

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Globalisasi dalam ekonomi zaman sekarang semakin maju dengan diadakannya ketentuan-ketentuan yang membuat pedagang-pedagang lokal yang memberikan banyak kelancaran dalam kemudahan pelaku-pelaku ekonomi untuk melakukan aktivitas perdagangan merek dengan berbagai keringanan-keringanan yang memudahkan untuk mereka melakukan perdagangan.

Permasalahan HKI merupakan permasalahan yang terus berkembang dengan perlindungan hukum kekayaan intelektual (HKI) dan perkembangan ini juga sejajar dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK). Dan HKI juga tidak hanya penting bagi pelaku usaha tetapi penting juga bagi negara untuk menjaga keunggulan industri dan perdagangan. Arti dari HKI adalah singkatan dari Hak Kekayaan Intelektual.¹ Kekayaan intelektual adalah hasil kreasi manusia berdasarkan kemampuan intelektual berupa karya ciptaan hasil buah pikiran yang berbentuk ekonomi kreatif tak berwujud untuk memenuhi kebutuhan dan kesejahteraan manusia. Kekayaan intelektual memiliki beberapa jenis namun yang menjadi perhatian sekarang ini adalah kekayaan intelektual komunal.² Hak Kekayaan Intelektual (HKI) sangat penting, karena perlindungan HKI sangat erat kaitannya dengan perdagangan internasional.³

Secara umum tentang pengertian merek adalah sebuah tanda yang di letakan atau di tempel pada pembungkus produk yang di perdagangkan biasanya berupa gambar yang isinya dapat berbentuk huruf, kata, warna, lukisan dan kombinasi dari lukisan dan warna. Sedangkan pengertian merek menurut Undang-Undang No.20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi

¹Cita Citrawinda, *Mengenal Lebih Jauh Hak Kekayaan Intelektual*, (Surabaya: CV Jakad Media Publishing, 2019), 5.

² Robiyatul Adawiyah, Pengaturan Hak Kekayaan Intelektual Dalam Masyarakat Kumunal Di Indonesia, *Jurnal Ilmiah Hukum Kenotariatan*, Vol.10 No.1 (Mei, 2021), 31

³ Nuzulia Kumalasari, "Pentingnya Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Dalam Era Globalisasi", *Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum Qisti* Vol.3 No.1 (Januari, 2018), 17

geografis, yang di sebut merek adalah tanda yang di tampilkan secara grafis berupa nama, logo, kata, huruf, angka, susunan warna dalam bentuk 2 dimensi dan atau 3 dimensi suara hologram, atau kombinasi dari 2 atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang/ jasa yang di produksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Pasal 1 angka satu.⁴ Fungsi merek adalah memberikan pendekatan atau manfaat utama dari produk yang di berikan di sini kita harus mencari esensi dari layanan produk sebagai contoh, *disney* sebagai merek memiliki fungsi untuk memberikan hiburan.⁵

Dengan banyaknya manfaat merek tersebut, maka merek perlu di daftarkan karena merek merupakan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang memiliki nilai ekonomi. Untuk memberikan perlindungan hukum maka merek suatu produk atau jasa perlu di daftarkan ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) pada kementerian hukum dan hak asasi manusia.⁶

Pemberian perlindungan hak atas merek, hanya diberikan kepada pemilik merek yang mereknya sudah terdaftar saja. Perlindungan merek diberikan manakala terjadi suatu pelanggaran merek yang dilakukan oleh pihak yang tidak mempunyai hak terhadap suatu merek. Dalam dunia perdagangan merek mempunyai peranan yang penting, karena dengan merek yang terkenal maka akan dapat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha terutama dalam hal pemasaran. Dalam dunia perdagangan sering terjadi pelanggaran terhadap merek terkenal. Pelanggaran terjadi karena ada pihak yang tidak mempunyai hak menggunakan merek terdaftar untuk kepentingannya.⁷

Peran merek sangat menonjol dalam menstimulus konsumen melakukan pembelian dan bahkan menjadi loyal terhadap merek. Hal tersebut dibuktikan

⁴ Chandra Gita Dewi, *Penyelesaian Sengketa Pelanggaran Merek*, (Yogyakarta, CV Budi Utama, 2019), 1.

