

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Negara Republik Indonesia merupakan Negara hukum termaktub dalam Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 1 ayat (3), maka dari itu perlindungan hukum menjadi suatu unsur serta menjadi konsekuensi dalam suatu Negara hukum. Perlindungan hukum merupakan pengakuan terhadap harkat dan martabat warga Negara sebagai manusia. Negara wajib menjamin dan melindungi segala hak hukum warga negaranya.

Perlindungan hukum secara umum diatur dalam Pasal 28 D ayat (1) Undang-Undang Dasar 1945 yang menyebutkan bahwa : “Seluruh warga Negara berhak mendapatkan pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil dihadapan hukum.”

Perlindungan hukum dapat dibedakan menjadi 2 (dua) macam yaitu preventif dan represif. Perlindungan hukum preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa, yang mengarahkan tindakan pemerintah bersikap hati-hati dalam pengambilan keputusan berdasarkan diskresi. Sedangkan perlindungan hukum represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa, penanganan hukumnya oleh pengadilan umum dan peradilan administrasi.¹⁾

Tindakan pemerintah selaku aparaturnya Negara dalam hal perlindungan hukum dapat mengacu pada Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar 1945 yang menyebutkan Indonesia adalah Negara hukum dan wajib menjamin perlindungan hukum terhadap hak asasi manusia. Maka dari itu perlindungan hukum bagi setiap

¹⁾ <http://digilib.unila.ac.id/7276/11/BAB%20II.pdf> diakses tanggal 31 Mei 2020 pukul 21:22.

pelaku usaha kecil atau industri rumah tangga menjadi salah satu wewenang Negara agar setiap pelaku usaha kecil merasa terjamin haknya atas produk yang diperdagangkan.

M. Kwartono Adi menyebutkan bahwa usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah bangunan tempat usaha atau yang dimiliki hasil penjualan dan milik Warga Negara Indonesia.²⁾

Zulkarnain mendefinisikan pengertian usaha kecil, yaitu kegiatan ekonomi rakyat yang memenuhi kriteria sebagai berikut:³⁾

1. Usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Usaha yang memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000.000,- (satu milyar rupiah).
3. Usaha yang berdiri sendiri, bukan perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau terafiliasi, baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau skala besar.
4. Berbentuk badan usaha yang dimiliki perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, termasuk koperasi.

Zulkarnain menyimpulkan berdasar atas definisi tersebut di atas bahwa didalam usaha kecil ada 2 (dua) hal yang perlu diperhatikan yaitu pemusatan kepemilikan dan pengawasan ditangan seseorang atau beberapa orang dan terbatasnya pemisahan dalam perusahaan.⁴⁾

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menyebutkan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

²⁾ M. Kwartono Adi, *Analisis Usaha Kecil Dan Menengah*, Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta, 2007.

³⁾ Zulkarnain, *Kewirausahaan Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah Dan Penduduk Miskin*, Penerbit Adi Cipta Karya Nusa, Yogyakarta, 2006.

⁴⁾ *Ibid.*

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah).

Usaha kecil dapat digolongkan menjadi 3 (tiga) macam golongan diantaranya:⁵⁾

1. Industri kecil, contohnya seperti industri logam, industri rumahan, industri kerajinan tangan dan lain sebagainya.
2. Perusahaan berskala kecil, contohnya seperti koperasi, mini market, toserba,dll.
3. Usaha informal, contohnya seperti pedagang kaki lima, agen barang bekas, warung, dsb.

Industri rumah tangga memberikan sumbangan yang cukup besar terhadap pemanfaatan sumber daya manusia, yaitu memberikan peluang kerja dalam upaya mengurangi pengangguran. Perubahan pola pertanian menuju agroindustri juga memberikan peluang bagi masyarakat untuk mencari alternatif penghasilan tambahan melalui industri rumah tangga.⁶⁾

Industri rumah tangga saat ini telah tersebar dimana-dimana seperti di wilayah Kecamatan Rancaekek telah tersebar banyak berbagai macam industri rumah tangga utamanya industri rumahan mulai dari skala kecil hingga skala besar dan produk yang dihasilkan pun beragam. Namun, para pemilik industri rumahan tersebut tidak semua memberikan merek dagang (*branding*) terhadap produknya dan jikapun ada para produsen tersebut belum mendaftarkan merek dagang produknya ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual.

