

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi ini kemajuan suatu Negara dinilai dari berkembangnya aspek ekonomi, hal ini yang menjadi tolak ukur berhasil atau tidaknya suatu sistem pemerintahan. Pembangunan perekonomian menjadi prioritas utama Negara Indonesia, hal ini yang menjadikan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi tiang pendukung perekonomian, karena UMKM dianggap memiliki nilai strategis dalam memperkokoh perekonomian nasional (ekonomi rakyat). Menurut pasal 33 ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD 1945) pembangunan ekonomi diperlukan oleh sebuah Negara berkembang dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat secara menyeluruh tanpa melihat dari kelompok atau golongan mana orang tersebut berasal. Negara Indonesia sendiri menerapkan asas kekeluargaan dalam sistem perekonomian yang ada. Untuk mewujudkan hal tersebut Usaha Mikro Kecil dan Menengah hadir sebagai upaya untuk mengembangkan perekonomian Negara Indonesia sebagai Negara berkembang.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM (Usaha Menengah Kecil dan Mikro), usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh

orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil ataupun usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.

Pada dasarnya UMKM modern dibutuhkan pada era saat ini sehingga dalam memasarkan produknya UMKM perlu memanfaatkan digital marketing guna memaksimalkan pemasaran dan mengembangkan usahanya. Digital marketing merupakan teknologi media berbasis internet yang mendukung aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk menambah pengetahuan konsumen atas sebuah produk yang dibuat oleh UMKM selaku pelaku usaha sehingga sesuai dengan kebutuhan yang konsumen perlukan.<sup>1</sup> Dimana salah satu *Platform* yang dapat digunakan untuk menarik minat konsumen saat ini adalah media sosial. Media sosial merupakan aplikasi berbasis internet yang dengan tujuan sebagai media interaktif para individu bahkan komunitas. Pertukaran konten oleh sesama pengguna dapat dilakukan melalui media sosial hal ini yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk dapat melakukan komunikasi

---

<sup>1</sup> Astuti, I. I., & Kunci, K. (2021). UMKM Sebagai Pembangkit Ekonomi Masyarakat di Masa Pandemi Berbasis Digital Marketing. *Eksaminasi: Jurnal Hukum*, 1(1), hlm 59–65.

pemasaran produk kepada konsumen, salah satunya dengan menggunakan aplikasi media sosial TikTok.

TikTok dikembangkan sebagai media sosial yang berfokus pada pembuatan video pendek yang menyajikan kreatifitas dan keseharian para penggunanya. Pada aplikasi ini setiap orang memiliki kesempatan untuk menjadi konten kreator. Sepanjang tahun 2018 aplikasi TikTok telah diunduh sebanyak 500 juta baik di app store maupun play store. Sebagai aplikasi yang mudah digunakan TikTok menjadi aplikasi yang digandrungi di semua kalangan umur. Tidak hanya itu TikTok berhasil menembus pengunduh sebanyak 2 miliar sejak akhir april 2020, serta mendapatkan posisi pertama dalam rangking top apps dibulan maret 2020.<sup>2</sup> Aplikasi yang berasal dari Tiongkok ini telah menjadi trend dan populer di Indonesia setelah mengalami peubahan dan memiliki dampak positif sebagai media pemasaran.

Untuk menggunakan aplikasi tersebut manusia menggunakan pemikirannya untuk berekreasi dan menghasilkan sesuatu yang bernilai dan bermanfaat. Hal ini disebut hak kekayaan intelektual (HKI) yang merupakan kekayaan yang ada atas segala produksi kecerdasan daya pikir. Salah satu ruang lingkup HKI adalah hak cipta yang telah diatur dalam Undang-undang No. 8 Tahun 2004 tentang Hak Cipta. Hak cipta merupakan hak eksklusif yang

---

<sup>2</sup> [republika.co.id. \(2020, juli 7\). Asal Mula TikTok, Diganderungi Milenial tapi Penuh Kontroversial. https://www.republika.co.id/berita/qd3cqc3017000/asal-mula-tiktok-diganderungi-milenial-tapi-penuh-kontroversial](https://www.republika.co.id/berita/qd3cqc3017000/asal-mula-tiktok-diganderungi-milenial-tapi-penuh-kontroversial) <https://www.republika.co.id/berita/qd3cqc3017000/asal-mula-tiktok-diganderungi-milenial-tapi-penuh-kontroversial.2022>

dimiliki oleh pencipta yang akan timbul secara otomatis setelah ciptaan tersebut diwujudkan dalam bentuk nyata dan di publikasikan.

