

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada tahun 2019, Indonesia telah menduduki posisi ketiga di dunia sebagai kontribusi sub sektor ekonomi kreatif terhadap Produk Domestik Bruto (PDP) nasional. Adapun 3 (tiga) sub sektor unggulan ekonomi kreatif ialah kriya, kuliner, dan fashion. Perkembangan yang signifikan tersebut menjadikan Indonesia sebagai inisiator Tahun Internasional Ekonomi Kreatif Dunia 2021 dan dinilai sebagai pelopor revolusi industri kreatif dunia.¹

Perkembangan ekonomi kreatif Indonesia di kancah Internasional harapannya juga dapat memberikan dampak yang positif bagi perkembangan ekonomi kreatif di daerah. Sejatinya, arah perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia bermula dari ide kreatif yang bersumber dari kearifan lokal daerah. Sehingga perkembangan ekonomi kreatif di daerah dapat didorong dengan memperhatikan dan memaksimalkan kearifan lokal. Setiap daerah pasti mempunyai produk-produk yang mencerminkan budaya daerahnya.² Sehingga ekonomi kreatif di daerah dapat menciptakan lapangan pekerjaan, mengurangi pengangguran, meningkatkan pendapatan, menciptakan pemerataan, dan mengurangi kemiskinan.³

¹ Diakses melalui <https://kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Indonesia-Menjadi-Inisiator-Tahun-Internasional-Ekonomi-Kreatif-Dunia> pada 23 September 2021 Pukul 09.32 WIB.

² Muhammad Rakiib, "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Sebagai Penunjang Daya Tarik Wisata", *Jurnal Kepariwisata*, Volume 01 Nomor 02, Agustus 2017, hlm. 55.

³ Sri Wahyuningsih, Dede Satriani, "Pendekatan Ekonomi Kreatif Terhadap Pertumbuhan Ekonomi (Studi Kasus Di Desa Pedekik)", *IGTISHADUNA : Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, Volume 8 Nomor 2, Desember 2019, hlm. 197.

Kabupaten Bangkalan mempunyai berbagai potensi unggulan pada beberapa sektor antara lain industri, perdagangan, pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan, pariwisata, dan pertambangan. Potensi pada sektor industri didominasi industri kecil dan kerajinan.⁴ Adapun diantaranya seperti batik tulis, emban cincin, tas tali agel, dan sebagainya. Berbagai produk ekonomi kreatif unggulan di Kabupaten Bangkalan mempunyai daya tarik tersendiri yang identik dengan kearifan lokalnya.

Selain mempunyai potensi-potensi unggulan produk di beberapa sektor, Kabupaten Bangkalan terletak pada kawasan yang strategis. Wilayah Kabupaten Bangkalan yang langsung berbatasan dengan kota Surabaya dihubungkan dengan Jembatan Suramadu. Berdasarkan hal tersebut Kabupaten Bangkalan sangat berpotensi sebagai pusat wisata di pulau Madura. Selain itu Kabupaten Bangkalan memiliki bentang alam yang indah yang mana ditemukan berbagai tempat pariwisata maupun potensi pariwisata diantaranya Pantai Siring Kemuning, Bukit Jaddih, Bukit kapur Arosbaya, Bukit Geger, Pantai Sembilangan, dan sebagainya.⁵

Terdapat korelasi antara pengembangan produk ekonomi kreatif daerah dengan perkembangan pariwisata. Keduanya akan saling mendukung untuk memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah dan memberikan kesejahteraan kepada masyarakat sekitar. Dengan keberadaan pariwisata di Kabupaten Bangkalan secara tidak langsung akan mengenalkan produk-produk ekonomi kreatif daerah di mata wisatawan sekaligus konsumen. Begitupula sebaliknya, adanya produk

⁴ Diakses melalui <https://investment.bangkalankab.go.id> pada 23 Agustus 2021 Pukul 12.40 WIB.

