darjeeling Tea (produk teh) dari India, Kobe Beef (produk daging) dari Jepang, dan Idaho Potatoes (produk kentang) dari Amerika Serikat. Indonesia saat ini baru memiliki sekitar 23 produk indikasi geografis berdasarkan data yang dimiliki Direktorat Jenderal Hak atas Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) pada bulan Maret 2013, beberapa diantaranya adalah Kopi Arabika Kintamani Bali, Lada Putih Muntok, Kopi Arabika Gayo, Tembakau Hitam Sumedang, Tembakau Mole Sumedang, Susu Kuda Sumbawa, Kangkung Lombok, Madu Sumbawa, Beras Adan Krayan, Kopi Arabika Flores Bajawa, Purwaceng Dieng, Ubi Cilembu, Kopi Arabika Kalosi Enrekang, dan Salak Pondoh Sleman Jogja.

Regulasi produk IG dapat melindungi pihak produsen maupun konsumen dari pemalsuan label produk. Beberapa negara berkembang percaya bahwa IG memberikan kesempatan untuk melakukan ekspansi ekspor produk-produk pertanian, khususnya produk-produk yang memiliki keunikan, kaya akan tradisi dan dihasilkan dari kawasan terbatas. Untuk pengembangan produk IG, beberapa negara di kawasan Asia menerapkan kebijakan yang berbeda. Di Thailand misalnya, dalam mendukung pengembangan produk IG memberlakukan kebijakan “*One Town, One Product, OTOP*”, pemerintah lokal di daerah tersebut memiliki kewajiban untuk memperkuat komunitas pedesaan untuk meningkatkan kualitas

dan pemasaran produk lokal. Kebijakan tersebut terinspirasi atas keberhasilan penerapan kebijakan “*One Village, One Product, OVOP*” yang dilakukan pemerintah Jepang terhadap produk unggulan daerah. Program tersebut dilaksanakan bersamaan dengan upaya pemerintah lokal melakukan identifikasi pengaruh geografis terhadap kualitas produk-produk lokal.

### Potensi Pengembangan IG Komoditas Kopi dan Kakao di Indonesia

Perlindungan IG di Indonesia diatur dengan Peraturan Pemerintah (PP) mengenai merek dagang No. 15 tahun 2001, Bab 6, ayat 56 (1) yang mengatur tata cara perlindungan terhadap IG dan asal usul barang, yaitu “Indikasi geografis harus dilindungi sebagai tanda yang mengindikasikan tempat asal usul barang yang karena faktor-faktor geografis dan lingkungan, termasuk faktor alam, manusia atau kombinasi keduanya memberikan karakteristik spesifik dan mutu pada barang yang diproduksi tersebut”.

Bersama-sama dengan perbaikan pengetahuan dan sikap kelompok tani melalui pembinaan kelompok (*cluster*) pada komoditas kopi, IG telah digunakan sebagai alat pemasaran yang berperan dalam sistem perdagangan dan memberikan hasil yang nyata terhadap peningkatan pendapatan petani kopi melalui peningkatan harga jual produk. IG telah memberikan peluang kepada konsumen untuk mengenali produk-produk tersebut di pasaran sehingga memiliki daya tawar yang lebih baik. Beberapa produk kopi yang telah mendapat sertifikat IG di Indonesia adalah:

Nama produk	Karakteristik citarasa organoleptik
Kopi Arabika Kintamani Bali	Sangat bersih, kesan manis, kesan buah-buahan, tingkat keasaman yang cukup dengan sensasi jeruk, pedas, sedikit ada kesan <i>dark chocolate</i> , dan aroma herbal.
Kopi Arabika Gayo	Aroma kopi yang sangat kuat sebelum diseduh ( <i>fragrance</i> ), citarasa yang sangat kompleks, bersih, manis, dengan karakter yang berimbang, ada kesan buah yang cukup, bodi kuat, kesan asin dan manis yang berimbang.
Kopi Arabika Kalosi	Citarasa sangat kompleks dengan kesan segar, bersih, aroma cokelat, kesan pedas, herbal, sepat dengan tingkat keasaman yang sangat berimbang.
Kopi Arabika Flores Bajawa	Aroma kopi dipenuhi dengan karakter bunga ( <i>floral</i> ) juga kesan manis, buah dicampur dengan sensasi <i>after taste</i> berupa aroma jeruk dan karamel pada perbandingan kompleks yang sangat baik dan seimbang.
Kopi Arabika Java Ijen-Raung	Aroma kompleks dengan kesan pedas, manis ( <i>sweetness</i> ), ada kesan bunga dengan perpaduan aroma tanah yang seimbang, menunjukkan bodi yang kuat.