Seiring dengan perkembangan teknologi banyak UMKM yang salah dalam menggunakannya, dimana banyak UMKM yang mengupload ulang video konten milik orang lain tanpa izin dengan tujuan komersil.

Konten kreator Tiktok yang mengunggah videonya merupakan salah satu contoh sinematografi yang berbentuk audiovisual. Pengunggahan video TikTok tersebut juga memberikan dampak yang merugikan beberapa konten kreator, hal ini timbul akibat adanya pengambilan konten secara sepihak yang dilakukan pihak UMKM dengan tujuan komersil dan tanpa izin dari pembuat video asli. Contoh kasus yaitu, yang terjadi pada user @devinaaaa97 dimana dia sering membagikan perjalanan diet dan hidup sehatnya dalam sebuah video yang berbentuk konten untuk kemudian diupload di Tiktok, dimana tujuan konten tersebut memberikan edukasi kepada masyarakat dan sebagai dokumentasi pribadi namun oleh pelaku UMKM @slimbody.care diunggah kembali atau disebarluaskan dengan tujuan komersil yaitu promosi untuk menjual obat diet.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dan melakukan pembahasan lebih lanjut dengan mengangkat judul: “ANALISIS YURIDIS PENGGUNAAN TIKTOK SEBAGAI SARANA PROMOSI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DITINJAU DARI PERSPEKTIF HUKUM KEKAYAAN INTELEKTUAL”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penulisan ini, yaitu:

**“BAGAIMANA PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONTEN CREATOR YANG VIDEONYA DIUNGGAH ULANG SECARA KOMERSIL OLEH UMKM SEBAGAI SARANA PROMOSI ?”**

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang hendak dicapai pada penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pelanggaran hak cipta dalam pengunggahan ulang sebuah konten.
2. Untuk menganalisis perlindungan hak cipta terhadap konten yang diunggah ulang tanpa izin oleh UMKM

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, berupa :

#### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman hukum kekayaan intelektual terhadap pengguna media sosial TikTok, khususnya para UMKM untuk menggunakan promosi digital marketing sesuai dengan aturan Undang-undang pada media sosial TikTok dalam sarana promosi penjualan.

#### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat praktis yaitu memberikan edukasi kepada masyarakat terkait perlindungan hukum terhadap konten kreator yang videonya di unggah ulang secara komersil oleh UMKM sebagai sarana promosi.

## **E. Kerangka Pemikiran**

### **1. Tinjauan Pustaka**

Pada dasarnya secara hukum, setiap orang berhak atas pengakuan, perlindungan, jaminan dan perlakuan hukum yang adil serta mendapat kepastian hukum yang sama didepan hukum tak terkecuali para konten kreator yang telah dirugikan oleh para UMKM. Menurut CST Kansil mendefinisikan perlindungan hukum adalah segala upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum demi memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.<sup>3</sup>

Hukum berfungsi sebagai perlindungan kepentingan manusia agar kepentingan manusia dapat terlindungi, maka hukum harus dilaksanakan secara profesional. Pelaksanaan hukum dapat berlangsung normal, damai, dan tertib apabila hukum yang telah dilanggar ditegakkan melalui penegakkan hukum. Penegakkan hukum harus menghendaki kepastian hukum, kepastian hukum merupakan perlindungan *yustisiabile* terhadap tindakan sewenang-wenang. Masyarakat mengharapkan adanya kepastian

---

<sup>3</sup> Kansil, C. (1989). *pengantar ilmu hukum dan tata hukum Indonesia*. Jakarta: balai pustaka, hlm 40.

hukum karena dengan adanya kepastian hukum masyarakat akan tertib, aman dan damai. Masyarakat mengharapkan manfaat dalam pelaksanaan penegakan hukum.

Dalam kepustakaan *Anglo Saxon* dikenal sebutan *Intellectual Property Rights*, kata ini diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia menjadi “Hak Milik Intelektual” yang sebenarnya akan lebih tepat jika diterjemahkan menjadi hak kekayaan intelektual. Ditelusuri lebih lanjut, hak milik intelektual sebenarnya merupakan bagian dari benda, yaitu benda tidak berwujud.<sup>4</sup> Batasan benda yang dikemukakan dalam Pasal 499 KUH Perdata, yaitu benda ialah tiap-tiap barang dan tiap-tiap hak yang dikuasai oleh hak milik.