⁵ Farida, Zulaikha, R. Hartopo Eko Putro, *Kemampuan Bangkalan Membangun City Branding Melalui Pariwisata*, Dinamika Komunikasi dan Kearifan Lokal (Bagian 1), hlm. 40-43.

ekonomi kreatif juga dapat mendukung pariwisata di Kabupaten Bangkalan seperti batik Tanjung Bumi.

Nama batik Tanjung Bumi telah melejit dan harum hingga manca negara dan merupakan oleh-oleh khas dari Kabupaten Bangkalan.⁶ Hal tersebut mendorong masyarakat Tanjung Bumi berinovasi untuk “mengembangkan wisata kampung batik dengan bernuansa griya adat nusantara, sekaligus mengembangkan dan mengoptimalkan potensi batik di Tanjung Bumi.”⁷

Kabupaten Bangkalan akan menjadi salah satu Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional dan Pengembangan ekonomi nasional. Selain itu Kabupaten Bangkalan akan berperan sebagai pemain utama dalam pengembangan ekonomi kreatif karena memiliki potensi yang luar biasa. Hal tersebut telah dibahas dalam *forum discussion* antara Pemerintah Kabupaten Bangkalan dengan Kemenparekraf pada 29 April 2021.⁸

Kondisi di Kabupaten Bangkalan saat ini masih ditemukan produk-produk ekonomi kreatif yang mempunyai potensi besar untuk berkembang tetapi belum memiliki perlindungan merek. Adapun hambatan-hambatan yang dihadapi pelaku usaha ekonomi kreatif di Bangkalan mulai dari kurangnya pengetahuan dan wawasan terhadap pentingnya perlindungan merek, prosedur pendaftaran merek yang terbilang tidak mudah dan membutuhkan waktu yang relatif lama, dan biaya

⁶ Diakses melalui <https://ihategreenjello.com/pesona-keindahan-wisata-batik-tanjung/> pada 4 Oktober 2021 Pukul 22.10 WIB.

⁷ Aena Wati, Siti Nur Aisyah, dan Ahmad Budi Utomo, “Wisata Kampung Batik Madura Bernuansa Griya Adat Nusantara Sebagai Inovasi Membangun Perekonomian Tanjung Bumi”, *Kompetensi*, Volume 11 Nomor 2, Oktober 2017, hlm. 139.

⁸ Diakses melalui <https://suryatravel.tribunnews.com/2021/04/30/menteri-sandiaga-uno-pastikan-bangkalan-masuk-pada-deliniasi-kawasan-pengembangan-pariwisata?page=all> pada 26 September 2021 Pukul 13.11 WIB.

pendaftaran merek yang tidak murah menjadi pertimbangan pelaku usaha untuk memanfaatkan dananya untuk pengembangan usaha.⁹

Salah satu pelaku usaha yang mengalami hambatan pendaftaran merek ialah Bapak Mulat Nur Setyanto dengan usaha Batik Peri Kecil yang telah dirintis mulai tahun 2002 dengan jual beli, kemudian tahun 2011 melakukan produksi sendiri di rumah industri yang berlokasi di Jl. Raya Tunjung No. 57 (03/03), Desa Tunjung, Kecamatan Burneh, Kabupaten Bangkalan. Pada tahun 2011 pernah melakukan pendaftaran merek dengan nama “Peri Kecil Bungkoh Batik” namun terkendala karena terdapat unsur nama yang sama dan mengalami keterlambatan dalam proses pengajuan sanggahan sehingga permohonan pendaftaran merek ditolak. Hingga tahun 2021 ini usaha Batik Peri Kecil tersebut belum mempunyai perlindungan merek dagang.¹⁰

Hal tersebut sebetulnya menjadi hambatan produk ekonomi kreatif untuk bersaing di pasaran dan akan menjadi cela pelaku usaha yang nakal untuk duplikasi produk dengan mereknya sendiri. Bagi suatu produk, merek merupakan sebuah identitas yang dapat membedakan dengan produk lainnya. Keberadaan merek penting dalam meningkatkan daya saing produk dan mendorong konsumen membeli suatu produk.¹¹ Sehingga dengan adanya pendaftaran merek akan mendorong perkembangan pada produk ekonomi kreatif.

