

Pengembangan Usaha dari Sumber Daya Lokal Sektor Pertanian: Kasus Pada Produk Kopi Tersertifikasi Indikasi Geografis (IG)

Subkhi Abdul Aziz¹, Ria Jayanthi², Anggini Dinaseviani³

¹Pusat Riset Ekonomi Perilaku dan Sirkuler,

²Pusat Riset Kesejahteraan Sosial Desa dan Konektivitas,

³Pusat Riset Ekonomi Industri, Jasa, dan Perdagangan,
Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN)

ARTICLE INFO

Article history:

DOI:

[10.30595/pspfs.v5i.718](https://doi.org/10.30595/pspfs.v5i.718)

Submitted:

05 Mei, 2023

Accepted:

21 Mei, 2023

Published:

04 Agustus, 2023

Keywords:

Indikasi Geografis; Kopi;
Kesejahteraan Petani

ABSTRACT

Pengembangan usaha kopi yang merupakan hasil sumber daya lokal daerah di sektor pertanian menjadi fokus perhatian dalam rangka meningkatkan kesejahteraan petani dan masyarakat di sekitar wilayah produksi kopi. Sertifikasi Indikasi Geografis (IG) terhadap produk kopi daerah merupakan salah satu cara meningkatkan kesejahteraan petani melalui perlindungan hak atas produksi kopi yang mereka hasilkan. Namun, hanya mengandalkan sertifikasi IG belum cukup bagi produsen kopi untuk meningkatkan kesejahteraan mereka. Penelitian ini bertujuan menganalisis tantangan dan mencari solusi yang diperlukan untuk meningkatkan potensi pengembangan usaha kopi tersertifikasi IG. Penelitian dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan mengambil kasus pada produk-produk kopi yang tersertifikasi IG. Pengumpulan data dilakukan menggunakan teknik wawancara mendalam kepada perwakilan Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG) yang berasal dari produk kopi, praktisi dan pelaku usaha produk IG. Selain itu dilakukan analisis data sekunder berupa dokumen terkait dengan kebijakan pemerintah dan pasar kopi. Hasil penelitian menunjukkan tantangan yang ditemui dalam pengembangan usaha kopi tersertifikasi IG, diantaranya adalah rendahnya pemahaman oleh produsen kopi dan konsumen lokal di Indonesia terhadap produk tersertifikasi IG, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan, kurangnya infrastruktur pendukung seperti jalan dan akses internet, dan minimnya modal yang dimiliki oleh produsen kopi. Adapun solusi yang diperlukan untuk pengembangan usaha kopi tersertifikasi IG adalah dukungan pemerintah melalui perbaikan kebijakan, pembangunan infrastruktur pendukung, pelatihan dan pendampingan usaha, serta penyediaan modal usaha. Implikasi dari hasil penelitian ini adalah pentingnya mendukung pengembangan usaha kopi tersertifikasi IG yang merupakan hasil dari sumber daya lokal daerah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mempromosikan produk kopi berkualitas tinggi dari Indonesia.

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



Corresponding Author:

Subkhi Abdul Aziz

Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN)

