

PERLINDUNGAN HUKUM RAHASIA DAGANG TERHADAP *FRANCHISE FOOD & BEVERAGES* DI INDONESIA

I Made Arya Setiadi Putra, Fakultas Hukum Universitas Udayana,
e-mail: aryastd77@gmail.com

Ni Putu Purwanti, Fakultas Hukum Universitas Udayana,
e-mail: putu_purwanti@unud.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum terhadap rahasia dagang dalam bisnis franchise makanan dan minuman (Food and Beverage/F&B) di Indonesia, serta upaya hukum yang dapat dilakukan apabila terjadi pelanggaran. Metode yang digunakan adalah penelitian yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan (statute approach) melalui penelaahan bahan hukum primer dan sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rahasia dagang pada sektor F&B meliputi informasi bernilai ekonomi seperti resep, formula, dan metode produksi yang dilindungi berdasarkan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang. Perlindungan diberikan melalui perjanjian franchise dan dapat ditegakkan melalui jalur litigasi maupun non-litigasi, baik secara perdata maupun pidana. Pelanggar dapat dikenai pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau denda paling banyak Rp300.000.000,00. Penelitian ini menegaskan pentingnya klausul kerahasiaan dalam perjanjian franchise serta peningkatan kesadaran hukum bagi pelaku usaha dalam menjaga rahasia dagang di sektor F&B.

Kata Kunci: Rahasia dagang, Perlindungan Hukum, Pelanggaran.

ABSTRACT

This study aims to determine the form of legal protection for trade secrets in food and beverage (F&B) franchise businesses in Indonesia and the legal measures that can be taken in case of violations. The research applies a normative juridical method using a statutory approach by reviewing primary and secondary legal materials. The results show that trade secrets in the F&B sector, such as recipes, formulas, and production methods, are protected under Law No. 30 of 2000 on Trade Secrets. Protection is granted through franchise agreements and can be enforced via litigation or non-litigation, in both civil and criminal forms. Violators may face imprisonment of up to two years and/or a fine of IDR 300,000,000. The study emphasizes the importance of confidentiality clauses in franchise agreements and greater legal awareness among business actors to safeguard trade secrets in the F&B sector.

Key Words: Trade secrets, Legal Protection, Infringement.

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Waralaba, atau *franchise*, adalah sebuah sistem perdagangan dengan nama dan produk yang sama di lebih dari satu kios di berbagai negara.¹ Tidak hanya resep dan

¹ Puspitasari, Ayu Dwi dan Ana Susi Mulyani. "Perkembangan Bisnis Franchise." *JISOS: Jurnal Ilmu Sosial* 1, no. 10 (2022): 986–987.

nama kiosnya identik, tetapi warna dan logo yang digunakan juga identik.² Charles L. Vauhn mengartikan *franchise* sebagai kegiatan pemasaran dan distribusi yang mana terdapat satu perusahaan memberikan individu atau perusahaan yang lebih kecil hak untuk menjalankan bisnis secara tertentu dalam waktu dan tempat tertentu.³ Douglas J. Queen mengatakan *franchise* adalah cara untuk memperluas bisnis dan pemasaran. Pemegang *franchise* yang membeli suatu perusahaan dapat memberi pelanggan kepercayaan merek, sistem yang kuat, dan layanan lainnya.⁴ Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba pada pokoknya menyatakan bahwa Waralaba merupakan suatu bentuk pemberian hak eksklusif oleh entitas perorangan maupun badan usaha kepada pihak lain untuk mengimplementasikan suatu sistem usaha yang memiliki karakteristik khusus dan telah teruji efektivitasnya dalam kegiatan pemasaran barang dan/atau jasa, yang penggunaannya dilakukan berdasarkan ketentuan yang disepakati dalam suatu perjanjian waralaba.

Dalam dunia bisnis waralaba atau *franchise*, ada dua pihak utama yang terlibat, yaitu *franchisor* (pemberi waralaba) dan *franchisee* (penerima waralaba). *Franchisor* adalah orang atau perusahaan yang memiliki bisnis dengan merek, sistem, dan cara kerja tertentu, lalu memberikan izin kepada orang lain untuk menggunakan bisnis tersebut. Izin ini diberikan kepada *franchisee* melalui perjanjian waralaba. *Franchisee* adalah pihak yang membeli hak untuk menjalankan bisnis dari *franchisor*. Mereka menjalankan usaha dengan mengikuti aturan dan sistem dari *franchisor*, seperti cara melayani pelanggan, cara memasarkan produk, desain toko, hingga pakaian karyawan. Karena itu, tampilan dan cara kerja usaha *franchisee* biasanya sama dengan *franchisor*.

