



KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
DIREKTORAT JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL



VOLUME 4 / 2026

MEDIA HKI

PEMANTIK INOVASI & KREASI

Dari Nusantara, Indikasi Geografis Dikenal Dunia

LIPUTAN KHUSUS

Dari Sertifikat Menuju Pasar Digital:
Transformasi Pemanfaatan IG Indonesia

SAPA DAERAH

Bukan Madu: Mengenal Cairan Manis
di Balik Ubi Cilembu Panggang

Dari Sertifikat Menuju Pasar Digital

Edisi keempat Media HKI Tahun 2026 menyoroti transformasi pemanfaatan indikasi geografis (IG) Indonesia, dari perlindungan hukum menuju pemanfaatan ekonomi yang memberikan manfaat nyata bagi masyarakat. Kekayaan alam, tradisi, dan karakter geografis berbagai daerah telah melahirkan produk-produk khas yang memiliki nilai dan identitas tersendiri. Hingga pertengahan 2026, sebanyak 271 IG telah terdaftar di Indonesia, jumlah tertinggi di ASEAN. Melalui tema ini, Media HKI mengangkat upaya Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum dalam memperluas pemanfaatan IG melalui promosi dan akses pasar digital, salah satunya melalui Etalase Produk Indikasi Geografis Indonesia. Upaya tersebut menjadi bagian dari transformasi pengelolaan IG agar perlindungan tidak berhenti pada penerbitan sertifikat, tetapi juga mampu meningkatkan daya saing produk unggulan daerah, memperluas akses pasar, serta memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat di wilayah asalnya.



Ilustrator

Nabila Disarifianti, also known as Lalak, is a passionate self-taught graphic designer and illustrator from Surabaya, Indonesia. Her work is rooted in personal storytelling through ornament, rhythm, and emotion. Her practice often explores the space between design and illustration, creating compositions that feel both structured and organic. She likes to feature human figures combined with floral forms wrapped in gentle geometric shapes. Through her visual language, Lalak embraces femininity as a way to foster warmth and inclusivity, hoping to create a thoughtful presence that resonates with those who need it and bring a meaningful impact to the creative industry.

Diterbitkan oleh:

Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI)

Penasihat:

Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual (Dirjen KI)

Pengarah:

Sekretaris Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, Direktur Hak Cipta dan Desain Industri, Direktur Paten, Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu (DTLST) dan Rahasia Dagang, Direktur Merek dan Indikasi Geografis, Direktur Teknologi Informasi, Direktur Penegakan Hukum, Direktur Kerja Sama, Pemberdayaan, dan Edukasi

Penanggung Jawab:

M. Wahdan Hafizh J.Q.

Pemimpin Redaksi:

Destika Ajeng Wulandari

Tim Redaksi:

Kustin Ayuwuragil Desmuffihah, Devi Ratna Safitri, Irvan Widyatomo, M. Rahman Wahyudi

Redaktur Foto:

Galih Wisudha Pratama, Panji Putra Manik, M. Adityo Ilhamy, Wahyu Kurniawan, Irvan Widyatomo

Desain Grafis dan Tata Letak:

Tim Narabahasa

Alamat Redaksi:

Jl. H.R. Rasuna Said Kav. 8-9 Kuningan, Jakarta Selatan

Daftar Isi



4 Liputan Khusus

Dari Sertifikat Menuju Pasar Digital: Transformasi Pemanfaatan Indikasi Geografis Indonesia



8 Agenda KI

Menuju GI Tourism: Dieng Jadi Proyek Percontohan Pertama di Indonesia



10 Belajar KI-lat

Indikasi Geografis: Ketika Sebuah Nama Membawa Cerita



13 Kinfografik

Peta Indikasi Geografis Terdaftar di Indonesia



16 Sapa Daerah

Bukan Madu: Mengenal Cairan Manis di Balik Ubi Cilembu Panggang



18 Kata KI-ta

Wisata Indikasi Geografis Berbasis Asal-Usul: Mengenal Potensi Wisata dan Produk Lokal yang Berakar dari Sejarah Daerah



20 Demi Konten

Kopi Dieng Catat Transaksi Rp119 Juta: Promosi 14 Kopi Indikasi Geografis Sukses Digelar



22 Komi-KI



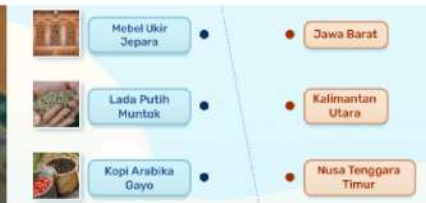
23 Surat Teman KI

Surat Teman KI: Indikasi Geografis (IG)



24 Temu Kreator

Teh Java Preanger: Dari Bumi Parahyangan hingga ke Dunia Internasional



26 Quiz

Mencocokkan Gambar Produk dengan Asal Daerah



Dari Sertifikat Menuju Pasar Digital:

Transformasi Pemanfaatan Indikasi Geografis Indonesia

Pelindungan IG tidak berhenti pada penerbitan sertifikat, tetapi harus memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat. Melalui Etalase Produk Indikasi Geografis Indonesia, DJKI mendorong komersialisasi dan perluasan pasar komoditas unggulan daerah.

Di balik secangkir Kopi Gayo, sebutir Lada Muntok, segenggam Garam Amed Bali, atau sehelai Tenun Gringsing Bali, tersimpan hubungan manusia, alam, dan tradisi lintas generasi yang dilindungi melalui sistem Indikasi Geografis (IG).

Namun, perlindungan ini tidak berhenti pada penerbitan sertifikat. Tantangan utamanya adalah memastikan produk tersebut lebih dikenal, dipercaya, memiliki akses pasar yang lebih luas, serta mampu memberikan dampak ekonomi nyata bagi masyarakat.

Atas dasar itu, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum mengubah fokus pengelolaan IG dari sekadar penerbitan sertifikat menuju pemanfaatan ekonomi, komersialisasi, dan penguatan daya saing produk.

Potensi Besar yang Belum Sepenuhnya Dimanfaatkan

Indonesia memiliki kekayaan alam dan budaya yang melahirkan beragam komoditas berciri khas berdasarkan kondisi geografis serta tradisi lokal. Berbeda dengan merek, hak atas IG bersifat komunal sehingga manfaat ekonominya dapat dirasakan bersama oleh masyarakat di wilayah asal.

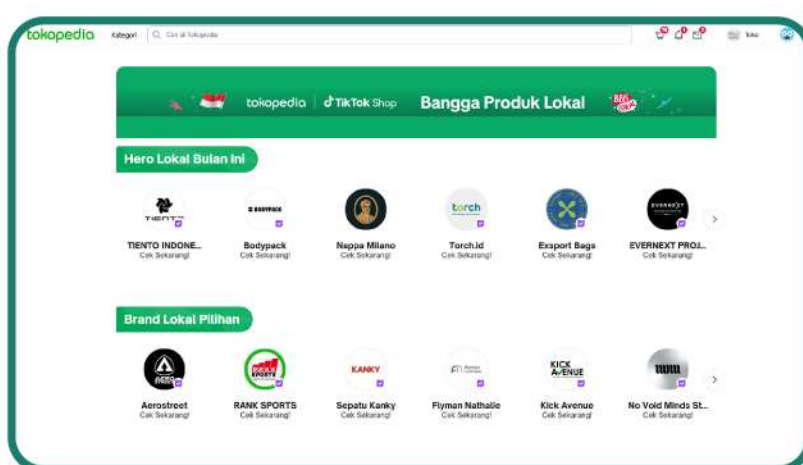
Hingga pertengahan 2026, Indonesia memiliki 271 IG terdaftar, jumlah tertinggi di ASEAN. Namun, sebagian besar belum memberikan nilai ekonomi optimal karena identitas visual dan pemanfaatan pasar masih terbatas.