⁵ Ardi wirdamulia, *Strategi Pengelolaan Makna Merek*, (Bogor, IPB Press, 2019), 17.

⁶ Mashud Toarik, *Ketahui Pentingnya Pendaftaran Merek bagi pelaku UMKM*, <https://investor.id/business/245070/ketahui-pentingnya-pendaftaran-merek-bagi-pelaku-umkm#:~:text=Alasan%20lain%20merek%20perlu%20didaftarkan,Hukum%20dan%20Hak%20Asasi%20Manusia>, di akses pada tanggal 30 Agustus 2022.

⁷ Enny Mirfah, *Perlindungan Hukum Terhadap merek terdaftar*, "Jurnal Hukum Samudra" Volume II No 1. (Januari 2016), 67

oleh Peter dan Olsen dalam penelitian tentang pengambilan keputusan pembelian konsumen pada produk yang bersifat *convenience*, apabila pelanggan dihadapkan pada pilihan nama merek, harga, serta berbagai atribut produk, pelanggan cenderung memilih merek terlebih dahulu baru memikirkan harga. Sehingga sesuai dengan teori yang dinyatakan Aker bahwa “*Brand equity can affect customer's confidence in the purchase decision*” Ekuitas merek akan mempengaruhi kepercayaan diri konsumen dalam menentukan keputusan pembelian.⁸

Sasadulur Kopi Cibunar Linggarjati merupakan sebuah merek dari produk kopi yang sudah cukup terkenal. Tetapi sayangnya meskipun produk ini sudah di kenal banyak orang tetapi sampai saat ini merek sasadulur kopi Cibunar Linggarjati belum di daftarkan sebagai HKI dan hal ini menyebabkan terjadinya permasalahan yang harus di teliti oleh penulis.

Penulis tertarik untuk melakukan penelitian atas persoalan produk sasadulur kopi Cibunar Linggarjati dengan judul Urgensi Penggunaan Merek Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Yang Belum Di Daftarkan (Studi Kasus Pada Merek Kopi “Sasadulur Kopi Cibunar Linggarjati” Perspektif Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Hak Merek Dan Indikasi Geografis).

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah penelitian dapat dijelaskan pada tiga hal berikut

1. Identifikasi Masalah

a. Wilayah Kajian

Penelitian ini mengkaji tentang Urgensi Penggunaan Merek Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Yang Belum di Daftarkan (Studi Kasus Pada Merek Kopi “*Sasadulur Kopi Cibunar Linggarjati*” Perspektif Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis) Penelitian ini tergolong dalam wilayah kajian Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual. Dengan topik kajian Hak Merek.

⁸ Sudomo, *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian*, Jurnal JBMA, Vol.1 No.2, (Februari 2013), 34

b. Jenis Masalah

Jenis masalah yang penulis teliti yaitu, dari prinsip penggunaan merek oleh usaha produk kopi sasadulur kopi Cibunar Linggarjati, dan urgensi merek pengguna sasadulur kopi Cibunar Linggarjati menurut Undang-Undang no.20 Tahun 2016 tentang hak merek dan indikasi geografis.

2. Pembatasan Masalah

Dalam pembahasan penelitian ini, penulis memberikan batasan permasalahan yang akan di bahas agar peneliti ini lebih terarah dan fokus, dengan pembatasan masalah yaitu dari prinsip penggunaan merek oleh produk kopi sasdulur kopi Cibunar Linggarjati dan urgensi dari merek sasadulur kopi Cibunar Linggajati menurut Undang-Undang no.20 Tahun 2016 tentang hak merek dan indikasi geografis.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka yang menjadi sub-sub masalah yang akan di bahas yaitu:

1. Bagaimana prinsip penggunaan merek oleh usaha produk kopi sasadulur kopi Cibunar Linggarjati ?
2. Bagaimana urgensi penggunaan merek produk kopi sasadulur kopi Cibunar Linggajati menurut Undang-Undang No.20 Tahun 2016 tentang hak merek dan indikasi geografis dan Hukum Ekonomi Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah tersebut, tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah.