Bisnis waralaba semakin berkembang di Indonesia karena dianggap menguntungkan bagi kedua belah pihak. *Franchisor* bisa memperluas bisnisnya tanpa membuka cabang sendiri, sedangkan *franchisee* bisa langsung menjalankan usaha yang sudah terkenal dan terbukti sukses. Kementerian Perdagangan mencatat bahwa ada lebih dari 600 bisnis waralaba di Indonesia. Dari jumlah itu, sekitar 400 adalah waralaba dari luar negeri, dan sisanya berasal dari dalam negeri. Pada tahun 2015, tercatat ada 24.400 gerai *franchise* dengan total omzet mencapai Rp172 triliun. Namun, tidak semua bisnis tersebut sudah memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) yang menjadi bukti bahwa usaha tersebut sudah terdaftar secara resmi. Hanya ada 360 waralaba yang sudah terdaftar saat itu.

Pasal 5 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang yang selanjutnya disebut (UURD) menegaskan bahwa hak atas rahasia dagang merupakan hak yang dapat dialihkan melalui berbagai cara hukum, seperti pewarisan, hibah, wasiat, perjanjian tertulis, maupun sebab-sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan, sehingga memberikan fleksibilitas bagi pemilik hak dalam mengelola dan mengkomersialkan rahasia dagangnya secara sah. Dalam bisnis waralaba digunakan perjanjian waralaba. Perjanjian waralaba sangat penting karena berisi aturan kerja sama antara *franchisor* dan *franchisee*, seperti hak penggunaan merek, cara menjalankan bisnis, masa berlaku kerja sama, dan lain-lain. Tujuannya adalah agar

² Arif, Moh Erfan, Rila Anggraeni, dan Risca Fitri Ayuni. *Bisnis Waralaba* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2021), h. 21.

³ Malik, Camelia. "Implikasi Hukum Adanya Globalisasi Bisnis *Franchise*." *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM* 14, no. 1 (2009): 97-113.

⁴ Usman, Laraswati. "Pelaksanaan Perjanjian Waralaba Menurut Buku III KUHPerdara dan Akibat Hukumnya." *Lex Privatum* 6, no. 8 (2018): 48-58.

semua gerai *franchise* memiliki kualitas yang sama dan bisa dipercaya oleh konsumen. Perjanjian *franchise* patuh pada buku III KUHPdata sebagai peraturan umum dan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 sebagai peraturan khusus. Perjanjian waralaba berisikan gabungan antara aturan, peraturan, dan kewajiban yang dibuat dan ditetapkan oleh para pihak yang terlibat dalam bisnis *franchise*.⁵ Ketenaran bentuk usaha *Franchise* di Indonesia yang sangat berkembang terletak pada usaha *Food and Beverages* (F&B) dimana usaha ini akan terus ada selagi masih ada manusia yang tentunya memerlukan kebutuhan untuk makan dan minum. *Franchise* di bidang ini tentunya akan terus berkembang sesuai dengan berkembangnya trend-trend jaman yang terus ada dan dapat terus berinovasi serta keberagaman bentuk dan jenis makanan.

Dengan hal ini orang yang baru ingin memulai bisnis tidak perlu susah untuk membuat brand dan mengembangkan di pasaran dari awal karena sudah dapat untuk membeli *Franchise* ini. Selain *Franchisor* yang diuntungkan, pemilik *Franchise* tentunya juga diuntungkan dengan ini dikarenakan bisnisnya lebih meluas dan dapat berkembang. Dalam menjalankan bisnis *Food and Beverages* (F&B), pemilik usaha tentunya memiliki rahasia dagang yang diberikan kepada penerima *franchise* nya nanti. Rahasia dagang tersebut meliputi seperti halnya resep yang terdapat pada makanan ataupun minuman dalam sebuah usaha. Pada pelaksanaannya, pada usaha memiliki satu atau beberapa pasal yang mengatur mengenai tentang *Franchise* yang mengatur tentang Rahasia Dagang dari sebuah produk yang beredar.

