

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian hukum non-doktrinal<sup>252</sup>. Hal ini dikarenakan, dalam penelitian ini peneliti mengidentifikasi problematika normatif dan non-normatif pendayagunaan hukum merek bagi pengusaha kecil. Untuk selanjutnya, hasil identifikasi dari problematika tersebut adalah bahan untuk mengkonstruksikan pendayagunaan hukum merek yang ideal bagi pengusaha kecil. Hal ini sejalan dengan studi kasus dalam penelitian hukum normatif-empiris berupa produk hukum dan perilaku hukum. Pokok kajian penelitian hukum normatif-empiris atau non-doktrinal adalah pelaksanaan atau implementasi ketentuan hukum positif dan kontrak secara faktual pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat guna mencapai tujuan yang telah ditentukan.<sup>253</sup>

#### B. Metode Pendekatan

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *socio-legal research*.<sup>254</sup> Objek penelitian dalam penelitian ini tidak hanya

---

<sup>252</sup> Penelitian hukum non-doktrinal yaitu hukum dikonsepsikan sebagai pranata yang riil yang dikaitkan dengan variable-variabel sosial yang lain (Amirudin dan Zaenal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Rajawali Press, Jakarta, 2006, Hlm 133, lihat juga Soetandyo Wigyoebroto dalam Setiono, *Pemahaman terhadap Metodologi Penelitian Hukum*, Program Pascasarjana UNS, Surakarta, 2005, Hlm. 6).

<sup>253</sup> Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum* (Cetakan Kesatu), Bandung : PT Citra Aditya Bakti, 2004, Hlm. 52. Hal ini senada dengan apa yang disampaikan oleh Hillway dalam bukunya yang berjudul "*Introduction to Research*" (dalam Johannes Supranto), bahwa penelitian tidak lain dari suatu metode studi yang dilakukan seseorang melalui penyelidikan yang hati-hati dan sempurna terhadap suatu masalah sehingga diperoleh pemecahan yang tepat terhadap masalah tersebut. Definisi dari Hillway ini cocok untuk penelitian hukum sosiologis empiris yang hasilnya memang digunakan untuk memecahkan masalah hukum. Johannes Supranto, *Metode Penelitian Hukum dan Statistik*, Cetakan Kesatu, Jakarta : Penerbit Rinec Cipta, 2003, Hlm. 1.

<sup>254</sup> Dalam penelitian *socio-legal research* terdapat dua aspek penelitian, yaitu aspek legal research dan socio research. Aspek *legal research* berarti bahwa objek penelitian tetap ada yang berupa hukum dalam arti "*norm*" atau peraturan perundang-undangan. Sedangkan *aspek socio research* berarti objek penelitian juga fenomena sosial yang ada di masyarakat. Terry Hutchinson, *Researching and Writing Law*, Pyramont: Lawbook Co., 2002, Hlm. 9-10. Lihat juga Zamroni, *Pengembangan Pengantar Teori Sosial*, Yogyakarta: Tiara Yoga, 1992. Hlm. 80-81.

hukum merek dalam arti “*norm*” atau peraturan perundang-undangan tetapi juga fenomena sosial yang ada di masyarakat terkait dengan pendayagunaan hukum merek.

Pendekatan *socio-legal research* yang digunakan dalam penelitian ini, dikarenakan beberapa alasan sebagai berikut: pertama, menurut Satjipto Rahardjo, hukum baru bisa efektif jika mencerminkan kondisi masyarakat (*legal realist*)<sup>255</sup>. Oleh karena itu, untuk menganalisis pelaksanaan dan pendayagunaan hukum merek serta memetakan tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh pengusaha mikro kecil dalam mendayagunakan hukum merek lebih sesuai dengan menggunakan pendekatan *socio-legal research*. Kedua, menurut Roscoe Pound hukum adalah sarana perubahan sosial yang dipakai secara luas dalam pembuatan kebijakan.<sup>256</sup> Dengan demikian, untuk mengkonstruksikan model pendayagunaan hukum merek yang ideal bagi pengusaha kecil lebih tepat dengan menggunakan pendekatan *socio-legal research* agar fakta hukum dan fenomena sosial dapat diketahui lebih dalam. Ketiga, alasan mengapa peneliti menggunakan pendekatan *socio-legal research* dikarenakan untuk mendayagunakan hukum merek, peneliti harus mampu menangkap nuansa “*outsider*” tentang isu merek. Otoritas para ahli hukum dalam membentuk ataupun membaca hukum dalam rangka menerapkan tidak pernah berdiri sendiri, namun selalu ada konteks di baliknya, yaitu masyarakat tempat hukum itu berlaku atau diberlakukan.<sup>257</sup>