Jl. M.H. Thamrin No. 8, Jakarta Pusat 10340

Email: -

1. PENDAHULUAN

Indikasi geografis (IG) digunakan untuk menandakan suatu produk yang memiliki karakteristik khusus dan berasal dari daerah geografis tertentu. Label IG melekat pada suatu produk yang memiliki kualitas, karakteristik, dan reputasi tertentu yang dipengaruhi dari tempat asalnya (Rahmah, 2017; Vats, 2016). Kualitas dan karakteristik unik dari suatu produk IG ditentukan oleh kondisi lingkungan dan budaya serta pengetahuan tradisional yang mendasari proses produksi di daerah asal geografisnya (Rahmah, 2017). IG juga hadir dalam beberapa perjanjian internasional, salah satunya Agreement on the Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIP's Agreement). TRIP's Agreement merupakan salah satu hasil dari pembentukan organisasi perdagangan dunia (WTO) di Marrakesh, Maroko pada 15 April 1994. Berdasarkan TRIP's Agreement Pasal 22, WTO mendefinisikan IG sebagai identifikasi suatu barang yang berasal dari suatu wilayah atau lokalitas di wilayah itu, di mana kualitas, reputasi atau karakteristik lain dari barang tersebut pada dasarnya disebabkan olehnya asal geografis (WTO, n.d.). Pemerintah Indonesia berdasarkan Undang-Undang No.20 Tahun 2016 mendefinisikan IG sebagai suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang 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 atau produk yang dihasilkan. Dari berbagai definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa suatu produk digolongkan sebagai IG jika kualitas dan karakteristik produk dipengaruhi oleh tempat dan kondisi geografis dimana produk tersebut dihasilkan - terdapat hubungan yang jelas antara produk dan tempat produksi aslinya. Di Indonesia, suatu produk diakui sebagai IG jika sudah mendapatkan sertifikasi dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham). Untuk mendapatkan sertifikasi IG, suatu produk yang didaftarkan dalam perlindungan IG ke kemenkumham harus memenuhi syarat objektif dan syarat subjektif. Setelah itu akan dilakukan pemeriksaan administratif dan substantif oleh Tim Ahli Indikasi Geografis yang dibentuk oleh Dirjen HKI Kemenkumham RI.

Sebagai negara dengan keanekaragaman budaya dan geografis yang sangat kaya, Indonesia memiliki banyak produk unggulan yang sudah tersertifikasi sebagai produk IG. Hingga tahun 2021 telah terdaftar sebanyak 98 produk dalam negeri yang tersertifikasi Indikasi Geografis. Indikasi Geografis dari produk Kopi mendominasi dengan total mencapai 37 Indikasi Geografis yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia yang terdiri dari 20 produk kopi IG di pulau Sumatera, 7 produk kopi IG di pulau Jawa, 6 produk kopi IG di wilayah Bali NTB NTT, 3 produk kopi IG di pulau Sulawesi, dan 1 produk kopi IG di Papua. Namun, dari sekian banyak produk kopi yang sudah tersertifikasi IG, tidak semua produk kopi dapat terkelola dengan baik dan menjadi sukses sehingga dapat mengangkat derajat hidup bagi petani dan pelaku usaha dari produk kopi IG tersebut. Selain itu, sebenarnya banyak potensi produk dari berbagai daerah di Indonesia yang masih dalam proses pendaftaran IG (Adiwinansa, 2013; Karamina et al., 2019; Kudiya & Atik, 2020; Prabowo et al., 2020; Suliantoro et al., 2018; Thalib et al., 2020). Namun, karena kurangnya pemahaman tentang IG diantara para pemangku kepentingan dan kurangnya perhatian pemerintah daerah terhadap potensi IG menjadi penyebab minimnya produk dari daerah yang telah terdaftar sebagai produk IG pada DJKI.

Disamping itu, pengembangan usaha bagi produk IG menjadi penting agar petani maupun pengrajin produk IG mendapatkan keuntungan yang lebih baik dari penjualan produk yang mereka hasilkan. Pengembangan produk IG merupakan suatu upaya untuk mempromosikan dan melindungi produk yang berasal dari daerah tertentu dengan kualitas, reputasi, dan karakteristik yang unik dan berasal dari lingkungan alam dan sosial yang khas. Pengembangan produk IG juga bertujuan untuk meningkatkan pendapatan bagi produsennya terutama bagi masyarakat lokal yang menjadi petani dan pengrajin produknya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk membahas tantangan dan hambatan dalam pengembangan produk kopi IG di Indonesia serta strategi yang dapat dilakukan untuk mengatasi tantangan dan hambatan tersebut. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan produk kopi IG di Indonesia serta meningkatkan daya saing produk kopi IG Indonesia di pasar global.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Data pada penelitian ini menggunakan dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diambil menggunakan wawancara mendalam dengan teknik wawancara semi-terstruktur. Wawancara semi-terstruktur digunakan pada penelitian ini karena sifat dari penelitian yang bersifat eksplorasi. Wawancara semi-terstruktur memberikan kesempatan untuk menyelidiki jawaban informan, di mana peneliti ingin informan yang diwawancarai menjelaskan dan memberikan tanggapan terhadap topik tertentu (Saunders et al., 2015). Informan yang diwawancarai pada penelitian ini mempunyai latar belakang sebagai anggota perwakilan Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG) yang berasal dari produk kopi, praktisi dan pelaku usaha produk IG. Sedangkan untuk data sekunder berupa dokumen terkait dengan kebijakan pemerintah dan pasar kopi diambil dari berbagai sumber dengan memanfaatkan teknologi internet. Data primer dan sekunder yang terkumpul dari penelitian ini, selanjutnya dianalisis menggunakan teknik analisis tematik untuk menjawab pertanyaan penelitian terkait pengembangan usaha produk kopi