Rahasia dagang dapat dikategorikan sebagai salah satu instrumen perlindungan yuridis terhadap hak atas kekayaan intelektual yang bersifat immateriil, namun memiliki kontribusi signifikan terhadap penciptaan nilai ekonomi bagi pihak pemiliknya. Dalam sistem hukum nasional Indonesia, terminologi serta mekanisme pengaturan mengenai rahasia dagang telah mendapatkan pengakuan secara normatif melalui pengesahan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang. Adapun ketentuan yang tercantum dalam Pasal 1 angka 1 dari regulasi tersebut merumuskan bahwa yang dimaksud dengan rahasia dagang ialah sekumpulan informasi yang bersifat rahasia, tidak diketahui secara umum dalam ranah teknologi dan/atau aktivitas bisnis, memiliki nilai komersial akibat fungsionalitasnya dalam mendukung kegiatan usaha, serta dipelihara kerahasiaannya secara aktif oleh pemilik informasi tersebut. Dengan kata lain, suatu informasi hanya dapat diakui sebagai rahasia dagang apabila memenuhi beberapa unsur pokok. Pertama, informasi tersebut tidak bersifat umum atau terbuka bagi publik. Kedua, informasi tersebut memiliki nilai ekonomi, artinya informasi tersebut memberikan manfaat dalam praktik bisnis dan berpotensi menghasilkan keuntungan. Ketiga, informasi tersebut memang secara aktif dijaga kerahasiaannya oleh pemiliknya, baik melalui pengamanan sistem, pembatasan akses, maupun perjanjian kerahasiaan dengan pihak-pihak yang terkait. Tanpa terpenuhinya ketiga unsur ini, informasi tidak dapat dilindungi sebagai rahasia dagang secara hukum. Rahasia dagang dalam praktik bisnis memiliki posisi yang sangat vital, terlebih dalam sektor *franchise* makanan dan minuman, di mana resep, formula, metode operasional, dan strategi pemasaran menjadi inti dari keunggulan kompetitif suatu merek. Namun dalam praktiknya, pengaturan mengenai rahasia dagang di Indonesia masih belum terlalu rinci atau kompleks, terutama jika dibandingkan dengan sistem perlindungan hukum di beberapa negara lain. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana efektivitas perlindungan hukum terhadap rahasia dagang dalam

⁵ Zil Aidi dan Hasna Farida, "Perlindungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba," *Jurnal Cendekia Hukum* 4, no. 2 (2019): 207-230.

sistem waralaba, khususnya di sektor makanan dan minuman yang rentan terhadap penyalahgunaan informasi rahasia oleh pihak penerima waralaba (*franchisee*).⁶

Terdapat penelitian terdahulu berupa jurnal yang berjudul "*Aspek Hukum Kontrak Waralaba pada Kegiatan Usaha Jasa Makanan dan Minuman*" dengan penulis Kevin Kogin.⁷ Dalam pembahasannya memberikan penjelasan mengenai penting dalam menguraikan struktur dan isi kontrak waralaba di sektor *F&B* (*Food and Beverage*), termasuk pengaturan hak dan kewajiban para pihak, klausul-klausul pokok, serta perlindungan hukum terhadap para pelaku usaha waralaba. Kajian tersebut menitikberatkan pada bagaimana kontrak waralaba harus mematuhi ketentuan perundang-undangan serta mengupas berbagai permasalahan hukum yang muncul dalam praktik pelaksanaan kontrak waralaba. Sedangkan berbeda dengan penelitian ini yang menyoroti secara khusus salah satu aspek penting dalam hubungan waralaba, yakni perlindungan terhadap rahasia dagang. Dalam praktik waralaba *F&B*, informasi seperti resep, teknik penyajian, manajemen operasional, dan strategi bisnis merupakan bagian dari rahasia dagang yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan menjadi landasan keunggulan kompetitif *franchisor*. Penelitian ini memberikan penekanan bahwa perlindungan terhadap elemen tersebut tidak cukup hanya diatur dalam kontrak waralaba secara umum, tetapi juga harus mendapat perhatian sebagai objek perlindungan hukum tersendiri di bawah Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang.