---

<sup>255</sup> Satjipto Rahardjo, *Penegakan Hukum: Suatu Tinjauan Sosiologis*, Yogyakarta: Penerbit Genta Publishing, 2009. Hlm.9. Hal itu juga diperkuat oleh Brian Z. Tamanaha yang mengatakan bahwa hukum dan masyarakat memiliki bingkai yang disebut “*The Law-Society Framework*” yang memiliki karakteristik hubungan tertentu. Hubungan tersebut ditunjukkan dengan dua komponen dasar. Komponen pertama terdiri dari dua tema pokok yaitu ide yang menyatakan bahwa hukum adalah cermin masyarakat dan ide bahwa fungsi hukum adalah untuk mempertahankan “*social order*”. Komponen kedua terdiri dari tiga elemen, yaitu: *custom/consent*, *morality/reason* dan *positive law*. Brian Z. Tamanaha, *A General Jurisprudence of Law and Society*, New York: Oxford University Press, 2006. Hlm. 1-2.

<sup>256</sup> Ronny Hanitijo Soemitro, *Perspektif Sosial dalam Pemahaman Masalah-Masalah Hukum*, Semarang: CV Agung Semarang, 1999, Hlm. 23.

<sup>257</sup> Lilis Mulyani, *Pendekatan Sosial Dalam Penelitian Hukum*, *Jurnal Masyarakat & Budaya*, Edisi Khusus, Tahun 2010, Hlm. 47.

Untuk memperkuat analisis dan pembahasan, dalam penelitian ini juga didukung dengan pendekatan studi komparasi. Studi komparasi adalah suatu bentuk penelitian yang membandingkan antara variable-variabel yang saling berhubungan dengan mengemukakan perbedaan-perbedaan ataupun persamaan-persamaan dalam sebuah kebijakan dan lain-lain.<sup>258</sup> Dalam disertasi ini, peneliti membandingkan pengaturan hukum merek yang ada di Indonesia dengan beberapa Negara, diantaranya pengaturan merek di Amerika Serikat, Singapura dan Inggris.

## C. Jenis dan Sumber Data

### 1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian disertasi ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung (dari tangan pertama), data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner atau data hasil wawancara peneliti dengan nara sumber.

Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada. Data sekunder ini meliputi pendapat para ahli, dokumen-dokumen, tulisan-tulisan dalam jurnal/buku ilmiah, dan literatur-literatur serta peraturan perundang-undangan yang terkait.

### 2. Sumber Data

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari lapangan yang meliputi keterangan atau data hasil wawancara kepada pejabat yang berwenang dalam hal kebijakan di bidang Hukum Merek, atau keterangan yang diperoleh semua pihak terkait langsung dengan permasalahan yang menjadi objek penelitian.

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang didapatkan secara tidak langsung berupa keterangan yang mendukung data primer. Sumber data sekunder merupakan pendapat para ahli, dokumen-dokumen, tulisan-tulisan dalam jurnal/buku ilmiah, dan literatur-literatur serta

peraturan perundang-undangan yang terkait. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi:

**a. Bahan Hukum Primer**

**1) Peraturan Perundang-Undangan**

- a) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945;
- b) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang Pengesahan *Agreement Establishing the World Trade Organization* (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia);
- c) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat;
- d) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
- e) Undang-Undang Nomor 29 Tahun 2000 tentang Perlindungan Varietas Tanaman;
- f) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang;
- g) Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri;
- h) Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2000 tentang Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu;
- i) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah;
- j) Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2019;
- k) Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian;
- l) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan;
- m) Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah;
- n) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta;

- o) Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 tentang Paten;
- p) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis;

