



KEMENTERIAN HUKUM
DIREKTORAT JENDERAL
KEKAYAAN INTELEKTUAL



IP XPOSE INDONESIA

Elevating Indonesia's Intellectual Property to The World

Perhelatan tahunan yang menghadirkan berbagai kegiatan
diseminasi, promosi dan edukasi serta pemasaran produk
kekayaan intelektual Indonesia.

**Hermansyah Siregar, S.H, M.H.
Direktur Merek dan Indikasi Geografis
DJKI – Kemenkum RI**



FROM LOCAL TO GLOBAL

Kekuatan **Merek** sebagai Pintu Masuk Anda ke
Pasar Global

"Pernahkah Anda membayangkan
Produk Lokal Anda bisa **Terpajang di**
Toko di Dubai, New York, Paris, atau
Tokyo? Hari ini, kita akan bahas
caranya."



Dari Indonesia untuk Dunia



INDONESIA
BERKARYA & BERINOVASI
DKI MELINDUNGI



EIGER
TROPICAL ADVENTURE



Mereka Sudah Membuktikannya.

Kapan Giliran Anda???



- **Indomie:** Dicintai di lebih dari 80 negara
- **Kopiko:** Sampai ke luar angkasa bersama astronot NASA
- **Eiger:** Menaklukkan puncak-puncak dunia
- **Tolak Angin:** Resep herbal Indonesia yang menghangatkan dunia
- **Polygon:** Membawa para atlet dunia ke podium juara

Pesan Kunci: Mereka semua memiliki satu kesamaan
yaitu **Merek yang Kuat dan Terlindungi.**





Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.

(Ps. 1 Ayat 1 UU No. 20 Tahun 2016)

Memenuhi 3 Syarat

Berdasarkan Pasal 1 ayat 1
UU 20/2016

TANDA DAPAT
DIREPRESENTASIKAN
SECARA GRAFIS



MEMILIKI DAYA
PEMBEDA



UNTUK DIGUNAKAN
DALAM KEGIATAN
PERDAGANGAN



“ JENIS-JENIS MEREK

BRAND

► Merek Biasa



RENARD BLANC



► Merek Kolektif



► Merek Sertifikasi



Tanda yg menunjukkan identitas & ciri produk
yg proses produksinya di Daerah Istimewa
Yogyakarta



Tanda yg menunjukkan identitas & ciri produk
yg bahan baku & proses produksinya di daerah





- Pembeda dengan produk lainnya
- Tidak mengecoh konsumen
- Konsumen dapat dengan mudah mendapatkan produk yang diinginkan

IDENTITAS PRODUK



MENAMBAH NILAI EKONOMI PRODUK



Rp. 3.500/butir



> Rp. 10.000/butir



MENAIKAN REPUTASI PENGGUNA



Merek merefleksikan dan mencitrakan reputasi dari suatu produk, dapat meningkatkan prestise konsumen yang menggunakan produk.

JAMINAN KUALITAS



KAMU PILIH YANG MANA...??

HARTA TAK BERWUJUD

Pailit, Aset PT Nyonya Meneer Akan Dilelang Untuk Bayar Utang

Kompas.com, 4 Agustus 2017, 19:00 WIB



Komentar

Lihat Foto



72 Merek Dagang Nyonya Meneer Dijual Rp 10 Miliar

Andika

Rabu, 12 Juni 2019 | 10:01 WIB



Foto: suaramerdeka.com / dok

Pailit pada tahun 2017

PN Semarang pada 3 Agustus 2017 memutuskan perusahaan PT. Nyonya Meneer pailit akibat kegagalan membayarkan kewajiban hutang kepada kreditur dan karyawan yang diberhentikan. Selain karena tata Kelola perusahaan, pemicu tutupnya perusahaan juga dikarenakan adanya konflik internal keluarga. Namun saat ini merek-merek Nyonya Meener masih berkibar di bawah naungan PT. Bhumi Empon Mustiko. Walaupun perusahaan dinyatakan pailit, merek Nyonya Meneer masih tetap hidup, dekat dengan pelanggan dan produk-produknya masih dapat dijumpai di pasar.

Bisnis boleh mati, tapi Merek dapat tetap hidup!