Selain itu terdapat penelitian terdahulu lainnya berupa jurnal yang berjudul "*Perlindungan Hukum terhadap Usaha Waralaba Terkait Rahasia Dagang pada Perjanjian Dibuat Sesuai UU No. 30 Tahun 2000*" dengan penulis Suwardi.⁸ Pada penelitiannya lebih berfokus pada analisis perlindungan hukum rahasia dagang dalam konteks perjanjian waralaba secara umum. Penelitian tersebut menekankan pentingnya kedudukan perjanjian sebagai sarana perlindungan terhadap informasi rahasia yang dimiliki oleh *franchisor*, serta mendalami relevansi dan penerapan Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang sebagai dasar hukum utama. Dalam penelitian ini, rahasia dagang diposisikan sebagai bagian dari hak kekayaan intelektual yang perlu dicantumkan secara tegas dalam perjanjian waralaba untuk mencegah penyalahgunaan oleh *franchisee* atau pihak ketiga. Sedangkan pada penelitian ini, penelitian ini hadir untuk memperluas cakupan kajian sebelumnya dengan memberikan fokus khusus pada sektor usaha makanan dan minuman (*Food and Beverage/F&B*), yang dalam praktiknya sangat bergantung pada kerahasiaan resep, teknik penyajian, dan formula produksi sebagai keunggulan kompetitif utama. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih umum, penelitian ini menggunakan pendekatan normatif untuk menganalisis risiko pelanggaran rahasia dagang yang kerap terjadi di sektor *F&B*, serta menelaah mekanisme perlindungan hukum secara konkret, baik melalui jalur litigasi maupun non-litigasi.

Dengan demikian, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan spesifik dalam kajian sebelumnya, dengan memberikan analisis yang lebih terfokus pada perlindungan

⁶ M. Citra Ramadhan, Fitri Yanni Dewi Siregar, dan Bagus Firman Wibowo, *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual* (Medan: Universitas Medan Area Press, 2023), 76.

⁷ Kevin Kogin, "Aspek Hukum Kontrak Waralaba Pada Kegiatan Usaha Jasa Makanan dan Minuman," *CALYPTRA* 2, no. 2 (2014): 1–19.

⁸ Suwardi, "Perlindungan Hukum Terhadap Usaha Waralaba Terkait Rahasia Dagang pada Perjanjian dibuat Sesuai UU No. 30 Tahun 2000," *SEIKAT: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Hukum* 3, no. 5 (2024): 466–474.

hukum atas rahasia dagang dalam konteks perjanjian waralaba *F&B*. Penelitian ini menegaskan pentingnya peran kontrak dalam melindungi rahasia dagang, namun juga menekankan perlunya penguatan aspek legal melalui pendaftaran, pengawasan, dan penegakan hukum apabila terjadi pelanggaran. Penelitian ini tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga bertujuan memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku usaha dan regulator dalam mengelola risiko hukum atas rahasia dagang di sektor waralaba.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari latar belakang masalah yang disajikan di atas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap rahasia dagang dalam bisnis *franchise F&B* di Indonesia?
2. Bagaimanana upaya hukum yang dapat diambil untuk melindungi Rahasia Dagang jika terjadi pelanggaran pada sektor *F&B*?

1.3. Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui tentang peraturan yang melindungi rahasia dagang dalam *Franchise* makanan dan minuman serta upaya yang dapat dilakukan jika terdapat pelanggaran yang terjadi dalam sektor bisnis usaha makanan dan minuman.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif, yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan tujuan untuk menemukan solusi atau penjelasan atas masalah bentuk kekosongan hukum, konflik norma, atau kekaburan norma.⁹ Penelitian ini dilakukan dengan cara menelaah bahan-bahan hukum primer dan sekunder untuk memahami peraturan perundang-undangan yang berlaku serta doktrin hukum yang relevan terhadap perlindungan rahasia dagang dalam hubungan *franchise*, khususnya pada sektor makanan dan minuman (*Food and Beverage/F&B*) di Indonesia. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi pustaka terhadap dokumen-dokumen hukum dan publikasi ilmiah yang relevan. Selanjutnya, analisis data dilakukan secara kualitatif, dengan menafsirkan norma-norma hukum yang ada untuk menjawab permasalahan hukum terkait perlindungan rahasia dagang dalam perjanjian *franchise F&B* di Indonesia.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hukum yang melindungi rahasia dagang dalam bisnis *franchise F&B* di Indonesia