tersertifikasi IG.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data primer dan sekunder menggunakan analisis tematik, ditentukan empat tantangan dan empat solusi yang terdapat dalam pengembangan produk kopi tersertifikasi IG. Empat tantangan tersebut adalah rendahnya pemahaman oleh produsen kopi dan konsumen lokal di Indonesia terhadap produk tersertifikasi IG, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dari pelaku usaha produk kopi lokal daerah, kurangnya infrastruktur pendukung seperti jalan dan akses internet di sekitar lokasi produsen kopi daerah, dan minimnya modal yang dimiliki oleh produsen kopi tersertifikasi IG. Adapun empat solusi yang diperlukan untuk pengembangan usaha kopi tersertifikasi IG berdasarkan hasil analisis tematik adalah perlunya dukungan pemerintah melalui perbaikan kebijakan atas pemalsuan produk IG, kebijakan dalam pembangunan infrastruktur pendukung di sekitar lokasi produsen kopi, memfasilitasi pelatihan dan pendampingan usaha, dan penyediaan modal usaha bagi pelaku usaha produk kopi tersertifikasi IG.

Berikut merupakan penjelasan detail terkait tantangan yang menjadi penghambat para pelaku usaha produk kopi tersertifikasi IG dalam mengembangkan usaha mereka:

Rendahnya Pemahaman Produsen Kopi dan Konsumen Lokal di Indonesia Terhadap Produk Tersertifikasi IG

Karakteristik dari suatu produk IG adalah dapat ditelusuri asal dari suatu produk. Sebagai contoh untuk produk kopi, dapat ditelusuri dimana produk itu ditanam, siapakan petani yang menanamnya dan dimana produk kopi tersebut ditanam, diolah dan dipasarkan. Namun, pada kenyataannya, dalam praktik dilapangan tidak semua produsen produk kopi tersertifikasi IG dapat melakukan hal tersebut. Masih terdapat produsen kopi IG yang melakukan pencatatan secara manual, yang sangat menuntut kedisiplinan tinggi dalam mencatat setiap proses yang dilakukan. Sehingga sikap produsen kopi IG sangat menentukan ketepatan ketelusuran dari produk kopi IG mereka. Seperti pernyataan dari salah satu narasumber:

“Walaupun dalam kaitan dengan database kita masih agak sedikit manual dan lain-lain dan memang itulah kondisi sekarang, mekanisme itu yang sekarang kami tempuh, sehingga saat kita menjual kita dapat mengetahui, oh kopi dari unit pengolahan hasil, dan ini dari koperasi ini, tapi kita tidak bisa menjelaskan dari mana kopi itu di peroleh dan ditanam karena proses pencatatannya kurang rapih” (Narasumber MPIG Kopi Arabika Flores Bajawa)

Ketidaktepatan dalam melakukan ketelusuran asal-usul produk kopi IG terkadang menjadi penghambat dalam proses pemasaran dan penjualan produk, terutama bagi konsumen internasional yang sangat memperhatikan akurasi ketelusuran asal-usul produk kopi IG. Di sisi lain, konsumen lokal di Indonesia juga masih memiliki pemahaman yang terbatas tentang produk kopi tersertifikasi IG dan nilai tambah dari produk kopi tersebut. Keterbatasan pengetahuan dan pemahaman konsumen lokal tentang produk kopi tersertifikasi IG mempengaruhi minat beli dan pilihan konsumen. Sebagai contoh, produk kopi yang tersertifikasi IG memiliki logo khusus yang tertera pada kemasannya. Namun, mayoritas konsumen lokal tidak memperhatikan pentingnya logo tersebut pada kemasan kopi, dan lebih memilih kopi yang sama dengan harga lebih murah, meskipun tidak memiliki label IG yang tertera pada kemasan.