1. Untuk mengetahui prinsip dari penggunaan merek produk kopi sasdulur kopi Cibunar Linggarjati.
2. Untuk mengetahui urgensinya pengguna merek sasadulur kopi Cibunar Linggarjati menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2016 tentang hak merek dan indikasi geografis dan Hukum Ekonomi Syariah ?

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian penulis berharap akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Peneliti ini di harapkan dapat menambah wawasan dan memperdalam berbagai ilmu pengetahuan, khususnya tentang urgensi penggunaan merek pada Usaha Mikro Kecil Menengah yang belum di daftarkan. Dan di harapkan dapat menjadi masukan dan pemahaman bagi masyarakat untuk mengembangkan potensi yang ada di wilayah setempat, khususnya masyarakat di Desa Linggarjati Kecamatan Cilimus.

2. Manfaat Secara Praktis

- a. Penelitian ini memberikan pengetahuan yang luas bagi penulis dari mulai pembuatan merek, syarat-syarat pembuatan merek, dan sampai mengetahui arti dari merek tersebut.
- b. Sebagai bahan masukan dan menjadi referensi bagi pengguna merek Sasaduluran kopi Cibunar Linggarjati.

E. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah dasar pemikiran dari penelitian yang di sintesiskan dari fakta-fakta, observasi dan kajian kepustakaan. oleh karena itu, kerangka berpikir memuat teori, dalil atau konsep-konsep yang akan di jadikan dasar dalam penelitian. Di dalam pemikiran kerangka pemikiran variabel-variabel penelitian di jelaskan secara mendalam dan relevan dengan permasalahan yang di teliti, sehingga dapat di jadikan dasar untuk menjawab permasalahan penelitian.⁹

Secara umum tentang merek adalah sebuah tanda yang di letakan atau di tempel pada pembungkus produk yang di perdagangkan biasanya berupa gambar yang isinya berbentuk huruf, kata, angka, warna, lukisan, dan

⁹ Ismail Nurudin, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Media Cahaya Cendekia Wiyung, 2019), 125.

kombinasi dari angka dengan warna. Sedangkan pengertian merek menurut Undang-Undang No.20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang di sebut merek adalah tanda yang di dapat di tampilkan secara grafis yang di tampilkan gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna dalam bentuk dua dimensi dan atau tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari dua atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan atau jasa yang di produksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.¹⁰

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah, UMKM di atur berdasarkan Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).¹¹ Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah atau yang selanjutnya kita sebut sebagai UMKM adalah sebuah bentuk usaha produktif yang di miliki oleh perorangan atau badan usaha yang biasanya bergerak dalam ruang lingkup kegiatan perdagangan yang memiliki ciri atau karakter berbeda-beda.¹² Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini. Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu juga mampu menciptakan kreativitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Pada sisi lain, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran. Dari sinilah terlihat bahwa keberadaan UMKM yang bersifat padat karya, menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja.¹³

Perlindungan hukum terhadap Hak Merek Terkenal di Indonesia diatur berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan

¹⁰ Candra Gita Dewi, *Penyelesaian Sengketa Pelanggaran Merek*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), 1.

