

# PERS

## Geographical Indication Goes to Marketplace di Kabupaten Gorontalo Utara

Syafruddin Adi - NTB.PERS.CO.ID

Aug 21, 2024 - 20:05



Gorontalo Utara, – Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham) Republik Indonesia telah menyelenggarakan kegiatan bertajuk "Geographical Indication Goes to Marketplace" di Kabupaten Gorontalo Utara, Provinsi Gorontalo. Acara ini

merupakan bagian dari rangkaian kegiatan yang dirancang untuk meningkatkan kapasitas dan peran para pemilik Indikasi Geografis dalam mempromosikan dan mengkomersialkan produk-produk mereka.

Acara yang berlangsung pada Rabu, 21 Agustus 2024 ini dihadiri oleh sejumlah tokoh penting, termasuk Kepala Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Kabupaten Gorontalo Utara, serta perwakilan dari Dinas Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan, serta Camat Atinggola. Selain itu, hadir pula narasumber dari PT Tokopedia dan TikTok, yang berbagi wawasan terkait strategi pemasaran digital.

Dalam sambutannya, Hadiyanto, S.H., M.H., Kepala Divisi Pelayanan Hukum dan HAM Kanwil Gorontalo yang mewakili Direktur Merek dan Indikasi Geografis, Bapak Kurniaman Telaumbanua, S.H., M.Hum., menekankan pentingnya Indikasi Geografis sebagai alat branding yang kuat untuk mempromosikan produk-produk daerah yang otentik dan berkualitas tinggi. Hingga saat ini, sebanyak 153 produk dari berbagai daerah di Indonesia telah terdaftar sebagai Indikasi Geografis, termasuk Gula Aren Atinggola yang menjadi fokus dalam kegiatan kali ini.



Program Geographical Indication Goes to Marketplace bertujuan untuk membantu para pemilik Indikasi Geografis dalam memasarkan produk mereka melalui berbagai platform, termasuk marketplace online. Diharapkan, program ini akan meningkatkan penjualan dan daya saing produk-produk Indikasi Geografis, serta memperluas jangkauan pasarnya.

Kabupaten Gorontalo Utara menjadi daerah keempat yang menjadi tuan rumah program ini, setelah sebelumnya dilaksanakan di Magelang, Tasikmalaya, dan Kerinci dengan produk unggulan seperti Kopi Arabika Merapi Merbabu dan Kopi Arabika Java Sukapura. Selain di Gorontalo, program ini juga akan dilaksanakan di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, DI Yogyakarta, dan Sulawesi Selatan.

Dalam acara tersebut, Hadiyanto juga mengingatkan pentingnya identitas brand, packaging, dan autentisitas dalam mempromosikan produk Indikasi Geografis. Ia mengajak seluruh pemangku kepentingan untuk aktif berperan dalam mengembangkan produk Indikasi Geografis sebagai aset ekonomi yang berharga.

Acara ini diakhiri dengan harapan bahwa para peserta dapat menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, serta menjadikan marketplace sebagai salah satu platform utama

dalam penjualan produk mereka. (Adb)