## 2) Peraturan Pemerintah

- a) Peraturan Pemerintah Nomor 2 Tahun 2005 tentang Konsultan Hak Kekayaan Intelektual;
- b) Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah;
- c) Peraturan Pemerintah Nomor 45 Tahun 2014 tentang Jenis dan Tarif atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang Berlaku pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Peraturan Pemerintah Nomor 45 Tahun 2016 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Pemerintah Nomor 45 Tahun 2014 tentang Jenis dan Tarif atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang Berlaku pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia;
- d) Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2019. Jenis dan Tarif atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang Berlaku pada Kementerian Hukum dan HAM.
- e) Peraturan Pemerintah Nomor 22 Tahun 2018 tentang Pendaftaran Merek International Berdasarkan Protokol Terkait dengan Persetujuan Madrid Mengenai Pendaftaran Merek Secara International;

## 3) Peraturan Presiden

- a) Peraturan Presiden Nomor 20 Tahun 2005 tentang Tata Cara Permohonan, Pemeriksaan dan Penyelesaian Banding Merek;
- b) Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2015 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015-2019;

*commit to user*

- c) Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif;
  - d) Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif;
  - e) Peraturan Presiden Nomor 92 Tahun 2017 tentang Pengesahan *Protocol Relating to the Madrid Agreement Concerning the International Registration of Mark, 1989* (Protokol Terkait dengan Persetujuan Madrid mengenai Pendaftaran Merek secara International, 1989)
- 4) Peraturan Menteri**
- a) Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 42 Tahun 2016 tentang Pelayanan Permohonan Kekayaan Intelektual secara Elektronik;
  - b) Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek;
  - c) Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 12 Tahun 2019 tentang Indikasi Geografis;
  - d) Peraturan Kepala Badan Ekonomi Kreatif RI Nomor 8 Tahun 2017 tentang Rencana Strategis Badan Ekonomi Kreatif Tahun 2015-2019;
  - e) Peraturan Kepala Badan Ekonomi Kreatif Nomor 9 Tahun 2017 tentang Pemasaran Produk Ekonomi Kreatif Nasional.
- 5) Perjanjian International dan Peraturan Perundang-Undangan Negara Lain**
- a) *The Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPs) Agreement*;
  - b) *The Madrid Agreement Concerning the International Registration of Mark, 1989*;
  - c) *Nieuw Nederlands Burgerlijk Wetboek*.

## 2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum skunder yaitu bahan hukum yang erat hubungannya dengan bahan hukum primer dan dapat membantu menganalisis dan memahami bahan hukum primer adalah :

- a. Hasil Penelitian yang berkaitan dengan Merek;
- b. Buku-buku hukum.

## 3. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier yaitu bahan-bahan hukum yang memberikan informasi tentang bahan hukum primer dan bahan sekunder, misalnya :

- a. Kamus Besar Bahasa Indonesia;
- b. Kamus Umum Lengkap Inggris-Indonesia, Indonesia-Inggris;
- c. Kamus Hukum.

## D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data primer dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik penelitian lapangan dengan cara observasi dan *interview* (wawancara). Sedangkan teknik pengumpulan data skunder dilakukan penelitian kepastakaan/studi pustaka. Lebih rinci dapat dijelaskan sebagai berikut.

### 1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara penelitian kepastakaan (*library research*) atau disebut dengan studi dokumen. Studi dokumen merupakan suatu alat pengumpulan data yang dilakukan melalui data tertulis (data sekunder) dengan menggunakan *content analysis*. Penelitian kepastakaan ini dilakukan dalam rangka untuk mengumpulkan data sekunder tentang teori-teori yang mendukung analisis problematika yang diajukan, maupun hukum positif berupa peraturan perundang-undangan yang terkait dengan pendayagunaan hukum merek.

Dalam studi ini penulis mengumpulkan data dengan cara membaca, memahami dan mengumpulkan bahan-bahan Hukum yang akan diteliti, yaitu dengan membuat lembar dokumen yang berfungsi untuk

mencatat informasi atau data dari bahan-bahan Hukum yang diteliti yang berkaitan dengan masalah penelitian yang sudah dirumuskan terhadap:

- a. Buku-buku literature tentang teori *effectiveness of law, reward theory, cappability approach* dan konsep ekonomi kreatif.
- b. Undang-Undang dan peraturan-peraturan yang ada hubungannya dengan KI khususnya Merek.
- c. Dokumen.