Dari Pelindungan Menuju Komersialisasi

Melihat tantangan tersebut, DJKI mengembangkan pendekatan yang menghubungkan pelindungan hukum dengan strategi pemasaran. Salah satunya melalui peluncuran **Etalase Produk Indikasi Geografis Indonesia** di Tokopedia dan TikTok Shop pada 2 Juli 2026.

Etalase ini menjadi ruang promosi digital yang menghimpun produk IG Indonesia dalam satu kanal untuk memudahkan masyarakat menemukan berbagai produk khas daerah. Selain sebagai sarana penjualan, etalase tersebut menyediakan informasi mengenai asal-usul, karakteristik, reputasi, hingga status pelindungan hukum demi menjamin keaslian produk.

Bagi produsen, etalase memperluas jangkauan pasar hingga tingkat nasional sekaligus memperkuat daya saing di pasar global.



Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual (Dirjen KI) Hermansyah Siregar menegaskan, peluncuran etalase tersebut merupakan bagian dari transformasi layanan DJKI.

“Peluncuran **Etalase Produk Indikasi Geografis Indonesia** merupakan bukti bahwa pelindungan kekayaan intelektual (KI) tidak berhenti pada penerbitan sertifikat. Tugas negara adalah memastikan pelindungan tersebut memberikan manfaat ekonomi yang nyata bagi masyarakat melalui perluasan akses pasar dan peningkatan daya saing produk unggulan daerah,” ujarnya.

Menyiapkan Pelaku Usaha Masuk Ekosistem Digital

Untuk mendukung transformasi digital, sebelum peluncuran etalase, DJKI menyelenggarakan **Pendampingan Onboarding Produk Indikasi Geografis Indonesia**. Program ini ditujukan bagi MPIG serta para pelaku usaha pemakai IG agar dapat bergabung ke dalam etalase digital, dengan didampingi oleh Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan dinas terkait di seluruh Indonesia.

Pendekatan ini menunjukkan perubahan peran DJKI dari yang semula lembaga penerbit sertifikat menjadi fasilitator pemanfaatan hak KI.

Direktur Merek dan Indikasi Geografis Fajar Sulaeman Taman menjelaskan, perlindungan IG harus memberikan dampak ekonomi yang berkelanjutan.

"Etalase **Produk Indikasi Geografis Indonesia** menjadi ruang promosi bersama bagi seluruh produk. Kami berharap makin banyak pemegang hak IG yang memanfaatkan platform ini sehingga produk unggulan daerah makin dikenal masyarakat, memperoleh kepercayaan konsumen, dan memiliki daya saing yang lebih kuat," ujarnya.

DJKI juga mendorong penggunaan logo produk IG dan logo Indikasi Geografis Nasional Indonesia sebagai identitas resmi produk yang telah memperoleh perlindungan hukum.



Peluncuran Etalase Produk Indikasi Geografis Indonesia merupakan bukti bahwa perlindungan kekayaan intelektual (KI) tidak berhenti pada penerbitan sertifikat.

Membangun Kepercayaan Konsumen

Dalam perdagangan digital, identitas IG berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan terhadap kualitas dan keaslian produk melalui penyematan logo resmi.

Di banyak negara, sertifikasi ini terbukti mendongkrak harga jual produk karena konsumen tidak hanya membeli barang, melainkan juga reputasi, kualitas, serta identitas budaya yang melekat padanya.

Menuju Ekonomi Berbasis KI

Ke depan, pengembangan IG perlu difokuskan pada penguatan tata kelola, promosi, dan perluasan akses pasar melalui kolaborasi sinergis antara pemerintah, platform digital, pelaku usaha, serta masyarakat.

Melalui transformasi ini, DJKI berkomitmen memastikan bahwa sertifikat IG tidak hanya sekadar menjadi bukti perlindungan hukum. Lebih dari itu, instrumen ini harus mampu membuka peluang usaha, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan pertumbuhan ekonomi daerah sehingga KI dapat benar-benar menjadi alat pembangunan nasional yang memberikan manfaat nyata.



KEMENTERIAN HUKUM
DIREKTORAT JENDERAL
KEKAYAAN INTELEKTUAL

MUSIK BERSIFAT GLOBAL ROYALTY JUGA HARUS DEMIKIAN.

Dukung Indonesian Proposal dengan menggunakan tagar:

#JustAndFairRoyalty

dalam setiap karyamu agar setiap lagu, setiap
pertunjukan, serta setiap karya kreatif dihargai dan
dihormati di mana pun dinikmati.

justandfairroyalty.dgip.go.id





Menuju GI Tourism:

Dieng Jadi Proyek Percontohan Pertama di Indonesia



Pengembangan pariwisata di Dieng kini diarahkan agar wisatawan tidak hanya membeli komoditas lokal seperti kopi, carica, dan purwaceng, melainkan juga berinteraksi langsung dengan para petani lokal. Konsep pariwisata berbasis Indikasi Geografis tersebut merupakan program kolaborasi antara DJKI dan Pemerintah Kabupaten Banjarnegara.

Kawasan Dieng di Kabupaten Banjarnegara diproyeksikan menjadi proyek percontohan wisata indikasi geografis (IG) atau *geographical indication tourism* (*GI Tourism*) pertama di Indonesia. Melalui konsep yang dikembangkan oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), produk IG tidak lagi sekadar dipromosikan sebagai komoditas unggulan, melainkan dikemas menjadi sebuah pengalaman wisata yang memperkenalkan cerita, budaya, dan proses produksi langsung dari daerah asalnya.

Gagasan tersebut mengemuka dalam forum IP Talks & Coffee bertema “*GI Tourism* dan Pelindungan Kekayaan Intelektual (KI)” yang digelar sebagai bagian rangkaian dari Dieng Culture Festival 2026. Ketua Tim Kerja Pemanfaatan, Utilisasi, dan Pengawasan Indikasi Geografis DJKI Irma Mariana menyampaikan bahwa pengembangan pariwisata bertema kekayaan intelektual (*GI Tourism*) bertujuan agar pelindungan hukum terhadap produk IG tidak berhenti pada aspek hukum, tetapi juga mampu memberikan dampak ekonomi yang nyata bagi masyarakat lokal.

"Ini merupakan upaya mengubah sebuah produk IG menjadi sebuah pengalaman yang berdampak ekonomi bagi masyarakat lokal," ujar Irma.

Menurutnya, konsep tersebut akan mengubah pola kunjungan wisatawan yang selama ini hanya datang ke destinasi dan membeli produk khas. Melalui konsep baru ini, wisatawan diajak mengenal asal-usul produk, melihat proses produksi, hingga berinteraksi langsung dengan petani dan pelaku usaha. Dengan begitu, produk tidak hanya memiliki nilai jual, tetapi juga cerita yang melekat di benak pengunjung.



Foto: Humas DJKI

"Ketika ini kita ubah, masyarakat datang, ada *experience*, bertemu petani, membeli produk. Maka mereka akan ada cerita terhadap produk tersebut," jelasnya.

Dieng dinilai memiliki modal kuat untuk mengembangkan konsep ini karena memiliki tiga produk IG, yakni Kopi Arabika Pegunungan Dieng Banjarnegara, Carica Dieng, dan Purwaceng Dieng. Ketiga produk tersebut lahir dari karakteristik alam dan budaya yang khas sehingga berpotensi menjadi bagian dari pengalaman wisata yang terintegrasi. Oleh karena itu, Irma menegaskan bahwa *GI Tourism* juga merupakan bagian dari ekosistem perlindungan KI yang lebih luas.

"Bicara *GI Tourism*, kita berbicara tentang ekosistem perlindungan KI," tegasnya.



Foto: Humas DJKI

Ketua Ekonomi Kreatif Banjarnegara Kristiono Adi Pranoto mengungkapkan bahwa pihaknya telah berkoordinasi dengan DJKI untuk merancang rute perjalanan wisata yang menghubungkan berbagai potensi IG di Dieng. Melalui rute ini, wisatawan tidak hanya menikmati destinasi, tetapi juga mendapatkan pengalaman, cerita, dan gastronomi lokal yang tidak dapat diperoleh saat membeli produk secara daring (*online*).