PRINSIP PELINDUNGAN MEREK



First to File
System

The Principle of
Territoriality

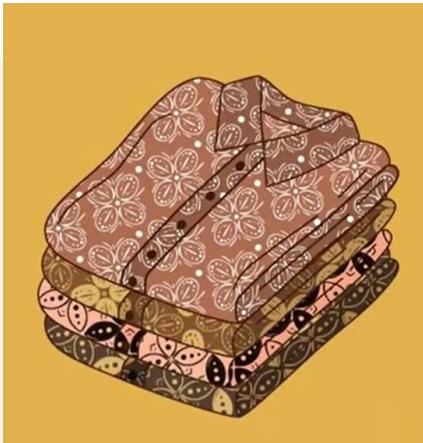
The Principle of
Specialty

MEREK KOLEKTIF

Merek Kolektif adalah Merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasannya yang akan diperdagangkan oleh **beberapa orang atau badan hukum** secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.



KEUNTUNGAN MEREK KOLEKTIF



- Menikmati reputasi daerah atau produk yang telah dibangun oleh produsen lain.
 - Penguatan kualitas yang berstandar.
 - Peluang kerjasama dengan sesama anggota.
 - Alat pembangunan daerah.
- Ekonomi
 - Menekan **biaya pendaftaran**.
 - Menekan **biaya promosi**.
 - Menekan **biaya penegakan hukum**.
 - Tidak memerlukan biaya **lisensi**, cukup bergabung menjadi anggota.

MANFAAT KERJA SAMA ANTAR ANGGOTA

JOINT MARKETING

Promosi yang dibangun bersama berpotensi memperluas jumlah konsumen.



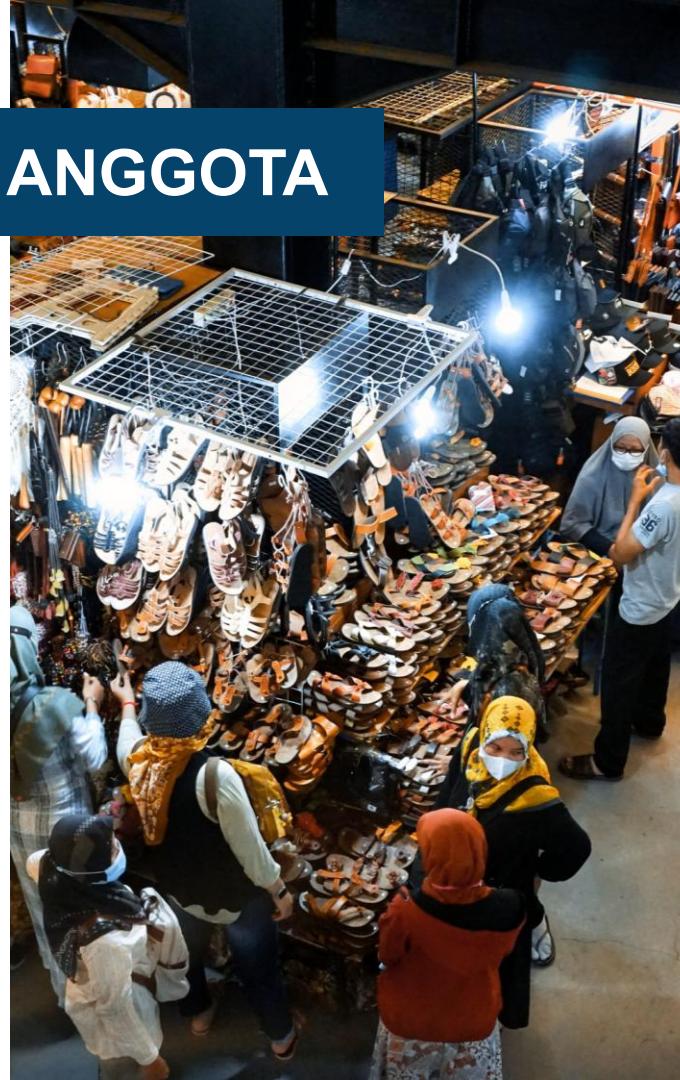
STRATEGI BISNIS

Pertukaran informasi & pengalaman.



JOINT BRANDING

Dimungkinkan bagi anggota untuk menggunakan merek sendiri bersamaan dengan merek kolektif.