Keterbatasan Pengetahuan dan Keterampilan Penggunaan Teknologi Digital dari Pelaku Usaha Produk Kopi Lokal Daerah

Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan teknologi digital dari pelaku usaha produk kopi IG merupakan masalah yang signifikan dalam mengembangkan bisnis mereka. Dalam era digital seperti saat ini, teknologi digital menjadi sangat penting dalam memasarkan produk dan meningkatkan daya saing bisnis. Namun, masih banyak pelaku usaha kopi IG yang memiliki keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam mengoperasikan teknologi digital. Salah satu contoh dari keterbatasan ini adalah kurangnya pemahaman tentang bagaimana mengoptimalkan pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produk kopi. Banyak pelaku usaha kopi IG yang belum memahami potensi media sosial dalam memasarkan produk mereka, seperti penggunaan iklan berbayar di Facebook atau Instagram. Mereka juga kurang memahami cara membuat konten yang menarik untuk memikat minat konsumen. Selain media sosial, teknologi lainnya yang menjadi keterbatasan bagi pelaku usaha kopi IG adalah platform e-commerce. Seiring dengan perkembangan teknologi, banyak konsumen yang mulai beralih ke platform e-commerce dalam melakukan pembelian produk, termasuk produk kopi. Namun, banyak pelaku usaha kopi IG yang belum memahami cara menjual produk mereka di platform e-commerce, sehingga mereka kehilangan peluang untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Permasalahan tersebut dinyatakan oleh beberapa narasumber:

“Kendalanya yang pertama mungkin kemampuan atau skill atau pengetahuan penggunaan media online, dan media apa saja yang bisa digunakan untuk menjual itu, masih sangat minim. Lalu kedua, pengetahuan dan skill untuk menggunakan sarana untuk bisa online, bisa di panggil dan menjawab melalui

panggilan online” (Narasumber MPIG Kopi Arabika Flores Bajawa)

“Generasi anak muda di organisasi atau di rumah yang punya konsentrasi dan punya keahlian dalam kaitan dalam hal teknologi digital ini masih sangat kurang” (Narasumber Pelaku Usaha Kopi Arabika Flores Bajawa)

“Petani yang sebagian besar berusia lanjut dan perlu waktu untuk mengajarnya, dan tentunya teknologi yang mahal” (Narasumber Pelaku Usaha Kopi Sumatera Kerinci)

Disamping itu, tidak hanya keterbatasan dalam penggunaan teknologi digital saja, beberapa pelaku usaha dari produk kopi IG jg memiliki keterbatasan dalam kepemilikan alat komunikasi seperti HP yang digunakan untuk bertukar informasi terkait bisnis kopi mereka. Hal ini diungkapkan oleh narasumber:

“Untuk komunikasi di situasi seperti ini ya melalui WA atau telepon atau SMS dan juga itu tetap kita jalan, tapi sekali lagi ini tentunya tidak menjangkau semua petani karena tidak semua memiliki fasilitas yang sama, dalam hal ini kita bisa ambil contoh seperti HP saja, jadi tidak semua punya itu, jadi layanan itu boleh kami katakan agak terpenggal secara informasinya jadi tidak menjangkau semua itu” (Narasumber MPIG Kopi Arabika Flores Bajawa)

Kurangnya Infrastruktur Pendukung Seperti Jalan dan Akses Internet di Sekitar Lokasi Produsen Kopi Daerah