Dukungan terhadap konsep ini juga datang dari berbagai pihak, termasuk komunitas pariwisata, Kementerian Ekonomi Kreatif, dan Pemerintah Kabupaten Banjarnegara. Bupati Banjarnegara Amalia Desiana menegaskan, komitmen pemerintah daerah untuk mengawal pengembangan *GI Tourism* agar manfaatnya dapat dirasakan secara luas oleh masyarakat.

"Saat Banjarnegara terpilih menjadi *pilot project* pertama *GI Tourism*, fokus utama kami adalah bagaimana program ini dapat memberikan manfaat nyata bagi masyarakat," ujarnya.

Melalui kolaborasi lintas sektor, Dieng diharapkan menjadi model pengembangan wisata berbasis IG yang tidak hanya memperkuat identitas produk lokal, tetapi juga meningkatkan nilai ekonomi serta kesejahteraan masyarakat. Sebagai bagian dari rangkaian kegiatan tersebut, DJKI turut menyerahkan sejumlah surat tanda bukti permohonan merek dan sertifikat merek kepada komunitas serta penyelenggara festival. Penyerahan ini dilakukan sebagai bentuk penguatan perlindungan KI di daerah.

Melalui kolaborasi lintas sektor, Dieng diharapkan menjadi model pengembangan wisata berbasis IG yang tidak hanya memperkuat identitas produk lokal, tetapi juga meningkatkan nilai ekonomi serta kesejahteraan masyarakat.



Indikasi Geografis: Ketika Sebuah Nama Membawa Cerita

Sebuah produk khas daerah sering kali membawa lebih dari sekadar rasa atau rupa. Di dalamnya, ada jejak tanah, alam, tradisi, dan keterampilan masyarakat yang membuatnya berbeda dari produk sejenis di wilayah lain. Hubungan erat inilah yang kemudian menjadi fondasi penting dari lahirnya Indikasi Geografis.

Pernahkah kita menikmati secangkir kopi lalu bertanya, mengapa rasanya bisa berbeda antara satu daerah dan daerah yang lain?

Ini bukan hanya soal jenis kopi. Ada tanah, ketinggian, iklim, cara masyarakat merawat tanaman, hingga teknik pengolahan yang diwariskan antargenerasi. Semua unsur tersebut berpadu membentuk karakter unik yang membuat sebuah produk melekat dengan tempat asalnya.

Begitu pula dengan produk khas daerah lainnya. Garam, rempah, beras, buah, hingga produk pangan dan kerajinan dapat memiliki karakter yang dipengaruhi oleh lingkungan geografis serta pengetahuan masyarakat yang menghasilkannya.

Di balik kekhasan tersebut, terdapat konsep kekayaan intelektual (KI) yang memungkinkan hubungan antara produk dan daerah asalnya memperoleh perlindungan, yaitu indikasi geografis (IG).



Ketika Lokasi Ikut Menentukan Karakter

IG adalah tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang dan/atau produk yang memiliki reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu. Kondisi ini dipengaruhi oleh faktor lingkungan geografis—baik faktor alam, manusia, atau kombinasi keduanya.

Sederhananya, IG lahir dari hubungan erat antara produk, wilayah, dan masyarakatnya. Oleh karena itu, ketika sebuah produk menggunakan nama daerah sebagai IG, yang dilindungi bukan sekadar nama, melainkan reputasi, kualitas, karakteristik, serta kaitan geografis yang melekat di dalamnya.

Tidak Cukup Hanya Terkenal

Apakah setiap produk khas daerah otomatis bisa terdaftar sebagai IG? Jawabannya, tidak.

Sebuah produk wajib menunjukkan hubungan yang jelas antara karakteristik atau kualitasnya dengan lingkungan geografis tempat produk tersebut dihasilkan. Kaitan ini harus dijelaskan secara rinci dan dibuktikan melalui **Dokumen Deskripsi Indikasi Geografis**. Dokumen tersebut wajib memuat kualitas dan karakteristik produk, hubungan dengan daerah asal, kondisi geografis (faktor alam dan manusia), batas wilayah, sejarah atau tradisi, serta proses produksi atau pengolahannya.

Dengan demikian, status “khas daerah” saja tidak cukup. Harus ada hubungan kausalitas yang dapat dibuktikan secara ilmiah dan historis antara karakter produk, wilayah geografis, serta masyarakat yang menghasilkannya.

Dari sebuah produk, lahir identitas. Dari identitas, tumbuh cerita. Ketika cerita itu mampu menggerakkan orang untuk datang dan mengenal tempat asalnya, di situlah sebuah produk IG telah berubah menjadi sebuah perjalanan.

Dari Cerita Menjadi Pelindungan

Permohonan IG diajukan kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) dengan melengkapi seluruh dokumen. Setelah itu, permohonan akan melalui tahap pemeriksaan administratif dan substantif untuk menilai hubungan antara kualitas produk dengan faktor geografisnya. Tim Ahli IG memegang peran penting dalam melakukan penilaian substantif tersebut.

Jika persyaratan terpenuhi dan tidak ada keberatan yang menyebabkan penolakan, IG akan resmi terdaftar dan memperoleh pelindungan hukum.

Setelah Terdaftar, Bukan Berarti Selesai

Pelindungan hukum bukanlah garis akhir, melainkan awal dari tanggung jawab untuk menjaga reputasi, kualitas, dan karakteristik produk secara konsisten. Dalam hal ini, Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG) bersama pemerintah daerah memiliki peran penting dalam memastikan seluruh proses produksi tetap mematuhi standar yang telah ditetapkan.

Nilai sejati dari IG tidak sekadar terletak pada lembar sertifikat atau nama yang terdaftar, melainkan pada tingkat kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, IG merupakan wujud komitmen bersama untuk menjaga keaslian produk, nama, serta hubungan mendalam dengan wilayah asalnya.

Dari Pelindungan Menuju Pemanfaatan

Setiap produk IG membawa cerita tentang tempat asalnya—mulai dari kebun, sawah, hutan, hingga pesisir—serta dedikasi para petani, perajin, pengolah, serta pengetahuan yang diwariskan lintas generasi.

Seluruh elemen unik ini memiliki potensi besar untuk dikemas menjadi sebuah pengalaman wisata. Bayangkan wisatawan tidak hanya sekadar membeli secangkir kopi, tetapi juga menjelajahi kebunnya, menyaksikan langsung proses pengolahan, berinteraksi dengan para petani lokal, mencicipi produk, hingga menikmati keindahan alam dan budaya setempat. Pada titik inilah, potensi ekonomi IG bersinergi secara sempurna dengan sektor pariwisata.

Ketika IG Menjadi Perjalanan

Konsep tersebut dikenal sebagai **GI Tourism**, yaitu pendekatan yang menjadikan produk dan wilayah asal IG sebagai bagian dari pengalaman wisata. Melalui konsep ini, wisatawan tidak hanya mengenal produk fisik, tetapi juga diajak menyelami proses produksi, sejarah, dan budaya yang membentuk karakter unik produk tersebut.

DJKI bersama Kementerian Pariwisata aktif mengembangkan *GI Tourism* sebagai katalisator ekonomi lokal. Pendekatan ini diharapkan mampu mengubah paradigma produk IG tidak hanya bernilai sebagai komoditas perdagangan, tetapi juga menjadi bagian integrasi dari destinasi wisata.

Kunjungan wisata ini nantinya akan membuka mata rantai ekonomi baru yang menggerakkan sektor kuliner, akomodasi, jasa pemandu, transportasi, kerajinan tangan, hingga aktivitas lokal lainnya.

Pada akhirnya, kekuatan IG tidak berhenti pada sebuah nama. Ia bermula dari tempat, dibentuk oleh kreativitas manusia, dijaga melalui pelindungan hukum, lalu dikembangkan menjadi nilai tambah yang kembali kepada masyarakat dan daerah asalnya.