SALINAN MEREK KOLEKTIF

Paling sedikit memuat:

1

Sifat, ciri umum, atau mutu barang dan/atau jasa.

2

Pengawasan atas penggunaan Merek Kolektif.

3

Sanksi atas pelanggaran ketentuan penggunaan Merek Kolektif.





Koperasi Pengayoman
Lapas Tegal

KID2024028501

Kelas: 21, produk
kerajinan dari
kayu



Koperasi Perajin Rumah
Batik Karimun

KID2024022461

Kelas: 25, batik



Koperasi Konsumen Lapas
Bertuah Dabo Singkep

KID2024025687

Kelas: 29, keripik



Koperasi Umbul Jaya,
Yogyakarta

KID2022107150

Kelas: 21,
Peralatan Dapur



**Perkumpulan Batik
Nitik Trimulyo**

KID2020059431



**Perkumpulan Bumi
Alumni Raya
Alumni UNPAD**

KID2021010359



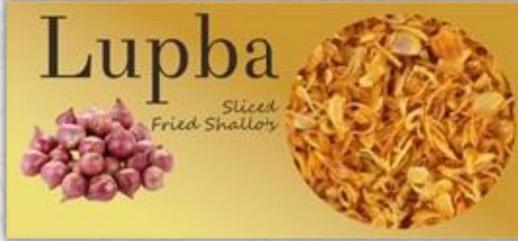
**Kelompok Usaha
Pande Besi
“KSM Bina Karya”**

KID2021023722

Contoh Dokumen Ketentuan Penggunaan

:

"Perkumpulan Bumi Alumni
Raya, Alumni UNPAD"



Jenis Produk:

Bawang Goreng



Ciri Produk:

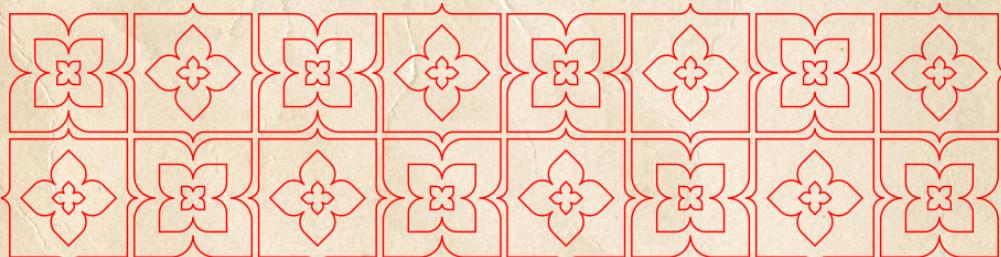
	VARIAN SUMENEP	VARIAN BREBES
Kualitas/ukuran	Premium, 3,5 - 5 cm	Lebih bulat, layernya agak kasar.
Altitude	Average kultivasi bawang.	Average kultivasi bawang.
Kadar Air	5 %	10 %
Ketebalan irisan	1 mm	1 mm
Karakter	Aromatic, tekstur irisan kasar, sticky onion layers, kuat, gurih.	Warna kuning kecokelatan, tekstur keras, aroma harum khas bawang goreng, renyah, gurih.



Definisi Indikasi Geografis

Pasal 1 ayat 6 UU 20/2016

Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang dan/atau produk yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada barang dan/atau produk yang dihasilkan.



Faktor Indikasi Geografis



Area Produksi

Karena kondisi alam, membuat suatu produk berbeda dengan produk sejenis yang diproduksi dari daerah lain



Faktor Manusia:

Produk IndiGeo adalah produk tradisional yang berkaitan kuat dengan warisan budaya lokal



Faktor Kombinasi Produk Indikasi Geografis

Produk spesifik lokasi yang memiliki reputasi: konsumen memiliki persepsi koneksi langsung antara asal produk dengan kualitas/karakteristiknya

Contoh Produk Indikasi Geografis



Kerajinan Tangan



Perkebunan



Peternakan



Perikanan

Contoh Produk IndiGeo

Kacang Mete Muna



Kopi Arabika Baliem Wamena



Tujuan Pelindungan IndiGeo



1

Banyak produk-produk **asli daerah** yang telah memiliki **reputasi/dikenal dengan baik** dan memiliki nilai tambah dibanding produk sejenis

2

Reputasi tersebut memiliki **risiko penggunaan nama secara tidak sah** oleh pihak lain.