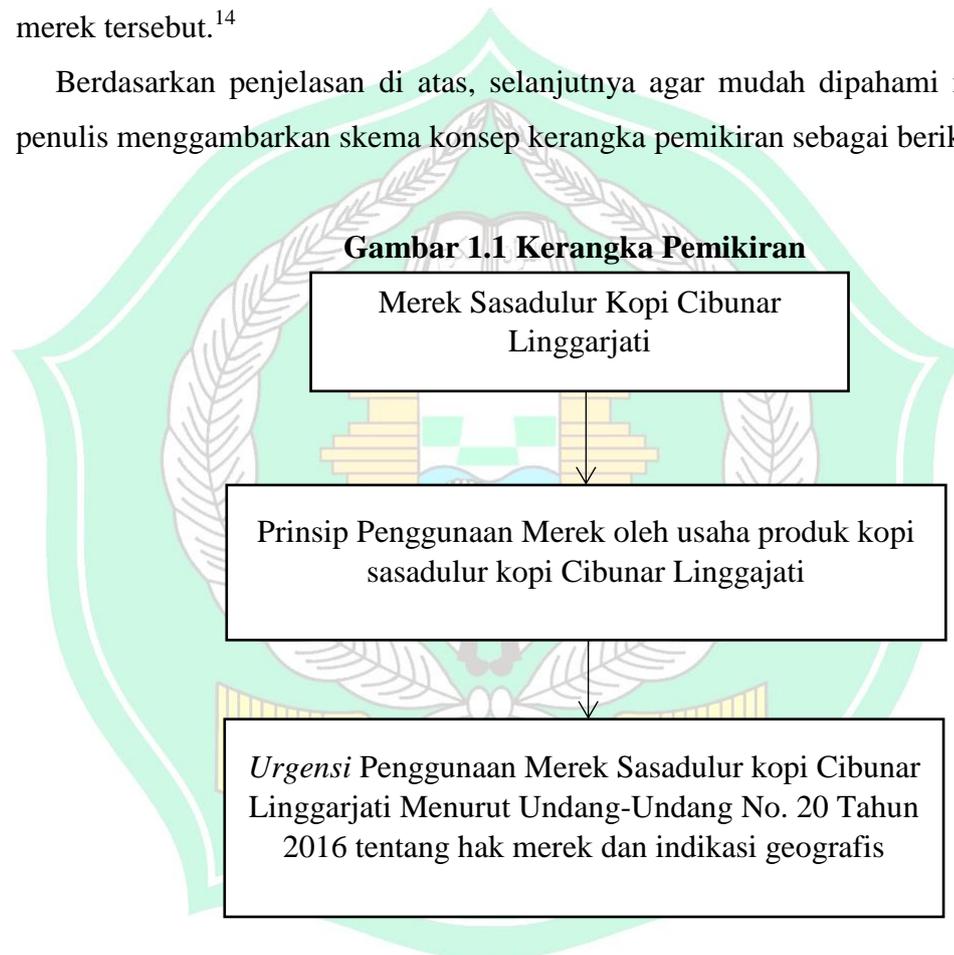
¹¹ Republik Indonesia Undang-Undang No.20 Tahun 2008 Tentang UMKM

¹² Kurnia Cahya Lestari, *Sistem Informasi Akutansi (Beserta Contoh Penerapan Aplikasi SIA sederhana dalam UMKM*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 40.

¹³ Feni Dewi Anggraeni, "Pengembangan Usaha Mikro Kecil, Dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal", *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol.1 No.6 Tahun 2018.

Indikasi Geografis, tepatnya pada Pasal 21 ayat (1) huruf b dan c, Pasal 83 ayat (2), dan diperkuat oleh Penjelasan Pasal 21 ayat (1) huruf b, Penjelasan Pasal 76 ayat (2), dan Penjelasan Pasal 83 ayat (2). Indonesia menganut sistem pendaftaran Merek dengan sistem konstitusi. Sistem ini mengharuskan adanya pendaftaran merek agar suatu merek bisa mendapatkan perlindungan, sistem ini dikenal juga dengan sistem *first to file*. Sistem ini menegaskan bahwa orang yang pertama kali mendaftarkan Merek, maka dialah yang berhak atas hak merek tersebut.¹⁴

Berdasarkan penjelasan di atas, selanjutnya agar mudah dipahami maka penulis menggambarkan skema konsep kerangka pemikiran sebagai berikut:



F. Literatur Rieiw

1. Skripsi Muhammad Arsyadu Shiyam, (2020) Dengan Judul “Pendaftaran Merek Kolektif Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sentra Industri Tahu Randudongkal di Kabupaten Pematang” Tujuan peneliti ini yaitu (1) untuk mengetahui dan menganalisis urgensi pendaftaran merek

¹⁴ Uaman, *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual*, (Bandung, PT Alumni, 2003), 45.

kolektif Usaha Mikro Kecil dan Menengah berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang hak merek dan indikasi geografis. (2) untuk mengetahui dan menganalisis upaya yang dilakukan oleh peguyuban sentra industri tahu Randudongkal dalam melindungi produksi. Metode yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Hasil pembahasan ternyata urgensi pendaftaran merek kolektif belum dipahami dan disadari oleh pelaku UMKM. Pelaku UMKM kurang memahami arti pentingnya pendaftaran merek.¹⁵ Perbedaan peneliti ini dengan penulis yaitu mulai dari pentingnya pendaftaran merek kolektif usaha mikro kecil dan menengah berdasarkan Undang-Undang No.20 Tahun 2016 tentang hak merek dan indikasi geografis. Sedangkan perbedaan dari penulis yaitu prinsip penggunaan merek oleh usaha produk kopi sasadulur kopi Cibunar Linggajati persamaan dari penelitian terdahulu yaitu terdapat tujuan yang sama yaitu membahas mengenai Urgensi merek.