Kurangnya infrastruktur pendukung seperti jalan dan akses internet di sekitar lokasi produsen kopi IG menjadi tantangan yang signifikan dalam pengembangan usaha kopi dengan sumber daya lokal. Kondisi jalan yang rusak dan terbatas, serta kurangnya akses internet yang cepat dan stabil mempengaruhi produktivitas dan efisiensi produsen kopi dalam menjalankan usahanya. Produsen kopi yang berlokasi di daerah terpencil atau pegunungan yang aksesnya sulit dijangkau oleh kendaraan roda empat atau kendaraan besar lainnya seringkali mengalami kesulitan dalam mengakses pasar atau sumber daya lain yang diperlukan untuk pengembangan usaha mereka. Kondisi jalan yang buruk membuat biaya transportasi menjadi lebih tinggi, sehingga berdampak pada kenaikan harga jual kopi yang diproduksi. Selain itu, proses pengiriman yang lambat dan tidak efisien juga dapat berdampak pada hilangnya kesempatan untuk memasarkan produk tersebut ke pasar yang lebih luas. Masalah infrastruktur lain yaitu akses internet yang terbatas, membuat informasi tentang tren pasar kopi dan teknologi terbaru sulit diakses oleh produsen kopi sehingga menghambat pengembangan usaha kopi yang lebih efisien dan efektif. Akses internet yang cepat dan stabil di sekitar lokasi pelaku usaha kopi IG sangat diperlukan. Pada kasus dalam penelitian ini, akses internet sangat dibutuhkan oleh para pelaku usaha kopi IG. Akses internet ini digunakan untuk berkomunikasi dengan para konsumen, memasarkan produk, dan mengimplementasikan teknologi *traceability* untuk pencatatan data pelacakan asal-usul produk kopi. Pentingnya ketersediaan akses internet diungkapkan oleh narasumber yang berkecimpung dengan usaha produk kopi IG:

“Permasalahan selanjutnya adalah signal, signalnya yang mungkin lumayan tidak bagus, sehingga, kadang-kadang ketika kita mau jual juga tuh lamban sekali balasnya” (Narasumber MPIG Kopi Arabika Flores Bajawa)

*“Untuk kendala yang dihadapi untuk implementasi teknologi *traceability* adalah sinyal yang tidak merata” (Narasumber Pelaku Usaha Kopi Arabika Sumatera Kerinci)*

Minimnya Modal yang Dimiliki oleh Produsen Kopi

Minimnya modal yang dimiliki oleh produsen kopi IG merupakan salah satu kendala utama dalam pengembangan usaha dari sumber daya lokal sektor pertanian, khususnya dalam hal produksi dan pemasaran. Produsen kopi kecil dan menengah seringkali mengalami kesulitan dalam memperoleh modal yang cukup untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi kopi mereka dan juga memperluas jaringan pemasaran. Beberapa kendala yang sering dihadapi oleh produsen kopi terkait dengan modal adalah kurangnya akses ke lembaga keuangan dan perbankan, serta sulitnya akses untuk permodalan. Keterbatasan modal juga membuat mereka sulit untuk melakukan inovasi, investasi dalam teknologi produksi yang lebih efektif dan teknologi *traceability* yang harganya tergolong mahal. Beberapa produsen kopi lokal bahkan kesulitan dalam memperoleh akses ke sumber daya keuangan yang diperlukan untuk menjalankan usaha mereka.

Dari empat tantangan yang ditemui dalam pengembangan usaha kopi IG. Berikut empat solusi yang diperlukan untuk mengatasi tantangan dalam pengembangan usaha kopi tersertifikasi IG tersebut:

Dukungan Pemerintah Melalui Perbaikan Kebijakan yang Mendukung Produk IG

Dalam mengembangkan usaha dari sumber daya lokal sektor pertanian seperti produk kopi IG, dukungan dari pemerintah sangatlah penting. Pemerintah pusat dan daerah dapat memberikan dukungan dalam berbagai aspek, seperti perbaikan kebijakan dan peraturan terkait dengan produksi, pemasaran dan perlindungan produk kopi IG.

Salah satu kebijakan yang dapat diterapkan adalah pembangunan dan perbaikan infrastruktur pendukung, seperti jalan dan akses internet di sekitar wilayah produksi kopi IG. Selain itu, pemerintah juga

dapat memberikan bantuan modal atau pembiayaan khusus kepada pelaku usaha produk kopi IG. Selanjutnya, pemerintah juga dapat memberikan dukungan dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan produsen kopi terkait dengan produk tersertifikasi IG dan penggunaan teknologi digital. Dukungan ini dapat berupa pelatihan dan pembinaan yang diselenggarakan oleh pemerintah atau mitra kerja sama, sehingga produsen kopi dapat memahami pentingnya produk tersertifikasi IG dan memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas bisnis mereka.