Dari sebuah produk, lahir identitas. Dari identitas, tumbuh cerita. Ketika cerita itu mampu menggerakkan orang untuk datang dan mengenal tempat asalnya, di situlah sebuah produk IG telah berubah menjadi sebuah perjalanan.

Jumlah Indikasi Geografis Dalam Negeri Berdasarkan Jenis Produk

Pertanian/Perkebunan

Kopi Arabika Gayo
Minyak Nilam Aceh
Jeruk Keprok Gayo-Aceh
Pala Tapaktuan Blangpide Aceh
Jeruk Pameloma Matang Biereun
Kopi Robusta Sidikalang
Gambir Simsim Pakpak Bharat
Andaliman Pulo Samosir
Kopi Liberika Rangsang Meranti
Sagu Meranti
Beras Penyalai Kuala Kampar
Nanas Madu Sukajadi Kuala Cenaku Indragiri Hulu
Sagu Lingga
Salak Sari Intan Bintan
Kopi Robusta Semendo
Duku Komerling
Gambir Toman Musi Banyuasin
Nanas Prabumulih
Beras Dayang Rindu Musi Rawas
Kopi Liberika Tungkal Jambi
Kayumanis Koerintji
Nanas Tangkit Baru Jambi
Beras Payo Koerintji
Pinang Betara Jambi
Kopi Robusta Rejang Lebong
Jeruk Kalamansi Bengkulu Tengah
Lada Putih Muntok
Nanas Bikang Bangka Selatan
Teh Tayu Jebus Bangka Barat
Kopi Arabika Mamasa
Kopi Robusta Mamasa

Kopi Excelsa Tapin
Kopi Robusta Lampung
Lada Hitam Lampung
Manggis Saburai Tanggamus
Rambutan Parakan Tangerang
Talas Beneng Pandeglang
Duku Condet
Teh Java Preanger
Ubi Cilembu Sumedang
Tembakau Hitam Sumedang
Kopi Arabika Java Sukapura Tasikmalaya
Purwaceng Dieng
Kopi Arabika Java Semarang
Salak Pondoh Sleman Jogja
Gula Kelapa Kulonprogo Jogja
Kopi Robusta Merapi Sleman
Mangga Podang Lereng Wilis Kediri
Kopi Excelsa Jombang
Beras Raja Uncak Kapuas Hulu
Kopi Liberika Kayong Utara
Lada Malonan Kutai Kartanegara Kaltim
Kakao Berau
Gula Aren Tuana Tuha Kutai Kartanegara
Pisang Kepok Kutai Timur
Beras Siam Epang Sampit
Beras Talun Koyem Barito Utara
Nanas Gantang Sampit
Nanas Parigi Barito Selatan
Beras Siam Arjuna Kapuas
Kopi Arabika Dombu Sigi
Kopi Robusta Rinjani Lombok Utara

Kopi Arabika Kintamani Bali
Beras Adan Krayan
Kopi Arabika Flores Bajawa
Kopi Arabika Toraja
Cengkeh Minahasa
Pala Siau
Pala Tomandin Fakfak
Jeruk SoE Mollo
Cengkeh Moloku Kie Raha
Mete Muna
Kopi Robusta Pinogu
Pala Dukono Halmahera Utara
Gula Lontar Rote
Kopi Arabika Baliem Wamena
Cabai Rawit Hiyung Tapin
Beras Pulu' Mandoti Enrekang
Gula Aren Atinggola Gorontalo Utara
Jeruk Pameloma Pangkep
Beras Merauke
Kopi Arabika Minahasa
Kayu Manis Loksado Hulu Sungai Selatan
Beras Tarone Seko Luwu Utara
Gula Dawan Klungkung
Salak Pangu Minahasa Tenggara
Gambir Lima Puluh Kota
Kopi Robusta Kurraik Polewali Mandar
Kenari Alor
Durian Nambou

Kerajinan Tangan

Mebel Ukir Jepara
Songket Pandai Sikek
Batik Tulis Nitik Yogyakarta
Batik Besurek Bengkulu
Tenun Cual Sambas
Batik Tulis Tenun Gedhog Tuban
Batik Tulis Waleran Cirebon
Tenun Ulos Ragidup Silindung Tapanuli Utara
Wayang Kulit Tatar Silingg Pucung
Batik Tando Pusako Mukomuko
Tenun Bumpak Seluma

Tunon Gringsing Bali
Tenun Sutura Mandar
Tenun Ikat Tanimbar
Kenari Alor
Tenun Nambo
Sasirangan Kalimantan Selatan
Tenun Ikat Ende
Lukisan Kamasan Bali
Tenun Buton Tengah
Tenun Ikat Daisuli Pulau Kisar
Batu Pulaki Banyupoh Buleleng

Kehutanan

Madu Hutan Sumbawa
Madu Pelawan Namang
Kemenyan Tapanuli Utara
Damar Mata Kucing Krui Pesisir Barat

Peternakan

Susu Kuda Sumbawa
Madu Teran Belitong Timur
Domba Wonosobo
Susu Kambing Senduro Lumajang

Kelautan dan Perikanan

Bandeng Asap Sidoarjo
Garam Amed Bali
Sidat Marmorata Poso
Garam Kusamba Bali
Mutuara Lombok
Garam Gunung Krayan
Ikan Uceng Temanggung
Garam Tejakula
Garam Gumbrih

Ikan Teri Kering Waburense Buton Tengah
Garam Pemongkong Lombok Timur
Ikan Bawis Bontang
Garam Jetis Purworejo
Garam Rebus Brebes
Garam Kristal Majene
Garam Kuwu Grobogan
Garam Jono Grobogan
Sidat Bicolor Cilacap

Peta Indikasi Geografis Terdaftar di Indonesia

1 Nangroe Aceh Darussalam

Kopi Arabika Gayo
Minyak Nilam Aceh
Jeruk Keprok Gayo-Aceh
Pala Tapaktuan Blangpidie Aceh
Jeruk Pamelu Matang Biereun

2 Sumatera Utara

Kopi Robusta Sidikalang
Gambir Simsim Pakpak Bharat
Kemenyan Tapanuli Utara
Andaliman Pulo Samosir
Tenun Ulos Ragidup Silindung
Tapanuli Utara

3 Sumatera Barat

Songket Pandai Sikek
Bareh Solok
Sulaman Kapalo Panitik Nareh
Gambir Lima Puluh Kota
Kopi Arabika Sumatera Minang Solok

4 Riau

Kopi Liberika Rangsang Meranti
Sagu Meranti
Beras Penyalai Kuala Kampar
Nanas Madu Sukajadi Kuala Cenaku
Indragiri Hulu

5 Kepulauan Riau

Sagu Lingga
Salak Sari Intan Bintan

6 Sumatera Selatan

Kopi Robusta Semendo
Duku Komerling
Gambir Toman Musi Banyuasin
Nanas Prabumulih
Beras Dayang Rindu Musi Rawas

7 Jambi

Kopi Liberika Tungkal Jambi
Kayumanis Koerintji
Nanas Tangkit Baru Jambi
Beras Payo Koerintji
Pinang Betara Jambi

8 Bengkulu

Kopi Robusta Rejang Lebong
Batik Besurek Bengkulu
Tenun Bumpak Seluma
Jeruk Kalamansi Bengkulu Tengah
Batik Tando Pusako Mukomuko

9 Kepulauan Bangka Belitung

Lada Putih Muntok
Madu Teran Belitong Timur
Madu Pelawan Namang
Nanas Bikang Bangka Selatan
Teh Tayu Jebus Bangka Barat

10 Lampung

Kopi Robusta Lampung
Lada Hitam Lampung
Manggis Saburai Tanggamus
Damar Mata Kucing Krui Pesisir Barat