2. Skripsi M.Reza Qurahman (2020) dengan judul “ Perlindungan Hukum Terhadap pemilik merek yang belum terdaftar menurut Undang-Undang No.20 Tahun 2016 tentang hak merek dan indikasi geografis” Tujuan penelitian ini yaitu (1) bentuk perlindungan hukum yang belum terdaftar menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi geografis. (2) Akibat hukum perlindungan hukum terdapat pemilik merek yang belum terdaftar menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang hak merek dan indikasi geografis. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif.¹⁶ Perbedaan peneliti ini dengan penulis yaitu dari segi pembahasan kalo penelitian ini pokok bahasanya mengenai bentuk perlindungan hukum terhadap pemilik merek yang belum terdaftar dan akibat hukum yang belum terdaftar. Sedangkan penulis pembahasan yaitu tentang prinsip yang belum mendaftarkan merek menurut Undang-Undaang No.20 tahun 2016

¹⁵ Muhammad Arsyadu Shiyam, *Urgensi Pendaftaran Merek Kolektif Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sentra Industri Tahu randudongkal di Kabupaten Pemalang*, Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang, 2020.

¹⁶ M. Reza Qurahman, *Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Merek Yang Belum terdaftar Menurut Undang-Undang No.20 Tahun 2016 Tentang Hak Merek Dan Indikasi Geografis*, Fakultas Hukum Universitas Muhamadiyah Palembang, 2020.

tentang merek dan indikasi geografis. Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang hukum belum terdaftarnya merek.

3. Skripsi Yasmin Faris (2019) dengan Judul” Penggunaan Merek Bin Faris Dalam Produk Tekstil Dalam Perspektif Undang-Undang Merek No.20 Tahun 2016” Tujuan penelitian ini yaitu (1) Untuk mengetahui faktor yang menyebabkan merek Bin Faris dalam produk tekstil belum terdaftar oleh pengusahanya. (2) Untuk mengetahui keuntungan dan kerugian pengusaha yang belum mendaftarkan merek pada barang dagangannya. (3) Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap merek yang belum terdaftar di Indonesia. Metode yang di gunakan penelitian ini yaitu deskriptif Kualitatif. Hasil pembahasan dari penelitian ini yaitu faktor yang menyebabkan merek Bin Faris dalam produk tekstil belum di daftarkan oleh perusahaan yaitu faktor dari proses yang lama, biaya pendaftaran merek, dan permintaan pembeli. Lalu keuntungan pengusaha tidak mendaftarkan merek pada pedagangya yaitu tidak membayar pendaftaran merek, tidak perlu berurusan dengan birokrasi pendaftaran merek, dan mengurangi biaya pengiriman (ekspor). Dan perlindungan hukum terhadap merek ada dalam Undang-Undang No.20 Tahun 2016 Tentang Indikasi dan geografis.¹⁷ Perbedaan peneliti ini dengan penulis yaitu dari pembahasannya yang di dalamnya membahas faktor produk tekstil yang belum di daftarkan perusahaan mengetahui keuntungan dan kerugian yang belum mendaftarkan merek. Dan perlindungan hukum terhadap merek. Sedangkan penulis membahas tentang pengembangan UMKM produk. Kendala-kendala pengembangan UMKM dan efektivitas pengembangan UMKM. Lalu persamaan dari penelitian ini dengan penulis yaitu dari penggunaan merek sama perspektif Undang-Undang No.20 Tahun 2016.
4. Skripsi Rizky Fransaldi (2022) dengan Judul ”Perlindungan hukum terhadap pemilik merek yang tidak terdaftar di Indonesia” Tujuan Penelitian ini yaitu Sistem perlindungan hukum merek bagi pemilik merek

