

Perlindungan Hukum Terhadap Usaha Waralaba Terkait Rahasia Dagang Pada Perjanjian dibuat Sesuai UU No. 30 Tahun 2000

Suwardi

Universitas Narotama, Indonesia
suwardi@narotama.ac.id



e-ISSN: 2964-0962

SEIKAT: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Hukum

<https://ejournal.45mataram.or.id/index.php/seikat>

Vol. 3 No. 5 Oktober 2024

Page: 466-474

Available at:

<https://ejournal.45mataram.or.id/index.php/seikat/article/view/1534>

DOI:

<https://doi.org/10.55681/seikat.v3i5.1534>

Article History:

Received: 16-10-2024

Revised: 27-10-2024

Accepted: 28-10-2024

Abstract : *The development of franchise businesses in Indonesia has an important essence in economic development in Indonesia. The existence of a franchise business is also considered suitable for the conditions of society in Indonesia. A franchise (hereinafter referred to as a franchise) is a special right owned by an individual or business entity to a business system with business characteristics in order to market goods and/or services that have been proven successful and can be exploited and/or used by other parties based on a franchise agreement. . The development of franchise businesses in Indonesia also has an important essence in economic development in Indonesia. PP Franchise itself refers to Law (UU) no. 9 of 1995 concerning Small Businesses (in 2008 amended by Law No. 20 of 2008 concerning Micro, Small and Medium Enterprises). Considering that some franchise businesses in Indonesia are classified as small businesses. Through a franchise agreement, it is a form of innominaat agreement or nameless agreement. This agreement is an agreement that arises, grows and develops in social life. In practice, the principle of freedom of contract is in accordance with Article 1338 of the Civil Code. The franchise pattern is a partnership relationship in granting franchisees the right to use licenses, trademarks and company distribution channels.*

Keywords : *Legal Protection of Franchise Trade Secrets*

Abstrak : Perkembangan usaha franchise di Indonesia memiliki esensi yang penting dalam perkembangan ekonomi di Indonesia. Keberadaan usaha franchise juga dinilai cocok dengan kondisi masyarakat yang ada di Indonesia. Waralaba (yang selanjutnya disebut franchise) adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian franchise. Perkembangan usaha franchise di Indonesia juga memiliki esensi yang penting dalam perkembangan ekonomi di Indonesia. PP Waralaba sendiri mengacu pada Undang-Undang (UU) No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil (pada tahun 2008 di amandemen dengan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Mengingat usaha franchise di Indonesia beberapanya tergolong sebagai Usaha Kecil. Melalui Perjanjian franchise merupakan salah satu bentuk perjanjian innominaat atau perjanjian tidak bernama, perjanjian ini perjanjian yang timbul, tumbuh, dan berkembang dalam kehidupan bermasyarakat dalam perjanjian prakteknya asas kebebasan berkontrak sesuai Pasal 1338 KUHPerdata. Pola franchise hubungan kemitraan di dalam memberikan hak penggunaan lisensi, merek dagang, dan saluran distribusi perusahaannya pada franchisee.

Kata Kunci : Perlindungan Hukum Rahasia Dagang Waralaba

PENDAHULUAN

Mengenai bisnis waralaba akhir-akhir ini telah menjadi salah satu pusat perhatian sebagai bentuk terobosan pengembangan usaha. Mengingat usaha yang diwaralabakan adalah usaha-usaha yang telah mendatangkan keuntungan, faktor ini yang kemudian menjadi konsep waralaba seseorang tidak perlu memulai usaha dari nol, karena telah ada sistem yang terpadu dalam waralaba, yang memungkinkan seorang penerima waralaba menjalankan usaha dengan baik. Setidaknya dalam tiga tahun terakhir, animo masyarakat Indonesia terhadap munculnya peluang usaha waralaba sangat signifikan. Animo ini terrefleksi pada 2 (dua) cermin yakni : jumlah pembeli waralaba dan jumlah peluang usaha (*business opportunity*) yang terkonversi menjadi waralaba. Pengertian Franchising (pewaralabaan) sendiri adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang atau jasa. Secara sederhana, benang merah waralaba adalah penjualan paket usaha komprehensif dan siap pakai yang mencakup merek dagang, material dan pengelolaan manajemen.¹

Waralaba bukanlah suatu industri baru bagi Indonesia, legalitas yuridisnya sudah dikenal di Indonesia sejak tahun 1997 dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang Waralaba, yang disusul dengan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba. Peraturan ini kemudian dirubah dengan Peraturan Pemerintah Republik Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31/MDAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Pasal 1 Peraturan Pemerintah Republik Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menyebutkan bahwa waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. Lebih lanjut Pasal 3 menegaskan bahwa salah satu kriteria waralaba adalah Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar, yang dimaksud dengan Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar tersebut adalah Hak Kekayaan Intelektual yang terkait dengan usaha seperti merek, hak cipta, paten, dan rahasia dagang, sudah didaftarkan dan mempunyai sertifikat atau sedang dalam proses pendaftaran di instansi yang berwenang.