11 Banten

Rambutan Parakan Tangerang
Talas Beneng Pandeglang

12 DKI Jakarta

Duku Condet

13 Jawa Barat

Teh Java Preanger
Batik Tulis Waleran Cirebon
Ubi Cilembu Sumedang
Tembakau Hitam Sumedang
Kopi Arabika Java Sukapura
Tasikmalaya

14 Jawa Tengah

Mebel Ukir Jepara
Purwaceng Dieng
Kopi Arabika Java Semarang
Domba Wonosobo
Ikan Uceng Temanggung

15 D. I. Yogyakarta

Salak Pondoh Sleman Jogja
Gula Kelapa Kulonprogo Jogja
Batik Tulis Nitik Yogyakarta
Kopi Robusta Merapi Sleman
Wayang Kulit Tatar Sungsung Pucung

16 Jawa Timur

Bandeng Asap Sidoarjo
Mangga Podang Lereng Wilis Kediri
Kopi Excelsa Jombang
Susu Kambing Senduro Lumajang
Batik Tulis Tenun Gedhog Tuban

17 Kalimantan Barat

Beras Raja Uncak Kapuas Hulu
Kopi Liberika Kayong Utara
Tenun Cual Sambas

18 Kalimantan Timur

Lada Malonan Kutai Kartengara Kaltim
Kakao Berau
Gula Aren Tuana Tuha Kutai Kartanegara
Ikan Bawis Bontang
Pisang Kepok Kutai Timur

19 Kalimantan Tengah

Beras Siam Epang Sampit
Beras Talun Koyem Barito Utara
Nanas Gantang Sampit
Nanas Parigi Barito Selatan
Beras Siam Arjuna Kapuas



20 Kalimantan Utara

Beras Adan Krayan
Garam Gunung Krayan

21 Kalimantan Selatan

Cabai Rawit Hiyung Tapin
Sasirangan Kalimantan Selatan
Kayu Manis Loksado Hulu Sungai Selatan
Gula Aren Tirawan
Kopi Excelsa Tapin

22 Sulawesi Utara

Cengkeh Minahasa
Pala Siau
Kopi Arabika Minahasa
Salak Pangu Minahasa Tenggara

23 Sulawesi Tengah

Sidat Marmorata Poso
Tenun Nambo
Bawang Goreng Palu
Durian Nambo
Kopi Arabika Dombu Sigi

24 Sulawesi Tenggara

Mete Muna
Ikan Teri Kering Waburense
Buton Tengah
Tenun Buton Tengah

25 Sulawesi Selatan

Kopi Arabika Toraja
Beras Pulu' Mandoti Enrekang
Jeruk Pamelu Pangkep
Beras Tarone Seko Luwu Utara
Tenun Bira Bulukumba

26 Gorontalo

Kopi Robusta Pinogu
Gula Aren Atinggola Gorontalo Utara
Sulaman Karawo Gorontalo

27 Sulawesi Barat

Tenun Sutera Mandar
Garam Kristal Majene
Kopi Robusta Kurrak Polewali Mandar
Kopi Arabika Mamasa
Kopi Robusta Mamasa

28 Bali

Kopi Arabika Kintamani Bali
Tunun Gringsing Bali
Lukisan Kamasan Bali
Gula Dawan Klungkung
Batu Pulaki Banyupoh Buleleng

29 Nusa Tenggara Barat

Susu Kuda Sumbawa
Madu Hutan Sumbawa
Kopi Robusta Rinjani Lombok Utara
Garam Pemongkong Lombok Timur
Mutia Lombok

30 Nusa Tenggara Timur

Kopi Arabika Flores Bajawa
Tenun Ikat Ende
Kenari Alor
Gula Lontar Rote
Jeruk SoE Mollo

31 Maluku

Tenun Ikat Tanimbar
Pala Kepulauan Banda
Tenun Ikat Daisuli Pulau Kisar

32 Maluku Utara

Cengkeh Moloku Kie Raha
Pala Dukono Halmahera Utara
Pala Ternate
Kelapa Bido Morotai

33 Papua Barat

Pala Tomandin Fakfak
Kakao Ransiki

34 Papua

Kopi Arabika Baliem Wamena
Beras Merauke

Bukan Madu: Mengenal Cairan Manis di Balik Ubi Cilembu Panggang

Foto: Humas DJKI

Cairan manis yang keluar dari ubi Cilembu panggang kerap memunculkan berbagai anggapan. Di balik tampilannya yang menyerupai madu, tersimpan proses alami yang turut membentuk cita rasa khas sekaligus menjadi salah satu karakteristik produk berindikasi geografis tersebut.

Tidak semua rahasia kuliner Indonesia tersimpan di dapur. Sebagian justru bersembunyi di tanah Sumedang, tepatnya di Desa Cilembu. Saat Anda membelah ubi Cilembu Sumedang panggang, akan tampak cairan manis berwarna coklat keemasan.

Meski sering dikira madu, cairan tersebut sebenarnya merupakan fenomena alami. Hal ini diungkapkan oleh Sobandi, salah seorang petani yang tergabung dalam Asosiasi Agrobisnis Ubi Cilembu (Asaguci), kepada Tim Pengawas Indikasi Geografis (IG) Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) yang sedang melaksanakan kegiatan pemantauan dan pengawasan ubi Cilembu di Sumedang pada 27 Juni 2026.

"Cairan yang mengintip ini bukanlah madu," ujar Sobandi sambil membelah ubi panggang dengan tangannya.

Sobandi menuturkan bahwa cairan manis tersebut merupakan gula alami yang terbentuk dari perubahan pati di dalam umbi. Proses ini tidak terjadi secara instan, melainkan diawali dengan penyimpanan atau pelayuan ubi selama beberapa hari setelah dipanen. Selama tahapan tersebut, kandungan pati di dalam ubi berubah menjadi gula.

"Kalau ubi yang baru dipanen langsung dipanggang, hasilnya tidak akan manis. Umbinya harus dilayukan dulu sekitar tiga sampai tujuh hari agar kandungan patinya berubah menjadi gula. Dari situlah muncul cairan manis yang sering disebut madu ini," ujar Sobandi.

"Kalau ubi yang baru dipanen langsung dipanggang, hasilnya tidak akan manis. Umbinya harus dilayukan dulu sekitar tiga sampai tujuh hari agar kandungan patinya berubah menjadi gula. Dari situlah muncul cairan manis yang sering disebut madu ini," ujar Sobandi.

Sembari mengajak tim DJKI berkeliling melihat proses pemanggangan ubi di dalam oven, Sobandi meluruskan anggapan yang beredar bahwa makin banyak cairan yang keluar, makin baik pula kualitas ubi tersebut.

Menurutnya, ubi Cilembu memiliki beberapa varietas dengan karakteristik yang berbeda. Varietas Rancing, misalnya, dikenal menghasilkan cairan manis lebih banyak ketika dipanggang. Sementara itu, varietas Nirkum menghasilkan cairan yang lebih sedikit, tetapi memiliki cita rasa yang lebih legit serta daya simpan yang lebih lama.

"Jadi, jangan langsung menganggap ubi yang madunya sedikit itu palsu. Memang setiap varietas memiliki karakter yang berbeda," ucap Sobandi.

Selain dipengaruhi oleh varietas, kualitas ubi Cilembu juga ditentukan oleh cara budi dayanya. Sobandi mengatakan para petani telah berupaya meminimalkan penggunaan pestisida karena dapat memengaruhi tekstur kulit dan kualitas ubi setelah dipanggang. Bagi mereka, menjaga kualitas sejak proses budi daya menjadi bagian penting dalam mempertahankan reputasi ubi Cilembu Sumedang sebagai produk IG.

Keunikan tersebut menjadi salah satu alasan ubi Cilembu Sumedang memperoleh perlindungan hukum. Oleh karena itu, DJKI secara berkala melakukan pemantauan dan pengawasan untuk memastikan karakteristik yang menjadi dasar pemberian perlindungan tetap terjaga sesuai dengan dokumen deskripsi yang ada.