## 2. Penelitian Lapangan (*Field Research*) atau Empiris

Dalam penelitian lapangan, teknik pengumpulan data diperoleh melalui kegiatan-kegiatan observasi, *interview*<sup>259</sup>, visual, interpretasi dokumen (teks) dan material serta *personal experience*.<sup>260</sup> Sesuai dengan paradigma penelitian ini, dalam melakukan observasi peneliti akan mengambil posisi sebagai *participant observer*. Peneliti adalah instrumen utama (*key instrument*)<sup>261</sup> dalam pengumpulan data.

Dalam melakukan penelitian lapangan, peneliti melakukan penelitian di beberapa lokasi, yaitu: Direktorat Merek dan Indikasi Geografis Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM; Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF); Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Tengah; Dinas Koperasi dan UMKM Pemerintah Kota Surakarta; Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Pemerintah Kota Surakarta; Dinas Perdagangan, Koperasi, dan UKM Kabupaten

---

<sup>259</sup> Menurut Amanda Coffey, *interview* sangat cocok untuk menggali data kualitatif khususnya untuk ilmu-ilmu sosial (termasuk hukum yang dimasukkan dalam ilmu humaniora). Ia mengatakan, *interviewing is perhaps the most common social science research methode. Interview can generate life and oral histories, narratives and information about current experiences and opinions.* Amanda Coffey, *Reconceptualizing Social Policy; Sociological Perspective on Contemporary Social Policy*, Beckshire England: Open University Press, McGraw-Hill Education, 2004, Hlm. 120.

<sup>260</sup> Dalam metode penelitian kualitatif, jenis dan cara observasi dipakai sebagai jenis observasi yang dimulai dari cara kerja deskriptif kemudian observasi terfokus dan pada akhirnya observasi terseleksi. Sanafiah Faisal, *Penelitian Kualitatif: Dasar-Dasar dan Aplikasinya*, Malang: Yayasan Asah Asih Asuh, 1990. Hlm. 80.

<sup>261</sup> Dikatakan sebagai instrumen utama karena peneliti sendiri langsung melakukan observasi partisipatif (*participant observer*). Artinya peneliti menyatu dengan apa yang ditelitinya yang berakibat peneliti dekat dengan obyek yang dikajinya. Lihat, Nasution, *Metode Penelitian Naturalistik*, Bandung: Tarsito, 1992. Hlm. 9. Lihat juga Robert Bogdan & Steven J. Taylor, *Kualitatif: Dasar-Dasar Penelitian*, Surabaya: Usaha Nasional, 1993. Hlm. 31-32.

Sukoharjo; Dinas Perdagangan, Koperasi, dan UKM Kota Pekalongan; Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja Kota Pekalongan; Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Kota Surakarta; Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Kabupaten Sukoharjo; DPD Asosiasi Industri Usaha Mikro Kecil dan Menengah (IUMKM) Akumandiri Surakarta.

Di samping itu, untuk melengkapi data dalam rangka mencapai tujuan penelitian, maka lokasi penelitian yang dipilih meliputi Provinsi Jawa Tengah yang dibatasi pada 3 (tiga) daerah (Kabupaten/Kota) yang diteliti, yaitu sebagai berikut:

- a. Kota Surakarta, sebagai daerah yang memiliki potensi di bidang ekonomi dan wilayah yang potensial untuk pengembangan UMKM dan sektor ekonomi kreatif. Hal tersebut diperkuat dengan kontribusi UMKM Kota Surakarta terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Surakarta, penyerapan tenaga kerja dan realisasi ekspor. Selain itu, masih minimnya pelaku UMKM Kota Surakarta yang memiliki sertifikat hak merek, juga menjadi alasan bahwa di daerah ini dapat dilakukan pengamatan dan wawancara untuk mengungkap realitas sosial tentang problematika pendayagunaan hukum merek bagi pengusaha kecil.
- b. Kabupaten Sukoharjo, sebagai daerah yang memiliki pertumbuhan ekonomi di atas laju pertumbuhan ekonomi provinsi Jawa Tengah. Mayoritas UMKM yang ada di Kabupaten Sukoharjo adalah Usaha berskala mikro kecil. Selain itu, alasan pemilihan Kabupaten Sukoharjo adalah Sukoharjo sebagai salah satu Kabupaten di Jawa Tengah yang tidak memiliki Peraturan Daerah tentang Pemberdayaan UMKM dan fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual. Kondisi tersebut dapat dilakukan pengamatan dan wawancara untuk mengungkap realitas sosial tentang urgensi peraturan daerah tentang pendayagunaan hukum merek bagi pengusaha kecil.
- c. Kota Pekalongan, sebagai *Creative City Network* (jaringan kota kreatif) dunia dan pertumbuhan ekonomi di Provinsi Jawa Tengah.