⁹ Pengambilan data awal. Disarikan dari wawancara dengan Ibu Lilik sebagai pelaku usaha kerupuk sagu pada 24 September 2021, Pak Sidik sebagai pelaku usaha sandal spons pada 23 September 2021, dan Ibu Iriani sebagai pelaku usaha kue satru khas Bangkalan pada 23 September 2021, dan Bapak Hasin sebagai pelaku usaha olahan daun kelor pada 2 Oktober 2021.

¹⁰ Disarikan dari wawancara dengan Bapak Mulat sebagai pelaku usaha Batik Peri Kecil Madura di Kecamatan Burneh pada 22 Oktober 2021.

¹¹ Dyah Permata Budi Asri, “Pengembangan Industri Kreatif Umkm Asal Yogyakarta Melalui Pendaftaran “Jogja Co- Branding ””, *Kosmik Hukum*, Volume 18 Nomer 2, 2018, hlm. 4.

Berdasarkan Pasal 5 Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif yang selanjutnya disebut Undang-Undang Ekraf mengatur bahwa *“Setiap Pelaku Ekonomi Kreatif berhak memperoleh dukungan dari Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah melalui pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif.”* Adapun pengembangan ekosistem ekonomi kreatif dilakukan melalui beberapa cara diantaranya dengan memberikan fasilitas kekayaan intelektual dan perlindungan hasil kreativitas.¹²

Selaras dengan hal tersebut, setiap daerah mempunyai kewenangan dalam mengembangkan ekonomi kreatif melalui pemanfaatan dan perlindungan Hak Kekayaan Intelektual yang selanjutnya disebut HKI dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah yang selanjutnya disebut Undang-Undang Pemda. Berdasarkan lampiran Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah yang selanjutnya disebut Lampiran Undang-Undang Pemda terdapat sub urusan pengembangan ekonomi kreatif melalui pemanfaatan dan perlindungan HKI.

Sebagaimana yang terjadi di “Daerah Istimewa Yogyakarta telah ada Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 21 Tahun 2017 Tentang Penggunaan Merek Jogjamark, 100%Jogja Dan Jogjatradiation Sebagai *Co-Branding* Produk Daerah” selanjutnya disebut PerGub DIY sebagai payung hukum untuk memberikan kemudahan pelaku usaha mendapatkan perlindungan merek.

PerGub DIY dilatarbelakangi oleh banyaknya pelaku ekonomi kreatif atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang selanjutnya disebut UMKM di Yogyakarta

¹² Lihat Pasal 10 Undang-Undang Ekraf

yang kesulitan dalam mengurus merek dagang dan merasa keberatan terhadap biaya pendaftaran yang mahal. Sehingga dengan adanya PerGub DIY bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk, pengetahuan tradisional, dan ekspresi budaya tradisional. Selain itu juga untuk memberikan perlindungan hukum terhadap Produk Daerah. Pelaku ekonomi kreatif mendapatkan kemudahan dengan adanya hal tersebut dikarenakan tidak perlu mendaftarkan merek secara sendiri-sendiri. Melainkan cukup mudah dan efisien dengan mengajukan permohonan lisensi

Berdasarkan hambatan-hambatan yang dihadapi pelaku ekonomi kreatif di Kabupaten Bangkalan, hal tersebut menjadi salah satu tugas Pemerintah Kabupaten Bangkalan untuk memberikan payung hukum supaya pelaku ekonomi kreatif mendapat kemudahan mendaftarkan merek seperti mengeluarkan pengaturan terkait penggunaan merek yang diinisiasi daerah dengan sistem *co-branding* terhadap produk daerah.