Pertumbuhan waralaba lokal saat ini jauh lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan waralaba asing di Indonesia. Fakta ini disebabkan karena pewaralaba lokal memberikan berbagai kemudahan dalam persyaratan pembelian waralaba mereka. Toleransi yang diberikan juga cukup luas ditambah promosi dan marketing yang terus menerus. Penjelasan Umum Peraturan Pemerintah Republik Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menyebutkan dalam rangka meningkatkan pembinaan usaha dengan konsep waralaba di seluruh Indonesia, maka perlu mendorong pengusaha nasional terutama pengusaha kecil dan menengah untuk tumbuh sebagai pemberi waralaba nasional yang handal dan mempunyai daya saing di dalam negeri dan luar negeri khususnya dalam rangka memasarkan produk dalam negeri.

Pemberian waralaba senantiasa terkait pemberian hak untuk menggunakan dan atau memanfaatkan Hak Kekayaan Intelektual tertentu, yang dalam hal ini terwujud dalam bentuk merek, baik yang meliputi merek dagang maupun merek jasa, ataupun indikasi asal (*indication of origin*) tertentu dan suatu bentuk format, formula, ciri khas, metode, tata cara, prosedur, sistem dan lain sebagainya yang bersifat khas yang terkait dengan, dan yang tidak dapat dipisahkan dari setiap output atau produk yang dihasilkan dan selanjutnya dijual, diserahkan atau diperdagangkan dengan mempergunakan merek dagang, merek jasa atau indikasi asal tersebut di atas, yang dinamakan dengan Rahasia Dagang. Dari kedua jenis Hak Kekayaan Intelektual tersebut, selalu dan senantiasa terdapat unsur pembeda antara waralaba yang satu dengan waralaba yang lainnya.

¹ Yohanes Heidy Purnama, Salam Franchise.com, 1 Maret 2008.

Unsur pembeda tersebut terletak dalam sifat, bentuk dan jenis Hak Kekayaan Intelektual yang diwaralabakan.

METODE PENELITIAN

Menggunakan metode pendekatan yuridis normatif. Pendekatan yang mengacu pada hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku khususnya UU No. 30 Tahun 2000 dengan pendekatan normatif, pendekatan yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder terhadap asas-asas hukum yang terkait dengan permasalahan tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan rahasia dagang dapat diberikan apabila informasi tersebut dianggap rahasia. Informasi dijaga kerahasiaannya apabila para pihak yang menguasai telah melakukan langkah-langkah yang sudah ditetapkan. Adanya perjanjian kerahasiaan yang ditandatangani oleh karyawan pada saat awal-awal penerimaan pegawai yang bekerja di bagian rahasia itu dioperasikan, maka rahasia tersebut benar-benar dilindungi. Pada Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang dikatakan bahwa waktu perlindungan yang diberikan adalah tanpa batas waktu. Tetapi pada Pasal 3 dikatakan bahwa tanpa batas waktu tersebut mempunyai syarat, yaitu informasi tersebut masih bersifat rahasia, mempunyai nilai ekonomi, dan dijaga kerahasiaannya melalui upaya-upaya yang semestinya. Pengaturan mengenai Rahasia Dagang di Indonesia tidak hanya diatur dalam Undang-Undang Rahasia dagang, namun juga terdapat pada Pasal 23 UU Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yaitu Pelaku usaha dilarang bersekongkol dengan pihak lain untuk mendapatkan informasi kegiatan usaha pesaingnya yang diklasifikasikan sebagai rahasia perusahaan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Berikut adalah penjabaran unsur Pasal 23 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 : a. Pelaku usaha b. Bersekongkol c. Pihak lain d. Informasi e. Kegiatan usaha pesaing f. Rahasia perusahaan g. Persaingan usaha tidak sehat Penerapan perlindungan hukum bagi rahasia dagang berdasarkan Undang-Undang No 30 tahun 2000 Rahasia Dagang memiliki peran sentral dalam domain Hak Kekayaan Intelektual. Seperti Hak Cipta, Merek, dan Desain Industri, Rahasia Dagang juga memiliki tingkat penting yang sama. Dalam konteks persaingan bisnis global, penting untuk memberikan perlindungan yang tepat terhadap Rahasia Dagang untuk mempromosikan lingkungan bisnis yang sehat dan dinamis. Di Indonesia, peraturan mengenai Rahasia Dagang diatur dalam Undang-Undang Nomor 30 tahun 2000 tentang Rahasia Dagang. Pemilik Rahasia dagang adalah seseorang yang menemukan Rahasia dagang (originator) dan memegang hak sepenuhnya atas Rahasia dagang, pasal 4 yang berlaku bagi pemilik Rahasia. Perlindungan Rahasia Dagang yang diberikan (oleh Negara) pada hakikatnya bersumber pada hubungan keperdataan antara pemilik rahasia dagang dan pemegang rahasia dagang atau penerima lebih lanjut hak rahasia dagang dalam bentuk lisensi rahasia dagang dengan pihak ketiga yang tidak berhak untuk melakukan tindakan-tindakan (hukum) yang secara komersial memanfaatkan rahasia dagang tersebut, termasuk yang melakukan pemberian informasi rahasia dagang secara tidak benar, dan yang memperolehnya secara berlawanan dengan hukum. Hubungan keperdataan tersebut pada dasarnya memiliki ketentuan khusus yang mengatur secara eksklusif, baik yang bersumber dari perjanjian, peraturan perundang-undangan, ketertiban umum, kesusilaan maupun kebiasaan dan kepatutan hukum yang berlaku dalam suatu masyarakat pada kurun waktu tertentu. Jadi sebenarnya sifat kerahasiaan dari informasi yang terkandung dalam (hak) rahasia dagang adalah sesuatu yang berada di luar ketentuan yang sudah ada.