“Menurut Pasal 1 angka 1 UURD, rahasia dagang adalah informasi di bidang teknologi dan/atau bisnis yang tidak diketahui oleh umum. Informasi ini memiliki nilai ekonomi karena bermanfaat untuk bisnis dan dijaga kerahasiaannya oleh pemiliknya. Menurut Djoko Imbawani Atmadjaja, rahasia dagang adalah semua informasi yang

⁹ Yati Nurhayati, Ifrani Ifrani, dan M. Yasir Said, “Metodologi Normatif dan Empiris dalam Perspektif Ilmu Hukum,” *Jurnal Penegakan Hukum Indonesia* 2, no. 1 (2021): 1-20.

dimiliki seseorang yang hanya diketahui oleh beberapa orang tertentu dalam bidang teknik dan bisnis. Rahasia dagang dianggap berharga karena pemiliknya dapat meraih keuntungan dalam bisnis, dan diperlukan upaya untuk membuktikan bahwa informasi tersebut benar-benar dirahasiakan oleh pemiliknya. Saat ini, Undang-Undang Rahasia Dagang Indonesia didasarkan pada persetujuan Perjanjian Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia (WTO), yang terdiri dari berbagai aturan lainnya. Sebelum UURD ditetapkan, ada peraturan komprehensif tentang rahasia dagang. Ini telah muncul dalam HAKI dan instrumen hukum nasional pada tahun 1997, seperti Pasal 1 angka 1 Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang waralaba. Menurut peraturan pemerintah, merek, nama dagang, logo, desain, hak cipta, rahasia dagang, dan paten termasuk hak kekayaan intelektual. Namun, rancangan undang-undang pemerintah ini memiliki kekurangan karena seharusnya dibuat dalam bentuk undang-undang, bukan hanya Peraturan Pemerintah. Hal ini disebabkan fakta bahwa hak kekayaan intelektual rahasia dagang adalah jenis hak kepemilikan intelektual yang berbeda dari hak kekayaan intelektual lainnya, sehingga tidak masuk akal untuk menetapkan ketentuan hanya untuk melaksanakan undang-undang hak kekayaan intelektual lainnya.¹⁰

Waralaba, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), adalah kerjasama dalam bidang bisnis dengan pembagian hasil berdasarkan kesepakatan, termasuk hak pengelolaan dan pemasaran. Untuk bisnis waralaba, perjanjian yang memenuhi prinsip kebebasan berkontrak yang diatur dalam KUHPdata harus dibuat. Kedua belah pihak yang membuat dan menyetujui perjanjian akan mendapat manfaat dari prinsip kebebasan berkontrak ini. Akibatnya, perlindungan hukum akan timbul dari perjanjian yang menguntungkan kedua belah pihak. Perjanjian, menurut Subekti, adalah suatu peristiwa di mana seseorang berjanji untuk melakukan sesuatu kepada orang lain atau dua orang setuju untuk melakukannya.¹¹ Sebagai aset perusahaan yang sangat berharga, rahasia dagang harus dijaga dengan ketat. Jika informasi rahasia ini bocor ke perusahaan lain, baik yang sejenis maupun yang berbeda, kerugian akan terus terjadi dan kerahasiaan informasi akan hilang, sehingga tidak ada lagi waktu untuk berkembang. Maka dari itu, menjaga kerahasiaan ini sangat penting. Pasal 2 mengatur perlindungan rahasia dagang. Ini mencakup informasi tentang metode produksi, pengolahan, penjualan, atau jenis informasi bisnis dan teknologi lainnya yang berharga secara ekonomi dan tidak diketahui oleh umum, seperti resep makanan dan minuman, formula, proses produksi, metode pelaksanaan, atau pemasaran. Menurut Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, a. sebuah usaha harus memiliki karakteristik bisnis yang jelas; b. Terbukti telah menghasilkan keuntungan; c. Memiliki standar tertulis untuk barang dan jasa yang ditawarkan; d. Mudah dipelajari dan digunakan; e. Mendapatkan dukungan terus-menerus; dan f. Memiliki hak kekayaan intelektual. *Franchise F&B* harus memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh PP RI No 42 Tahun 2007 tentang waralaba.¹²

¹⁰ Sherly Nelsa Fitri dan Uswatun Hasana, "Penyelesaian Sengketa Rahasia Dagang Di Indonesia Ditinjau Dari Undang-Undang Rahasia Dagang," *Al, ADI: Jurnal Hukum* 15, no. 2 (2023): 287-306.