⁵⁾M. Tohar, *Membuka Usaha Kecil*, Kanisus, Yogyakarta, 2007, hlm 75-76.

⁶⁾ Al-kautsar, *Analisis Industri Rumah Tangga Tempe Di Kecamatan Gamping Kabupaten Sleman. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, Yogyakarta. 2013.

Faktanya sebuah merek dagang diibaratkan sebagai wajah dari sebuah produk usaha. Dengan adanya merek, pelanggan dapat terbantu dalam membedakan sebuah produk dari produk yang sejenis yang berasal dari produsen yang berbeda, dengan merek sebuah bisnis atau usaha akan lebih mudah memasarkan barang dagangnya.⁷⁾ Merek pun berfungsi sebagai daya pembeda, serta dapat menjadi jaminan kualitas produk itu sendiri.

Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (selanjutnya disingkat Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis) menyebutkan bahwa merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/ atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/ atau jasa.

Hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

Pelaku industri rumah tangga terkesan mengabaikan pendaftaran merek produknya karena berbagai hal seperti kurangnya pengetahuan mengenai tata cara atau prosedur pendaftaran merek, persyaratan yang dianggap sulit, selain itu karena lokasi kantor pendaftaran yang jauh dari tempat tinggal dan para produsen

⁷⁾M.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt52e3be162b031/perlukah-usaha-kecil-dan-menengah-mendaftar-merek-dagang/ diakses pada 16 April pukul 15:30.

tidak memiliki banyak waktu untuk mengurus pendaftaran merek tersebut juga menjadi salah satu kendala yang dialami oleh para pelaku usaha industri rumah tangga di kecamatan Rancaekek. Akibat dari hal tersebut dapat menimbulkan klaim merek dagang antar para pelaku usaha karena merek dagang produk yang sama dan merasa lebih dahulu muncul di pasaran akibat tidak memiliki kekuatan atau perlindungan hukum terhadap merek dagangnya. Hal tersebut yang menjadi tujuan penulis ingin mengetahui serta menganalisa perlindungan hukum atas merek bagi pelaku industri rumah tangga di wilayah Rancaekek dengan melalui metode pendekatan yuridis normatif.

Pelaku usaha industri rumah tangga di wilayah Kecamatan Rancaekek banyak yang belum mendaftarkan merek atas produknya sehingga penggunaan merek pun secara bebas dapat digunakan oleh produsen lain dengan tujuan agar dapat menguasai pasar atau menjatuhkan merek produsen sebelumnya dikarenakan tidak adanya kekuatan hukum. Hal tersebut dapat terjadi dan dialami oleh pelaku industri rumah tangga salah satunya yaitu pelaku industri rumah tangga di wilayah Rancaekek yang memiliki usaha produksi kue jajanan pasar yang telah ditiru oleh pelaku industri rumah tangga lain yang dahulunya adalah seorang *reseller* namun industri rumah tangga pemilik pertama tersebut belum mendaftarkan merek dan tidak dapat bertindak apapun terhadap hal tersebut. Pemilik merek pertama hanya menambah kreasi dan varian rasa serta produk untuk menarik konsumen namun masih belum terpikirkan untuk mendaftarkan mereknya.

Penulis merasa tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai perlindungan hukum terhadap pelaku usaha industri rumah tangga mengenai merek dagang

dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Sebelumnya telah terdapat beberapa judul penulisan tugas akhir mengenai Perlindungan Hukum terhadap Merek dua diantaranya berjudul :

1. Perlindungan Hukum Merek Terkenal Untuk Barang Tidak Sejenis (Analisis Yuridis Pasal 6 Ayat (2) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001).

Istiqomah Andreany Prananingtyas

Universitas Negeri Semarang

2016

2. Perlindungan Hukum Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis (Studi Pada Kaos Medan Bah Di Kota Medan).

Risky Sianipar

Universitas Sumatera Utara

2019

Penulis bermaksud mengkaji lebih dalam mengenai perlindungan hukum atas merek terhadap pelaku usaha industri rumah tangga di wilayah Rancaekek, karena sepengetahuan penulis belum ada yang membahas mengenai perlindungan hukum bagi pelaku usaha industri rumah tangga mengenai merek di wilayah Rancaekek dalam tugas akhir sebelumnya. Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk meneliti tentang perlindungan hukum merek terhadap pelaku usaha industri rumah tangga dalam bentuk skripsi dengan judul “**Perlindungan Hukum**