3

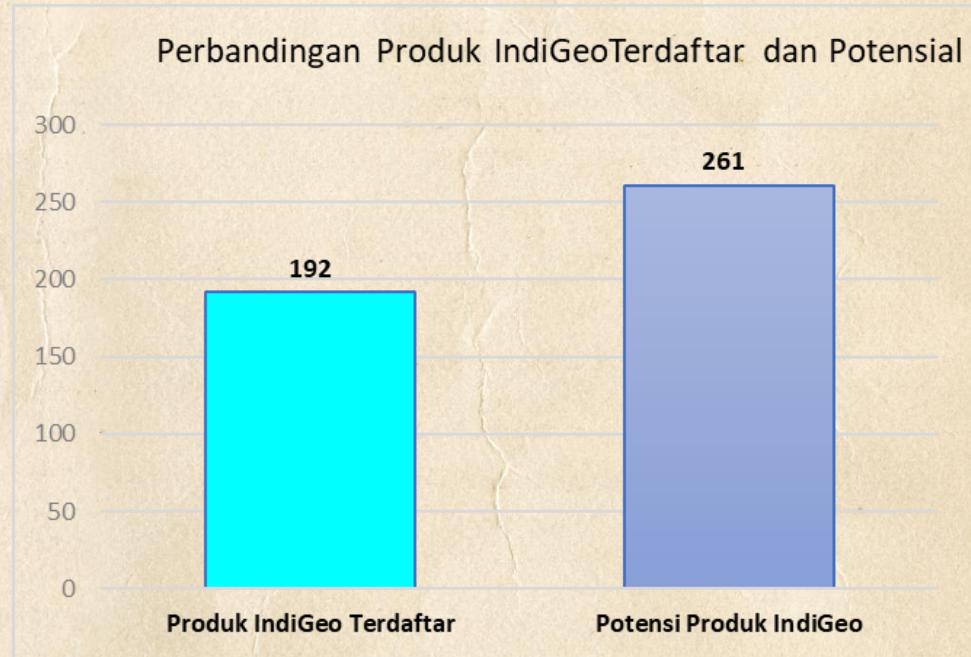
Dampak negatif terhadap **keaslian, konsumen, reputasi produk**.

4

Didaftarkan sebagai Indikasi Geografis untuk mendapatkan **pelindungan hukum**.

Jumlah Produk Indikasi Geografis Terdaftar

KOMPOSISI PRODUK INDIGEO TERDAFTAR DI INDONESIA (TOTAL: 192)



- Diagram Lingkaran menunjukkan bahwa dari 188 produk Indikasi Geografis yang telah terdaftar, terdapat 35 produk kerajinan tangan (sekitar 18,6%), sementara sisanya merupakan produk IndiGeo dari sektor lain seperti pertanian, perikanan, dan makanan olahan.
- Diagram Batang memperlihatkan perbandingan antara:
 - 192 produk IndiGeo yang telah terdaftar, dan
 - 261 produk IndiGeo yang masih berstatus potensi untuk didaftarkan.

Manfaat Pelindungan IndiGeo



1,8 x Lipat

Rp 35.000



Rp. 63.000



Rp.75.000

2 x Lipat

Rp.150.000



5x Lipat

Rp. 8.000



Rp. 40.000

Kayumanis Koerintji



Perkembangan Setelah IndiGeo Terdaftar

Setelah adanya IndiGeo :
Rp 60.000 - Rp 70.000

↑
Sebelum adanya IndiGeo :
Rp 40.000 - Rp 60.000



Pasar Internasional
(Eropa)



*Sumber : Presentasi Dinas Pertahanan Pangan Prov. Jambi (2021)

Manfaat Pelindungan Indikasi Geografis

Perbedaan Harga Jual (Green Bean)

Setelah adanya IndiGeo: Rp 60.000 - Rp 70.000 (2016-2017)
120.000 - Rp 130.000 (2018-sekarang)

↑
Sebelum adanya IndiGeo: Rp 40.000 - Rp 60.000



Pasar Domestik:
(200 Café di Indonesia)