Rahasia dagang diatur secara khusus pertama kali melalui UU 30/2000 dimana sebelumnya diatur secara umum dalam ketentuan-ketentuan perlindungan hukum terkait segala bentuk praktek persaingan usaha tidak sehat dalam Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, selanjutnya disingkat "KUHP", dan Pasal 382 bis Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, selanjutnya disingkat "KUHP".² Pengaturan secara umum tersebut kemudian menjadi masalah

² Syarifa Mahila, "Perlindungan Rahasia Dagang dalam Hubungannya dengan Perjanjian Kerja", Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, Vol. 10, No. 3, 2010, hlm. 17.

setelah rahasia dagang dikemas sebagai produk kekayaan intelektual. Hal ini berarti konsep unfair competition sebagai hukum yang bersifat umum dipersempit atau difokuskan kepada hukum yang melindungi adanya praktek curang bermotif komersial. Oleh karena itu secara umum dapat dikatakan bahwa UU 30/2000 juga melengkapi Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Rahasia dagang meliputi dua aspek, pertama yaitu aspek teknologi termasuk di dalamnya antara lain produk model, perangkat lunak komputer, formula produk berkualitas, dan proses produksi. Kedua ialah aspek tata niaga meliputi kuat memajukan perusahaan/perdagangan, manajemen perusahaan prospek produksi, produksi dan pemasarannya, serta komputerisasi data prospek perusahaan.³ Perlindungan rahasia dagang tidak perlu melalui proses pendaftaran ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual sebagaimana tersirat dalam ketentuan Pasal 3 ayat (2) UU 30/2000. Berdasarkan Pasal 3 UU 30/2000, suatu informasi dapat dikategorikan sebagai rahasia dagang apabila memenuhi tiga persyaratan berikut: 1. Informasi bersifat rahasia, bahwa informasi tersebut hanya diketahui oleh pihak tertentu atau tidak diketahui secara umum oleh masyarakat; 2. Informasi memiliki nilai ekonomi, bahwa sifat kerahasiaan informasi tersebut dapat digunakan untuk menjalankan kegiatan usaha yang bersifat komersial atau dapat meningkatkan keuntungan secara ekonomi; dan 3. Informasi dijaga kerahasiaannya, apabila pemilik atau para pihak yang menguasainya telah melakukan langkah-langkah yang layak dan patut. Lingkup perlindungan rahasia dagang menurut Pasal 2 UU 30/2000 meliputi “metode pengolahan, metode penjualan, atau informasi lain di bidang teknologi dan/atau bisnis yang memiliki nilai ekonomi dan tidak diketahui oleh masyarakat umum”.⁴ Berbeda dengan paten yang diberikan jangka waktu 20 (dua puluh) tahun perlindungan sejak tanggal penerimaan, perlindungan terhadap rahasia dagang memiliki jangka waktu yang tidak terbatas atau sampai dengan rahasia dagang tersebut terbuka atau menjadi milik umum.⁵

