

## **Perlindungan Hukum Indikasi Geografis Terhadap Makanan Khas Soto Medan Sebagai Produk Lokal: Studi Kasus Persepsi Pelaku Usaha Kuliner Soto Medan**

**Irga Selamat Febrianggi Manalu<sup>1</sup> Parlaungan Gabriel Siahaan<sup>2</sup> Ananda Viranda<sup>3</sup> Ridha Nababan<sup>4</sup>**

Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Medan, Medan, Sumatera Utara, Indonesia<sup>1,2,3,4</sup>

Email: [irgamanalu68@gmail.com](mailto:irgamanalu68@gmail.com)<sup>1</sup> [parlaungansiahaan@unimed.ac.id](mailto:parlaungansiahaan@unimed.ac.id)<sup>2</sup>  
[virandaananda@gmail.com](mailto:virandaananda@gmail.com)<sup>3</sup> [nababanridha@gmail.com](mailto:nababanridha@gmail.com)<sup>4</sup>

### **Abstrak**

Di tengah beragamnya kuliner Nusantara, Soto Medan menjadi salah satu hidangan khas yang mampu mencuri perhatian penikmat kuliner lokal maupun mancanegara. Hidangan berkuah santan ini bukan sekadar makanan sehari-hari, tetapi juga cerminan kekayaan budaya dan sejarah panjang masyarakat Medan yang multietnis. Soto Medan merupakan salah satu makanan produk lokal. Berbeda dengan soto dari daerah lain di Indonesia, seperti Soto Betawi yang kental dan gurih atau Soto Lamongan yang bening dan segar, Soto Medan memiliki cita rasa yang unik: perpaduan santan yang gurih, rempah-rempah yang harum, serta topping yang beragam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan hukum indikasi geografis terhadap makanan khas soto medan sebagai produk lokal: studi kasus persepsi pelaku usaha kuliner soto medan. Penelitian ini menggunakan Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan observasi, wawancara, dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Soto Medan sebagai makanan khas dan produk lokal memiliki karakteristik unik, reputasi, serta keterkaitan kuat dengan wilayah geografis Kota Medan sehingga secara substantif layak untuk memperoleh Perlindungan Hukum Indikasi Geografis.

**Kata Kunci:** Soto Medan, Perlindungan Indikasi Geografis, Pelaku Usaha Kuliner



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

### **PENDAHULUAN**

Sebagai negara kepulauan terbesar di dunia, Indonesia berusaha mengejar ketertinggalan dari negara-negara lain. Kekayaan intelektual merupakan hak yang timbul sebagai hasil dari kemampuan intelektual manusia dalam berbagai bidang yang menghasilkan suatu proses atau produk yang bermanfaat bagi manusia. Oleh karena itu, suatu karya cipta akan menimbulkan hak milik bagi pencipta atau penemu (Dr. Parlaungan Gabriel Siahaan, S.H., 2024). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, dalam Pasal 1 ayat (6) menyebutkan: 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". Perlindungan hukum terhadap indikasi geografis memberikan rasa aman dan kepastian hukum bagi masyarakat lokal dalam menggunakan dan memasarkan produk-produk lokal. Implementasinya memerlukan peran aktif pemerintah, instansi terkait, dan perguruan tinggi yang menangani bidang HKI, karena pendekatan setiap negara terhadap perlindungan hukum bisa berbeda-beda (Nurohma, 2020). Hal ini berarti indikasi geografis adalah identitas suatu barang yang berasal dari tempat, daerah, atau wilayah tertentu yang menunjukkan kualitas, reputasi, dan karakteristik, termasuk faktor alam dan faktor manusia (Isnani, Ali masyhar, Alifah Karamina, Fendi Setyo Harmoko, 2019).