Industri kreatif batik menjadi tulang punggung perekonomian di Kota Pekalongan. Elaborasi antara visi misi kepala daerah, produk hukum daerah dengan berbagai program Organisasi Perangkat Daerah (OPD) menjadi salah satu daya tarik untuk mengungkap realitas sosial tentang model pendayagunaan hukum merek di Kota Pekalongan.

Realitas sosial dalam penelitian ini juga ditelusuri melalui wawancara.<sup>262</sup> Dalam wawancara ini dilakukan dengan cara mengadakan komunikasi langsung dengan pihak-pihak yang dapat mendukung diperolehnya data yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti guna memperoleh data baik lisan maupun tulisan atas sejumlah data yang diperlukan.

Metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode campuran, dengan menggabungkan metode terpimpin (*terstruktur*) dengan metode bebas (*tidak terstruktur*) dengan cara, penulis membuat pedoman wawancara dengan pengembangan secara bebas sebanyak mungkin sesuai kebutuhan data yang ingin diperoleh. Metode wawancara ini dilakukan dalam rangka memperoleh data primer serta pendapat-pendapat dari para pihak yang berkaitan dengan kebijakan di bidang Merek. Adapun *key person*<sup>263</sup> dalam penelitian ini yang di *interview*, yaitu:

- a. Fathlurachman, Direktur Merek dan Indikasi Geografis Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM;

---

<sup>262</sup> Wawancara adalah suatu metode pengumpulan data dengan cara mendapatkan keterangan secara lisan dari seorang responden dengan bercakap-cakap secara langsung. Wawancara ini bertujuan untuk mengumpulkan keterangan tentang kehidupan manusia serta pendapat-pendapat mereka. Secara umum ada dua jenis teknik wawancara, yaitu wawancara terpimpin (*terstruktur*) dan wawancara dengan teknik bebasa (*tidak terstruktur*) yang disebut wawancara mendalam (*in-depth interviewing*). HB. Sutopo, *Metode Penelitian Kualitatif*, Surakarta: UNS Press, 2002, Hlm. 58.

<sup>263</sup> Informan kunci adalah orang atau sekelompok orang yang memiliki informasi pokok tentang obyek penelitian. Informan kunci biasanya menjadi sumber fenomena budaya sekaligus pendukung (*protagonist*) budaya setempat. Suwardi Endraswara, *Metode, Teori dan Teknik Penelitian Kebudayaan*, Yogyakarta: Pustaka Widyatama, 2006, Hlm. 121.

- b. Sugeng Prayitno, Pemeriksa pada Sub Direktorat Pemeriksaan Merek pada Direktorat Merek dan Indikasi Geografis Kementerian Hukum dan HAM;
- c. Ari Juliano Gema, Deputi Fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual dan Regulasi Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Indonesia;
- d. Immanuel Rano Hasudungan Roh, selaku Kepala Sub Direktorat Pengelolaan Hak Kekayaan Intelektual BEKRAF.
- e. Gunawan Suryomurcito, Anggota *International Trademark Association* (INTA)/Asosiasi Merek Dagang Internasional dan Anggota Asosiasi Kekayaan Hak Intelektual Indonesia (AKKI);
- f. Eni Purbowati, Kasi Restrukturisasi Usaha Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Tengah;
- g. Hj. Nur Haryani, Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Kota Surakarta;
- h. Ariani Indriastuti, Kepala Dinas Ketenagakerjaan dan Perindustrian Kota Surakarta;
- i. Sri Endah Suminarsih, Sekretaris Dinas Perdagangan, Koperasi, UKM Kabupaten Sukoharjo;
- j. Sri Endah Suminarsih, Sekretaris Dinas Perdagangan, Koperasi, UKM Kabupaten Sukoharjo;
- k. Dahlia Artiwi SE, Kabid Pemberdayaan UMKM Dinas Perdagangan, Koperasi dan UKM Kabupaten Sukoharjo;
- l. Daroni Purnama, Kepala Bidang Peningkatan Produktivitas, Sertifikasi dan Inovasi Industri Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Pemerintah Kota Surakarta;
- m. Tjandrawati, Kepala Bidang Koperasi dan UKM Dinas Perdagangan, Koperasi dan UKM Kota Pekalongan;
- n. Tipuk, Kasi UKM Dinas Perdagangan, Koperasi dan UKM Kota Pekalongan;
- o. Meimena, Kasi Industri Kreatif Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja Kota Pekalongan;