¹⁷ Yasmin Faris Bachel, *Penggunaan Merek Bin Faris Dalam Produk Tekstil Dalam Perspektif Undang-Undang Merek Tahun 2016*, Fakultas Hukum Universitas Sumatra Utara Medan 2019.

yang tidak terdaftar di Indonesia menurut undang-undang No. 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis. Dan akibat yang di timbulkan jika tidak mendaftarkan merek seperti apa. Metode yang di gunakan penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif.¹⁸ Perbedaan penelitian ini dengan penulis yaitu dari penelitian ini membahas mengenai sistem perlindungan hukum merek bagi pemilik merek yang tidak terdaftar di Indonesia dan akibat timbulnya akan seperti apa jika merek tidak di daftarkan. Sedangkan penulis membahas tentang prinsip tidak di daftarkannya merek dan urgensi mereknya. Sedangkan persamaan dari peneliti ini dan penulis yaitu sama-sama tidak terdaftar merek di HKI.

5. Jurnal Hukum Adigama, Nanda Resa Nur Aliska, Dengan judulnya “Perlindungan Hukum terhadap merek terkenal yang tidak terdaftar di Indonesia dalam putusan Mahkamah Agung No.7K/PDT-HKI/2018” Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap merek terkenal yang belum terdaftar di HKI. Metode yang di gunakan yaitu deskriptif kualitatif.¹⁹ Perbedaan peneliti ini dengan penulis yaitu kalo peneliti ini membahas tentang perlindungan hukum terhadap merek terkenal yang tidak terdaftar di Indonesia. Sedangkan penulis membahas mengenai prinsip penggunaan merek yang belum di daftarkan dan urgen penggunaan merek menurut Undang-Undang No.20 Tahun 2016 tentang hak merek dan indikasi geografis. Sedangkan persamaannya peneliti ini dengan penulis yaitu sama-sama belum terdaftar mereknya di HKI.

G. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang di gunakan dalam membuat karya ilmiah penelitian skripsi ini adalah pengambilan data dari sumber wawancara, buku dan dari jurnal. Metode yang di gunakan dalam penyusunan karya ilmiah penelitian skripsi ini yaitu metode kualitatif. Pemikiran terpenting dalam

¹⁸ Rizky Fransandi, *Perlindungan hukum terhadap pemilik merek yang tidak terdaftar di Indonesia*, Fakultas Hukum Universitas Kristen Indonesia, 2022.

¹⁹ Nanda Reza Nur Aliska, Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Yang Tidak Terdaftar Di Indonesia Dalam Putusan Mahkamah Agung NO.7K/PDT-HKI/2018, *Jurnal Hukum Adigama*, Vol 4 No.2 Desember 2021

pembahasan ialah memberikan pemahaman dan wawasan mengenai hak merek.

a. Metode Penelitian

Jenis skripsi yang penulis teliti menggunakan jenis penelitian kualitatif. Creswell mendefinisikan metode kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna oleh sejumlah individu atau sekelompok orang yang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan.²⁰ Proses penelitian kualitatif ini melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari partisipan, menganalisis data secara induktif mulai dari tema-tema yang khusus ke tema-tema umum, dan menafsirkan makna data.²¹

Penelitian kualitatif merupakan suatu strategi iquiri yang menekankan pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol maupun deskriptif suatu fenomena. Dari sisi lain dan secara sederhana dapat dikatakan bahwa tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menemukan jawaban terhadap suatu fenomena atau pertanyaan melalui aplikasi prosedur ilmiah secara sistematis dengan menggunakan pendekatan kualitatif.²²

Penelitian kualitatif berguna untuk memperoleh penemuan-penemuan yang tidak terduga sebelumnya dan membangun kerangka teoritis baru. Penelitian kualitatif biasanya mengejar data verbal yang lebih mewakili fenomena dan bukan angka-angka yang penuh presentasi dan merata yang kurang mewakili keseluruhan fenomena. Dari penelitian kualitatif tersebut, data yang diperoleh dari lapangan biasanya tidak terstruktur dari relative banyak, sehingga

²⁰ Sugiyono, *Metode penelitian pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 283

²¹ John W. Creswell, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2013), 4-5.

²² A Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*, (Padang: UNP Press, 2013), 334.

memungkinkan peneliti untuk menata, mengkritis, dan mengklarifikasikan yang lebih menarik melalui penelitian kualitatif.²³

Pernyataan di atas penulis dapat menangkap bahwa penelitian kualitatif yakni data yang terkumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar dan bukan angka. Selain itu, semua yang di kumpulkan kemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diketahui. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut.

b. Pendekatan penelitian

Penelitian hukum normatif untuk lengkapnya sering perlu didukung dengan penelitian lapangan. Dalam hal ini yang menjadi sasaran bukanlah norma atau kaidah, melainkan perilaku. Dalam penelitian lapangan ini yang dicari adalah perilaku, fakta atau *das Sein*. Jika yang dicari itu perilaku atau fakta, maka metode yang digunakan dalam penelitian lapangan ini adalah metode empiris.²⁴ Jika yang dicari itu adalah perilaku atau fakta, maka metode yang digunakan yaitu penelitian yang memanfaatkan hasil penelitian ilmu empiris sebagai ilmu bantu.

Dengan demikian, sasaran penelitian lapangan dalam penelitian ini mencari kebiasaan dan fakta yang berkaitan dengan urgensi penggunaan merek pada usaha mikro kecil menengah yang belum di daftarkan. Dalam hal ini konsekuensi yang dapat di terima oleh usaha mikro kecil menengah yang belum di daftarkan ke Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual (DJKI) yang di atur dalam Undang-Undang No.20 Tahun 2016 tentang hak merek dan indikasi geografis.

²³ Endaswara, *Metode, teori, Teknik, Penelitian Kebudayaan ideology, empistemologi dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Pustaka Windyatama, 2006), 81.

²⁴ Sudikno Mertokusumo, *Penemuan Hukum Sebuah Pengantar*, (Yogyakarta, Penerbit Liberty, 2007), hlm. 30.

1. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data yang dapat di peroleh. Ada dua macam sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.²⁵

- a. Sumber data primer adalah sumber data yang paling utama atau bisa di katakan sumber data paling penting yang di jadikan sumber utama di dalam penelitian ini adalah hasil observasi dan wawancara yang mendalam di lakukan oleh peneliti kepada pemilik Merek Sasadulur Kopi Cibunar-Linggarjati, dan beberapa konsumen yang sering membeli Produk Sasadulur Kopi Cibunar-Linggarjati. Langsung beserta dokumentasinya
- b. Sumber data Sekunder adalah sumber data yang diperoleh dari jurnal, buku, dan media internet yang ada hubungannya dengan pembahasan yang sedang di teliti sebagai acuan untuk memperbanyak informasi atau data sebagai rujukan laporan proposal penelitian.

2. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang di perlukan. Sedangkan data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang didapatkan di lokasi penelitian. Definisi data sebenarnya mirip dengan definisi informasi, hanya saja informasi lebih di tonjolkan sebagai pelayanan sedangkan data lebih menonjolkan aspek materi. Berbagai cara pengumpulan data untuk penelitian kualitatif terus berkembang.²⁶ maka data dapat didapatkan melalui:

- a. Wawancara

Wawancara adalah tanya jawab yang terjadi antara orang yang mencari informasi (pewawancara) dengan orang yang memberi informasi (Narasumber) dengan tujuan mengumpulkan

²⁵ Putra, <https://salamadian.com/pengertian-data/> Diakses pada tanggal, 15 juni 2021 Pukul 09:40 WIB

²⁶ Mamik, *Metodologi Kualitatif*, (Jawa timur : Zifana Tama, 2014), 103.

data atau memperoleh informasi.²⁷ Wawancara di sini adalah wawancara yang luas tetapi fokus pada judul proposal penelitian yang akan di teliti oleh seseorang mahasiswa untuk memperoleh data yang sempurna dalam pembuatan proposal penelitian. Saya mewawancarai pemilik merek kopi tersebut namanya Adi

b. Observasi

Observasi yang berarti pengamatan bertujuan untuk mendapatkan data tentang suatu masalah, sehingga didapat pemahaman atau sebagai alat atau pembuktian dalam informasi/keterangan yang didapat sebelum tidak langnya. Sebagai metode ilmiah observasi-observasi biasa di artikan sebagai pengamatan dan pencatatan fenomena-fenomena yang di selidiki secara sistematis dalam arti yang luas observasi sebelumnya tidak hanya terbatas kepada pengamatan yang di lakukan, baik secara langsung maupun tidak langsung.²⁸ Observasi yang di lakukan dalam penelitian ini yaitu langsung ke tempat pemilik merek Sasadulur Kopi Cibunar-Linggarjati untuk mendapatkan informasi yang valid.

