



SOSIALISASI KUALITAS KOPI YANG BEREPUTASI DALAM PERLINDUNGAN MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS

SOCIALIZATION OF REPUTABLE COFFEE QUALITY IN BRAND PROTECTION AND GEOGRAPHIC INDICATION

**¹⁾Ratu Ratna Korompot, ²⁾Marini Citra Dewi, ³⁾Adiguna
Kharismwawn**

^{1,2,3,4,5)}Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum
Universitas Tadulako
Jl. Soekarno Hatta Km.9 Palu-Sulawesi
Tengah

*Email: raturatnakoromppot@gmail.com

ABSTRAK

Prospek perkembangan tanaman kopi di Sulawesi Tengah, khususnya wilayah Poso, Kecamatan Lore Timur, sangat baik. Hal ini dengan makin giatnya petani menanam Kopi jenis Arabika, sehingga penting kiranya memberikan sosialisasi terhadap Merek dan Indikasi Geografis. Tujuan sosialisasi adalah untuk memberikan informasi terhadap para petani, penggiat kopi dan masyarakat pada khususnya wilayah yang memiliki areal tanaman kopi. Mengingat pentingnya pendaftaran merek serta perlunya sertifikat Indikasi Geografis. Agar target memenuhi permintaan dan bereputasi berkualitas ekspor bisa tercapai. Bisa bersaing di perdagangan Internasional. Peneliti bermitra dengan pendamping penyuluh lapangan di wilayah Lore Timur, metode yang digunakan adalah penyuluhan dilapangan dengan dengan mensosialisasikan UU Merek dan Indikasi Geografis. Hasil pengabdian masih belum merasa penting untuk melakukan pendaftaran merek, target utama petani dan penggiat kopi, hasil panen dan produk bisa laku di jual di pasaran. Serta belum memahami apa dan mengapa harus ada sertifikat Indikasi Geografis. Pentingnya dengan adanya sertifikat indikasi geografis nilai kopi dan produk kopi menjadi bereputasi dan dapat bersaing untuk layak ekspor

Kata Kunci : Indikasi Geografis, Kopi, Merk Terdaftar

ABSTRACT

The prospects for the development of coffee plants in Central Sulawesi, especially the Poso area, East Lore District, are very good. This is due to the increasing enthusiasm of farmers planting Arabica coffee, so it is important to provide socialization of Brands and Geographical Indications. The purpose of the socialization is to provide information to farmers, coffee activists and the public, especially areas that have coffee plantation areas. Given the importance of trademark registration and the need for a Geographical Indication certificate. In order to meet the target demand and export quality reputation can be achieved. Can compete in international trade. Researchers partnered with field extension assistants in the East Lore region, the method used was field counseling by socializing the Trademark Law and Geographical Indications. The results of the dedication still do not feel it is important to carry out trademark registration, the main target is coffee farmers and activists, crops and products can be sold in the market. As well as not understanding what and why there must be a Geographical Indication certificate. The importance of having a certificate of geographical indication is the value of coffee and coffee products to be reputable and able to compete for export

Keywords: Geographical Indications, Coffee, Registered Marks



PENDAHULUAN

Dataran Napu tepatnya Kecamatan Lore Timur, sedang giatnya menanam kopi jenis arabika. Selain iklim yang cocok serta area lahan yang sanagt luat dengan ketinggian 1.700 diatas permukaan laut sampai yang ketinggian 1.200 diatas permukaan laut. Sebelumnya petani kopi telah menanam kopi Robusta, seperti halnya diwilayah Kabupaten Sigi dan Kabupaten Donggala juga memiliki tanaman kopi Robusta. Pemerintah Provinsi Sulawesi Tengah terus mendorong pengembangan komoditas perkebunan sebagai komoditas unggulan, sehingga meningkatkan pendapatan petani.

Keunggulan produk kopi yang dihasilkan hingga capai tingkat ekspor sudah selayaknya mengikuti Wilayah di Indonesia yang telah memprioritaskan dan memiliki sertifikat Indikasi Geografis. Dan usaha-usaha penggiat kopi yang memiliki merek-merek usaha dagangnya seharusnya juga memprioritaskan mendaftarkan mereknya pada Dirjen Kekayaan Intelektual pada kantor Hukum dan Ham.