Ruang lingkup HKI yang memerlukan perlindungan hukum secara internasional sebagai berikut :

- (1) Hak Cipta dan hak-hak berkaitan dengan Hak cipta
- (2) Merek
- (3) Indikasi Geografis
- (4) Rancangan Industri
- (5) Paten
- (6) Desain Layout dari lingkaran elektronik terpadu
- (7) Perlindungan terhadap Rahasia Dagang (*undisclosed information*)

---

<sup>4</sup> Hez, A. (2006). Hak atas Kakayaan Intelektual, hak cipta, merek, paten serta hubungannya dengan dunia usaha. *Jurnal Hukum*, hlm 372.

(8) Pengendalian praktek-praktek persaingan tidak sehat dalam perjanjian lisensi.<sup>5</sup>

Hak cipta adalah hak yang timbul akibat adanya karya intelektual, baik di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra yang kemudian dituangkan dalam bentuk yang khas dan telah dijadikan sesuatu yang memiliki wujud tetap, atau dengan kalimat lain hak cipta adalah hak eksklusif bagi pencipta atau penerima hak untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya atau memberi izin untuk itu dengan tidak mengurangi pembatasan-pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.<sup>6</sup>

UMKM merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses dalam pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, UMKM adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional, yang memperoleh kesempatan, dukungan, perlindungan, dan pengembangan seluas luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan Usaha Besar dan Badan Usaha Milik Negara.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Mashdurohatun, A. (2013). *Hak Kekayaan Intelektual (Hki) Dalam Perspektif Sejarah di Indonesia*. Semarang: Madina, hlm 7.

<sup>6</sup> Mujiyono. (2017). *Buku panduan permohonan hak kekayaan intelektual hak cipta*. Yogyakarta: Sentra HKI LPPM Universitas Negeri Yogyakarta, hlm 1.

<sup>7</sup> Hadi, D. P. (2015). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pada Usaha Kecil Menengah Berbasis Sumber Daya Lokal Dalam Rangka Millenium Development Goals. *Jurnal CIVIS*, hlm 1-15.



Sebagai jenis usaha yang mendapat perhatian dari pemerintah, maka perlu adanya prinsip-prinsip dasar UMKM sehingga akan jelas tujuan seperti apa yang dicapai. Prinsip ini dapat ditemukan pada asas-asas UMKM pada pasal 2 UU UMKM yaitu :

1. Kekeluargaan;
2. Demokrasi ekonomi;
3. Kebersamaan;
4. Efisiensi berkeadilan;
5. Berkelanjutan;
6. Berwawasan lingkungan;
7. Kemandirian;
8. Keseimbangan kemajuan; dan
9. Kesatuan ekonomi nasional.

Media sosial merupakan aplikasi yang memungkinkan para penggunanya untuk melakukan interaksi dengan pengguna lainnya, agar dapat berbagi informasi baik terkait edukasi maupun kehidupan pribadi dengan pengguna lain.

Konten kreator adalah seseorang yang memiliki tanggung jawab pada setiap informasi yang mereka sebarkan di media, khususnya media digital. Konten kreator umumnya mempunyai target penonton atau audensinya masing-masing. Konten kreator membagikan karyanya dalam bentuk konten yang dapat berupa, tulisan, gambar, video, maupun gabungan dari ketiga hal tersebut.

## 2. Kerangka Konsep

Promosi yang dilakukan oleh UMKM melalui TikTok pada awalnya dilakukan karena semakin luasnya wabah covid-19 diseluruh dunia khususnya di Indonesia. Wabah ini telah mempengaruhi tiga aspek besar dalam kehidupan yaitu kesehatan, pendidikan, dan ekonomi. Sebab itu UMKM juga tidak terlepas dari terkenanya dampak wabah covid-19, promosi melalui digital marketing menjadi solusi yang tepat untuk para UMKM agar dapat mempertahankan usahanya. Terus berkembangnya teknologi informasi juga turut mengubah dunia pemasaran UMKM kearah yang lebih modern.