Pada kesempatan terpisah, Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual (Dirjen KI) Hermansyah Siregar menegaskan, perlindungan IG tidak berhenti ketika sertifikat diterbitkan. Menurutnya, perlindungan harus diikuti dengan komitmen seluruh pihak untuk menjaga mutu, karakteristik, dan reputasi produk agar tetap memberikan manfaat bagi masyarakat di daerah asal.

"Melalui kegiatan pemantauan dan pengawasan ini, kami ingin memastikan seluruh karakteristik yang menjadi dasar perlindungan tetap terjaga sehingga kepercayaan masyarakat terhadap ubi Cilembu Sumedang terus meningkat," ujar Hermansyah.

Ia menambahkan, keberhasilan perlindungan IG sangat bergantung pada konsistensi para pemegang hak dalam menerapkan standar yang telah disepakati bersama. Dengan kualitas yang senantiasa terjaga, produk tersebut akan memiliki daya saing yang lebih kuat sekaligus memberikan nilai ekonomi yang lebih besar bagi masyarakat.

"Melalui kegiatan pemantauan dan pengawasan ini, kami ingin memastikan seluruh karakteristik yang menjadi dasar perlindungan tetap terjaga sehingga kepercayaan masyarakat terhadap ubi Cilembu Sumedang terus meningkat," ujar Hermansyah.



Foto: Humas DJKI

Wisata Indikasi Geografis Berbasis Asal-Usul:

Mengenal Potensi Wisata dan Produk Lokal yang Berakar dari Sejarah Daerah

Bagaimana jadinya jika sebuah perjalanan wisata dimulai dari asal-usul produk? Di Dieng, *GI Tourism* menjawabnya melalui kopi, carica, dan purwaceng sebagai inti dari sebuah pengalaman.

Dataran Tinggi Dieng kini tidak hanya dikenal luas melalui keindahan alamnya, tetapi juga ragam produk unggulan yang telah memiliki sertifikasi Indikasi Geografis (IG), seperti Kopi Arabika Banjarnegara, Carica, dan Purwaceng.

Sejalan dengan target pariwisata berkualitas pada RPJMN 2025–2029, konsep wisata berbasis indikasi geografis (*GI Tourism*) diterapkan untuk memberikan nilai tambah. Melalui konsep ini, produk lokal Dieng tidak lagi sekadar menjadi oleh-oleh, melainkan diubah menjadi daya tarik dan cerita utama dalam pengalaman perjalanan wisatawan.

Dari Label Menjadi Cerita yang Hidup

Kekuatan *GI Tourism* terletak pada keaslian produk, bukan sekadar dekorasi promosi. Sejalan dengan semangat "*From Label to Living Story*", narasi dan aktivasi komunitas kini menjadi jembatan untuk mengubah perlindungan hukum menjadi pengalaman wisata yang bermakna. Dalam konsep ini, inovasi bertujuan menerjemahkan keaslian tersebut menjadi pengalaman edukatif dan bertanggung jawab, bukan mengubah karakteristik asli produk demi penjualan.



Empat Pilar Pengalaman *GI Tourism*

Pengalaman wisata ini dibangun di atas empat pilar utama, yaitu

- *See the Place*, menikmati lanskap alam dan menyaksikan keseharian masyarakat lokal;
- *Meet the Origin*, bertemu langsung dengan petani, pengolah, serta pengurus Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG);
- *Experience the Process*, terlibat langsung dalam aktivitas panen, proses penyangraian (roasting), atau lokakarya interaktif;
- *Taste and Take the Authentic*, mencicipi, mengenali, dan membawa pulang produk yang terjamin keasliannya.

Dieng dapat memadukan pendekatan berbasis produk (mendalami kopi, carica, dan purwaceng secara terpisah) serta berbasis wilayah (merangkainya sebagai satu kesatuan identitas destinasi). Dengan demikian, produsen tidak lagi hanya berada di belakang layar, melainkan tampil sebagai tuan rumah yang membagikan pengetahuan mendalam tentang wilayah mereka.

Cerita yang Konsisten: *GI Story Card* dan *GI Storynomics*

Implementasi konsep ini didukung oleh *GI Story Card* sebagai media edukasi berisi informasi dasar produk hingga tautan perlindungan hukumnya. Narasi tersebut kemudian dikembangkan melalui *GI Storynomics* yang merangkai empat lapisan utama: faktor alam, teknik tradisional, sejarah penamaan, dan ajakan menjaga warisan budaya.

Secara praktis, konsep ini diwujudkan dalam paket wisata 3 hari 2 malam yang memadukan edukasi produk khas (kopi, carica, purwaceng), lanskap alam, serta gastronomi lokal. Sebagai tahap awal, program dimulai melalui (wisata pertanian) *farm trip* dengan memperhatikan standardisasi serta evaluasi berkala pada aspek atraksi, aksesibilitas, dan kelembagaan.

Melalui pengalaman langsung ini, reputasi daerah akan semakin kuat, pembelian produk autentik meningkat, dan peluang ekonomi baru terbuka bagi petani hingga pelaku UMKM setempat.

Menjaga Keaslian, Manfaat, dan Reputasi

Keberhasilan *GI Tourism* diukur dari manfaat langsung bagi produsen lokal, pembukaan lapangan kerja, penghargaan pengetahuan lokal, serta kelestarian lingkungan—bukan sekadar keramaian jumlah turis. Oleh karena itu, jadwal kunjungan wisatawan harus menghormati musim produksi komoditas setempat. Selain itu, data dari *Story Card* serta umpan balik wisatawan dapat dimanfaatkan sebagai mekanisme peringatan dini terhadap penyalahgunaan atau pemalsuan label IG.

Pelindungan yang Menghidupkan Wilayah

Pada akhirnya, *GI Tourism* mengajak kita untuk melihat perlindungan kekayaan intelektual (KI) dari kacamata yang lebih luas. Kawasan Dieng membuktikan bahwa wisata bernilai tinggi dapat dirangkai secara jujur menjadi sebuah pengalaman yang autentik. Pelindungan IG pada dasarnya adalah komitmen bersama untuk menjaga hubungan erat antara produk, tempat, manusia, pengetahuan tradisi, dan reputasi yang melekat di dalamnya.

Kawasan Dieng membuktikan bahwa wisata bernilai tinggi dapat dirangkai secara jujur menjadi sebuah pengalaman yang autentik.





Kopi Dieng Catat Transaksi Rp119 Juta:

Promosi 14 Kopi Indikasi Geografis Sukses Digelar

Festival Kopi Dieng 2026 menjadi momentum penting bagi kopi IG untuk makin dikenal masyarakat. Tak hanya menghadirkan Kopi Arabika Pegunungan Dieng Banjarnegara, festival ini juga mempertemukan 14 MPIG kopi dari berbagai daerah sekaligus mencatat transaksi penjualan sebesar Rp119 juta.

Festival Kopi Dieng 2026 menjadi panggung promosi penting bagi Kopi Arabika Pegunungan Dieng Banjarnegara, sekaligus produk kopi indikasi geografis (IG) dari berbagai daerah di Indonesia. Selama tiga hari pelaksanaan (28–30 Agustus 2026), bagian dari rangkaian Dieng Culture Festival (DCF) ini sukses mencatat transaksi penjualan mencapai Rp119 juta.

Melalui dukungan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum, sebanyak 14 Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG) kopi dari berbagai daerah hadir untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat.

Kehadiran para MPIG ini tidak hanya memperkaya ragam kopi yang ditampilkan, tetapi juga memperkuat posisi Dieng sebagai salah satu destinasi kopi unggulan berbasis IG.

Ketua MPIG Kopi Arabika Pegunungan Dieng Banjarnegara Turno mengatakan bahwa festival tersebut memberikan manfaat besar bagi pelaku usaha kopi lokal. Selain memperkenalkan Kopi Arabika Pegunungan Dieng Banjarnegara kepada pasar yang lebih luas, kegiatan ini juga membuka peluang kolaborasi dengan pelaku industri kopi dari berbagai wilayah.