Pada intinya konsep dasar indikasi geografis sangat sederhana, tetapi ketika dikaitkan dengan perlindungan hukum, maka masing-masing negara menjadi sangat kompleks perlindungannya karena implementasinya tergantung pada pendekatan dari masing-masing negara terhadap peraturan atau kebijakannya, terutama yang berkaitan dengan persaingan sebab kualitas suatu produk apabila telah diketahui mutu, ciri khas dan karakteristik produk tersebut (Nurohma, 2020). Soto hadir dengan penyebutan yang beraneka ragam karena dikaitkan dengan ragamnya suku bangsa, misalnya Soto Madura, Soto Pemalang, Soto Lamongan, Soto Kudus, Soto Betawi, dan Soto Semarang. Di luar Jawa terdapat Coto Makassar, Soto Banjar, dan Soto Medan. Tak hanya itu, bahan soto pun bervariasi, mulai dari ayam, babat, kambing, hingga sekengkel yang terbuat dari kaki sapi. Penyajian soto di berbagai daerah memiliki cara yang unik, tetapi yang Di tengah beragam kuliner Nusantara, Soto Medan menjadi salah satu hidangan khas yang menarik perhatian penikmat kuliner lokal maupun mancanegara. Hidangan berkuah santan ini mencerminkan kekayaan budaya dan sejarah panjang masyarakat Medan yang multietnis. Soto Medan memiliki cita rasa unik: perpaduan santan gurih, rempah-rempah harum, dan topping beragam yang berasal dari perpaduan budaya Melayu, India, dan Tionghoa (Dahlia, 2025).

Soto Medan merupakan salah satu varian soto yang sangat populer di Indonesia, khususnya di Kota Medan, Sumatera Utara. Keunikan Soto Medan terletak pada penggunaan santan dan rempah-rempah yang khas, yang menciptakan cita rasa gurih dan aroma yang menggugah selera. Kuliner ini tidak hanya mencerminkan kekayaan budaya lokal tetapi juga menjadi simbol keberagaman gastronomi yang ada di Indonesia. Soto Medan memiliki sejumlah ciri khas yang membuatnya berbeda dari soto lainnya. Salah satu ciri khas yang paling mencolok adalah kuahnya yang kental dan gurih, berkat penggunaan santan pekat. Rempah-rempah seperti kunyit, jahe, lengkuas, dan bunga lawang semakin memperkaya cita rasa hidangan ini. Isiannya pun cukup beragam, biasanya terdiri dari suwiran daging ayam atau potongan daging sapi. Pelengkap seperti perkedel kentang, tauge, kol, telur rebus, dan emping menambah kelezatan hidangan ini. Kuahnya yang kental, rempah khas seperti kunyit, jahe, lengkuas, dan bunga lawang, serta isian seperti suwiran daging ayam atau potongan daging sapi, ditambah pelengkap perkedel, tauge, kol, telur rebus, dan emping, menjadikan Soto Medan hidangan istimewa (Echi, 2025). Oleh karena itu, penelitian mengenai "Perlindungan Hukum Indikasi Geografis Terhadap Makanan Khas Soto Medan Sebagai Produk Lokal: Studi Kasus Persepsi Pelaku Usaha Kuliner Soto Medan" menjadi penting. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman komprehensif mengenai sejauh mana perlindungan hukum Indikasi Geografis menjamin keberlanjutan dan keaslian Soto Medan sebagai produk lokal yang memiliki nilai budaya, ekonomi, dan identitas daerah. Selain itu, penelitian ini diharapkan menjadi rujukan bagi pemerintah daerah dan pelaku usaha dalam merumuskan strategi perlindungan hukum yang efektif, sekaligus mendorong penguatan daya saing produk kuliner lokal dan peningkatan kesejahteraan pelaku usaha secara berkelanjutan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial dan budaya dari perspektif individu atau kelompok. Pendekatan ini bersifat induktif, di mana teori dikembangkan dari data yang diperoleh, bukan dari hipotesis awal. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen, dengan peneliti sebagai instrumen utama. Penelitian kualitatif menekankan pemahaman mendalam terhadap makna, pengalaman, dan pandangan subjek dalam konteks sosial, budaya, dan situasional. (Syahrizal & Jailani, 2023). Hasil penelitian disajikan secara deskriptif, berupa narasi, catatan lapangan, atau transkrip wawancara, dan dianalisis untuk menemukan tema