Terkait dengan pelanggaran terhadap rahasia dagang diatur dalam Pasal 13 dan 14 UU 30/2000 sebagai berikut: Pelanggaran Rahasia Dagang juga terjadi apabila seseorang dengan sengaja mengungkapkan Rahasia Dagang, mengingkari kesepakatan atau mengingkari kewajiban tertulis atau tidak tertulis untuk menjaga Rahasia Dagang yang bersangkutan. Seseorang dianggap melanggar Rahasia Dagang pihak lain apabila ia memperoleh atau menguasai Rahasia Dagang tersebut dengan cara yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.⁶ Berdasarkan ketentuan tersebut dapat ditarik unsur-unsur pelanggaran rahasia dagang sebagai berikut, yaitu apabila seseorang: 1. dengan sengaja mengungkapkan rahasia dagang; 2. dengan sengaja mengingkari kesepakatan atau kewajiban tertulis untuk menjaga rahasia dagang; dan/atau 3. memperoleh atau menguasai rahasia dagang tersebut dengan cara yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Penerapan perlindungan hukum bagi rahasia dagang berdasarkan Undang-undang No 30 tahun 2000 Rahasia Dagang memiliki peran sentral dalam domain Hak Kekayaan Intelektual. Seperti Hak Cipta, Merek, dan Desain Industri, Rahasia Dagang juga memiliki tingkat penting yang sama. Dalam konteks persaingan bisnis global, penting untuk memberikan perlindungan yang tepat terhadap Rahasia Dagang untuk mempromosikan lingkungan bisnis yang sehat dan dinamis. Di Indonesia, peraturan mengenai Rahasia Dagang diatur dalam Undang-Undang Nomor 30 tahun 2000 tentang Rahasia Dagang. Pemilik Rahasia dagang adalah seseorang yang menemukan Rahasia dagang (originator) dan memegang hak sepenuhnya atas Rahasia dagang, pasal 4 yang berlaku bagi pemilik Rahasia Dagang, Undang-undang No 30 tahun 2000 memberikan hak kepada pemilik Rahasia dagang untuk melarang pihak lain untuk menggunakan Rahasia dagang atau mengungkapkan Rahasia dagang tersebut. Unsur-unsur dasar dalam hukum rahasia dagang tetap konstan, dan terdapat enam prinsip utama yang

³ Sujana Donandi S., *Hukum Hak Kekayaan Intelektual Di Indonesia (Intellectual Property Rights Law In Indonesia)*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2019), hlm. 94

⁴ Indonesia, *Undang-Undang Rahasia Dagang*, Ps. 2

⁵ Sudaryat, Sudjana, dan Rika Ratna Permata, *Hak Kekayaan Intelektual: Memahami Prinsip Dasar, Cakupan, dan Undang-Undang yang Berlaku*, (Bandung: Oase Media, 2010), hlm. 24.

⁶ Indonesia, *Undang-Undang Rahasia Dagang*, Ps. 13.

dapat diidentifikasi, yaitu: a. Untuk mendapatkan perlindungan hukum, informasi harus dijaga sebagai rahasia. b. Pihak yang dituduh (tergugat) harus meyakini bahwa penggugat telah menjaga kerahasiaan informasi tersebut. c. Terdapat penggunaan informasi rahasia tanpa izin yang dilakukan oleh pihak yang dituduh (penggugat). d. Penggunaan informasi tanpa izin harus menyebabkan kerugian bagi pihak yang menggugat. e. pengungkapan informasi rahasia bisa diizinkan dalam situasi tertentu demi kepentingan umum. f. Ada berbagai opsi hukum yang dapat diterapkan melalui proses peradilan.