Selain akan meningkatkan produk-produk ekonomi kreatif yang mempunyai perlindungan merek, sekaligus memberikan identitas terhadap produk daerah yang menjadi potensi dan ciri khas Kabupaten Bangkalan. Sehingga dapat mendorong kemajuan pelaku ekonomi kreatif di Kabupaten Bangkalan dan mendukung produk ekonomi kreatif supaya dapat bersaing di kancah nasional maupun internasional. Oleh karena itu, dilakukan penelitian yang berjudul **“Co-Branding Sebagai Solusi Pelindungan Hukum Produk Ekonomi Kreatif Daerah Di Kabupaten Bangkalan.”**

1.2 Rumusan Masalah

Dengan memperhatikan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah skripsi ini ialah Apakah penggunaan *co-branding* sebagai merek dapat diterapkan pada produk ekonomi kreatif di Kabupaten Bangkalan?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui respon atau pandangan *stakeholder* dan pelaku ekonomi kreatif atau UMKM di Kabupaten Bangkalan mengenai penerapan pengaturan *co-branding* kedepannya.

1.4 Kegunaan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan memberikan kegunaan teoritis dan kegunaan praktis sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan masyarakat yang berkaitan dengan perlindungan HKI dan pentingnya pendaftaran merek pada produk ekonomi kreatif daerah khususnya di Kabupaten Bangkalan.

2. Kegunaan Praktis

Dengan penelitian ini diharapkan bermanfaat serta menjadi bahan masukan kepada Pemerintah Kabupaten Bangkalan dan UMKM di Kabupaten Bangkalan khususnya yang berkaitan dengan penerapan *co-branding* sebagai solusi perlindungan hukum produk ekonomi kreatif daerah Kabupaten Bangkalan.

1.5 Keaslian

Dalam rangka melakukan penelitian dengan judul “*Co-Branding* Sebagai Solusi Pelindungan Hukum Produk Ekonomi Kreatif Daerah Di Kabupaten Bangkalan”, penulis menelusuri beberapa penelitian sebelumnya supaya penelitian menunjukkan keaslian. Selain menunjukkan keaslian, untuk menunjukkan perbedaan terhadap hasil penelitian yang dibuat oleh penulis lainnya.

Untuk mempermudah dalam mengetahui penelitian sebelumnya dan penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka disajikan tabel 1 yang memperlihatkan keaslian penelitian dan korelasinya dengan hasil penelitian yang sudah ada sebelumnya.

Tabel 1 Keaslian Penelitian dan Korelasinya

No	Judul Karya Tulis Ilmiah	Nama dan Instansi	Fokus Pembahasan	Korelasi dengan Penelitian ini
1.	“Merek Kolektif Sebagai Alternatif Perlindungan Merek Bersama Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia”	Eli Widiastuti, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta	Karya tulis ilmiah ini membahas tentang pengaturan merek kolektif, prosedur pendaftaran merek kolektif, dan kelemahannya. Kemudian penelitian ini membahas tentang faktor-faktor penghambat penggunaan merek kolektif bagi pelaku UMKM	Korelasi dengan penelitian ini ialah sama-sama membahas cara atau upaya yang dapat dilakukan dalam mencari perlindungan hukum untuk produk UMKM yang dapat diterapkan dengan optimal setelah mengetahui permasalahan atau kendala pendaftaran merek.

2.	“Merek Kolektif Sebagai Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kampung Batik Laweyan Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis”	Zhettyo Nyxedanovya, Universitas Muhammadiyah Surakarta	Karya tulis ilmiah ini membahas tentang prosedur pendaftaran merek kolektif di UMKM Kampung Batik Laweyan dan analisis merek kolektif sebagai alternatif perlindungan merek UMKM Kampung Batik Laweyan untuk mengurangi persaingan usaha	
----	---	---	--	--

1. Skripsi Eli Widiastuti, NIM 11150480000132, Mahasiswi Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2020 dengan judul “Merek Kolektif Sebagai Alternatif Perlindungan Merek Bersama Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia” mempunyai fokus mengkaji merek kolektif sebagai solusi perlindungan hukum untuk produk-produk UMKM yang belum mempunyai perlindungan merek.
2. Skripsi Zhetyo Nyxedanovya, NIM C100140205, Mahasiswa Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta Tahun 2018 dengan judul “Merek Kolektif Sebagai Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kampung Batik Laweyan Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografi” mempunyai fokus dalam memberikan kemudahan perlindungan hukum untuk produk-produk UMKM Kampung Batik Laweyan melalui merek kolektif dan

menunjukkan bahwa penggunaan merek kolektif lebih efektif dari pada merek dagang biasa.