atau pola tertentu. Metode ini sangat cocok untuk mengeksplorasi isu-isu kompleks yang sulit diukur dengan angka (Dr. H. Zuchri Abdussamad, S.I.K., 2021).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Soto Medan merupakan salah satu makanan khas yang telah lama dikenal sebagai identitas kuliner Kota Medan dan wilayah Sumatera Utara pada umumnya. Keberadaan Soto Medan tidak hanya dipandang sebagai sajian makanan semata, melainkan juga sebagai representasi kebudayaan lokal yang lahir dari interaksi antara lingkungan alam, tradisi masyarakat, dan pengetahuan turun-temurun yang terus dipertahankan hingga saat ini. Dalam konteks produk lokal, Soto Medan memiliki nilai historis, sosial, dan ekonomi yang kuat karena keberadaannya erat kaitannya dengan kehidupan sehari-hari masyarakat Medan. Ciri khas utama Soto Medan terletak pada kuahnya yang menggunakan santan kental berpadu dengan rempah-rempah khas seperti lengkuas, serai, kayu manis, kapulaga, jintan, dan ketumbar dalam komposisi tertentu. Karakter rasa yang gurih, kaya rempah, serta aroma yang kuat menjadikan Soto Medan berbeda secara signifikan dari soto-soto lain di Indonesia, seperti Soto Lamongan, Soto Betawi, maupun Soto Kudus. Perbedaan tersebut tidak hanya terletak pada rasa, tetapi juga pada teknik memasak, komposisi bumbu, serta cara penyajian yang telah menjadi ciri identitas kolektif masyarakat Medan. Soto Medan bukan hanya sekedar makanan khas, tapi juga memiliki dampak ekonomi yang besar bagi masyarakat Medan. Banyak usaha kecil dan menengah yang bergantung pada Soto Medan, baik itu warung tradisional maupun restoran modern. Produk ini juga menjadi salah satu daya tarik wisata kuliner dari Kota Medan sehingga Soto Medan sebagai produk lokal perlu mendapatkan perlindungan hukum, khususnya Indikasi Geografis.

Indikasi Geografis merupakan bagian dari Hak Kekayaan Intelektual yang memberikan perlindungan terhadap tanda yang menunjukkan asal suatu barang dan kualitas, reputasi, atau karakteristiknya yang dipengaruhi oleh faktor geografis. Pengertian ini sebagaimana tercantum dalam Pasal 1 ayat 6 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang menyatakan bahwa Indikasi Geografis adalah tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang yang karena faktor lingkungan geografis, termasuk faktor alam, faktor manusia, atau kombinasi keduanya, memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada barang tersebut. Perlindungan terhadap Indikasi Geografis bertujuan untuk menjaga keaslian produk, mencegah penyalahgunaan nama daerah, serta melindungi kepentingan produsen lokal dari praktik persaingan tidak sehat. Dalam konteks produk kuliner, Indikasi Geografis berfungsi sebagai jaminan bahwa produk yang beredar di pasar benar-benar berasal dari wilayah yang memiliki otoritas budaya dan teknis atas produk tersebut. Indikasi Geografis juga memiliki fungsi strategis dalam meningkatkan daya saing produk lokal di pasar nasional dan internasional. Produk yang telah terdaftar sebagai Indikasi Geografis cenderung memiliki nilai tambah yang lebih tinggi karena dianggap memiliki kualitas dan keaslian yang terjamin. Dengan demikian, Indikasi Geografis tidak hanya berfungsi sebagai perlindungan hukum, tetapi juga sebagai instrumen pembangunan ekonomi berbasis potensi daerah.