Kegiatan pomosi melalui media sosial TikTok ini termasuk kedalam transaksi elektronik. Hal ini telah diatur pada pasal 1 ayat 2 Undang-Undang No.19 Tahun 2016 perubahan Undang-Undang No.11 tahun 2008 tentang informasi dan Transaksi elektronik yang berbunyi transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.<sup>8</sup>

Pengaturan ini juga termasuk dalam ruang lingkup hukum bisnis. Hukum bisnis atau *business law* sebagai keseluruhan dari peraturan-peraturan hukum baik yang tertulis maupun tidak tertulis, yang mengatur

---

<sup>8</sup> Undang-Undang No.19 Tahun 2016 perubahan Undang-Undang No.11 tahun 2008 tentang informasi dan Transaksi elektronik

hak dan kewajiban yang timbul dari perjanjian-perjanjian yang terjadi dalam praktek bisnis.<sup>9</sup>

UMKM bisa memanfaatkan media digital TikTok sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dijual oleh UMKM tersebut. UMKM yang telah memulai bisnisnya melalui online/media sosial akan memiliki kesempatan yang lebih besar untuk mendapatkan keuntungan yang lebih signifikan. Kesempatan untuk bersaing dan berinovasi melalui digital marketing TikTok telah terbuka lebar, hal ini didukung dengan mudahnya untuk mengakses aplikasi tersebut tanpa adanya pungutan biaya/gratis.

Media sosial TikTok banyak dimanfaatkan sebagai media promosi online oleh UMKM. Bentuk promosi dapat berupa sekumpulan foto atau video pendek. TikTok adalah media sosial yang mengalami kesuksesan dengan perkembangan yang sangat pesat apabila dibandingkan dengan aplikasi lainnya. TikTok telah memberikan peluang kepada setiap UMKM untuk dapat membangun branding produknya. Media sosial ini telah menjadi pasar baru bagi para konsumen dibuktikan dengan banyaknya masyarakat yang telah mengunduh dan menggunakan aplikasi tersebut.

Viral marketing yang mudah didapatkan dengan hanya membuat video menarik di media sosial TikTok memudahkan langkah untuk para pelaku usaha UMKM dalam membangun brand awareness. Kemudahan

---

<sup>9</sup> Endang Purwaningsih, Nurul Fajri Chikmawati, Muslikh. (2020). *Hukum Bisnis Kajian Khusus UMKM Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu, hlm 12.

konsumen untuk memilih produk pilihan dengan kualitas yang diinginkan dapat mengantarkan UMKM untuk memasuki pasar yang lebih luas lagi dengan citra yang telah mereka bangun. Namun hal ini menjadi salah ketika UMKM menggunakan video konten milik orang lain tanpa izin dalam kegiatan promosinya.

Maka dari itu hal yang perlu diperhatikan dalam melakukan promosi penjualan melalui TikTok adalah setiap pelaku usaha yang memperdagangkan barang/atau jasa dengan menggunakan elektronik wajib menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar. Data yang dimaksud disini merupakan

- a) Identitas dan legalitas pelaku usaha sebagai produsen atau pelaku usah distribusi ;
- b) Persyaratan teknis barang yang ditawarkan ;
- c) Harga dan cara pembayaran barang dan/atau jasa ; dan
- d) Cara penyerahan barang.<sup>10</sup>

Sehingga akan mengurangi sengketa yang akan terjadi dikemudian hari. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang Perdagangan Bab VIII mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik pada pasal 65 dan 66. Maka dari itu UMKM perlu izin dan memberikan keterangan apabila dalam melakukan kegiatan promosinya UMKM menggunakan konten milik orang

---

<sup>10</sup> Undang-Undang Perdagangan Bab VIII mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik pada pasal 65 dan 66

lain, karena hal ini dapat dianggap sebagai salah satu pemalsuan data dan informasi terkait produk yang diperdagangkannya.