- p. M. Farid Sunarto, Sekretaris Kadin Kota Surakarta;
- q. Edi Suhardi, Ketua DPD Asosiasi Industri Usaha Mikro Kecil dan Menengah (IUMKM) Akumandiri Surakarta dan selaku Ketua Komunitas Rumah Kreatif BUMN (RKB) Kota Surakarta; dan
- r. Alfa Bella, Ketua Komunitas Batik Laweyan Kota Surakarta;
- s. David R Wijaya, Ketua *Forum Economic Development and Employment Promotion* (FEDEP) Kota Surakarta;
- t. Danang, Ketua Komunitas Solo Kuliner (SosCool) Kota Surakarta;
- u. Rony, Ketua Forum UMKM Surakarta (FUS);
- v. Pelaku Usaha Kecil di Kota Surakarta dan Kabupaten Sukoharjo.

Setelah peneliti melakukan *indepth interview* dengan narasumber, peneliti akan menganalisis hasil interview, mencatat dan mencocokkan dengan teori agar tercapai sasaran penelitian. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga kemungkinan adanya beberapa hal yang tidak sempat peneliti tanyakan ataupun tidak terjawabnya pertanyaan pada saat wawancara dilakukan, sehingga peneliti bisa mendapatkan data yang lengkap.

#### E. Validitas Data

Validasi merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek peneliti dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sungguh terjadi pada obyek penelitian.<sup>264</sup> Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya, selain digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif.<sup>265</sup> Oleh karena itu, data yang telah berhasil digali, dikumpulkan, dan dicatat dalam kegiatan penelitian harus dipastikan validitasnya.

<sup>264</sup>Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Elfabeta. Hlm. 267.

<sup>265</sup>Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Hlm. 320.

Dalam penelitian ini, validitas data dilakukan dengan teknik triangulasi. Triangulasi dibagi menjadi tiga, yaitu:<sup>266</sup>

1. Triangulasi sumber, menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.
2. Triangulasi teknik, menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.
3. Triangulasi waktu, waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Pengambilan data harus disesuaikan dengan kondisi narasumber.

Untuk memperoleh data mengenai hambatan normatif dan non-normatif dalam pendayagunaan hukum merek, peneliti menggunakan triangulasi sumber, dengan arti peneliti membandingkan informasi yang diperoleh dari satu sumber dengan sumber lain. Menggali satu sumber yang sama dengan teknik yang berbeda dan menentukan waktu yang berbeda.

#### F. Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan menggunakan dua metode, yaitu: *legal norm* dan metode *hermeneutika* kritis. Metode *legal norm*<sup>267</sup> dilakukan dengan meneliti norma-norma dan prinsip hukum dalam hukum merek. Hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi hukum yang diberlakukan (*das sein*) dan hukum sebagaimana seharusnya (*das sollen*).

Kemudian, untuk mengkonstruksikan model pendayagunaan hukum merek yang ideal bagi pengusaha kecil, peneliti juga menggunakan metode *hermeneutika* kritis.<sup>268</sup> Metode *hermeneutika* dilakukan untuk menangkap nuansa-nuansa “*sensus communis*” atau pendapat kebanyakan orang pada

<sup>266</sup> Sugiyono, *Op.cit.* Hlm. 274.