Untuk mewujudkan hal ini, perlu dipahami syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk mendaftarkan produk sebagai Indikasi Geografis. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dan peraturan pelaksananya, suatu produk dapat didaftarkan sebagai Indikasi Geografis apabila memenuhi beberapa syarat umum, diantaranya yaitu: Pertama, produk tersebut harus memiliki kualitas, reputasi, atau karakteristik tertentu yang membedakannya dari produk sejenis di daerah lain. Keunikan ini harus dapat diidentifikasi secara jelas dan konsisten. Kedua, karakteristik tersebut harus dipengaruhi oleh faktor geografis, baik faktor

alam seperti iklim, tanah, dan lingkungan, maupun faktor manusia seperti keterampilan tradisional, budaya, dan pengetahuan lokal. Ketiga, harus terdapat hubungan yang erat antara produk dengan wilayah geografis tertentu yang menjadi asalnya. Hubungan ini harus dapat dibuktikan secara historis dan faktual. Keempat, produk harus memiliki standar produksi yang relatif konsisten agar kualitasnya tetap terjaga dan dapat dikontrol. Dan yang terakhir yaitu, adanya komunitas atau lembaga yang mewakili para produsen yang bertanggung jawab menjaga mutu dan reputasi produk.

Jika dikaitkan dengan Soto Medan, maka Soto Medan telah memiliki karakteristik khas dan keterkaitan budaya dengan wilayah geografis Medan, sehingga secara substantif produk ini telah memenuhi sebagian besar unsur Indikasi Geografis. Namun, masih diperlukan penguatan dalam aspek standarisasi dan kelembagaan untuk memenuhi syarat administratif secara optimal. Penguatan ini sangat penting, karena hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman pelaku usaha kuliner Soto Medan terhadap konsep Indikasi Geografis masih relatif terbatas. Sebagian besar responden hanya memahami bahwa Indikasi Geografis berkaitan dengan nama daerah, tanpa memahami dimensi hukum, hak, dan kewajiban yang melekat di dalamnya. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara norma hukum yang telah ditetapkan negara dan realitas pengetahuan pelaku usaha di lapangan. Minimnya pemahaman ini dipengaruhi oleh kurangnya sosialisasi yang sistematis dari pemerintah maupun lembaga terkait. Pelaku usaha lebih fokus pada aktivitas produksi harian dan keberlangsungan usaha jangka pendek dibandingkan dengan aspek perlindungan hukum jangka panjang. Hal ini menyebabkan potensi Indikasi Geografis sebagai instrumen strategis belum sepenuhnya dimanfaatkan.

Kesadaran ini mendorong mereka untuk memahami lebih lanjut tentang manfaat perlindungan Indikasi Geografis. Pelaku usaha memandang bahwa perlindungan Indikasi Geografis memiliki urgensi yang cukup tinggi dalam menjaga reputasi Soto Medan. Mereka menilai bahwa penggunaan nama "Soto Medan" secara bebas oleh pihak yang tidak memenuhi standar rasa dan kualitas dapat merusak citra produk tersebut. Dengan demikian, perlindungan Indikasi Geografis dianggap sebagai langkah strategis untuk meningkatkan nilai ekonomi produk dan menjaga keaslian produk. Dari sisi ekonomi, perlindungan Indikasi Geografis dianggap berpotensi meningkatkan nilai jual dan daya saing produk. Kepercayaan konsumen terhadap produk dengan label resmi dinilai lebih tinggi dibandingkan produk tanpa identitas hukum. Secara psikologis, pelaku usaha merasa bahwa pengakuan resmi terhadap Soto Medan juga dapat menumbuhkan rasa bangga dan meningkatkan motivasi untuk menjaga kualitas produksi. Namun, kesiapan pelaku usaha masih perlu ditingkatkan, terutama dalam aspek teknis dan administratif. Pelaku usaha secara umum menunjukkan kesiapan secara moral, namun belum siap secara teknis dan administratif. Ketidakpahaman terhadap prosedur hukum menjadi penghambat utama.

Peran pemerintah daerah dinilai belum optimal, terutama dalam hal sosialisasi, pendampingan, dan fasilitasi proses pendaftaran. Padahal, dukungan pemerintah merupakan faktor kunci keberhasilan Indikasi Geografis. Oleh karena itu, perlu dilakukan strategi yang tepat untuk meningkatkan kesiapan pelaku usaha dan dukungan pemerintah. Strategi yang dapat dilakukan meliputi pembentukan asosiasi pelaku usaha, penyusunan standar produksi, pengumpulan data historis, penyusunan dokumen deskripsi produk, pendampingan hukum, serta koordinasi dengan DJKI Kementerian Hukum dan HAM. Selain itu, diperlukan peningkatan kapasitas pelaku usaha melalui pelatihan dan edukasi terkait Indikasi Geografis. Pemerintah juga perlu mendorong promosi terpadu agar Soto Medan semakin dikenal sebagai produk Indikasi Geografis. Dengan adanya strategi yang tepat, perlindungan Indikasi Geografis dapat memberikan dampak positif bagi keberlanjutan Soto Medan. Perlindungan Indikasi