Pasar Internasional
(Eropa, Korea,
Australia, Amerika)



*Sumber : Presentasi Dinas Pertahanan Pangan Prov. Jambi (2021)

Transformasi Kopi Arabika Bantaeng: Dari Lokal ke Global

- ◆ **Sebelum Terdaftar IndiGeoeo:**
 - Harga: Rp 200.000 - Rp 300.000/kg
 - Hanya dijual di daerah setempat
- ◆ **Setelah Terdaftar IndiGeoeo:**
 - Forum Indikasi Geografis Nasional: Terjual 21 kg dengan harga Rp 750.000/kg
 - Inacraft: Harga meningkat menjadi Rp 1.500.000/kg dan dilirik pasar Internasional
- ◆ **Pengakuan & Peluang Global:**
 - Sedang dalam proses pengajuan Tercatat di Specialty Coffee Association of Indonesia (SCAI)
 - untuk membuka peluang promosi ke mancanegara
 - SCAI hanya mengakui kopi dengan Indikasi Geografis
 - Kopi Arabika Bantaeng kini dalam tahap uji kapasitas untuk ekspor 5 ton ke pasar global



Tenun Ikat Sikka Dari Lokal ke Global

- Terdaftar sebagai IndiGeo sejak 2019.
- Difasilitasi pelatihan desain & promosi oleh DJKI dan Kemenparekraf.
- Masuk dalam agenda diplomasi ekonomi melalui KBRI Paris.
- Harga jual naik hingga 300% dan dilirik pasar Jepang & Eropa.

Kain tenun ikat Sikka dengan motif klasik dan pewarna alami bisa dijual mulai dari Rp750.000 hingga jutaan rupiah.

- Kain tenun ikat Sikka untuk clutch atau tas bisa dijual mulai dari Rp110.000 hingga Rp280.000, [menurut Ruparupa](#) dan [Tokopedia](#).
- Saat sudah terdaftar sebagai Indikasi Geografis, Blus atau dress tenun ikat Sikka bisa dijual mulai dari Rp590.750 hingga Rp2.250.000, menurut Ruparupa dan Tokopedia.
- Harga kain tenun ikat Sikka bisa mencapai belasan juta rupiah untuk kain dengan kualitas premium, ukuran besar, dan motif yang sangat rumit. Tenun ini juga diminati secara masif baik dari masyarakat lokal maupun internasional.



Tantangan Menuju Pasar Global



Mendaftarkan merek di setiap negara satu per satu itu:

- **MAHAL:** Biaya berbeda di tiap negara.
- **RUMIT:** Prosedur dan bahasa yang berbeda.
- **LAMA:** Memakan banyak waktu dan energi.

PERMOHONAN MEREK INTERNASIONAL MELALUI MADRID PROTOCOL



Indonesia mengaksesi Madrid Protocol pada 2 Oktober 2017 dan berlaku efektif sejak 2 Januari 2018, sebagai anggota ke-100.

Sampai 6 Februari 2023, sudah terdapat 114 anggota yang meliputi 130 negara.

Apa itu Madrid Protocol?



Sistem Administrasi Merek untuk mendapatkan pelindungan merek di luar negeri.



Cara lain mendapatkan pelindungan merek di luar negeri (*Alternative Route*).



Dalam pengajuan melalui Madrid Protocol Pemohon sebelumnya harus sudah mengajukan atau mempunyai merek terdaftar di DJKI.

SOLUSI SATU ATAP

UNTUK MELINDUNGI MEREK ANDA DI

LUAR NEGERI

Negara anggota Madrid Union



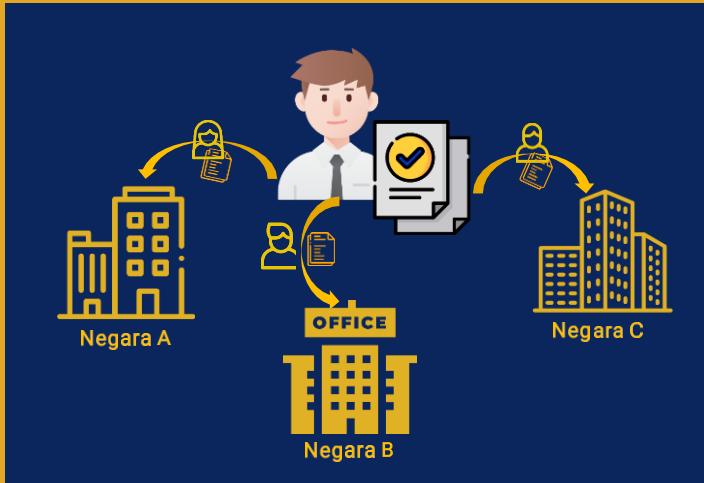
SOLUSI SATU ATAP
UNTUK MELINDungi MEREK ANDA DI
LUAR NEGERI