<sup>267</sup> Metode *legal norm* lebih mendahulukan ketertiban dengan memperjelas konsepsi hukum. Legal norm akan berhasil dengan efektif jika kondisi sosial stabil akan tetapi sukar untuk mempertahankannya apabila keadaan masyarakat tidak stabil. Misalnya, manakala ada perbedaan antara hukum sebagaimana adanya dan hukum sebagaimana seharusnya (*das sollen*). Metode legal norm saja cenderung memisahkan hukum sebagai aspek normatif (keharusan) dari aspek efektivitas. Hans Kelsen, *Introduction To The Problem of Legal Theory*, New York: Clarendon Press Oxford, 1992, Hlm. 29.

<sup>268</sup> Menurut Dilthey (dalam Mudjia Raharjo), hermeneutika pada dasarnya bersifat menyejarah. Hal ini berarti bahwa makna itu sendiri tidak pernah “berhenti pada satu masa saja” tetapi selalu berubah menurut modifikasi sejarah. Mudjia Raharjo, *Hermeneutika, Antara Intensionalisme & Gadamerian* (Cetakan Pertama), Yogyakarta: Arruz Media, 2008, Hlm. 42.

umumnya, yaitu suatu pandangan tentang kebaikan umum, cinta komunitas, masyarakat atau kemanusiaan.<sup>269</sup>

Metode *hermeneutika* dilakukan untuk menangkap nuansa-nuansa “*sensus communis*” atau pendapat kebanyakan orang pada umumnya tentang pendayagunaan hukum merek bagi pengusaha kecil. Setelah penulis mendapatkan “*sensus communis*” tentang pendayagunaan hukum merek, penulis dapat mengkonstruksikan model pendayagunaan hukum merek bagi pengusaha kecil yang mempunyai aspek keadilan atau “*le bons sens*”. Tentunya, agar model pendayagunaan hukum merek bagi pengusaha kecil mengandung unsur “*le bons sens*”, peneliti akan mengkonstruksikan model pendayagunaan hukum merek dengan kajian teori efektivitas hukum, teori keadilan dan berbagai teori yang lain.

Hasil temuan tersebut secara teknis akan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data kualitatif. Teknik analisis data kualitatif dilakukan dengan mengumpulkan data, mengkuilifikasikan kemudian menghubungkan teori yang berhubungan dengan masalah dan menarik kesimpulan untuk menentukan hasil. Data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan model analisis interaktif yaitu model analisis data yang dilaksanakan dengan menggunakan tiga tahap/komponen berupa reduksi data, sajian data serta penarikan kesimpulan/verifikasi dalam suatu proses siklus