Rahasia Dagang, sebagaimana yang didefinisikan dalam Pasal 1 angka 1 Undang-undang No 30 tahun 2000, adalah informasi yang tidak umum diketahui dalam konteks teknologi atau bisnis, memiliki nilai ekonomi karena relevansinya dalam operasi bisnis, dan dijaga sebagai rahasia oleh pemilik Rahasia Dagang. 4 kriteria dari obyek yang termasuk dalam Rahasia Dagang itu sendiri adalah : a. Obyek tersebut berbentuk informasi b. Obyek tersebut haruslah bersifat rahasia. Rahasia disini adalah suatu informasi yang tidak terbuka atau dikonsumsi oleh umum (orang luar) dan tidak bersifat rahasia bagi mereka yang terlibat secara langsung dengan keberadaan dan pemanfaatan informasi itu sendiri (orang dalam). c. Obyek tersebut memiliki nilai ekonomi, Maksudnya dengan kerahasiaannya tersebut informasi tersebut dapat digunakan untuk menjalankan kegiatan atau usaha yang bersifat komersial dan meningkatkan keuntungan secara ekonomi.⁶ d. Obyek tersebut dijaga kerahasiaannya oleh pemilik rahasia dagang tersebut dengan melakukan langkah-langkah yang layak dan patut. e. Obyek tersebut harus berbentuk teknologi dan/atau bisnis. Indonesia mengesahkan UU Rahasia Dagang sebagai tanggung jawab untuk memberikan perlindungan kepada pemilik Informasi yang Tidak Diumumkan dari tindakan persaingan yang tidak adil. Selain itu, tujuan lainnya adalah untuk mengambil tindakan hukum terhadap pengusaha yang melanggar kepemilikan Rahasia Dagang oleh pengusaha lainnya. Jika terjadi pelanggaran terhadap rahasia dagang sesuai dengan Pasal 11 dalam Undang-undang No 30 tahun 2000, maka pemilik Informasi Rahasia atau penerima lisensi memiliki hak untuk mengajukan tuntutan di pengadilan negeri terhadap individu yang sengaja dan tanpa izin melakukan perbuatan sebagaimana yang diatur dalam Pasal 4. Selain itu, Pasal 13 menjelaskan bahwa pelanggaran terhadap suatu Rahasia Dagang bisa terjadi jika seseorang dengan sengaja mengungkapkannya, melanggar perjanjian, atau tidak memenuhi kewajiban, baik yang tertulis maupun yang tidak tertulis, untuk menjaga kerahasiaan Rahasia Dagang tersebut. Selanjutnya, Pasal 14 dalam Undang-undang No 30 tahun 2000 menyatakan bahwa seseorang dapat dianggap melanggar Rahasia Dagang jika dia memperolehnya dari pihak lain secara tidak sah atau dengan cara yang melanggar hukum yang berlaku. Maksud dari Undang-Undang ini adalah untuk mendorong persaingan yang adil dan sehat di antara pelaku bisnis. Salah satu aspek yang mendukung pencapaian tujuan tersebut adalah melalui perlindungan rahasia dagang. Dengan memberikan perlindungan hukum terhadap rahasia dagang, Undang-Undang ini bertujuan untuk menghindari tindakan-tindakan yang dapat merugikan persaingan bisnis yang etis.

Dalam perkembangannya, dewasa ini masalah perdagangan dan industri internasional tidak hanya berkaitan dengan barang dan jasa semata-mata, tetapi di dalamnya juga terlibat sumber daya lain berupa informasi yang berguna bagi kegiatan usaha dan bernilai ekonomi tinggi dalam menjalankan kegiatan usaha industri maupun perdagangan. Berkenaan dengan hal itu, maka para investor dan pelaku bisnis merasa sangat berkepentingan terhadap adanya perlindungan rahasia dagang atau perusahaannya melalui sistem perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) sesuai dengan standar internasional. Bagi mereka perlindungan memadai terhadap rahasia dagang pada umumnya merupakan salah satu dasar pertimbangan untuk melakukan perdagangan dan investasi di suatu Negara. Dipandang dari sudut pandang hukum hal ini dapat dipahami dan sangat beralasan, sebab pelanggaran terhadap rahasia perusahaan pada gilirannya secara ekonomis akan sangat merugikan para penemu dan pemilik hak tersebut. Rahasia dagang menjadi faktor yang esensial dalam upaya persaingan dagang yang jujur (fair competition), sekaligus merupakan komoditas yang sangat berharga dan memiliki nilai ekonomi tinggi.⁷ Bahaya dari ketidakperlindungan rahasia dagang cukup berdampak negatif bagi berlangsungnya suatu usaha

⁷ Ahmad M. Ramli, H.A.K.I : Teori Dasar Perlindungan Rahasia Dagang, (Bandung: Mandar Maju, 2000), hlm. 1-2