11. DESIGNATIONS¹⁶

Check the corresponding boxes:

- | | | | |
|--|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> AE United Arab Emirates | <input type="checkbox"/> DZ Algeria | <input type="checkbox"/> KZ Kazakhstan | <input type="checkbox"/> RO Romania |
| <input type="checkbox"/> AF Afghanistan | <input type="checkbox"/> EE Estonia | <input type="checkbox"/> LA Lao People's Democratic Republic | <input type="checkbox"/> RS Serbia |
| <input type="checkbox"/> AG Antigua and Barbuda | <input type="checkbox"/> EG Egypt | <input type="checkbox"/> EM European Union ^a | <input type="checkbox"/> RU Russian Federation |
| <input type="checkbox"/> AL Albania | <input type="checkbox"/> ES Spain | <input type="checkbox"/> LI Liechtenstein | <input type="checkbox"/> RW Rwanda |
| <input type="checkbox"/> AM Armenia | <input type="checkbox"/> FI Finland | <input type="checkbox"/> LS Lesotho ^b | <input type="checkbox"/> SD Sudan |
| <input type="checkbox"/> AT Austria | <input type="checkbox"/> FR France | <input type="checkbox"/> LT Lithuania | <input type="checkbox"/> SE Sweden |
| <input type="checkbox"/> AU Australia | <input type="checkbox"/> GB United Kingdom ^{b,j} | <input type="checkbox"/> LV Latvia | <input type="checkbox"/> SG Singapore ^b |
| <input type="checkbox"/> AZ Azerbaijan | <input type="checkbox"/> GE Georgia | <input type="checkbox"/> MA Morocco | <input type="checkbox"/> SI Slovenia |
| <input type="checkbox"/> BA Bosnia and Herzegovina | <input type="checkbox"/> GG Guernsey ^{b,k} | <input type="checkbox"/> MC Monaco | <input type="checkbox"/> SK Slovakia |
| <input type="checkbox"/> BG Bulgaria | <input type="checkbox"/> GH Ghana | <input type="checkbox"/> MD Republic of Moldova | <input type="checkbox"/> SL Sierra Leone |
| <input type="checkbox"/> BH Bahrain | <input type="checkbox"/> GM Gambia | <input type="checkbox"/> ME Montenegro | <input type="checkbox"/> SM San Marino |
| <input type="checkbox"/> BN Brunei Darussalam ^b | <input type="checkbox"/> GR Greece | <input type="checkbox"/> MG Madagascar | <input type="checkbox"/> ST Sao Tome and Principe |
| <input type="checkbox"/> BQ Bonaire, Saint Eustatius and Saba ^{a,g} | <input type="checkbox"/> HR Croatia | <input type="checkbox"/> MK North Macedonia | <input type="checkbox"/> SX Sint Maarten (Dutch part) ^j |
| <input type="checkbox"/> BR Brazil ^{a,h} | <input type="checkbox"/> HU Hungary | <input type="checkbox"/> MN Mongolia | <input type="checkbox"/> SY Syrian Arab Republic |
| <input type="checkbox"/> BT Bhutan | <input type="checkbox"/> ID Indonesia | <input type="checkbox"/> MW Malawi ^b | <input type="checkbox"/> SZ Eswatini |
| <input type="checkbox"/> BW Botswana | <input type="checkbox"/> IE Ireland ^b | <input type="checkbox"/> MX Mexico | <input type="checkbox"/> TH Thailand |
| <input type="checkbox"/> BX Benelux ^d | <input type="checkbox"/> IL Israel | <input type="checkbox"/> MY Malaysia ^b | <input type="checkbox"/> TJ Tajikistan |
| <input type="checkbox"/> BY Belarus | <input type="checkbox"/> IN India ^b | <input type="checkbox"/> MZ Mozambique ^b | <input type="checkbox"/> TM Turkmenistan |
| <input type="checkbox"/> BZ Belize ^b | <input type="checkbox"/> IR Iran (Islamic Republic of) | <input type="checkbox"/> NA Namibia | <input type="checkbox"/> TN Tunisia |
| <input type="checkbox"/> CA Canada | <input type="checkbox"/> IS Iceland | <input type="checkbox"/> NO Norway | <input type="checkbox"/> TR Türkiye |
| <input type="checkbox"/> CH Switzerland | <input type="checkbox"/> IT Italy | <input type="checkbox"/> NZ New Zealand ^b | <input type="checkbox"/> TT Trinidad and Tobago ^b |
| <input type="checkbox"/> CL Chile | <input type="checkbox"/> JM Jamaica | <input type="checkbox"/> OA African Intellectual Property Organization (OAPI) ^e | <input type="checkbox"/> UA Ukraine |
| <input type="checkbox"/> CN China | <input type="checkbox"/> JP Japan | <input type="checkbox"/> OM Oman | <input type="checkbox"/> US United States of America ^d |
| <input type="checkbox"/> CO Colombia | <input type="checkbox"/> KE Kenya | <input type="checkbox"/> PH Philippines | <input type="checkbox"/> UZ Uzbekistan |
| <input type="checkbox"/> CU Cuba ^e | <input type="checkbox"/> KG Kyrgyzstan | <input type="checkbox"/> PK Pakistan ^b | <input type="checkbox"/> VN Viet Nam |
| <input type="checkbox"/> CV Cabo Verde ^f | <input type="checkbox"/> KH Cambodia | <input type="checkbox"/> PL Poland | <input type="checkbox"/> WS Samoa |
| <input type="checkbox"/> CW Curaçao ^f | <input type="checkbox"/> KP Democratic People's Republic of Korea | <input type="checkbox"/> PT Portugal | <input type="checkbox"/> ZM Zambia |
| <input type="checkbox"/> CY Cyprus | <input type="checkbox"/> KR Republic of Korea | | <input type="checkbox"/> ZW Zimbabwe |
| <input type="checkbox"/> CZ Czech Republic | | | |
| <input type="checkbox"/> DE Germany | | | |
| <input type="checkbox"/> DK Denmark | | | |