Geografis berpotensi memperkuat posisi Soto Medan sebagai *ikon* kuliner kota Medan dan meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha. Selain itu, Indikasi Geografis juga berfungsi sebagai instrumen pelestarian budaya dan penguatan identitas lokal. Dengan demikian, pendaftaran Soto Medan sebagai Indikasi Geografis merupakan langkah strategis yang sejalan dengan upaya menjaga warisan kuliner sekaligus mendorong pembangunan ekonomi berbasis kearifan lokal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwasanya Soto Medan sebagai produk lokal memiliki potensi kuat untuk memperoleh Perlindungan Hukum Indikasi Geografis karena telah memenuhi unsur substantif dari segi karakteristik, reputasi, dan keterkaitan geografis, namun realisasi perlindungan tersebut masih sangat bergantung pada penguatan aspek administratif serta optimalisasi peran pemerintah dalam sosialisasi dan pendampingan, sehingga persepsi pelaku usaha menunjukkan adanya kesadaran dan sikap positif terhadap pentingnya Indikasi Geografis, meskipun masih dihadapkan pada keterbatasan pengetahuan dan kesiapan teknis yang perlu segera ditingkatkan agar perlindungan hukum Soto Medan sebagai identitas kuliner khas Medan dapat terwujud secara efektif dan berkelanjutan.

## KESIMPULAN

Soto Medan sebagai makanan khas dan produk lokal memiliki karakteristik unik, reputasi, serta keterkaitan kuat dengan wilayah geografis Kota Medan sehingga secara substantif layak untuk memperoleh Perlindungan Hukum Indikasi Geografis. Namun, realisasi perlindungan tersebut belum dapat terwujud secara optimal karena masih lemahnya kesiapan pelaku usaha dalam aspek teknis dan administratif, rendahnya pemahaman mengenai konsep dan prosedur Indikasi Geografis, serta belum maksimalnya peran pemerintah daerah dalam melakukan sosialisasi, pendampingan, dan fasilitasi proses pendaftaran. Persepsi pelaku usaha pada dasarnya menunjukkan sikap positif dan kesadaran akan pentingnya perlindungan Indikasi Geografis, tetapi masih terbatas pada tataran pemahaman umum dan belum diikuti langkah konkret menuju pendaftaran resmi, sehingga potensi besar Soto Medan sebagai produk lokal unggulan belum sepenuhnya terealisasi sebagai instrumen perlindungan hukum dan penguatan ekonomi berbasis kearifan lokal.

## DAFTAR PUSTAKA

Agustina, Gusti Ayu Putu Eka, T. Y. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Produk Indikasi Geografis Dalam Perspektif Peraturan Perundang Undangan. 1, 204–213.

Anggraeni, U. (2018). Multikulturalisme Makanan Indonesia (Sulastri (Ed.)). Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa.

Asri, D. P. B., & Sriyono, E. (2023). Pengembangan Potensi Lokal Daerah Melalui Pendaftaran Indikasi Geografis Untuk Memperkuat Potensi Ekonomi Masyarakat Di Di Yogyakarta. Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat, <Https://Doi.Org/10.33086/Snpm.V3i1.1247>

Dahlia. (2025, November). Soto Medan : Warisan Kuliner Khas Sumatera Utara Yang Kaya Rasa Dan Sejarah. Palpos.Id. <Https://Palpos.Disway.Id/Kuliner/Read/703503/Soto-Medan-Warisan-Kuliner> Khas-Sumatera-Utara-Yang-Kaya-Rasa-Dan-Sejarah

Dr. H. Zuchri Abdussamad, S.I.K., M. S. (2021). Metode Penelitian Kualitatif (M. S. Dr. Patta Rapanna, Se. (Ed.); I). Cv. Syakir Media Press. <Https://Share.Google/Xalzomsstzmzzddi1>

Dr. Parlaungan Gabriel Siahaan, S.H., M. H. (2024). Perlindungan Hukum Terhadap Motif Tradisional Ulos Batak Toba Sebagai Kekayaan Intelektual Komunal Dalam Pengembangan Hukum Nasional (M. . Hikmawan Syahputra, S.I.P. (Ed.); Pertama). Cv Sangpena Media.