mengingat suatu perusahaan dapat bertahan dalam dunia usaha adalah dengan memenangkan persaingan yang ada. Oleh karena itu terbuka pemanfaatan tanpa hak, pencurian maupun spionase bisnis guna mendapatkan rahasia dagang dari lawan bisnisnya. Sehingga terjadi kecurangan dalam persaingan yang jauh dari prinsip keadilan dan kejujuran. Mengingat bahwa pemilik rahasia dagang adalah yang paling berhak atas suatu kepemilikan, tidak terkecuali rahasia dagang yang termasuk ke dalam kategori aset yang tidak berwujud yang memiliki nilai ekonomis yang sangat berharga bagi pemiliknya karena berguna bagi pelaksanaan kegiatan usaha industri ataupun perdagangan.⁸ Hukum tentang rahasia dagang itu sendiri mulai dikembangkan pada abad ke Sembilan belas. Satu kasus yang berkaitan dengan rahasia dagang adalah kasus Prince Albert V. Strange. Kasus rahasia dagang yang terjadi pada tahun 1849 ini adalah sebagai berikut: Ratu Victoria dan Pangeran Albert memiliki kegemaran membuat lukisan-lukisan pada logam. Ratu dan suaminya membuat lukisan-lukisan pada logam itu untuk hobi dan kesenangan mereka yang hanya diperuntukkan bagi kepentingan pribadi mereka semata-mata, meskipun kadang-kadang lukisan itu mereka berikan sebagai kenang-kenangan bagi teman-teman dekat mereka. Suatu saat lukisan itu diserahkan kepada seorang ahli cetak untuk digravir dan ahli gravir itu secara diam-diam membuat tiruan-tiruan yang kemudian diserahkan kepada tergugat (Strange) yang berniat memamerkan karya-karya tersebut dalam suatu pameran yang terbuka untuk umum yang penyelenggaranya dikomersialkan. Pengadilan memutuskan untuk melarang penyelenggaraan pameran tersebut karena pemilikan atas lukisan-lukisan itu diperoleh berdasarkan pelanggaran atas kepercayaan yang telah diberikan dan kerahasiaan yang terangkum dalam sebuah kontrak.⁹

Momentum kehadiran rahasia perusahaan secara utuh di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari keikutsertaan Indonesia dalam berbagai perjanjian internasional khususnya TRIPs (Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights). Adanya pengaturan rahasia dagang dalam TRIPs menunjukkan bahwa telah ada kesepakatan, minimal bagi anggota peserta WTO, Perlindungan rahasia dagang dalam suatu negara akan mendorong masuknya investasi, inovasi industri dan kemajuan teknologi. Para investor merasa aman dan dihargai karena ada perlindungan atas rahasia dagangnya dan akan berpengaruh langsung pada keseluruhan perekonomian negara. Rahasia dagang merupakan bagian HKI, sehingga hal ini diatur dalam Persetujuan TRIPs/WTO. Persetujuan TRIPs/WTO menggunakan istilah Undisclosed Information untuk menunjukan informasi yang harus dirahasiakan. Pengaturannya dapat dijumpai dalam section 7 Protection of Undisclosed Information Pasal 39 Persetujuan TRIPs, yang berbunyi: *16 Article 39 1) In the course of ensuring effective against unfair competition as provided in article 10bis of the Paris Convention (1967), members shall protect undisclosed information in accordance with paragraph 2 below and data submitted to governments or governmental agencies. In accordance with paragraph 3 below. 2) Natural and legal persons shall have the possibility of preventing information lawfully within their control from being disclosed to, acquired by, or used by others without their consent in a manner contrary to honest commercial practices so long as such information: a) is secret in the sense that it is not, as a body or in the precise configuration and assembly of its components, generally known among or readily accessible to persons within the circles that normally deal with the kind of information in question; b) has commercial value because it is secret; and c) has been subject to reasonable steps under the circumstances, by the person lawfully in control of the information, to keep it secret. 3) Members when requiring, as condition of approving the marketing of pharmaceutical or of agricultural chemical product which utilize new chemical entities, the submission of undisclosed test or other data, the origination of which involves as considerable efforts, shall protect such data against unfair commercial use. In addition, members shall protect such data against disclosure, except where necessary to protect the public, or unless steps are taken to ensure that the data are protected against unfair commercial use.*

Ketentuan Pasal 39 Persetujuan TRIPs ini didasarkan untuk menjamin perlindungan yang efektif untuk mengatasi persaingan curang sebagaimana diatur dalam pasal 10 Paris Convention. Untuk itu, Negara-negara anggota WTO wajib memberikan perlindungan terhadap informasi yang

⁸ Perlindungan Hukum Rahasia Dagang, Oleh: Tommi Ricky Rosandy S.H.,M.H., February 26, 2013

⁹ Ahmad M. Ramli, H.A.K.I : Teori Dasar Perlindungan Rahasia Dagang, (Bandung: Mandar Maju, 2000), hlm. 32