Bagaimana Perbandingannya?



SISTEM KONVENTSIONAL

Pemohon mengajukan permohonan merek langsung ke negara-negara yang dituju dengan menggunakan konsultan kekayaan intelektual di masing-masing negara.



SISTEM MADRID

Pemohon cukup mengajukan permohonan merek di DJKI. Selanjutnya DJKI menjamin keimkan ke biro internasional untuk kemudian diteruskan ke negaranegara lain.

Manfaat Madrid Protocol



Memberikan kemudahan karena cukup dengan satu permohonan, satu bahasa, dan satu mata uang melalui DJKI.



Prosesnya lebih cepat dan lebih murah (hemat waktu dan uang).



Mendorong para pelaku usaha / UMKM untuk mendaftarkan mereknya di negara tujuan ekspor.



Menjadi sarana pembangunan merek nasional menjadi merek global.



Dari Ide Lokal Menjadi Legenda Global



- Pikirkan Identitas:** Apa nama dan logo yang paling mewakili bisnis Anda? Pastikan unik!
- Lindungi :** Segera daftarkan merek Anda di dgip.go.id. Ini adalah fondasi terpenting.
- Berkolaborasi (Jika memungkinkan):** Jelajahi potensi Merek Kolektif bersama komunitas Anda.
- Bermimpi Besar:** Jika pasar ekspor adalah tujuan Anda, ingat ada **Protokol Madrid** sebagai jalan tol Anda.

Merek Anda bukan hanya sekadar nama. Merek adalah cerita, kualitas, dan kebanggaan Anda yang siap mendunia.





INDONESIA
BERKARYA & BERINOVASI
DJKI MELINDUNGI



Terima Kasih



@DJKI.Kemenkum



DJKI.Indonesia



DJKI Kemenkum



@DJKI_Indonesia

DGIP.GO.ID