Selain dukungan dari pemerintah pusat, dukungan dari pemerintah daerah juga sangat penting. Pemerintah daerah dapat memberikan dukungan dalam hal perizinan dan pengembangan industri kopi lokal di daerah mereka. Dukungan ini dapat mencakup perizinan usaha, penyediaan lahan, dan bantuan teknis serta konsultasi bagi produsen kopi lokal. Berikut pernyataan narasumber terkait program kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah daerah:

“kalau untuk kemitraan itu yang bisa untuk peningkatan produksi pasca panen itu memang PEMDA juga ada layanan, tapi sekali lagi ini karena mereka tidak satu-satunya mengurus tentang komoditi kopi, kalau pemerintah tentunya semua tanaman yang dikatakan perkebunan atau kopi tentunya itu semua disentuh, sehingga tidak terlalu fokus lah misalnya tahun ini mereka melakukan bersama MPIG atau petani-petani di MPIG mereka memberikan masukan terkait dengan kopi-kopi yang usianya sudah tua, maka ada program rejuvinasi, tapi program itu tidak ditindak lanjuti pasca rejuv itu, apa yang dilakukan pemangkasan atau penyambungan peningkatan itu juga tidak dilakukan, sehingga apa sering terpenggal program, jadi tidak berkesinambungan untuk sampai mendapatkan hasil yang diharapkan, jadi begitu apalagi sekarang dengan situasi pandemi yang seperti ini ya, jujur saja ini terlalu susah bahkan sampai detik ini urusan pengorganisasian ini, MPIG terpaksa berjalan sendiri teman-teman itu terpasung dengan kebijakan apa refocusing anggaran dan lain-lain, sehingga tidak bisa menjalankan program-programnya begitu.” (Narasumber Pelaku Usaha Kopi Arabika Flores Bajawa)

Dukungan dari pemerintah pusat dan daerah dapat membantu meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian produsen kopi lokal. Selain itu, dukungan ini juga dapat membantu meningkatkan daya saing produk kopi Indonesia di pasar global. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah untuk terus meningkatkan dukungan dan perhatiannya terhadap pengembangan usaha dari sumber daya lokal sektor pertanian, seperti produk kopi tersertifikasi IG.

Kebijakan Pembangunan Infrastruktur Pendukung di Sekitar Lokasi Produsen Kopi

Pembangunan infrastruktur pendukung yang memadai merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan potensi usaha dari sumber daya lokal sektor pertanian, seperti pada kasus produk kopi IG. Namun, pembangunan infrastruktur pendukung yang memadai masih menjadi tantangan di beberapa wilayah yang menjadi pusat produksi kopi di Indonesia. Kondisi jalan yang rusak dan minimnya akses internet menjadi kendala bagi pelaku usaha kopi untuk mengembangkan usaha mereka.

Salah satu kebijakan yang dapat dilakukan oleh pemerintah adalah membangun jalan-jalan yang memadai untuk memudahkan transportasi dari dan ke lokasi produsen kopi IG. Sebagian besar produsen kopi di Indonesia berada di daerah terpencil atau pegunungan yang aksesnya sulit dijangkau oleh kendaraan besar, sehingga sulit untuk mengangkut hasil panen ke pasar. Dengan adanya jalan yang memadai, produsen kopi dapat lebih mudah mengangkut hasil panen mereka ke pasar, sehingga dapat meningkatkan pendapatan mereka.

Selain itu, pemerintah juga dapat memperbaiki akses internet di daerah sekitar produksi kopi IG. Dalam era digital seperti saat ini, akses internet sangatlah penting bagi para pelaku usaha kopi. Dengan akses internet yang memadai, para produsen kopi dapat melakukan pemasaran dan berkomunikasi dengan konsumen lebih efektif. Selain itu, dengan adanya akses internet yang memadai, produsen kopi juga dapat mengimplementasikan teknologi traceability dengan lebih mudah yang digunakan untuk pencatatan data ketelusuran dari produk kopi IG.

Untuk mewujudkan hal tersebut, diperlukan kerja sama antara produsen kopi, pemerintah, dan pihak-pihak terkait lainnya dalam meningkatkan infrastruktur dan memfasilitasi pengembangan usaha kopi tersertifikasi IG yang merupakan hasil dari sumber daya lokal di daerah dan memiliki potensi yang besar. Dengan infrastruktur yang lebih baik dan dukungan yang lebih luas, pengembangan usaha kopi IG dapat memberikan kontribusi positif bagi kesejahteraan petani, pelaku usaha dan masyarakat di sekitar wilayah produksi kopi.