dirahasiakandan data yang diserahkan kepada pemerintah atau badan pemerintah. Berkaitan dengan keikutsertaan Indonesia dalam TRIPs Indonesia harus memenuhi kewajiban yang tertera dalam perjanjian WTO dan TRIPs yang mengharuskan setiap peserta dalam WTO, juga menaati dan menerima dalam undang-undang tersendiri di bidang HKI atau aturan lainnya secara nasional segala ketentuan yang termaktub dalam perjanjian TRIPs termasuk di dalamnya Rahasia Dagang yang merupakan bagian dari Hak Kekayaan Intelektual. Dengan Amanat Presiden Nomor R.43/PU/XII/1999 tanggal 8 Desember 1999, oleh Pemerintah di sampaikan Rancangan Undang-Undang tentang Rahasia Dagang kepada Dewan Perwakilan Rakyat untuk dibicarakan dalam siding Dewan Perwakilan Rakyat guna mendapatkan persetujuannya. Kemudian pada tanggal 20 Desember 2000 akhirnya disahkan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang. Pengaturan mengenai Rahasia Dagang di Indonesia tidak hanya diatur dalam Undang-Undang Rahasia dagang, namun juga terdapat pada Pasal 23 UU Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yaitu Pelaku usaha dilarang bersekongkol dengan pihak lain untuk mendapatkan informasi kegiatan usaha pesaingnya yang diklasifikasikan sebagai rahasia perusahaan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat. 3. Penjabaran Unsur Pasal 23 UU No. 5 Tahun 1999 adalah penjabaran unsur Pasal 23.¹⁰

Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha di bidang ekonomi (Pasal 1 angka 5 UU No. 5/1999).

Persekongkolan atau konspirasi usaha adalah bentuk kerja sama yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan pelaku usaha lain dengan maksud untuk menguasai pasar bersangkutan bagi kepentingan pelaku usaha yang bersekongkol (Pasal 1 angka 8 UU No. 5/1999).

Pihak manapun juga, apakah dia pelaku usaha maupun bukan pelaku usaha, akan tetapi yang bukan merupakan pelaku usaha (selaku subjek utama) maupun afiliasinya.

Informasi Menurut Ensiklopedia, istilah informasi adalah pengetahuan yang didapatkan dari pembelajaran, pengalaman, atau instruksi. Namun demikian, istilah ini memiliki banyak arti bergantung pada konteksnya. Konteks informasi dalam Pedoman Penjelasan Pasal 23 UU No. 5 Tahun 1999 ini adalah informasi mengenai kegiatan usaha pelaku usaha yang diklasifikasikan sebagai rahasia perusahaan, sebagaimana diuraikan di bawah ini.

Kegiatan Usaha (Pesaing) Kegiatan usaha setiap pelaku usaha berbeda satu sama lain. Untuk memahami kegiatan usaha masing-masing pelaku usaha, terlebih dahulu harus diperiksa dokumen korporasi pelaku usaha tersebut, yaitu akta pendirian yang memuat anggaran dasar berikut seluruh perusahaannya, dan dokumen-dokumen perijinan yang berlaku bagi kegiatan usaha pelaku usaha tersebut. Dalam anggaran dasar pelaku usaha akan dijumpai ketentuan-ketentuan mengenai “maksud dan tujuan”, dan kemudian akan dijumpai ketentuanketentuan mengenai kegiatan-kegiatan (utama) yang dilakukan untuk mencapai maksud dan tujuan pelaku usaha tersebut (dalam hal perseroan terbatas, hal ini termuat dalam Pasal 3 Anggaran Dasar). Pelaksanaan kegiatan usaha ini harus sesuai dengan izin kegiatan usaha yang dimiliki oleh pelaku usaha tersebut.

Rahasia Perusahaan Menurut ketentuan Pasal 23 UU No. 5 Tahun 1999, rahasia perusahaan adalah informasi tentang kegiatan usaha pelaku usaha yang diklasifikasikan sebagai rahasia perusahaan. Dalam konteks perseroan terbatas, kegiatan usaha perseroan terbatas selaku pelaku usaha dijalankan oleh Direksi yang menjalankan day-to-day management atau tindakan pengurusan sehari-hari (Pasal 92 ayat 1 Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (“UUPT”). Sesuai dengan ketentuan Pasal 75 ayat 1 UUPT, selaku salah satu organ perseroan Rapat Umum Pemegang Saham mempunyai kewenangan yang tidak diberikan kepada Direksi atau Dewan Komisaris, dalam batas yang ditentukan dalam UUPT dan/atau anggaran

¹⁰ Pedoman Penjelasan Pasal 23 UU Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