“Ini adalah bentuk penyemangat bagi kami, para pelaku usaha kopi di Pegunungan Dieng Banjarnegara. Makin banyak jaringan, makin banyak pula wawasan bahwa kita punya teman-teman di seluruh Indonesia yang menghasilkan kopi—baik arabika maupun robusta—yang telah mengantongi sertifikat IG,” ujarnya.

Menurut Turno, antusiasme pengunjung terhadap produk kopi yang dipamerkan selama festival sangat tinggi. Ia menilai capaian penjualan selama kegiatan berlangsung jauh lebih baik dibandingkan sejumlah pameran yang pernah mereka ikuti sebelumnya.

“Dua hari sampai hari ini di Festival Kopi Dieng, penjualan bagus. Kami beberapa kali mengikuti acara pameran, dan teman-teman juga merasakan penjualan di sini memuaskan,” katanya.

Festival ini juga menjadi sarana promosi yang efektif bagi kopi IG dari daerah lain. Perwakilan MPIG Kopi Arabika Sembalun Lombok Ahmad Khairi Yulianto mengaku berbagai kegiatan yang difasilitasi DJKI telah membantu memperluas pengenalan produknya kepada masyarakat Indonesia.



Kehadiran para MPIG tidak hanya memperkaya ragam kopi yang ditampilkan, tetapi juga memperkuat posisi Dieng sebagai salah satu destinasi kopi unggulan berbasis IG.

“Kalau bicara tentang ucapan terima kasih, mungkin saya tidak akan mampu membalas kebaikan DJKI yang sudah membantu saya keliling Indonesia untuk mempromosikan Kopi Arabika Sembalun,” ujarnya.

Ketua Tim Kerja Pemanfaatan, Utilisasi, dan Pengawasan IG DJKI Irma Mariana menilai Festival Kopi Dieng menunjukkan pentingnya mempertemukan produk IG secara langsung dengan konsumen.



Sumber: Magnific

Selain mendorong penjualan, kegiatan seperti ini juga memperkuat jejaring antarpelaku usaha dan membuka peluang pasar yang lebih luas.

“Festival seperti ini menjadi ruang bagi MPIG untuk memperkenalkan produknya secara langsung kepada konsumen sekaligus saling bertukar pengalaman. Kami ingin perlindungan IG diikuti dengan pemanfaatan yang makin luas,” ujar Irma.

Bagi DJKI, capaian transaksi Rp119 juta menjadi bukti bahwa promosi yang tepat dapat meningkatkan nilai ekonomi produk IG. Ke depan, penguatan kapasitas MPIG dan perluasan akses pasar akan terus didorong agar produk seperti Kopi Arabika Pegunungan Dieng Banjarnegara makin dikenal luas. Dengan demikian, manfaat ekonomi tersebut dapat dirasakan langsung oleh masyarakat di daerah asal.

“Harapannya, pasar produk kopi IG makin luas, kapasitas MPIG makin kuat, dan manfaat ekonominya kembali ke masyarakat daerah asal,” pungkas Irma.



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



14



15



16



17



18



19



20



SURAT TEMAN KI: INDIKASI GEOGRAFIS (IG)



1. Pendaftaran Indikasi Geografis (IG)

Nama:

Bestari

Kasus:

Halo, bagaimana prosedur pendaftaran indikasi geografis (IG)? Selain itu, dasar hukum apa yang digunakan saat ini, Tim?

Jawaban:

Terima kasih telah menghubungi kami. Terkait prosedur pendaftaran IG, kami sampaikan bahwa prosedur diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 tentang Indikasi Geografis. Informasi lengkap mengenai syarat dan prosedur dapat diakses melalui tautan

<https://www.dgip.go.id/menu-utama/indikasi-geografis/syarat-prosedur>.

2. Peraturan Perundang-undangan Merek dan Indikasi Geografis (IG)

Nama:

Bestari

Kasus:

Terkait alur, apakah benar masih mengikuti Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007? Bukan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis maupun Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2019 tentang Indikasi Geografis?

Jawaban:

Terima kasih telah menghubungi kami. Terkait alur pendaftaran IG, saat ini prosedur mengacu pada tiga regulasi berikut.

1. UU Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis;
2. Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2007 tentang Indikasi Geografis;
3. Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2019 tentang Indikasi Geografis.

Silakan mengakses peraturan perundang-undangan tersebut pada tautan <https://www.dgip.go.id/unduhan/kompilasi-pp?kategori=indikasi-geografis&jenis=1>.

Teh Java Preanger:

Dari Bumi Parahyangan hingga ke Dunia Internasional

Teh Java Preanger merupakan salah satu produk IG yang merepresentasikan kejayaan dan kekayaan teh Jawa Barat. Perjalanan pengembangannya menunjukkan betapa pentingnya perlindungan IG dalam menjaga kualitas, reputasi, serta mendongkrak nilai ekonomi produk di pasar domestik maupun internasional.

Bagaimana awal mula Teh Java Preanger berkembang hingga diakui sebagai salah satu produk Indikasi Geografis (IG) unggulan Indonesia?

Perkembangan Teh Java Preanger tidak lepas dari dukungan penuh Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Barat, yang kala itu dipimpin oleh Bapak Arief Santosa, melalui penyelenggaraan pameran Bandung Tea Festival dengan tema "Teh Java Preanger adalah Teh Jawa Barat". Momentum tersebut membuka jalan bagi kami untuk terus dilibatkan oleh pemerintah pusat dalam berbagai ajang pameran nasional. Dari sana, kami mulai memperluas jangkauan pasar dengan merambah ranah digital dan memasarkan produk otentik ini melalui berbagai lokapasar terkemuka, seperti Shopee.

Apa yang membuat Teh Java Preanger memiliki karakteristik dan keunikan khusus yang membedakan dari produk teh daerah lain?

Keunikan dan keunggulan Teh Java Preanger terletak pada komitmen kami terhadap standar mutu yang komprehensif. Kualitas ini dibuktikan dengan kepemilikan berbagai sertifikasi resmi, mulai dari sertifikat IG dari Kementerian Hukum dan HAM untuk jaminan asal-usul produk, HACCP/FSSC 22000 untuk sistem keamanan pangan, Rainforest Alliance (RA) untuk pemenuhan standar kelestarian lingkungan hidup, serta sertifikasi Halal. Perpaduan aspek legalitas, ekologis, dan mutu inilah yang membentuk karakter premium Teh Java Preanger.



Sebagai Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG), bagaimana peran nyata organisasi dalam menjaga kualitas, reputasi, dan konsistensi Teh Java Preanger sebagai produk IG?

Peran kami difokuskan pada penerapan sistem ketertelusuran yang ketat dan keberlanjutan. Melalui implementasi sertifikasi FSSC 22000/ISO 22000, kami memastikan adanya jaminan keamanan pangan yang dapat dilacak (*traceable*) mulai dari proses pemetikan di kebun hingga menjadi produk akhir di tangan konsumen. Selain itu, MPIG berkomitmen menjaga keberlanjutan (*sustainability*) perkebunan teh dengan menyelaraskan tiga prinsip utama pembangunan berkelanjutan: ekonomi (*profit*), sosial (*people*), dan lingkungan (*planet*).

Seberapa penting perlindungan IG ini bagi petani dan pelaku usaha Teh Java Preanger dalam menjaga nama serta nilai ekonomi produk?

Sertifikasi IG ini sangat krusial karena memberikan kepastian perlindungan hukum yang kuat dari risiko pemalsuan atau klaim sepihak atas nama Teh Java Preanger. Pelindungan ini, jika dikombinasikan dengan promosi berkelanjutan melalui pameran nasional oleh pemerintah pusat, akan menjadi benteng utama dalam menjaga reputasi, orisinalitas, serta stabilitas nilai ekonomi produk di tingkat petani dan pelaku usaha.