¹¹ Yuni Artha Manalu, "Pengaturan Hukum Tentang *Franchise* di Indonesia," *Jurnal Honeste Vivere* 32, no. 2 (2022): 83-97.

¹² Bella Katrina Sari dan Hernawan Hadi, "Tinjauan Hukum Terhadap Wanprestasi Royalti Rahasia Dagang Dalam Perjanjian Waralaba," *Privat Law* 5, no. 1 (2017): 85-94.

Adapun harus mengetahui tentang unsur-unsur yang ada didalam perjanjian yang dilakukan dalam perjanjian *Franchisee*. Berikut penjelasan mengenai dari unsur-unsur yang terdapat dalam Perjanjian *Franchise* menurut Indira Hastuti:

- a. Adanya suatu kesepakatan antara *franchisor* dan *franchisee*, baik secara individu maupun sebagai badan hukum. Meskipun tidak wajib, perjanjian waralaba dapat disahkan di hadapan notaris untuk menjamin kepastian hukum.
- b. Hak yang diberikan kepada *franchisee* terbatas pada waktu dan wilayah tertentu. Penggunaan hak-hak ini hanya berlaku sesuai dengan jangka waktu dan tempat yang telah disepakati dalam perjanjian waralaba.
- c. *Franchisee* diwajibkan untuk membayar sejumlah uang kepada *franchisor*. Pembayaran ini biasanya terdiri dari pembayaran awal dan biaya yang dibayarkan selama usaha berjalan. Pembayaran awal digunakan untuk biaya pemilihan lokasi dan biaya lainnya hingga usaha mulai beroperasi. Selama berjalannya usaha, pembayaran mencakup royalti, pembagian keuntungan, biaya promosi, jasa administrasi dan pembukuan, serta biaya bahan baku.
- d. *Franchisor* memberikan hak kepada *franchisee* untuk memproduksi dan menjual produk dan/atau jasa. Dalam hal ini, *franchisee* diberi hak untuk menggunakan nama, merek dagang, dan logo milik *franchisor* yang sudah dikenal di pasar.¹³

Pelanggaran terhadap rahasia dagang terjadi ketika seseorang secara sengaja membocorkan atau menggunakan informasi rahasia milik pihak lain tanpa izin yang sah. Informasi tersebut biasanya merupakan bagian penting dari strategi bisnis suatu perusahaan, seperti resep, metode produksi, atau data pelanggan, yang tidak diketahui umum dan dijaga kerahasiaannya demi keuntungan usaha. Pelanggaran dapat terjadi melalui pelanggaran perjanjian, baik yang tertulis maupun tidak tertulis, ataupun melalui cara-cara lain yang bertentangan dengan hukum, seperti pencurian data atau peretasan. Namun, penting untuk dipahami bahwa tidak semua bentuk pengungkapan rahasia dagang dianggap sebagai pelanggaran. Undang-Undang memberikan beberapa pengecualian, salah satunya ketika pengungkapan dilakukan demi kepentingan umum, seperti dalam rangka menjaga keselamatan masyarakat, kesehatan publik, atau keamanan nasional.

Dalam situasi seperti ini, perlindungan terhadap rahasia dagang dapat dikesampingkan untuk mendahulukan kepentingan yang lebih besar. Selain itu, ada juga pengecualian berupa rekayasa ulang (*reverse engineering*), yaitu proses teknis di mana seseorang secara sah menganalisis suatu produk yang telah beredar di pasar untuk memahami cara kerjanya. Jika proses ini dilakukan tanpa melanggar hukum atau mengambil informasi secara ilegal, maka tindakan tersebut diperbolehkan dan tidak dianggap sebagai pelanggaran rahasia dagang. Rekayasa ulang sering kali digunakan dalam riset dan pengembangan produk baru sebagai bagian dari inovasi yang sehat dalam dunia industri. Berdasarkan ketentuan dalam Pasal 11 hingga 14 UU Rahasia Dagang, pemilik rahasia dagang memiliki hak eksklusif atas informasi yang dimilikinya. Hak ini mencakup wewenang untuk menggunakan sendiri rahasia dagang tersebut, memberikan izin (lisensi) kepada pihak lain untuk memanfaatkannya, atau bahkan melarang pihak lain mengakses maupun menyebarkannya –terutama jika tujuannya bersifat komersial atau berpotensi menimbulkan kerugian. Jika terjadi pelanggaran rahasia dagang, pemegang hak tersebut dapat mengambil tindakan hukum baik secara