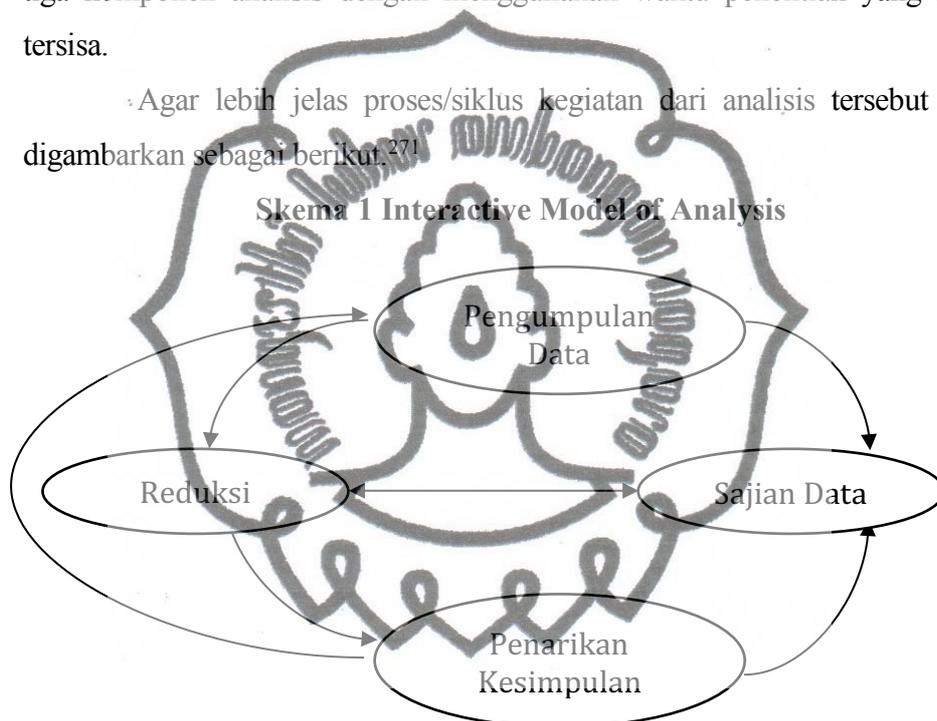
---

<sup>269</sup> *Sensus communis* selain merupakan kebijaksanaan dalam pergaulan sosial juga mempunyai aspek moral. Dalam hal ini yang dimaksudkan adalah “*le bons sens*”. Salah satu aspek “*le bons sens*” adalah keadilan, yaitu tidak memandang anggota masyarakat yang satu dan lainnya sebagai obyek akan tetapi juga sebagai subyek sehingga terjadi hubungan intersubyektif. E. Sumaryono, *Hermeneutik, Sebuah Metode Filsafat* (Cetakan Pertama), Yogyakarta: Kanisius, 1993, Hlm. 67-69. Lihat juga, Jean Paul Satre (dalam K. Berten), bahwa yang terjadi tidak sekedar manusia yang satu memandang yang lain sebagai obyek penanggung jawab kewajiban (*etre-en-soi/being-in-it self*), akan tetapi juga sebagai subyek penerima hak (*etre-pour-soi/being-for-it-self*). K. Berten, *Filsafat Barat Kontemporer Jilid II Perancis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001, Hlm. 93. George Hans Gadamer dengan meminjam pemikiran Vico juga mendefinisikan *sensus communis* yang diberi makna perasaan tentang yang benar dan kebaikan umum yang dirasakan sama semua warga masyarakat. Kemudian, *le bons sens* diberi makna unsur moral dalam konsep tentang akal sehat. Hans George Gadamer, *Keberanian dan Metode Pengantar Filsafat Hermeneutika: Truth and Methode*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004, Hlm. 25.

antara tahap-tahap tersebut sehingga data terkumpul akan berhubungan satu dengan lainnya secara otomatis<sup>270</sup>.

Dalam penelitian ini proses analisis sudah dilakukan sejak proses pengumpulan data masih berlangsung. Peneliti terus bergerak di antara tiga komponen analisis dengan proses pengumpulan data selama proses data terus berlangsung. Setelah proses pengumpulan data selesai, peneliti bergerak diantara tiga komponen analisis dengan menggunakan waktu penelitian yang masih tersisa.

Agar lebih jelas proses/siklus kegiatan dari analisis tersebut dapat digambarkan sebagai berikut.<sup>271</sup>



*Sumber: Adaptasi dari Matthew B. Miles and A. Michael Huberman*

Ketiga Komponen tersebut dapat dijelaskan lebih lanjut sebagai berikut:

#### 1. Reduksi data

Diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan di lapangan. Reduksi data berlangsung terus-

<sup>270</sup> Sutopo, *Op. Cit.*, Hlm. 86.

<sup>271</sup> Matthew B. Miles & A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: UI Press, 1992. Hlm. 22.

menerus bahkan sebelum data benar-benar terkumpul sampai sesudah penelitian lapangan, sampai laporan akhir lengkap tersusun. Reduksi data bukanlah merupakan suatu hal yang terpisah dari analisis dan merupakan bagian dari analisis.

## 2. Penyajian Data

Merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

## 3. Menarik Kesimpulan/Verifikasi

Berawal dari permulaan pengumpulan data, seorang analis kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat dan proposisi. Kesimpulan-kesimpulan itu akan ditangani dengan longgar, tetap terbuka dan skeptis, tetapi kesimpulan sudah disediakan, mula-mula belum jelas meningkat lebih terperinci dan mengakar dengan kokoh. Kesimpulan-kesimpulan juga di verifikasi selama penelitian berlangsung.

Data yang diperoleh dari hasil identifikasi dan analisis problematika normatif dan non-normatif pendayagunaan hukum merek bagi pengusaha kecil dikonfirmasi terhadap nara sumber mengenai pelaksanaannya. Kemudian hasil tersebut dikaji berdasarkan berbagai teori yang ada untuk ditarik sebuah kesimpulan. Kesimpulan tersebut untuk mengkonstruksikan model pendayagunaan hukum merek bagi pengusaha kecil dalam memperkuat ekonomi kreatif di Indonesia.