Adapun yang membedakan penelitian skripsi ini dengan penelitian tersebut terletak pada gagasan perlindungan hukum yang diberikan yakni berupa *co-branding* yang diinisiasi pemerintah daerah untuk mempermudah pelaku usaha ekonomi kreatif dalam mendapatkan perlindungan hukum produknya yang selama ini terdapat hambatan-hambatan dalam mendapatkan perlindungan merek.

1.6 Metode Penelitian

Metode ialah menggunakan beberapa prosedur untuk mengetahui suatu permasalahan dengan menggunakan berbagai tahapan yang sistematis.¹³ Hal tersebut digunakan dalam penelitian dan penulisan skripsi ini. Dengan adanya metode dapat mencapai tujuan keilmiahan dari penulisan skripsi ini.

1.6.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian yuridis empiris. “Penelitian yuridis empiris atau penelitian lapangan adalah penelitian terkait implementasi hukum positif secara *in action* dalam setiap peristiwa hukum yang terjadi di masyarakat.”¹⁴ Dengan menelaah norma dalam peraturan perundang-undangan dan mengamati reaksi dan interaksi yang terjadi saat norma berproses dalam masyarakat.¹⁵

¹³ Bahder Jihan Nasution, *Metode Penelitian Ilmu Hukum*, (Bandung: Mandar Maju, 2008), hlm. 294.

¹⁴ Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, (Bandung : Citra Aditya Bakti, 2004), hlm. 134.

¹⁵ Djulaeka, Devi Rahayu, *Buku Ajar Metode Penelitian Hukum*, (Surabaya : Scorpindo Media Pustaka, 2019), hlm. 76.

1.6.2 Metode Pendekatan

Metode pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdapat beberapa pendekatan. Pertama, pendekatan fakta yang merupakan pendekatan dengan mengangkat suatu fakta yang ada supaya mengetahui hubungan fakta dan hukumnya.¹⁶ Kedua, pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) yang merupakan pendekatan untuk mengkaji peraturan perundang-undangan yang memiliki kaitan dengan masalah hukum dalam penelitian ini.¹⁷ Ketiga, pendekatan perbandingan (*comparative approach*) yang merupakan pendekatan dengan membandingkan ketentuan hukum dalam konteks norma, kaidah, asas-asas, dan sistem hukum untuk mendapatkan gambaran yang nyata terhadap perbedaan serta persamaan antara dua objek perbandingan.¹⁸

1.6.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di Kabupaten Bangkalan yakni kantor Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja Kabupaten Bangkalan, kantor Pemerintah Daerah Kabupaten Bangkalan, kantor Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Bangkalan, Komunitas pelaku ekonomi kreatif atau UMKM di Kabupaten Bangkalan, dan beberapa pelaku ekonomi kreatif atau UMKM di Kabupaten Bangkalan.

Alasan memiliki lokasi-lokasi penelitian tersebut dikarenakan produk-produk ekonomi kreatif di Kabupaten Bangkalan mempunyai daya tarik sendiri

¹⁶ Rony Hanitjo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum Dan Jurimetri*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 134.

¹⁷ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 93.

¹⁸ Yati Nurhayati, Ifrani, M. Yasir Said, "Metodelogi Normatif dan Empiris dalam Perspektif Ilmu Hukum", *Jurnal Penegakan Hukum Indonesia*, Volume 2 Issue 1, Februari 2021, hlm. 12.

dengan kearifan lokalnya dan dapat bersaing baik di dalam maupun di luar negeri. Selain itu “Kabupaten Bangkalan menjadi salah satu kawasan pengembangan pariwisata nasional dan pengembangan ekonomi nasional serta pemain utama pengembangan ekonomi kreatif pada tahun 2021 ini.”