Dengan adanya merek-merek yang terdaftar maka saat memiliki sertifikat indikasi geografis maka merek-merek ini akan menjadi merek kolektif dengan label indikasi geografis. Sebagaimana negara luar khususnya Jepang meminta dan menanyakan sertifikat indikasi geografis.

Pendaftaran Merek dan pendafran Indikasi Geografis tidak bisa didaftarkan dengan nama yang sama, namun bila sudah terdaftar dalam Merek kemudian terdaftar lagi sebagai Indikasi geografis, maka perlindungan merek tersebut dibatalkan. Namun dengan adanya pendaftaran Indikasi Geografis lebih menjaga reputasi merek-merek yang sudah ada terhadap jenis produk barang yang mereka pasarkan dengan ketentuan tidak boleh sama dalam penamaan perlindungannya.

Indikasi Geografis disebutkan dalam Pasal 1 angka 6 Undang-undang no 20

tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang dana tau produk yang karena factor alam manusia, atau kombinasi dari kedua produk tersebut, memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada barang dana tau produk yang dihasilkan.

Indonesia berperan penting dalam proses penciptaan produk yang memiliki karakter unik, sehingga produk Indikasi geografis dapat memicu pertumbuhan ekonomi kawasan. Ada 4 manfaat perlindungan Indikasi Geografis yaitu :

- Memperjelas identifikasi produk dan menetapkan standar produksi serta standar proses diantara para pemangku kepentingan Indikasi Geografis
- Menghindari terjadinya praktik persaingan curang dalam perdagangan, memberikan perlindungan bagi konsumen dari penyalahgunaan reputasi Indikasi Geografis dengan caramenjual produk yang berasal dari daerah lain yang memiliki karakteristik berbeda bahkan lebih rendah.
- Jaminan pada kualitas produk yang dilindungi Indikasi Geografis sebagai produk asli memberikan kepercayaan pada konsumen.
- Membina para produsen lokal dan memperkuat organisasi sesame pemegang hak dalam rangka menciptakan menyediakan dan memperkuat citra nama dan reputasi produk.

METODE

Pentingnya perlindungan akan suatu produk biji kopi yang di hasilkan petani serta proses yang di lakukan oleh para penggiat kopi hingga sampai di pasaran perlu ada perlindungan hukumnya yakni perlindungan akan pendaftaran barang dan

produk berupa merek dan indikasi geografis. Bagaimana para penyuluh pertanian mendampingi serta bagaimana mereka memahami akan pentingnya memahami lebih jauh lagi akan UU Kekayaan Intelektual dan khususnya pada UU No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Waktu dan kegiatan Sosialisasi dilakukan pada bulan Juli tanggal 29 tahun 2022, tepatnya disesa Kalemago yang memiliki ketinggian 1.200 m diatas permukaan laut, Bahan peralatan yang kami berikan adalah berupa buku saku dan brosur dalam bentuk gelas minum yang bergambar. Berupa book note, polpen, laptop dan spanduk.

Peneliti pengabdian difasilitasi tempat sosialisasi di balai desa dengan kelompok tani, pelaku usaha, kepala Desa selaku ketua Kelompok Tani serta Bapak PPL, dan mahasiswa pendamping dilapangan.

Kegiatan sosialisasi dalam bentuk cramah secara panel dari tim peneliti dan diskusi serta tanya jawab, dimana yang sangat menaruh harapan adalah para petani kopi.

Partisipasi mitra dalam hal ini peran PPL dalam memberikan data awal sampai saat pelaksanaan pengabdian sangat membantu dan memfasilitasi, serta membantu memberikan penjelasan tambahan kepada para pemateri tentang permasalahan yang dihadapi, dan penggiat kopi yang masih menunggu merek dagangnya terdaftar di kantor Wilayah Hukum dan Ham.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil sosialisasi tim pengabdian dilapangan menemukan bahwa makna pentingnya perlindungan hasil kopi dengan terdaftar sebagai Indikasi Geografis itu, masihlah kurang dan pihak PPL pun belum mengetahui lebih lanjut. Sebagai pemberi materi sosialisasi tentunya kami tidak memberikan teori yang banyak tapi mengajak dan menginfokan tata cara

mendapatkan sertifikat inikasi geografis dengan membentuk suatu asosiasi dan selanjutnya yang berperan dan bertanggung jawab memfasilitasi adalah Pemerintah dalam hal ini dinas Perindustrian dan Perdagangan.