Merek Bagi Pelaku Industri Rumah Tangga Di Wilayah Rancaekek Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah perlindungan hukum merek bagi pelaku industri rumah tangga di wilayah Rancaekek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis?
2. Kendala apa yang dihadapi oleh pelaku industri rumah tangga dalam memperoleh hak merek?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang hendak dicapai yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis perlindungan hukum merek bagi pelaku industri rumah tangga di wilayah Rancaekek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kendala yang dihadapi oleh pelaku industri rumah tangga dalam memperoleh hak merek.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki 2 (dua) kegunaan, yaitu:

1. Kegunaan Teroritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan ilmu hukum khususnya dalam bidang Hak Kekayaan Intelektual mengenai Merek.

2. Kegunaan Praktis

- a) Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan atau bahan masukan bagi pihak yang terkait yaitu Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual dan HAM dalam meningkatkan pelayanan serta pemeriksaan suatu merek yang akan didaftarkan.
- b) Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran bagi masyarakat khususnya bagi pelaku usaha industri rumah tangga yang akan mendaftarkan merek dagangnya.

E. Kerangka Pemikiran

Merek adalah suatu tanda yang pada dirinya terkandung daya pembeda yang cukup (*capable of distingling*) dengan barang-barang lain yang sejenis. Kalau tidak ada pembedaan, maka tidak mungkin disebut merek.⁸⁾

Fungsi dari suatu merek adalah untuk dapat membedakan barang atau jasa sejenis yang dihasilkan oleh industri lain. Merek juga berfungsi untuk menjaga persaingan usaha secara sehat, melindungi konsumen karena merek dapat menjamin kualitas dari produk, dapat menjadi sarana untuk memperluas pemasaran dan menjadi identitas sebuah industri rumah tangga tersebut.

Permohonan pendaftaran merek diajukan oleh pemohon atau kuasanya kepada menteri secara elektronik maupun non-elektronik dengan mencantumkan

⁸⁾Hery Firmansyah, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek: Panduan Memahami Dasar Hukum Penggunaan dan Perlindungan Merek*, Medpress Digital, Yogyakarta, 2013, hlm 30.

tanggal, bulan, tahun permohonan, identitas pemohon atau kuasa, alamat pemohon atau kuasa, warna, nama Negara dan tanggal permintaan merek yang pertama kali dalam hal permohonan diajukan dengan hak prioritas, dan kelas barang atau jasa serta uraian jenis barang dan atau jasa.

Permohonan wajib dilampiri dengan surat pernyataan kepemilikan merek yang dimohonkan oleh pendaftar. Permohonan yang diajukan oleh lebih dari satu pemohon secara bersama-sama berhak atas merek tersebut semua nama pemohon dapat dicantumkan namun hanya dengan satu alamat dan ditanda tangani oleh salah satu pemohon yang mewakilkan.

Permohonan diajukan dengan memenuhi semua kelengkapan persyaratan pendaftaran merek sebagaimana yang telah disebutkan dalam Pasal 4 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis, apabila terdapat kekurangan kelengkapan maka dalam jangka waktu paling lama 30 hari sejak tanggal penerimaan untuk melengkapi persyaratan.

Pengumuman permohonan pendaftaran merek akan diumumkan oleh menteri dalam berita resmi merek dalam jangka waktu 15 hari sejak tanggal penerimaan. Pengumuman tersebut akan diberitakan selama 2 bulan dan diterbitkan secara berkala oleh menteri melalui saran elektronik maupun non-elektronik.

Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis dirumuskan dengan maksud untuk menjadi landasan hukum bagi dunia industri perdagangan untuk menghadapi perkembangan perekonomian lokal, nasional, regional dan internasional serta perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Serta sebagai pedoman untuk para pelaku usaha khususnya industri rumah tangga

supaya tidak mengabaikan perlindungan hak atas merek pada barang atau produk yang diproduksi meskipun industri tersebut masih berskala kecil, karena setiap orang atau produsen dapat memperoleh hak atas pengakuan, jaminan, perlindungan dan kepastian hukum yang adil atas dirinya supaya terhindar dari kerugian yang diakibatkan oleh orang lain sesuai dengan Pasal 28D ayat 1 Undang-Undang Dasar 1945.

