

## INTISARI

Indikasi Geografis (IG) merupakan salah satu bentuk hak kekayaan intelektual yang dapat meningkatkan daya saing, menjamin kualitas, dan menambah nilai ekonomi suatu produk. Salah satu produk yang telah terdaftar sebagai produk IG adalah bawang merah Sumenep. Namun, berbagai tantangan masih muncul, seperti rendahnya kesadaran konsumen terhadap label IG, produsen belum sepenuhnya menerapkan standar produksi berbasis IG, serta adanya kemiripan karakteristik produk sejenis dari daerah lain. Kondisi ini berpotensi menghambat keberlangsungan dan kebermanfaatannya bagi pemangku kepentingan yang ada. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi konsumen terhadap produk berindikasi geografis, mengevaluasi persepsi produsen terhadap niat adopsi dan penerapan standar IG, serta melakukan autentikasi produk sebagai langkah awal pembeda mutu bawang merah Sumenep dengan bawang merah dari wilayah lain. Penelitian persepsi konsumen dilakukan dengan survei secara daring terhadap 110 responden di empat wilayah, yaitu Jawa Timur, Jawa Barat, Daerah Istimewa Yogyakarta, dan DKI Jakarta, melalui kuesioner terstruktur. Persepsi produsen dikaji melalui survei langsung terhadap 75 responden di wilayah IG Kabupaten Sumenep. Autentikasi sampel bawang merah diambil dari tiga lokasi, yaitu Kabupaten Sumenep, Kuningan, dan Brebes. Penyusunan strategi pengembangan usaha bawang merah Sumenep dilakukan secara daring melalui *focus group discussion* (FGD). Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan penarikan sampel *purposive sampling*. Analisis data meliputi analisis deskriptif, analisis kluster, *one-way ANOVA*, dan analisis diskriminan dengan menggunakan aplikasi R Studio. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap bawang merah Sumenep cenderung positif, yang tercermin dari terbentuknya tiga kluster konsumen antara lain kluster loyal terhadap IG, responsif terhadap IG dan skeptis terhadap IG. Persepsi produsen terhadap standar produksi berbasis IG juga menunjukkan respon sangat positif dengan terbentuknya dua kluster produsen antara lain kluster siap mengadopsi IG dan potensial mengadopsi IG. Parameter mutu pembeda bawang merah Sumenep dengan wilayah pembanding yaitu memiliki karakteristik khas berupa kombinasi kadar protein dan lemak yang lebih tinggi. Lebih lanjut, dalam upaya penyusunan strategi pengembangan usaha bawang merah Sumenep perlu dilakukan secara bertahap dan terintegrasi dari hulu hingga hilir.

**Kata Kunci:** Produk indikasi geografis, segmentasi konsumen, standar produksi, parameter mutu pembeda, pengembangan usaha.

## ABSTRACT

*Geographical Indications (GIs) represent a form of intellectual property rights that enhance competitiveness, ensure quality, and increase the economic value of a product. One product registered as a GI is Sumenep shallots. However, several challenges persist, including low consumer awareness of GI labels, incomplete implementation of GI-based production standards by producers, and the similarity of characteristics to those of products from other regions. These conditions potentially hinder the sustainability and benefits of GIs for stakeholders. Therefore, this study aims to analyze consumer perceptions of GI products, evaluate producers' perceptions regarding their intention to adopt and implement GI standards, and conduct product authentication as an initial step to differentiate the quality of Sumenep shallots from those of other regions. The consumer perception study uses an online survey with 110 respondents from East Java, West Java, the Special Region of Yogyakarta, and Jakarta administered via a structured questionnaire. Producer perceptions are assessed through a direct survey of 75 respondents in the Sumenep Regency GI area. Shallot samples for authentication are collected from three locations: Sumenep Regency, Kuningan, and Brebes. The development of business strategies for Sumenep shallots is conducted through online focus group discussions (FGDs). This study uses a non-probability sampling technique using purposive sampling. Data analysis includes descriptive analysis, cluster analysis, one-way ANOVA, and discriminant analysis in RStudio. The results show that consumer perceptions of Sumenep shallots are generally positive, as indicated by three consumer clusters: loyal, responsive, and skeptical of the GI product. Producers' perceptions of GI-based production standards are also highly positive, resulting in two clusters: ready to adopt and potential to adopt GI standards. A unique combination of higher protein and fat content distinguishes Sumenep shallots. Furthermore, the development of business strategies for Sumenep shallots requires a phased, integrated approach that encompasses all stages from upstream to downstream.*

**Keywords:** *Geographical indication products, consumer segmentation, production standards, distinguishing quality parameters, business development.*