Dalam hal ini perlu adanya perjanjian antara pelaku UMKM dan konten kreator sehingga kesepakatan dapat dijalankan tak terkecuali izin untuk menggunakan videonya. Syarat sah sebuah perjanjian sebagaimana diatur dalam pasal 1320 kitab undang-undang hukum perdata yang menjadi standar keabsahan suatu kontrak dapat dijadikan acuan oleh UMKM untuk dapat bernegosiasi dengan konten kreator.<sup>11</sup>

## **F. Metode Penelitian**

Menurut Soerjono Soekanto, penelitian merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan analisa dan konstruksi, yang dilakukan secara metodologis, sistematis, dan konsisten. Metodologis berarti sesuai dengan metode atau cara tertentu berdasarkan suatu sistem, sedangkan konsisten berarti berdasarkan tidak adanya hal-hal yang bertentangan dalam kerangka tertentu.<sup>12</sup>

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif. Menurut Peter Mahmud Marzuki, penelitian hukum normatif adalah suatu proses untuk menemukan aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi.<sup>13</sup> Penelitian ini menganalisis substansi peraturan perundang-undangan atas

---

<sup>11</sup> Pasal 1320 KUH Perdata mengatur tentang syarat-syarat sah perjanjian.

<sup>12</sup> Soekanto, S. (1986). *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press, hlm 12.

<sup>13</sup> Marzuki, P. M. (2010). *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Perdana, hlm 29.

pokok permasalahan mengenai perlindungan hukum kreator TikTok yang diatur dalam UU Hak Cipta.

## **2. Sifat Penelitian**

Penelitian ini bersifat Deskriptif Analitis, dengan maksud untuk menggambarkan keadaan/kenyataan yang sedang terjadi dengan menggunakan metode penelitian normatif untuk memecahkan masalah berdasarkan dan fakta yang terkumpul sebagaimana adanya pada saat penelitian ini dilakukan.

Adapun jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan secara yuridis normatif yaitu penelitian kepustakaan atau studi dokumen yang dilakukan atau ditujukan hanya pada peraturan-peraturan tertulis atau bahan hukum lain dan pendekatan secara empiris yaitu suatu pendekatan penelitian yang digunakan untuk menggambarkan kondisi yang dilihat di lapangan secara apa adanya dan akan memberikan kerangka pembuktian atau pengujian untuk memastikan suatu kebenaran.

## **3. Sumber Hukum**

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

### **a) Bahan Hukum Primer**

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang utama yang memiliki sifat autoritatif atau bahan hukum yang mempunyai otoritas, terdiri dari peraturan perundang-undangan yang mengikat, seperti kitab undang-undang dan segala dokumen resmi yang memuat ketentuan hukum. Bahan hukum primer yang digunakan Undang-

Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta yang didukung pula dengan buku-buku, pendapat para ahli, media masa, surat kabar, maupun majalah

b) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum primer didukung pula dengan buku-buku, pendapat para ahli, media masa, surat kabar, maupun majalah yang dikenal sebagai bahan hukum sekunder. Penulis menggunakan penelitian kepustakaan (*library research*) yaitu dengan mempelajari literature-literatur, buku ilmiah, undang-undang, peraturan-peraturan, makalah, serta jurnal ilmiah yang berhubungan dengan penelitian ini.

c) Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier adalah bahan yang mendukung bahan hukum primer dan sekunder dengan memberikan pemahaman dan relevansi dengan penelitian yang sedang dilakukan. Bahan hukum sekunder yang sedang dipergunakan untuk menunjang data penelitian adalah kamus hukum, kamus besar bahasa Indonesia, ensiklopedia, internet, serta website dipergunakan.

#### 4. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Pengumpulan bahan penelitian menggunakan metode penelitian kepustakaan (*literature research*), yaitu pengumpulan data yang bersumber dari peraturan bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Pengumpulan data ini dilakukan oleh penulis dengan mengidentifikasi bahan hukum yang sesuai dengan

kepentingan penelitian ini. Kegiatan ini dilakukan dengan membaca, dan mencatat serta mengolah bahan penelitian. Untuk penelitian ini penulis mendapatkan landasan teori yang didapat melalui jurnal, buku, Undang-undang, dan internet.

## **5. Analisis Bahan Hukum**

Teknik analisis data merupakan sebuah cara dalam menganalisis bahan-bahan hukum yang telah dikumpulkan. Dalam penelitian ini, digunakan analisis data kualitatif, yaitu dengan mengamati data-data yang didapat dan menghubungkannya dengan teori-teori maupun ketentuan-ketentuan berkenaan objek penelitian yang menggunakan penafsiran sistematis dimana penafsiran ini akan menghubungkan undang-undang dengan bagian lain dari undang-undang lainnya yang berkaitan.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Ediwarman, *Monograf Metodologi Penelitian Hukum*, Cetakan ke – 3, Yogyakarta : Genta Publishing, 2016, hlm 24.