Bagaimana manfaatnya untuk petani kopi, bila kualitas biji kopi dan produk kopi yang dihasilkan bereputasi dan layak bersaing untuk ekspor. Tentunya meningkatkan permintaan akan kebutuhan kopi, menaikkan nilai harga kopi dan menambah kekuatan perekonomian wilayah sekitar.

Target mendapatkan Indikasi Geografis adalah bila suatu barang atau produk itu adalah di ekspor keluar. Mengingat potensi wilayah Kecamatan Lore Timur memang di prioritaskan untuk kopi dan kakao.

Saat ini yang masih dominan adalah tanaman kopi robusta, dikarenakan penanaman bibit kopi arabika baru di mulai dua tahun terakhir ini, ditambah lagi terkendala masalah covid 19. Sangat berasa terhadap kelompok tani. Namun sudah ada tanaman arabika ateng yang sudah di panen dengan harga jual tinggi, hanya saja peneliti tidak sampai kelokasi dikarenakan jauh dan pemilik adalah orang penting di Kota Palu.

Demikian pula dengan pendaftaran merek dagang dari produk kopi yang dihasilkan penggiat-penggiat kopi, bahwa mereknya belum memiliki merek dagang yang terdaftar, namun infonya masih menunggu dari Hukum dan Ham.

Masalah yang tim pengabdian dapatkan bahwa mengurus isin BPPOM, serta sertifikat halal menyita waktu dan tenaga mereka, sementara target utama bagaiman produk kopi ini laku di pasaran lokal sampai keluar. Namun tidak jadi perhatian terhadap perlindungan akan hak mereknya.



Gambar 1. Pemberian Materi Sosialisasi.



Gambar 2. Memberikan buku saku secara simbolis kepada Kepala Desa dan PPL Bapak Abas.



Gambar 3. Memberikan brosur dalam bentuk Gelas yang bertuliskan Merek dan Indikasi Geografis serta keterangan tentang Kopi.



Gambar 4, foto bersama kelompok Tani dan penggiat kopi Ibu Ema, serta contoh buku saku yang dibagikan.

SIMPULAN

Pentingnya sosialisasi perlindungan hukum dengan memberikan informasi tentang pendaftaran merek dagang terhadap penggiat kopi dan harapan terbaik bila memiliki sertifikat indikasi geografis. Bisa dengan membentuk asosiasi agar menjadi perhatian Pemerintah. Kelayakan bisa dilihat dari luas tanam dan banyaknya permintaan kopi di wilayah Lore Timur.

Harapan para kelompok tani bila mereka diperhatikan dan bisa meningkatkan perekonomian maka mereka tidak akan berpindah mengganti menanam dikarenakan, setiap ada produk tanaman unggulan baru maka

mereka mengganti mengikut menanam yang menjanjikan tersebut. Akhirnya yang jadi prioritas ditinggalakan

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad M.Romli, Miranda Risang Ayu Palar dan Tim.2019.HUKUM KEKAYAAN INTELEKTUAL. Indikasi Geografis dan Kekayaan Tradisional Dalam Teori dan Praktek.PT.Rafika Aditama Bandung.

M.Ikbal, Ratu Ratna Korompot. 2021.Kekayaan Intelektual terhadap Prospek Produk Kopi Untuk Sertifikat Hak Indiksdi Geografis Wilayah Kabupaten Sigi. Dipa Fakultas Hukum.

M.Ikbal, Marini Citra Dewi, Adiguna Kharismawan.2022. Prospek Kopi Kalemago Terhadap Merek Dan Indikasi Geografis pada Wilayah kecamatan Lore Timur kabupaten Poso. Dipa Fakultas Hukum

Ratu Ratna Korompot, Marini Citra Dewi, Adiguna Kharismawan. 2022. Sosialisasi Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Terhadap Reputasi Kualitas Kopi Serta Pembagian Buku Saku UU kekayaan Intelektual dan Brosur Kepada masyarakat Desa Kalimago Kecamatan Lore Timur. Dipa fakultas Hukum

Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.