Perlindungan hukum terhadap hak merek di Indonesia saat ini diatur berdasarkan Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis yang merupakan hasil pembaharuan dari Undang-Undang Merek lama, yaitu Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek, Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 dan Undang-Undang Tahun 1992. Peran merek dalam era perdagangan global, menjadi sangat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat, sehingga diperlukan peraturan yang memadai tentang merek guna memberikan peningkatan layanan bagi masyarakat. Bagi dunia usaha merek memiliki arti yang sangat penting dan mahal. Merek dapat mencerminkan harga diri sebuah perusahaan dan jaminan mutu atas produk barang dan/atau jasa yang dihasilkan perusahaan.⁹⁾

Merek dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap suatu barang dan/atau jasa. Produk dengan merek terkenal akan lebih mudah untuk dipasarkan sehingga dapat mendatangkan banyak keuntungan untuk perusahaan atau industri rumah tangga tersebut.

⁹⁾Iswi Hariyani, *Prosedur Mengurus HAKI Yang Benar*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta, 2010, hlm 89.

Hal tersebut di atas menjadi dasar perlindungan hukum terhadap hak merek sangat diperlukan karena 3 (tiga) hal berikut:

- a) Untuk menjamin adanya kepastian hukum bagi para penemu, pemilik atau pemegang hak merek.
- b) Untuk mencegah terjadinya pelanggaran dan kejahatan atas hak merek sehingga keadilan hukum dapat diberikan kepada yang berhak.
- c) Untuk memberikan manfaat kepada masyarakat agar masyarakat lebih terdorong untuk membuat dan mengurus pendaftaran merek usaha mereka.¹⁰⁾

Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis tidak hanya mengatur tentang perlindungan terhadap merek dagang dan merek jasa namun mengatur tentang perlindungan terhadap indikasi geografis, yaitu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang karena faktor lingkungan geografis. Yang termasuk lingkungan geografis disini yaitu faktor alam atau faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut yang dapat memberikan ciri dan kualitas tertentu pada suatu barang atau produk yang dihasilkan.

Kimbal, menyebutkan pengertian industri rumah tangga disebut pula sebagai suatu kegiatan keluarga, yaitu sebagai unit-unit konsumtif dan produktif yang terdiri dari paling sedikit 2 (dua) anggota rumah tangga yang sama, sama-sama menanggung pekerjaan, makanan dan tempat berlindung.¹¹⁾

Industri rumah tangga dapat memperluas lapangan pekerjaan dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat serta dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan strategi pemasaran yang baik seperti menggunakan merek sebagai identitas produk dan promosi kepada masyarakat agar produk yang diperdagangkan dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat, maka dari itu pelaku industri rumah tangga seharusnya mendaftarkan

¹⁰⁾*Ibid.*

¹¹⁾Kimbal.R.W, *Modal Sosial dan Ekonomi Industri Kecil: Sebuah Studi Kualitatif*, Depublis, Yogyakarta, 2015, hlm 27.

merek dagangnya supaya merek dari produknya tidak dapat diakui oleh produsen lain dan dapat menjamin kualitas dari produk itu sendiri.

Industri rumah tangga yang telah mendaftarkan merek dagang produknya maka akan mendapatkan perlindungan hukum dan mendapatkan hak eksklusif untuk mencegah semua pihak ketiga atau pihak lain yang tidak memiliki wewenang untuk menggunakan merek tersebut dalam kegiatan perdagangan jika memiliki suatu tanda atau daya pembeda dalam produk yang dipasarkan. Pada dasarnya merek (*trademark*) sebagai tanda dengan daya pembeda yang digunakan untuk perdagangan barang dan/atau jasa. Merek harus memiliki elemen sebagai berikut:¹²⁾

- 1) Tanda dengan adanya daya pembeda.
- 2) Tanda tersebut harus digunakan.
- 3) Untuk perdagangan barang dan/atau jasa.

F. Metode Penelitian

Penelitian menurut Soerjono Soekanto merupakan suatu usaha untuk menganalisis serta mengadakan konstruksi secara metodologis, sistematis dan konsisten. Penelitian merupakan sarana yang digunakan untuk memperkuat, membina serta mengembangkan ilmu pengetahuan.¹³⁾

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Metode Pendekatan

¹²⁾Rahmi Jened, *Hukum Merek (Trademark Law) Dalam Era Globalisasi dan Integrasi Ekonomi*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2015, hlm 6.