¹³ Elise, Detania Sukarja, dan Tri Murti Lubis, "Aspek Hukum Perjanjian Waralaba Bisnis Kopi (Studi Bisnis *Franchise* di Kota Medan)," *Neoclassical Legal Review: Journal of Law and Contemporary Issues* 2, no. 1 (2023): 1-9.

pidana maupun perdata.¹⁴ ketentuan Pasal 13 UURD menyebut “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”. terdapat perbedaan antara pasal 13 dan 14 UURD yang dimana pasal 13 menyatakan secara tegas mengatakan "dengan sengaja".

Pasal 14 UURD pada pokoknya menyebut “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”. pasal ini tidak berisikan kata dengan sengaja. pasal 14 UURD berisikan kata “dengan cara yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku” membutuhkan pembuktian dengan proses yang kompleks, esensi pembuktiannya hanya terbatas pada ada atau tidaknya unsur “bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku” dan tidak mencakup hal-hal lainnya.¹⁵ Seseorang yang sengaja dan tanpa hak menggunakan rahasia dagang milik orang lain atau mengungkapkan rahasia dagang, mengingkari perjanjian tertulis atau tidak tertulis untuk menjaga rahasia dagang tersebut, dipidana penjara paling lama dua tahun dan atau denda paling banyak Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah). Sebagaimana mengenai ketentuan pidana apabila melakukan pelanggaran rahasia dagang menurut UURD. Dilindungi juga oleh hukum perdata merupakan salah satu perbuatan yang melanggar hukum (Pasal 1365 KUHPerdata). Menurut pasal ini jadi diketahui bahwa perbuatan yang melanggar hak-hak atas informasi yang bersifat rahasia yang dimiliki oleh seseorang dan memiliki nilai ekonomis merupakan perbuatan melawan hukum. Perbuatan ini juga dianggap melanggar hukum apabila membuat kerugian bagi pemilik rahasia dagang karena terbocorkannya rahasia dagang atau sudah mengingkari perjanjian kewajiban tertulis maupun tidak tertulis. Sehingga pihak yang melanggar dapat dikenakan ganti kerugian.¹⁶

3.2. Tindakan atau upaya hukum yang dapat diambil untuk melindungi Rahasia Dagang jika terjadi pelanggaran pada sektor F&B

Hak cipta dan paten dapat melindungi rahasia dagang, tetapi rahasia dagang tidak lagi rahasia karena menjadi domain publik, yang berarti hak tersebut dapat dimiliki oleh siapa pun. Termasuk dalam industri resep makanan dan minuman, sekarang banyak penjiplakan dan pencurian yang dilakukan oleh orang-orang di luar dan di dalam perusahaan. Jadi, harus ada upaya untuk mencegah rahasia dagang resep bisnis makanan dan minuman bocor. Upaya dan tindakan yang layak adalah upaya dan tindakan yang diukur untuk merahasiakan informasi tersebut. Misalnya, ketentuan internal perusahaan mengatur bagaimana menjaga rahasia dan siapa yang bertanggung jawab mengenai kerahasiannya. Dalam pernyataan undang-undang, normanya masih kabur dan tidak terdapat kejelasan upaya apa yang dapat dilakukan oleh pemilik rahasia dagang agar kerahasiaannya dapat terjaga. Jika ada kewajiban untuk menjaga rahasia, pemilik rahasia dagang dapat berusaha untuk merahasiakannya. Karena

¹⁴ Velliana Tanaya, Jessica Vincentia Marpaung, dan Audrea Dindya Djohan, “Perlindungan Hukum Rahasia Dagang Dalam Perjanjian Franchise COCOYO,” *Jurnal Refleksi Hukum* 5, no. 2 (2021): 237-254.

¹⁵ Anastasia E. Gerungan, “Perlindungan Hukum Terhadap Rahasia Dagang Ditinjau dari Aspek Hukum Perdata dan Pidana di Indonesia,” *Jurnal Hukum Unsrat* 22, no. 5 (2016): 69-84.