Fasilitasi Pelatihan dan Pendampingan Usaha

Dalam mengatasi keterbatasan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh pelaku usaha kopi IG, perlu adanya upaya peningkatan kapasitas dan keterampilan melalui pelatihan dan pendidikan. Pelatihan dapat mencakup pengolahan kopi, manajemen usaha, dan pengembangan produk. Selain itu, kolaborasi dengan pihak-pihak terkait seperti lembaga pendidikan, pemerintah, dan lembaga swadaya masyarakat juga dapat membantu dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha kopi IG. Peningkatan pengetahuan dan

keterampilan dapat membantu pelaku usaha kopi IG dalam mengembangkan usaha mereka secara berkelanjutan. Dengan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan, pelaku usaha dapat meningkatkan potensi dari kopi lokal daerah agar dapat bersaing di pasar global. Selain itu, pengembangan keterampilan dalam manajemen usaha dan keuangan juga dapat membantu pelaku usaha dalam mengelola bisnis mereka secara efektif dan efisien.

Pada era digital saat ini, penguasaan terhadap keterampilan teknologi digital menjadi sangat diperlukan untuk memaksimalkan bisnis usaha dari produk kopi IG. Upaya untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan teknologi digital dari pelaku usaha kopi IG menjadi penting. Pelatihan dan workshop tentang pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce dapat membantu pelaku usaha kopi IG dalam memasarkan produk mereka secara efektif dan menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, pelatihan tentang implementasi teknologi traceability juga sangat penting dalam memastikan keaslian dan kualitas produk kopi melalui ketepatan pencatatan ketelusuran datanya. Kebutuhan terhadap pelatihan penggunaan teknologi digital diungkapkan oleh narasumber:

“Komunikasi virtual dalam kaitan dengan penjualan, mereka (PT. O dan PT. S) sebenarnya mendorong untuk menggunakan teknologi digital. Tapi di organisasi kami belum banyak yang memahami betul, dibutuhkan penguatan kapasitas berkaitan dengan digitalisasi untuk memasuki dunia bisnis yang baik itu masih sangat terbatas, belum terlalu mendapat sentuhan di situ. Maka kami kepingin untuk ada kegiatan seperti pelatihan digitalisasi atau penggunaan media online dan lain sebagainya” (Narasumber Pelaku Usaha Kopi Arabika Flores Bajawa)

Penyediaan Modal Usaha

Salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah melalui pengembangan program kemitraan antara produsen kopi IG dengan lembaga keuangan atau investor yang tertarik untuk mendukung pengembangan usaha kopi lokal. Selain itu, alternatif program kemitraan juga dapat dilakukan dengan melakukan kolaborasi dengan pihak lainnya yang memiliki modal besar, seperti perusahaan roasting kopi. Program kemitraan ini dapat membantu produsen kopi IG dalam memperoleh modal yang diperlukan untuk mengembangkan usaha mereka dan juga memperluas jaringan pemasaran. Di sisi lain, pemerintah juga dapat berperan dalam meningkatkan modal yang tersedia untuk produsen kopi lokal. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan akses ke program bantuan keuangan bagi produsen kopi yang terdaftar sebagai produsen kopi IG. Program bantuan keuangan dari pemerintah juga perlu didukung oleh pihak-pihak terkait seperti lembaga keuangan dan lembaga swadaya masyarakat. Salah satu contoh solusi yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan bantuan pinjaman modal berbunga rendah kepada produsen kopi lokal serta memberikan pelatihan tentang pengelolaan keuangan yang baik. Program kemitraan dan bantuan keuangan ini dapat membantu produsen kopi lokal dalam memperoleh modal untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi kopi mereka, sehingga memperkuat posisi produk kopi IG dalam pasar lokal dan internasional.

Selain program kemitraan dan bantuan keuangan, produsen kopi lokal juga dapat mengambil langkah mandiri untuk meningkatkan modal yang tersedia. Contohnya, melakukan program penggalangan dana melalui platform crowdfunding atau memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk kopi mereka secara lebih luas. Dalam hal ini, kemampuan untuk memanfaatkan teknologi digital dapat menjadi kunci sukses dalam pengumpulan modal yang diperlukan untuk mengembangkan usaha kopi lokal.