dasar. Dengan demikian, sebaliknya baik Dewan Komisaris maupun Direksi juga memiliki kewenangan yang tidak diberikan kepada organ perseroan lainnya. Dari uraian di atas, jelaslah kegiatan usaha perseroan terbatas selaku pelaku usaha yang dijalankan sehari-hari oleh Direksi bahkan tidak dapat dicampuri oleh Dewan Komisaris maupun oleh Rapat Umum Pemegang Saham (dan para pemegang saham secara individual). Pasal 100 ayat 3 UUPT mengatur bahwa atas permohonan tertulis dari pemegang saham, Direksi memberi izin kepada pemegang saham untuk memeriksa (i) daftar pemegang saham, (ii) daftar khusus pemegang saham, (iii) risalah Rapat Umum Pemegang Saham dan (iv) laporan tahunan, serta mendapatkan salinan dan risalah Rapat Umum Pemegang Saham dan salinan laporan tahunan. Dari bunyi ketentuan Pasal 100 ayat 3 UUPT tersebut, jelas bahwa bahkan pemegang saham sekalipun memiliki akses yang sangat terbatas terhadap kegiatan usaha perseroan terbatas selaku pelaku usaha, yang dapat dituangkan dalam berbagai dokumen transaksi, yang tidak memerlukan persetujuan Rapat Umum Pemegang Saham (atau Dewan Komisaris), karena transaksi kegiatan usaha tersebut termasuk dalam pengertian tindakan pengurusan sehari-hari perseroan terbatas oleh Direksi. Bilamana bahkan sekalipun pemegang saham tidak memiliki akses terhadap kegiatan usaha perseroan terbatas selaku pelaku usaha, yang dapat dituangkan dalam berbagai dokumen transaksi tersebut sebelumnya, maka apalagi pihak di luar perseroan terbatas selaku pelaku usaha tidak akan pernah memiliki akses terhadap kegiatan usaha perseroan terbatas selaku pelaku usaha (kecuali dalam hal yang ditetapkan secara lain oleh UUPT, misalnya dalam rangka pemeriksaan terhadap perseroan terbatas (Pasal 138 UUPT)), sehingga segala informasi mengenai kegiatan usaha ini diklasifikasikan sebagai rahasia perusahaan. Persaingan Usaha Tidak Sehat Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha (Pasal 1 angka 6 UU No. 5/1999).

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Rahasia dagang merupakan bagian dari Hak Kekayaan Intelektual yang wajib dilindungi akan melahirkan bentuk persaingan usaha yang jujur dan sehat di antara pelaku bisnis. Adapun yang disebut sebagai pemilik rahasia dagang adalah yang menemukan rahasia dagang dan memiliki hak sepenuhnya atas rahasia tersebut. Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang mengatur mengenai perlindungan terhadap rahasia dagang dan ketentuan sanksi bagi yang melakukan pelanggaran terhadap rahasia dagang.

Pemilik rahasia dagang dapat dikategorikan telah mengupayakan informasi rahasianya, tergantung dari situasi, kondisi dan tempat dimana rahasia itu disampaikan. Pengaturan dan upaya hukumnya dapat dilihat didalam Undang-Undang Rahasia Dagang No 30 Tahun 2000 pada pasal 13, pasal 14, sedangkan terhadap pelanggarannya terdapat di dalam pasal 11 dan pasal 12 yang hukumannya secara perdata sedangkan secara pidana terdapat di dalam pasal 17.

B. Saran

Terhadap usaha franchise dibidang makanan dan minuman pemerintah mengatur sebuah peraturan yang berbentuk undangundang khususnya terhadap rahasia dagang agar tidak terjadinya pembocoran dan penjiplakan pada resep makanan maupun minuman untuk memberikan perlindungan dan kepastian hukum.

Untuk menghindari terjadinya pembocoran rahasia dagang di dalam perusahaan sebaiknya memberikan pembatasan akses terhadap para karyawan yang bekerja di masing – masing perusahaan terutama terhadap karyawan yang mengetahui rahasia dagang tersebut. Sehingga disetiap ruangan agar diberikan area pembatas contohnya area dilarang masuk (hanya boleh dimasuki oleh orang tertentu saja).

DAFTAR PUSTAKA

- Basarah, M. (2008). *Bisnis Franchise dan Aspek-aspek Hukumnya*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
Karamoy, A. (1996). *Sukses Usaha Lewat Waralaba*. Jakarta: Jurnalindo Aksara Grafika.

- Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No.259/MPP/KEP/7/1997 Tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.
- Mancuso, J. & Boroian, D. (1995). Pedoman Membeli dan Mengelola Franchise. Jakarta: Delapratasa.
- Mendelsohn, M. (1997). Franchising : Petunjuk Praktis bagi Franchisor dan Franchisee. Jakarta: PT. Pustaka Binaman Persindo.
- Peraturan Menteri Perindustrian dn Perdagangan RI.No.31/MDAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.
- Peraturan Pemerintah Republik Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba
- Santoso, B. (2009). Pengantar HKI dan Audit HKI untuk Perusahaan. Semarang: Pustaka Magister.
- Sumardi, J. (1995). Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Trans Nasional. Bandung: Citra Aditya Bhakti.
- Sutedi, A. (2008). Hukum Waralaba. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Undang-Undang No. 14 Tahun 2001 tentang Paten.
- Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.
- Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang.