

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara hukum, artinya segala sendi kehidupan berbangsa maupun bernegara diatur oleh hukum. Dalam hal ini, maka sejalan dengan cita-cita negara yang termaktub dalam Alinea Keempat Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD NRI 1945) yang menekankan bahwa sasaran utama Indonesia sebagai negara yang berdaulat adalah untuk memajukan kesejahteraan umum. Hal ini juga berlaku secara menyeluruh terhadap perkembangan kehidupan masyarakat yang terus berkembang secara dinamis, misalnya perkembangan teknologi yang terjadi secara pesat di era ini. Sejak masuknya era teknologi ke dalam hidup kita, semakin banyak juga kita dapat memperoleh informasi secara *online*. Manfaat yang dibawa oleh teknologi ini telah sejalan dengan Pasal 28C ayat (1) UUD NRI 1945 yang menyatakan bahwa<sup>1</sup>:

“Setiap orang berhak mengembangkan diri melalui pemenuhan kebutuhan dasarnya, berhak mendapatkan pendidikan dan memperoleh manfaat dari ilmu pengetahuan dan teknologi, seni dan budaya, demi meningkatkan kualitas hidupnya dan demi kesejahteraan umat manusia”

Bahkan di Indonesia sendiri teknologi sudah menjadi bagian hidup yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan individu seseorang. Saat ini, teknologi banyak digunakan untuk berbagai kepentingan, misalnya kepentingan untuk mencari nafkah. Di era ini, tentu saja kita tidak boleh kalah cepat atau telat ter-*update*

---

<sup>1</sup> Pasal 28 C ayat (1) Undang Undang Dasar Tahun 1945

mengenai apa yang terjadi dan apa yang sedang *trending* sekarang ini. Kehidupan yang serba cepat ini sekarang mengharuskan kita untuk bukan hanya bekerja keras namun juga harus lebih kreatif.

Munculnya barang-barang baru, konten-konten baru membuat kita harus menjadi lebih waspada dikarenakan ide asli yang berasal dari kita belum tentu hanya dipikirkan oleh kita sendiri. Sangat memungkinkan sekali seseorang memiliki ide yang sama. Selain itu, pastinya ada saja yang ingin merebut ide yang sudah kita pikirkan dengan sedemikian rupa. Maka dari itu, pentingnya bagi kita individu terutama bagi pelaku ekonomi kreatif untuk memperhatikan tentang pentingnya Hak Kekayaan Intelektual (HKI). HKI didefinisikan sebagai hak yang didapatkan untuk mendapatkan suatu perlindungan hukum atas kekayaan intelektual yang diatur dalam Undang-Undang terkait<sup>2</sup>. HKI ini juga terbagi menjadi beberapa macam yaitu<sup>3</sup>:

1. Paten;
2. Merek;
3. Desain Industri;
4. Hak Cipta;
5. Indikasi Geografis;
6. Rahasia Dagang;
7. Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu (DTLST).

---

<sup>2</sup> Kemenparekraf/Baparekraf RI.” *Pentingnya Pemahaman Hak Kekayaan Intelektual dalam Ekonomi Kreatif*. <https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Pentingnya-Pemahaman-Hak-Kekayaan-Intelektual-dalam-Ekonomi-Kreatif> Diakses 16 Juli 2024

<sup>3</sup> Tim Hukumonline “7 Jenis Kekayaan Intelektual dan Perlindungannya”. <https://www.hukumonline.com/berita/a/jenis-jenis-kekayaan-intelektual-lt62490bb8ddca2/>, diakses 15 September 2024

Mengacu pada macam-macam HKI diatas, kita dapat menyimpulkan bahwa HKI adalah suatu bagian yang tidak terpisahkan dan selalu berada sangat dekat dengan kita. Seperti barang-barang yang di sekitar juga pasti memiliki karakteristik khasnya masing-masing. Oleh karena itu, banyaknya merek-merek baru yang bermunculan tidak semuanya merupakan ide yang orisinal. Selain itu juga untuk membuat suatu merek membutuhkan begitu banyak perjuangan seperti harus mencari investor yang bersedia untuk menginvestasikan dana bagi para pelaku usaha yang ingin membuat merek. Bukan hanya itu, untuk membuat suatu merek agar dapat tumbuh pesat hingga menjadi merek besar maka dibutuhkan juga *marketing* yang diharapkan akan membangun *brand awareness*<sup>4</sup> bagi para konsumen. Dengan perkembangan zaman dan kehidupan yang terus berlanjut, maka penemuan baru akan terus terjadi terutama dalam bidang fesyen. Dalam bidang fesyen, banyak sekali yang membeli suatu merek fesyen yang sedang *trending*, selain itu fesyen juga sedang berkembang sangat pesat bagi penikmat maupun dunia industri.

Pada masa sekarang ini, cara berpakaian kita saja sudah termasuk dalam gaya hidup dan sangat berpengaruh dalam cara orang memandang kita. Fesyen juga dianggap sebagai salah satu esensi dalam acara-acara besar di kehidupan kita. Seperti dalam kampus saja pasti terdapat *dresscode* yang perlu ditaati. Selain mengikuti *dresscode* yang ada, banyak orang juga berlomba-lomba untuk menjadi kreatif dengan pilihan busana mereka agar dapat terlihat lebih mencolok dibanding

---

<sup>4</sup> Definisi *brand awareness* adalah Pengetahuan oleh seorang konsumen mengenai suatu produk yang akan meningkatkan kesadaran terhadap merek produk tersebut.

yang lainnya. Hal tersebut disebabkan karena adanya beberapa faktor eksternal yaitu sosial dan budaya serta faktor internal yaitu faktor psikologis berupa kepercayaan diri menurut Kotler dan Keller<sup>5</sup>. Selain itu juga, sebagai penikmat fesyen, pasti banyak pihak yang menggemari suatu merek fesyen. Saat sudah menjadi penggemar merek fesyen tersebut, maka seseorang itu akan kembali melakukan *repurchase* (pembelian berulang kali). Dari hasil *repurchase* dan penggemar yang secara tidak sengaja mempromosikan merek tersebut misalnya merekomendasikan merek ini kepada teman-temannya, pastinya merek tersebut akan sedikit demi sedikit menjadi merek terkenal dan akhirnya pun menjadi merek bergensi hingga terkenal di seluruh belahan dunia.

Dari minimnya ide orisinal yang muncul ini serta sulitnya pembuatan sebuah merek baru pun pasti akan ada yang menjadi permasalahan baru. Maka dari itu, dibandingkan harus melewati perjuangan tersebut, pasti lebih mudah bagi orang-orang untuk menggunakan sebuah merek yang sudah ada. Terlebih lagi merek terkenal yang sudah mendunia. Salah satu yang paling mudah untuk ditiru adalah sebuah merek fesyen. Selain itu juga, jika adapun seseorang yang ingin membuat merek baru pasti ada juga yang menggunakan ide yang telah ada sebelumnya sebagai referensi dan inspirasi mereka dengan cara mencampurkan ide yang dimiliki dengan ide yang sebelumnya menjadi ide baru. Meskipun hal seperti mengambil referensi ini adalah hal yang normal dan sudah sangat amat sering dilakukan hingga diperbolehkan, namun banyak pihak yang keterlaluan dan

---

<sup>5</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Marketing Management (Prentice Hall : 2012)

mengambil “referensi<sup>6</sup>” terlalu banyak hingga terlalu mirip pada merek aslinya. Hal ini pun menjadi masalah besar sehingga perlunya ada batasan dalam pengambilan referensi ini agar tidak terjadinya tiruan karangan ide atau pemalsuan.

Kendati demikian, mau sewaspadapun kita dalam menjaga agar merek milik kita tidak dipalsukan, tentu saja ada kesempatan bagi orang-orang jahat yang ingin mencuri merek kita. Mudah sekali bagi orang-orang untuk memalsukan merek yang telah ada. Bahkan pihak tersebut tidak akan segan untuk mengikutinya tanpa banyak perubahan, sehingga tidak dapat dibedakan antara barang asli dan barang tiruan secara sekilas. Apalagi bagi merek-merek besar yang sudah sangat amat ramai digunakan. Hal yang ditiru bahkan hingga merek keseluruhannya dari bentuk, nama, hingga ciri khas dari suatu merek lain. Karena banyak sekali merek yang bukan hanya menjual barang berkualitas, namun juga menjual “nama” mereka terutama merek fesyen ternama. Sehingga banyak sekali barang tiruan yang menjual barang jualan mereka dan melabelkan merek mereka sebagai merek merek terkenal. Tindakan tersebut tentu saja telah melanggar Hak Merek atas merek yang dipalsukan tersebut.

“Hak Merek sendiri artinya 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.”<sup>7</sup>

Sehingga Merek jika didaftarkan maka akan dilindungi oleh hukum. Merek yang dilindungi ini pun juga merupakan kekhasan masing - masing merek yang

---

<sup>6</sup> Definisi referensi adalah sumber acuan.

<sup>7</sup> Pasal 1 angka 5 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

dapat berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2D dan/atau 3D, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa<sup>8</sup>. Berbeda dengan Hak Cipta yang memiliki prinsip deklaratif yang di mana prinsip deklaratif berupa prinsip bahwa pencipta telah secara otomatis mendapatkan perlindungan atas hak cipta yang diciptakan saat ia telah mengumumkan karyanya<sup>9</sup>, dalam merek tidak mengenal kepemilikan otomatis seperti itu.

Dari seluruh pengertian dan hak yang didapatkan oleh pencipta, perlunya kita mengetahui bahwa untuk menjaga lebih ketat lagi merek ciptaan kita maka pentingnya mendaftarkan mereknya di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) karena terdapat prinsip *first to file* yang artinya siapa yang pertama mendaftarkan lah yang mendapatkan perlindungan hukum dan tidak ada lagi yang boleh mengambil merek tersebut. Hal ini sejalan dengan Pasal 3 UU MIG sendiri yang berbunyi,

“Hak atas Merek diperoleh setelah Merek tersebut terdaftar”

Merek yang didaftarkan bersifat teritorial yaitu harus berdasarkan aturan negara masing-masing.<sup>10</sup> Selain demi kewaspadaan kita, pendaftaran hak merek ini juga

---

<sup>8</sup> Pasal 2 ayat (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

<sup>9</sup> Tjahjono, Michellin. “Perlindungan Hak Cipta: Perlukah Dicatatkan Meskipun Tidak Diwajibkan?” *Hukumonline*, 10 May 2023, <https://www.hukumonline.com/berita/a/perlindungan-hak-cipta--perlukah-dicatatkan-meskipun-tidak-diwajibkan-lt645b08fc8e754/> Accessed 18 July 2024.

<sup>10</sup> Jayanti, Dian D. 2023. “Aturan Pendaftaran Merek Internasional di Indonesia.” *Hukumonline*. <https://www.hukumonline.com/klinik/a/aturan-pendaftaran-merek-internasional-di-indonesia-cl2460/> Diakses pada 12 November 2024

bertujuan agar keamanan kita jika suatu hari nanti terjadi sengketa yang melibatkan merek buatan kita. Dikarenakan pendaftaran ini dapat memberikan kepastian hukum yang jauh lebih optimal di muka pengadilan.

Ada beberapa faktor mengapa banyak orang memilih untuk menggunakan produk palsu atau tiruan. Beberapa faktor tersebut yang pertama yaitu adanya *fear of missing out*. Adanya perilaku ini melahirkan juga strategi bisnis-bisnis yang melibatkan *bandwagon effect*<sup>11</sup> di mana para konsumen mempunyai kebiasaan untuk mengikuti *trend-trend* yang ada. Seperti yang telah disebutkan tadi bahwa kepercayaan diri menjadi faktor terbesar kedua. Dalam suatu penelitian ada yang mengatakan bahwa merek terkenal ini sangat mendorong kepercayaan diri seseorang hingga 92% (sembilan puluh dua persen)<sup>12</sup>. Barang merek juga berpengaruh terhadap gambaran persepsi, gaya dan status individu dalam lingkungannya<sup>13</sup>.

Permasalahan banyaknya barang tiruan atau barang palsu itu bahkan sudah menjadi suatu hal yang dinormalisasikan. Bahkan di Indonesia saja sudah banyak orang yang tahu mengenai barang palsu dan tiruan. Selain tahu mengenai hal tersebut, barang palsu dan tiruan juga dijual secara terang-terangan di beberapa

---

<sup>11</sup> *Bandwagon effect* memiliki definisi kejadian yang mempengaruhi psikologis seseorang sehingga seseorang itu ingin meniru tren, gaya dan sikap hingga perilaku pribadi seseorang lainnya.

<sup>12</sup> Maharoni Zahroh, "Kepercayaan Diri Ditinjau Dari fesyen Bermerek". Skripsi, Lampung : Program Studi Psikologi Islam Fakultas Ushuluddin Dan Studi Agama Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2020

<sup>13</sup> Ajitha, S, Sivakumar, V. J. (2019). *The moderating role of age and gender on the attitude towards new luxury fashion brands. Journal of fashion Marketing and Management: An International journal*. 23(4), 440-465. doi:10.1108/JFMM-05-2018-0074

tempat. Barang palsu atau tiruan atau sering disebut barang KW<sup>14</sup> ini saja memiliki tingkatannya masing-masing yang kemudian dikenal sebagai berikut<sup>15</sup> :

1. Produk KW Super Premium;
2. Produk KW Super AAA;
3. KW Super;
4. KW Semi Super;
5. KW 1;
6. KW 2.

Tingkatan diatas menunjukkan peringkat dari standar kualitas yang terbaik dengan bentuk yang paling mirip hingga standar yang terburuk dan bentuk yang tidak menyerupai.

Terdapat data yang dikumpulkan dari Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP), pada tahun 2020 Indonesia telah mengalami kerugian dikarenakan barang palsu hingga sekitar 291 (dua ratus sembilan puluh satu) Triliun Rupiah. Dari total tersebut sebesar 38% (tiga puluh delapan persen) merupakan barang yang berkaitan dengan *fesyen*<sup>16</sup>. Lain daripada itu, pada tahun 2019 sebuah organisasi bernama *Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)* mengeluarkan suatu laporan bahwa hasil impor dari barang palsu

---

<sup>14</sup> Barang KW didefinisikan sebagai barang produksi yang meniru, ataupun replika dan imitasi dari barang yang sudah ada

<sup>15</sup> Pratama, Sunbhio “Apa Itu Barang KW? dan Ternyata Ada Tingkatannya.”  
<https://www.kompas.tv/klik360/220004/apa-itu-barang-kw-dan-ternyata-ada-tingkatannya>. Diakses 22 Juli 2024

<sup>16</sup> Mayasari, Iin dan Wijanarko, Adrian Azhar “ Riset Ungkap Alasan Kelas Menengah Indonesia Doyan Belanja Barang Mewah Palsu”.  
<https://www.vice.com/id/article/v7da38/riset-tim-universitas-paramadina-sebut-kelas-menengah-indonesia-doyan-belanja-barang-mewah-palsu-38-persen-di-pasaran> , Diakses pada 22 Juli 2024

mencapai hingga 464 (empat ratus enam puluh empat) Miliar USD. Jumlah tersebut mencapai sekitar 2,5% (dua koma lima persen) dari perdagangan global<sup>17</sup>. Sebenarnya menggunakan, memperjualbelikan atau bahkan memproduksi barang palsu ini merupakan suatu tindakan yang tidak boleh dilakukan dikarenakan memiliki sanksinya tersendiri. Meskipun begitu, masih banyak sekali pabrik manufaktur yang memproduksi barang-barang yang dapat dianggap 'ilegal' ini.

Hasil dari pabrik manufaktur ini diperjualbelikan secara bebas ke masyarakat luas. Bahkan banyak tempat yang sudah terkenal menjadi tempat penampungan barang-barang tersebut. Bahkan jika melihat survey dari DJKI saat sedang berada di ITC Mangga Dua, hanya ada 30 (tiga puluh) *tenant*<sup>18</sup> yang tunduk kepada hukum Hak Kekayaan Intelektual. Namun angka tersebut masih kecil dibandingkan yang tidak mematuhi hukumnya. Ada sekitar 96 (sembilan puluh enam) *tenant* yang gagal<sup>19</sup>. Jika melakukan perbandingan dari data yang didapat tersebut maka mayoritas *tenant* atau sekitar 75% (tujuh puluh lima persen) *tenant* yang berada di ITC Mangga Dua melakukan pelanggaran hukum.

Merujuk pada realitas di lapangan yang menunjukkan banyaknya pelanggaran terhadap hak merek, maka hal tersebut kemudian jelas menunjukkan adanya suatu ketidaksinkronan antara *das sein* dan *das sollen* itu sendiri. Di mana, dalam Pasal 20 sampai Pasal 22 Undang-Undang No. 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi

---

<sup>17</sup> Organization for Economic Co-operation and Development and European Union Intellectual Property Office. *Why Do Countries Import Fakes? Linkages and Correlations with Main Socio-Economic Indicators*, (Paris: OECD Publishing, 2023), hal. 4

<sup>18</sup> Tenant didefinisikan pihak yang menyewa atau penyewa properti milik orang lain

<sup>19</sup> Nasrul, Erdy, and Rizky Suryarandika. 2023. "DJKI Sidak Barang Palsu di ITC Mangga Dua, Apa Hasilnya?" *Republika*. <https://news.republika.co.id/berita/s45wft451/djki-sidak-barang-palsu-di-itc-mangga-dua-apa-hasilnya>. Diakses 22 Juli 2024

Geografis (UU MIG) sendiri telah disebutkan dalam kondisi apa saja suatu pendaftaran merek tidak dapat didaftarkan atau ditolak. Maka dari itu dalam pendaftaran merek juga pasti akan dilakukannya pemeriksaan substansi yang diatur dalam Pasal 23 UU MIG.

Menurut Lawrence Meir Friedman, sistem hukum terbentuk dari 3 bagian yaitu *legal substance* (substansi hukum), *legal structure* (struktur hukum), dan juga *legal culture* (budaya hukum)<sup>20</sup>. Meskipun negara kita telah memiliki substansi hukum dalam permasalahan yang berbau merek yaitu UU MIG, serta Undang-Undang terkait Hak Kekayaan Intelektual lainnya, tetapi menurut Penulis, Undang-Undang tersebut masih kurang memadai dalam hal batasan yang masih belum terlalu jelas mengenai pelanggaran. Ketidakjelasan yang dimaksudkan adalah mengenai sejauh apakah sebuah ciptaan dapat dijadikan sebuah referensi sebelum disebut sebagai plagiasi atau hingga menjadi barang KW terhadap barang yang telah ada. Dalam halnya struktur hukum, Indonesia juga sudah memiliki DJKI yang menjalankan tugas sebagai lembaga negara yang menangani keperluan HKI serta dengan lembaga kepolisian sebagai wadah pelaporan pelanggaran kasus HKI. Yang terakhir dalam budaya hukum Indonesia, sejujurnya jika mengenai HKI masih sangat disayangkan dikarenakan budaya hukum Indonesia yang belum mau menerima secara maksimal seluruh perundang-undangannya serta masih sangat tidak acuh mengenai dampak yang dilakukan terhadap pelanggaran yang diperbuat. Padahal, untuk menciptakan suatu sistem hukum yang ideal, sepatutnya ketiga

---

<sup>20</sup> Lesmana, Teddy “ Pokok-Pokok Pikiran Lawrence Meir Friedman; Sistem Hukum Dalam Perspektif Ilmu Sosial” <https://nusaputra.ac.id/article/pokok-pokok-pikiran-lawrence-meir-friedman-sistem-hukum-dalam-perspektif-ilmu-sosial/> Diakses 22 Juli 2024

struktur hukum ini dapat berjalan bersama, karena jika ada salah satu yang tidak berjalan secara efektif maka sistem hukum tidak akan bisa berjalan secara optimal.

Minimnya kepedulian aparat hukum dalam penegakan hukum HKI menjadi salah satu alasan terbesar mengapa masih banyaknya barang palsu masih bertebaran di mana-mana. Kita sebagai warga negara Indonesia yang merupakan negara hukum, sepatutnya mematuhi segala peraturan yang telah dikeluarkan oleh pemerintah negara. Namun, masih banyak sekali pihak yang acuh terhadap masalah HKI, menganggap sepele masalah ini. Padahal, permasalahan ini termasuk salah satu permasalahan krusial dengan jumlah yang sangat banyak.

Berdasarkan seluruh penjabaran diatas, peneliti berharap topik ini dapat lebih diperhatikan lagi. Di mana dari fakta diatas jelas terlihat ada suatu masalah yang sampai sekarang belum menemukan titik terangnya dalam bidang HKI di Indonesia. Oleh karena itu perlunya ada perubahan terhadap ketentuan regulasi, perilaku masyarakat dalam menjual belikan, memproduksi maupun aparat penegak hukum dalam menangani kasus permasalahan HKI. Dengan demikian untuk menjawab hal tersebut, peneliti melakukan penelitian tugas akhir dengan judul:

**“PELINDUNGAN HUKUM TERHADAP MEREK TERKENAL FESYEN YANG PRODUKNYA DIPALSUKAN”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Setelah melihat segala permasalahan diatas, peneliti merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap merek terkenal fesyen yang barangnya dipalsukan?

2. Bagaimana langkah hukum yang dapat ditempuh oleh pemerintah dalam menangani kasus pemalsuan atau barang tiruan khususnya untuk merek terkenal fesyen di Indonesia?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini tentu saja memiliki tujuan yang jelas dan hendak dicapai yaitu:

1. Untuk menganalisis terkait pemalsuan merek fesyen terkenal di Indonesia.
2. Untuk menganalisis terkait langkah hukum yang dapat diambil sebagai langkah preventif dan represif dalam hal pemalsuan barang dari merek terkenal fesyen.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dalam penelitian adalah agar dapat memberikan masukan dan manfaat terhadap pengembangan ilmu hukum, khususnya bidang Hak Kekayaan Intelektual, terutama dalam peraturan yang mengatur mengenai Merek, serta mengenai upaya-upaya yang dapat dilakukan oleh Pemerintah guna memperbaiki struktur hukum, substansi hukum, dan budaya hukum itu sendiri, demi menciptakan perlindungan merek yang lebih efektif.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penulis berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi Pemerintah Indonesia untuk segera mengambil tindakan jika adanya suatu

permasalahan pemalsuan Merek serta menegaskan kembali tindakan yang akan diambil jika para produsen maupun distributor masih memproduksi atau memperjualbelikan barang tiruan. Selain itu, diharapkan hasil penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan Hak Kekayaan Intelektual khususnya dalam permasalahan pemalsuan merek fesyen besar di Indonesia.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan yang memuat seluruh isi penelitian ini dibagi kedalam 5 bab, yaitu:

#### **BAB I Pendahuluan**

Bab ini membahas poin-poin penting utama yang menjadi perkenalan atas penelitian selanjutnya. Bab ini berisi pengetahuan singkat mengenai penelitian dilakukan. Bab ini memiliki 5 bagian yaitu : latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Bisa dikatakan bab ini mengandung garis besar permasalahan dan alasan mengapa penelitian ini dilakukan.

#### **BAB II Tinjauan Pustaka**

Bab ini sekiranya membahas teori – teori yang relevan dengan permasalahan penelitian serta konsep yang menjadi acuan penelitian ini. Bab ini berisi 2 sub bab yang berisi : landasan teori dan landasan konseptual.

#### **BAB III Metode Penelitian**

Bab ini berisi cara-cara Peneliti menulis penelitian ini serta cara-cara diduplikasinya data yang akan digunakan nantinya. Pada bab ini terdapat 5 sub bab yaitu: jenis penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, jenis pendekatan, dan analisa data.

#### **BAB IV Hasil Penelitian dan Analisa**

Bab ini akan berisi pembahasan secara menyeluruh mengenai 2 permasalahan pokok diatas dan memberikan analisis terhadap keadaan yang terkait. Pembahasan yang akan dianalisis juga akan menggunakan pendekatan normatif-empiris. Di mana pembahasan ini akan menggunakan peraturan, fakta di lapangan, data yang ada demi menganalisis pokok permasalahan.

#### **BAB V Kesimpulan dan Saran**

Pada bab ini berisi mengenai inti dari seluruh permasalahan dan pembahasan yang digabung menjadi satu paragraf singkat yang dapat meliputi seluruh informasi penting. Bab ini juga akan berisi mengenai masukan dari peneliti mengenai apa yang dapat dilakukan untuk melakukan usaha represif dan preventif terhadap pokok permasalahan.