Namun, penting untuk diingat bahwa solusi atas kendala minimnya modal yang dimiliki oleh produsen kopi bukanlah solusi jangka panjang. Oleh karena itu, diperlukan adanya upaya untuk meningkatkan kemandirian produsen kopi IG melalui penguatan kapasitas dan pelatihan, serta membuka peluang akses ke pasar yang lebih luas. Dengan cara ini, diharapkan produsen kopi IG dapat menjadi lebih mandiri dan berkelanjutan dalam pengembangan usaha dari sumber daya lokal sektor pertanian.

4. SIMPULAN

Sertifikasi IG merupakan salah satu cara melindungi hak keaslian dari produk kopi daerah. Namun sertifikasi IG saja tidak cukup untuk mensejahterakan para pelaku usaha produk kopi lokal daerah tersebut. Terdapat tantangan yang menjadi penghambat para pelaku usaha produk kopi tersertifikasi IG dalam mengembangkan usaha mereka diantaranya adalah rendahnya pemahaman oleh produsen kopi dan konsumen lokal di Indonesia terhadap produk tersertifikasi IG, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dari pelaku usaha produk kopi lokal daerah, kurangnya infrastruktur pendukung seperti jalan dan akses internet di sekitar lokasi produsen kopi daerah, dan minimnya modal yang dimiliki oleh produsen kopi. Adapun solusi yang diperlukan untuk pengembangan usaha kopi tersertifikasi IG adalah dukungan pemerintah melalui perbaikan kebijakan atas pemalsuan produk IG, kebijakan dalam pembangunan infrastruktur pendukung di sekitar lokasi produsen kopi, memfasilitasi pelatihan dan pendampingan usaha, serta penyediaan modal usaha. Penelitian ini menekankan pentingnya mendukung pengembangan usaha kopi tersertifikasi IG yang merupakan hasil dari sumber daya lokal daerah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mempromosikan produk kopi

berkualitas tinggi dari Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwinansa, P. R. (2013). *STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM GULA SEMUT DI DESA HARGOTIRTO KECAMATAN KOKAP KABUPATEN KULON PROGO*. 1–12.
- Karamina, A., Harmoko, F. S., Sulistianingsih, D., Hukum, F., Negeri, U., & Geografis, I. (2019). *Identifikasi dan Pemanfaatan Indikasi Geografis dan Indikasi Asal Melalui Program Pembinaan Pada Masyarakat*. 6.
- Kudiya, K., & Atik, S. K. (2020). Kekuatan Desain Motif Batik Cirebon sebagai Ruang Identitas Indikasi Geografis Indonesia. *Jurnal Ilmiah Desain Interior*, 6, 1–12.
- Prabowo, M. R. E., Sari, N. K., & Zulaika, E. (2020). KAJIAN YURIDIS PENDAFTARAN PISANG MAS KIRANA SEBAGAI PRODUK INDIKASI GEOGRAFIS KABUPATEN LUMAJANG. *Syntax Idea*, 2(9), 626–634.
- Rahmah, M. (2017). The protection of agricultural products under geographical indication: An alternative tool for agricultural development in Indonesia. *Journal of Intellectual Property Rights*, 22(2), 90–103.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2015). *Research Methods for Business Students*. In *Financial Times/Prentice Hall, Harlow* (7th ed.). Pearson Education.
- Suliantoro, A., Andraini, F., Juwanda, F., Studi, P., Hukum, I., Hukum, F., & Semarang, U. S. (2018). *Potensi indikasi geografis batik semarang*. *April 2017*, 978–979.
- Thalib, N. A., Santoso, B., & Lestari, S. N. (2020). Suatu analisis terhadap perlindungan hukum indikasi geografis di propinsi riau. *Jurnal Selat*, 7(2).
- Vats, N. K. (2016). Geographical indication-the factors of rural development and strengthening economy. *Journal of Intellectual Property Rights*, 21(5–6), 347–354.
- WTO. (n.d.). *Part II — Standards concerning the availability, scope and use of Intellectual Property Rights*. Retrieved April 20, 2023, from https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/27-trips_04b_e.htm