Apa tantangan terbesar yang dihadapi dalam menjaga kualitas dan reputasi Teh Java Preanger di tengah maraknya produk teh di pasaran saat ini?

Tantangan kami bersifat eksternal dan struktural. Di satu sisi, persaingan produk di pasaran makin ketat. Di sisi lain, industri teh nasional menghadapi realitas pahit karena luas areal perkebunan teh terus menyusut tajam selama 25 tahun terakhir—dari 153.000 hektare pada tahun 2000 menjadi hanya sekitar 97.000 hektare pada periode 2025/2026.

Keunikan dan keunggulan Teh Java Preanger terletak pada komitmen kami terhadap standar mutu yang komprehensif.

Menyikapi hal ini, kami mendorong pemerintah untuk segera mengambil langkah proteksi komoditas teh dalam negeri dari gempuran teh impor. Salah satu solusi konkretnya adalah menaikkan tarif impor teh hijau yang saat ini hanya berada di angka 4% menjadi 40%. Langkah proteksi tarif tinggi ini sebenarnya lumrah dilakukan negara produsen teh lain, seperti India (114%), Bangladesh (di atas 80%), dan Turki (145%).

Teh Java Preanger kini telah masuk ke etalase khusus produk IG di Tokopedia. Apa dampak strategis kehadiran produk di platform ini bagi MPIG dan para pelaku usaha?

Kehadiran di etalase khusus ini memperkuat kredibilitas dan menegaskan kepada publik bahwa produk berlogo IG merupakan produk yang spesial, otentik, dan berkualitas tinggi. Kendati demikian, kami memandang penetrasi digital ini harus tetap diimbangi dengan strategi promosi luring (*offline*) secara konsisten, setidaknya dalam bentuk pameran berkala minimal setahun sekali untuk menjaga kedekatan dengan konsumen.

Setelah masuk ke platform digital, perubahan apa saja yang paling dirasakan MPIG dari segi jangkauan pasar maupun minat komersial konsumen?

Sebagai organisasi yang sudah mengadopsi platform digital sejak awal, kami merasakan dampak yang sangat positif. Akses digital secara nyata memperluas jangkauan pasar secara geografis, meningkatkan volume minat konsumen baru yang mencari teh premium, serta membuka peluang komersialisasi dan kemitraan bisnis (B2B) yang jauh lebih luas bagi Teh Java Preanger.

Apa harapan terbesar MPIG ke depan agar perlindungan IG ini mampu meningkatkan kesejahteraan petani lokal secara nyata?

Harapan besar kami adalah terciptanya sinergi yang berkelanjutan dengan pemangku kebijakan. Kami sangat berharap pemerintah pusat secara konsisten terus melibatkan dan memfasilitasi MPIG Teh Java Preanger dalam setiap agenda promosi strategis maupun pameran berskala nasional dan internasional. Dukungan promosi inilah yang akan menjaga roda ekonomi petani tetap berputar.

MENCOCOKKAN GAMBAR PRODUK DENGAN ASAL DAERAH



Kopi Arabika
Kintamani Bali



Mebel Ukir
Jepara



Lada Putih
Muntok



Kopi Arabika
Gayo



Tembakau
Hitam Sumedang



Beras Adan
Krayan



Kopi Arabika
Flores Bajawa



Purwaceng
Dieng

Kepulauan
Bangka Belitung

Jawa Barat

Kalimantan
Utara

Nusa Tenggara
Timur

Jawa Tengah

Bali

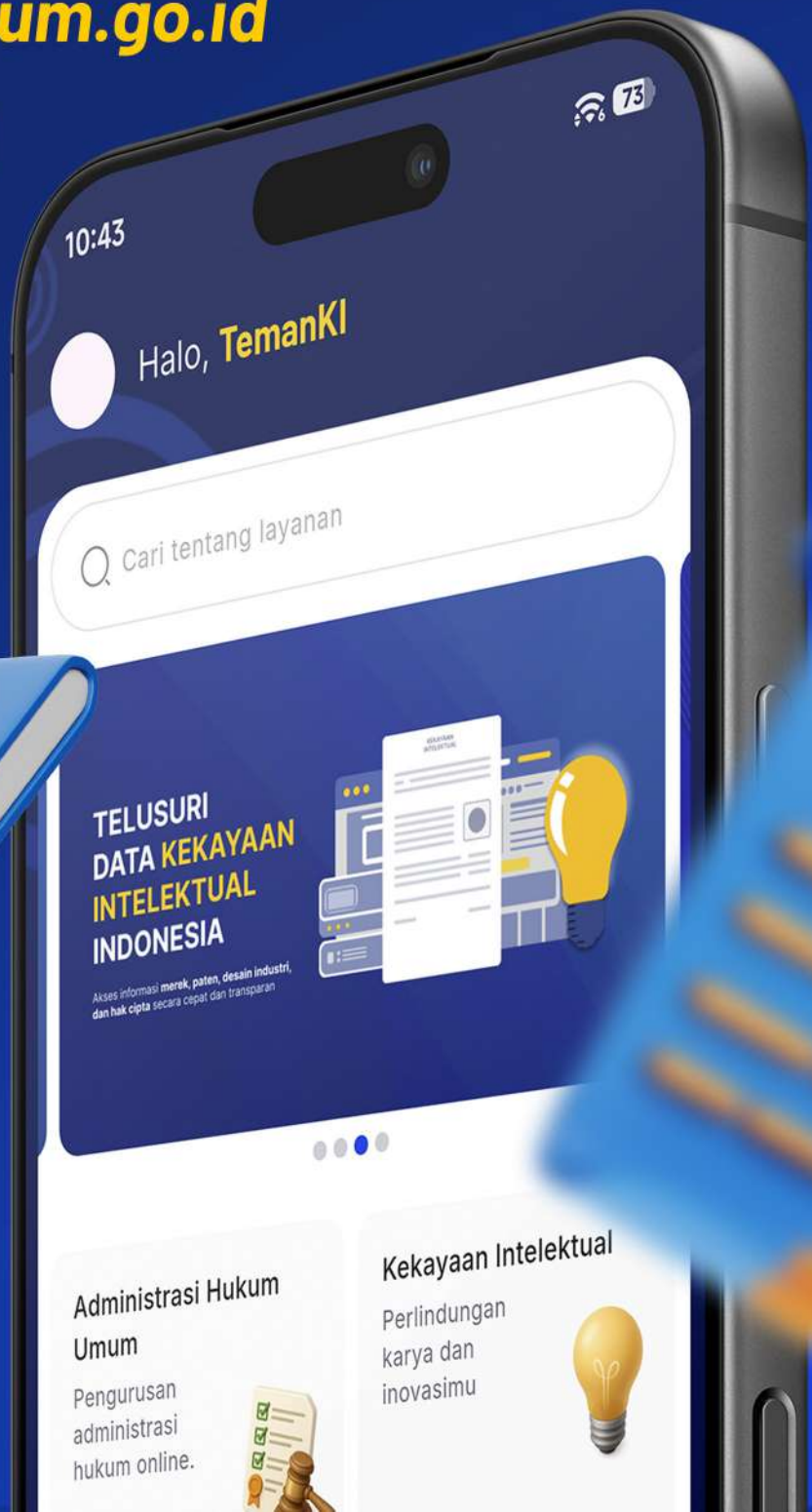
Jawa Tengah

Aceh



Layanan Hukum Makin Mudah

pasti.kemenkum.go.id



Administrasi Hukum Umum

Pengurusan
administrasi
hukum online.



Kekayaan Intelektual

Perlindungan
karya dan
inovasimu





KEMENTERIAN HUKUM
DIREKTORAT JENDERAL
KEKAYAAN INTELEKTUAL

CEK PDKI DULU, SEBELUM DAFTARIN MEREKMU!

Kunjungi **PDKI-INDONESIA.DGIP.GO.ID**

agar tahu merek Anda memiliki persamaan
dengan merek yang sudah terdaftar
sebelumnya.