1.6.4 Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan 2 (dua) sumber data yakni data primer dan data sekunder sebagai berikut.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan dari narasumber di lapangan secara langsung dengan wawancara.¹⁹ Data primer dalam penelitian ini didapatkan dari “Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja Kabupaten Bangkalan, Pemerintah Daerah Kabupaten Bangkalan, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Bangkalan, Komunitas pelaku ekonomi kreatif atau UMKM di Kabupaten Bangkalan, dan beberapa Pelaku ekonomi kreatif atau UMKM di Kabupaten Bangkalan.”

b. Data Sekunder

Adapun data sekunder dalam penelitian ini terbagi menjadi bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier.

1) Bahan hukum primer berupa Peraturan Perundang-undangan, sebagai berikut:

- a) Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah;
- b) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis;

¹⁹ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Empiris & Normatif*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 163.

- c) Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif;
 - d) Peraturan Daerah Khusus Provinsi Papua Nomor 19 Tahun 2008 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Orang Asli Papua;
 - e) Peraturan Daerah Provinsi Lampung Nomor 4 Tahun 2016 Tentang Perlindungan Karya Intelektual Masyarakat Lampung;
 - f) Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat Nomor 10 Tahun 2018 Tentang Pengelolaan Kekayaan Intelektual;
 - g) Peraturan Daerah Kabupaten Manggarai Barat Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Pelindungan Kekayaan Intelektual;
 - h) Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Ekonomi Kreatif;
 - i) Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 21 Tahun 2017 Tentang Penggunaan Merek Jogjamark, 100%Jogja Dan Jogjatradition Sebagai *Co-Branding* Produk Daerah;
 - j) *Japan Trademark Act* (Act No. 127 of April 13, 1959) *Last revision* : Act No. 3 of May 17, 2019.
- 2) Bahan hukum sekunder berupa sumber-sumber literatur seperti buku, artikel dalam jurnal ilmiah, hasil penelitian skripsi, tesis, disertasi, dan sebagainya yang digunakan untuk mendukung data primer;
- 3) Bahan hukum tersier ialah bahan hukum yang memberikan informasi mengenai bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.²⁰

²⁰ Kornelius Benuf, Muhamad Azhar, "Metodologi Penelitian Hukum sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer", *Jurnal Gema Keadilan*, Volume 7 Edisi I, Juni 2020, hlm 26.

1.6.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun dalam sebuah daftar pertanyaan sebagai acuan atau pendoman untuk memudahkan proses wawancara. Wawancara dilakukan secara langsung dan/atau secara *online* menggunakan media komunikasi dengan narasumber yang ditentukan dan berkaitan dengan objek penelitian;
2. Catatan Lapangan dibuat untuk mendata atau menginventaris hal-hal baru yang didapatkan dari lapangan, yang berkaitan dengan daftar pertanyaan;
- 2 Studi kepustakaan dilakukan dengan memahami, mengutip, dan membandingkan fakta di lapangan dengan Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku. Selain itu juga membaca referensi yang terkait dengan penelitian ini.

1.6.6 Metode Analisis Data

Adapun langkah-langkah yang dilakukan untuk menganalisis data sebagai berikut:

1. Mengumpulkan dokumen berupa literatur-literatur yang berkaitan serta relevan dengan penelitian dan menginventaris Peraturan Perundang-undangan terkait untuk mengetahui pengaturan dan kepastian perlindungan hukumnya;
2. Melakukan wawancara dengan narasumber-narasumber yang telah ditentukan;
3. Data yang diperoleh dari wawancara kemudian dianalisis dengan melakukan penyeleksian data berdasarkan kualitas dan kebenarannya. Selanjutnya, data tersebut dihubungkan dengan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku, teori-teori, dan studi kepustakaan terkait;

4. Berdasarkan data-data yang telah dianalisis, langkah terakhir ialah menuangkannya dalam pembahasan secara deskriptif atau pembahasan dengan lugas dan dapat dipahami. Sehingga dapat diperoleh jawaban dari rumusan masalah penelitian ini.