Referensi spesialti produk kakao memang tidak sebanyak kopi. Salah satu produk kakao yang kualitasnya telah mendapatkan reputasi di pasaran dunia adalah *Java fine flavor cacao*. Berdasarkan mutu dan reputasi tersebut, *Java fine flavor cocoa* dapat dipertimbangkan untuk dikembangkan menjadi produk yang mendapatkan perlindungan indikasi geografis. Juga beberapa referensi yang menyatakan bahwa meningkatnya kandungan lemak pada kakao karena adanya perbedaan ketinggian tempat lokasi tanam yang dapat dimanfaatkan oleh pemerintah daerah untuk melakukan kajian dalam rangka mendapatkan kakao dengan karakteristik unik dari daerah tertentu.

### Bagaimana Mendapatkan Sertifikat Indikasi Geografis ?

✓ **Siapakah yang berhak mengajukan permohonan pendaftaran IG?**

1. Lembaga yang mewakili masyarakat di daerah yang memproduksi barang yang bersangkutan;
  - a. Pihak yang mengusahakan barang yang merupakan kekayaan hasil alam;
  - b. Produsen barang hasil pertanian;
  - c. Pembuat barang-barang kerajinan tangan, atau;
  - d. Pedagang yang menjual barang tersebut.

2. Lembaga yang diberi kewenangan untuk itu, atau;
3. Kelompok konsumen barang/produk tersebut.

✓ **Berapa lama jangka waktu perlindungan IG?**

Produk yang telah mendapatkan perlindungan IG akan dilindungi selama karakteristik, kekhasan dan kualitas yang menjadi dasar atas diberikannya perlindungan IG tersebut masih ada atau tidak hilang ataupun berganti.

✓ **Bagaimana tahapan mengajukan permohonan pendaftaran IG?**

1. Mengajukan permohonan pendaftaran ke Ditjen HKI dengan menggunakan formulir yang telah disediakan dalam rangkap 3 dan diketik dalam Bahasa Indonesia.
2. Surat permohonan pendaftaran dilampiri dengan:
  - a. Surat Rekomendasi dari instansi teknis yang berwenang.
  - b. Surat Kuasa khusus apabila permohonan dikuasakan.
  - c. Bukti Pembayaran biaya permohonan pendaftaran IG berdasarkan Peraturan Pemerintah RI No. 38 tahun 2009 tentang Jenis dan Tarif atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang berlaku pada Kementerian Hukum dan HAM sebagai berikut:

### Jenis dan tarif atas jenis penerimaan negara bukan pajak

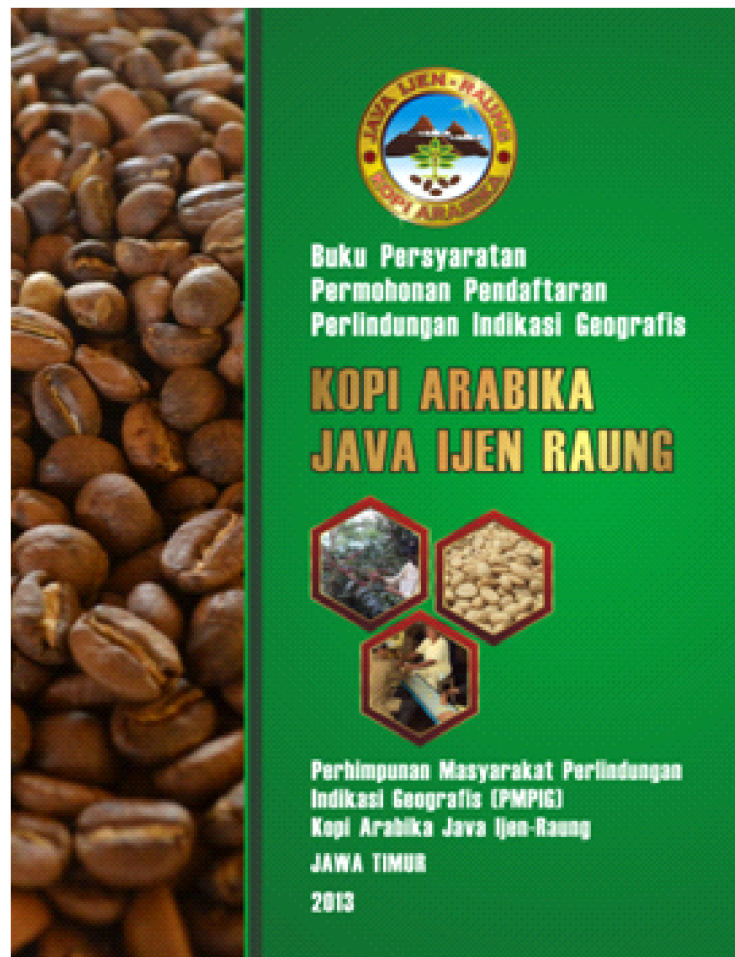
Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak	Satuan	Tarif (Rp)
1. Permohonan Pendaftaran Indikasi Geografis	per permohonan	500.000,00
2. Pencatatan Pemakaian Indikasi Geografis	per permohonan	500.000,00

d. Sepuluh Lembar Etiket IG (ukuran maksimal 9 cm x 9 cm, minimal 5 cm x 5 cm).