¹³⁾Suteki, Galang Taufani, *Metodologi Penelitian Hukum (Filsafat, Teori Dan Praktik)*, Rajagrafindo Persada, Depok, 2018, hlm 125-126.

Metode pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan yuridis normatif, yaitu suatu prosedur dan cara penelitian ilmiah untuk menemukan kebenaran berdasarkan logika keilmuan hukum dari segi normatifnya. Pendekatan undang-undang (*statute approach*) dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani.¹⁴⁾ Maka penelitian hukum yang dilakukan adalah dengan cara mengkaji atau meneliti bahan pustaka serta peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan penelitian sebagai bahan dasar untuk meneliti.

2. Spesifikasi Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam tipe penelitian deskriptif analitis, menurut Sugiyono deskriptif analitis adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.¹⁵⁾ Menganalisis untuk menyelesaikan masalah yang berhubungan dengan perlindungan merek terhadap pelaku usaha industri rumah tangga.

3. Tahap Penelitian

a) Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan terdiri dari 3 (tiga) bahan hukum berikut:

- 1) Bahan Hukum Primer, berupa aturan perundang-undangan seperti Undang-Undang Dasar 1945, Undang-Undang Nomor 15 Tahun

¹⁴⁾*Ibid*, hlm 172.

¹⁵⁾Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2009, hlm 29.

2001 dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

- 2) Bahan Hukum Sekunder, berupa bahan hukum yang bersumber dari buku, literatur, catatan kuliah dan berbagai karya ilmiah yang berkaitan dengan penelitian ini.
- 3) Bahan Hukum Tersier, merupakan bahan hukum yang melengkapi sumber data primer dan sekunder yang berasal dari website di internet.

b) Studi Lapangan (*Field Research*)

Studi lapangan diperoleh melalui metode wawancara yang dilakukan dengan cara tatap muka wawancara secara langsung mengenai pendaftaran merek ke Kantor Wilayah Hukum dan HAM, Kantor Kecamatan Rancaekek serta industri rumah tangga di wilayah Rancaekek yang telah mendaftarkan dan belum mendaftarkan merek dagangnya.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis untuk memperoleh data yang dibutuhkan yaitu dengan menggunakan :

a. Studi Dokumen

Studi dokumen yaitu meneliti dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dibahas yaitu tentang tata cara pendaftaran merek.

b. Wawancara

Wawancara atau pengamatan harus menggunakan kombinasi dengan studi dokumen yang bersifat saling melengkapi, dilakukan dengan

cara tatap muka wawancara secara langsung mengenai pendaftaran merek ke Kantor Wilayah Hukum dan HAM, Kantor Kecamatan Rancaekek serta industri rumah tangga di wilayah Rancaekek yang telah mendaftarkan merek dagangnya.

5. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis kualitatif, berupa pengolahan data yang dilakukan dengan cara menarik kesimpulan secara terperinci dari data informasi yang berbentuk kalimat verbal bukan berupa simbol angka atau bilangan.¹⁶⁾ Berdasarkan hasil analisis dapat ditarik kesimpulan secara deduktif, yaitu cara berpikir yang didasarkan pada fakta-fakta yang bersifat umum untuk kemudian ditarik suatu kesimpulan bersifat khusus.

6. Lokasi Penelitian

Peneliti mengadakan penelitian ke lokasi berikut :

a) Kantor Wilayah Hukum dan HAM

Alamat : Jl. Jakarta No. 27 Kebonwaru Kecamatan Batununggal, Kota Bandung.

b) Kantor Kecamatan Rancaekek

Alamat : Jl. Raya Majalaya – Rancaekek No. 89 Rancaekek Wetan Kecamatan Rancaekek, Kab. Bandung.

c) Hanaang

Alamat : Griya Ranca Indah 1 Blok D No. 8 Desa Jelegong Kecamatan Rancaekek, Kab. Bandung.

¹⁶⁾Suteki, Galang Taufani, *Op.Cit.*, hlm 180-181.

d) Sutuy Snack

Alamat : Lingga Jaya Desa Jelegong Kecamatan Rancaekek, Kab.

Bandung.

e) Midome

Alamat : Griya Ranca Indah 3 Desa Jelegong Kecamatan Rancaekek, Kab.

Bandung.