Echi. (2025, Maret 21). Sejarah Soto Medan Dan Ciri Khasnya Yang Memikat. <Https://Kumparan.Com/Sejarah-Dan-Sosial/Sejarah-Soto-Medan-Dan-Ciri> Khasnya-Yang-Memikat-24ipfa0ngo6/Full

Edyson, D., Muhammad, D., Hukum, F., & Tarumanagara, U. (2024). Perlindungan Hukum Mengenai Hak Atas Kekayaan Intelektual. 8(1), 930 939. <Https://Journal.Upy.Ac.Id/Index.Php/Pkn/Article/View/6438/3862>

Gaspar, N. A. (2023). Efektivitas Pelayanan Publik Berbasis Aplikasi Bitung Digital City (Dc) Di Kecamatan Madidir Kota Bitung. 3(1), 1-9.

Gazali, I. M. U., Asmah, Muhiddin, N., Khaerulnisa, & Amanda, D. (2024). Optimalisasi Perlindungan Indikasi Geografis Bagi Produk Ase Lapang: Tinjauan Yuridis Normatif. The <Https://Doi.Org/10.56301/Juris.V8i2.1494> Juris, 8(2), 688-694.

Isnami, Ali Masyhar, Alifah Karamina, Fendi Setyo Harmoko, D. S. (2019). Identifikasi Dan Pemanfaatan Indikasi Geografis Dan Indikasi Asal Melalui Program Pembinaan Pada Masyarakat. 6.

Nugroho, O. S. (2024). Penggunaan Merek Kolektif Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Produk Makanan Pelaku UMKM Di Kota Semarang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis. 4, 14099-14120.

Nurohma. (2020). Perlindungan Indikasi Geografis Untuk Melindungi Produk Produk Masyarakat Lokal. 35(2), 110-128.

Nursalamah, P. A. (2021). Pelindungan Garam Grobogan Sebagai Indikasi Geografis Dan Tantangannya Di Masa Mendatang Ditinjau Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis. 14(7), 167-186. <Https://Doi.Org/10.8734/Causa.V1i2.365>

Pajrin, R., Wiwoho, J., & Imanullah, M. N. (2020). Legal Protection Of Geographical Indications In Indonesia From The Perspective Of Uu Number 20 , 2016 Concerning The Trademarks And Geographical Indications. 20. <Https://Doi.Org/10.4108/Eai.21-10-2020.2311867>

Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi. Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial, 1, 202 224. <Https://Scispace.Com/Pdf/Penggunaan-Media-Video-Call-Dalam> Teknologi-Komunikasi-52bdjvrx4d.Pdf

Seruni, P. M., Ayunda, S., & Riswandi, B. A. (2024). Indikasi Geografis Dalam Mendukung Pengembangan Kawasan Wisata Pertanian. 18(2), 394-405.

Siti Kaenah Asri1, I. J. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Philips Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Yogyakarta Grand Majalengka. <Https://Doi.Org/10.36418/Jii.V1i3.40.Siti>

Syahrizal, H., & Jailani, M. S. (2023). Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif. 1, 13-23.

Tia Nadila, N. J. (N.D.). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pos Logistik Palembang. 10(3), 2243-2253.

Yessiningrum, W. R., Risna, W., Perlindungan, Y., Indikasi, H., Sebagai, G., & Dari, B. (2015). Perlindungan Hukum Indikasi Geografis Sebagai Bagian Dari Hak Kekayaan Intelektual. <Https://Jurnalius.Ac.Id/Ojs/Index.Php/Jurnalius/Article/View/198>