Etiket beberapa produk IG kopi

3. Permohonan pendaftaran harus dilengkapi dengan Buku Persyaratan yang berisi tentang:
  - a. Nama IG yang akan didaftarkan.
  - b. Nama barang yang dilindungi oleh IG.
  - c. Uraian mengenai karakteristik dan kualitas yang membedakan barang lain yang memiliki kategori sama dan menjelaskan hubungannya dengan daerah tempat barang tersebut dihasilkan.
  - d. Uraian mengenai lingkungan geografis, baik faktor alam dan faktor manusia yang merupakan satu kesatuan dalam memberikan pengaruh terhadap kualitas karakteristik barang yang dihasilkan.
  - e. Uraian tentang batas-batas daerah dan/ atau peta wilayah yang dicakup oleh IG dan harus mendapat rekomendasi dari instansi yang berwenang.
  - f. Uraian mengenai sejarah dan tradisi yang berhubungan dengan pemakai IG untuk menandai barang yang dihasilkan di daerah tersebut, termasuk pengakuan dari masyarakat mengenai IG tersebut.
  - g. Uraian yang menjelaskan tentang proses produksi, proses pengolahan, dan proses pembuatan yang digunakan sehingga memungkinkan setiap produsen di daerah tersebut untuk memproduksi, mengolah, atau membuat barang terkait.
  - h. Uraian mengenai metode yang digunakan untuk menguji kualitas barang yang dihasilkan.
  - i. Label yang digunakan pada barang dan memuat IG.



Contoh buku persyaratan permohonan pendaftaran perlindungan IG:

Nama IG : Kopi Arabika Java Ijen-Raung

Nama barang : Kopi Arabika

Lembaga pengusul: Perhimpunan Masyarakat Perlindungan IG Kopi Arabika Java Ijen Raung

Tahun pengajuan : 2013

4. Setelah persyaratan sebagaimana dimaksud di atas dilengkapi, Ditjen HKI mendaftarkan produsen Pemakai IG dalam Daftar Umum Pemakai IG dan mengumumkan nama serta informasi pada Berita Resmi IG.
5. Keabsahan apa yang tertuang dalam buku persyaratan akan diuji melalui pengujian substantif oleh Tim Ahli Indikasi Geografis. Tim Ahli Indikasi Geografis merupakan lembaga non struktural yang melakukan penilaian mengenai buku persyaratan dan memberikan pertimbangan kepada Ditjen HKI sehubungan dengan pendaftaran, perubahan, pembatalan, dan pengawasan indikasi geografis nasional. Tim Ahli IG terdiri atas personel-personel ahli dari Ditjen HKI, Kementerian Pertanian, Kementerian Perindustrian, Kementerian Perdagangan, perwakilan/ lembaga yang berwenang untuk melakukan pengawasan dan pengujian terhadap kualitas barang dan para ahli lain yang mempunyai kompetensi sesuai bidang yang dibutuhkan.
6. Contoh sertifikat IG untuk produk yang telah dinyatakan lolos uji substantif oleh Tim Ahli IG adalah sebagai berikut:



**Sertifikat IG produk kopi Arabika  
Java Ijen Raung**

## Penutup

Pembangunan sistem IG di Indonesia sangat penting dan perlu dilakukan untuk mengangkat citra produk lokal di pasar lokal maupun internasional. Produk IG pada umumnya dihasilkan dari suatu kawasan dengan menggunakan teknologi yang diturunkan dari generasi ke generasi (*traditional know-how*). Indonesia yang terdiri atas lebih dari 13.000 pulau tersebar dari Sabang hingga Merauke memiliki perbedaan iklim, jenis tanah, distribusi hujan, dan budaya. Hal ini sangat memungkinkan untuk menghasilkan produk-produk pertanian yang spesifik berdasarkan keunikan geografisnya termasuk pada komoditas kopi dan kakao. Penggunaan sistem IG diharapkan mampu memberikan solusi sebagai salah satu alat pemasaran (*marketing tools*) produk-produk kopi dan kakao di Indonesia, sekaligus memberikan kesempatan kepada masyarakat yang mendiami suatu kawasan produksi kopi dan kakao untuk melakukan ekspansi ekspor.



**Informasi Pengajuan**

## Indikasi Geografis

**dapat diakses di [www. dgip.go.id](http://www.dgip.go.id) atau hubungi:**  
**Dirjen HKI Kementerian Hukum dan HAM**  
**Jl. H.R. Rasuna Said Kav. 8-9 Jakarta Selatan**  
**Telp./Fax. 021-57905619**