c. Dokumentasi

Dokumen yaitu merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, rekaman, foto atau karya monumental dari seseorang.²⁹ Dalam penelitian ini dokumen yang di gunakan dalam pembuatan proposal penelitian yaitu dengan menggunakan rekaman dan foto agar memper muda dalam penulisan proposal penelitian ini.

3. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam

²⁷ Joko Untoro, *Buku Pintar Pelajaran SMA*, (Jakarta: Wahyu Media, 2010), 245

²⁸ Esty Aryani Safithri, *Asesmen Teknik Tes Dan Non tes*, (Malang: CV IRDH, 2018), 48.

²⁹ Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV Alvabeta, 2014), 82.

kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.³⁰ Proses analisis data telah mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun kelapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian. analisis menjadi pegangan bagi peneliti selanjutnya jika mungkin, analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data dari pada setelah selesai pengumpulan data.

Dalam penelitian ini sebagian besar datanya adalah data kualitatif yaitu data yang di sajikan dalam bentuk kata verbal, bukan dalam bentuk angka, data kata verbal yang beragam tersebut di oleh agar lebih mudah dan sistematis, untuk mempermudah ke arah yang di maksud penulis menggunakan tata pikir induksi dan deduksi. Teknik induktif yaitu cara berpikir yang di mulai dengan mengemukakan pernyataan-pernyataan yang mempunyai ruang lingkup yang jelas dan terbatas (spesifik) dalam argumentasi yang di akhir dengan pernyataan yang bersifat umum. Dan teknik deduksi yaitu cara berpikir di mana dari pernyataan yang bersifat umum di tarik kesimpulan yang bersifat khusus atau spesifikasi.

4. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di tempat pengolahan kopi di Dusun II Desa Linggarjati RT/RW 006/002 Kecamatan Cilimus Kabupaten Kuningan Jawa Barat.

H. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan dalam penulisan skripsi ini, maka penyusun akan menuliskan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, Rumusan masalah (di dalam rumusan masalah terdiri dari Identifikasi masalah, Pembatasan Masalah, dan Rumusan masalah),

³⁰ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Rosda, 2007), 150-151.

Tujuan penelitian, Manfaat Penelitian (manfaat penelitian terdiri dari Manfaat Teori, dan Manfaat secara Praktis), Kerangka Pemikiran, Literatur Rieviw, Metode penelitian (metode penelitian terdiri dari metodologi penelitian, pendekatan penelitian, Sumber data, teknik pengumpulan data, yang terdiri dari wawancara, observasi, dokumentasi, pengumpulan data), dan sistematika penulisan.

BAB II PENGGUNAAN MEREK PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH

Bab ini membahas tentang, teori tentang Hak Kekayaan Intelektual, teori Tentang Merek, penggunaan merek, perlindungan hak merek menurut Undang-Undang No.20 Tahun 2016, dan teori Usaha Mikro Kecil Menengah.

BAB III KONDISI OBJEKTIF USAHA MIKRO KECIL MENENGAH SASADULUR KOPI CIBUNAR LINGGARJATI

Bab ini menguraikan tentang awal mula berdirinya merek sasadulur kopi Cibunar Linggarjati, kondisi usaha mikro kecil menengah, dan kondisi lokasi tempat pemilik merek.

BAB IV URGENSI PENGGUNAAN MEREK PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH MEREK KOPI SASADULUR KOPI CIBUNAR LINGGARJATI

Bab ini membahas tentang prinsip penggunaan merek oleh usaha kopi Cibunar Linggajati dan urgensi penggunaan merek sasadulur kopi Cibunar Linggajati Menurut Undang-Undang No.20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis.

BAB V PENUTUP

Bab ini bagian bab akhir di dalam penulisan skripsi, yang memuat kesimpulan dari jawaban permasalahan yang telah di bahas, serta saran dari hasil temuan penelitian