¹⁶ Loc.cit, 244.

informasi diberikan secara rahasia, pemilik rahasia dagang harus membuktikan bahwa penerimanya memiliki kewajiban untuk menjaga rahasia tersebut. Dalam kasus bisnis makanan dan minuman, upaya hukum terhadap pelanggaran rahasia dagang berlaku jika tidak ada bukti tertulis atau lisan yang menunjukkan bahwa informasi tersebut diberikan dalam bentuk rahasia, dan bukti harus menunjukkan bahwa informasi tersebut harus dijaga. Pengadilan tetap dan sementara adalah dua jenis upaya hukum yang dapat dilakukan.¹⁷

Terdapat upaya preventif, baik internal maupun eksternal, untuk melindungi kerahasiaan resep dan/atau metode pengolahan *F&B* bagi pemilik rahasia dagang adalah sebagai berikut:

1. Simpan semua dokumen yang berkaitan dengan resep dan metode pengolahan makanan dan minuman dalam lemari besi yang terkunci; simpan dokumen rahasia dalam map yang berbeda dan tandai dengan kata-kata seperti "rahasia" dan "dilarang menyalin tanpa izin tertulis dari..."; dan berikan judul "hanya untuk orang tertentu saja" pada setiap dokumen yang berkaitan dengan resep dan metode pengolahan makanan dan minuman.
2. Mengingat karyawan secara teratur bahwa resep dan metode pengolahan makanan dan minuman perusahaan tidak boleh diungkapkan sembarangan, menetapkan ketentuan internal perusahaan tentang cara menjaga resep dan metode pengolahan makanan dan minuman, dan menentukan siapa yang bertanggung jawab atas kerahasiaannya, dan menghindari meninggalkan dokumen penting di tempat fotokopi umum.
3. Pembatasan akses terhadap resep dan metode pengolahan makanan dan minuman hanya untuk sejumlah kecil orang adalah tujuan untuk memudahkan pembuktian, bukan untuk mencegah resep dan metode pengolahan tersebut dianggap sebagai informasi umum. Penilaian informasi sebagai pengetahuan umum tidak didasarkan pada jumlah orang yang mengetahuinya; sebaliknya, pembatasan ini dibuat untuk memudahkan proses pembuktian.
4. Memastikan bahwa informasi penting tidak hanya dimiliki oleh satu orang, tetapi didistribusikan ke orang lain dengan jumlah sedikit. Dalam industri makanan dan minuman, contohnya adalah dengan mengajarkan beberapa karyawan tentang proses pembuatan ayam goreng khas. Misalnya, A diberi instruksi tentang pembuatan saus ayam goreng, B diberi instruksi tentang pembuatan bumbu yang dioleskan pada daging ayam goreng, dan seterusnya.
5. Mencantumkan pesan "selain karyawan dilarang masuk" atau pesan serupa. Langkah ini diambil agar dianggap bahwa pengusaha kuliner melakukan upaya yang wajar untuk melindungi informasi. Oleh karena itu, tidak ada alasan untuk menerapkan setiap metode yang disebutkan sebelumnya. Untuk memastikan bahwa informasi dilindungi dengan cara yang layak dan wajar, menerapkan beberapa praktik penting dan relevan dengan operasional bisnis sudah cukup.¹⁸

Tindakan melanggar hukum rahasia dagang sangat merugikan bagi pemilik rahasia dagang itu sendiri. Upaya atau tindakan yang dapat ditempuh untuk

¹⁷ Kadek Dinda Agustina, "Perlindungan Hukum Terhadap Rahasia Dagang Dalam Usaha Franchise Di Bidang Makanan Dan Minuman," *Jurnal Kertha Semaya* 6, no. 11 (2018): 1-15.

¹⁸ Hani Subagio, "Pentingnya Perlindungan Hukum Terhadap Rahasia Dagang Bagi Pengusaha Kuliner Pengolahan Makanan dan Minuman," *Jurnal Ideas: Pendidikan, Sosial, dan Budaya* 8, no. 2 (2022): 429-438.

menyelesaikan perkara dalam pelanggaran rahasi dagang terhadap *franchisee* di bidang *Food & Beverages* yaitu dapat dengan cara :

1. Menyelesaikan dengan cara musyawarah (Non Litigasi)
Penyelesaian dengan cara ini tentunya dengan cara kekeluargaan, dengan mengutamakan penyelesaian perkara dengan rasa dan cara yang damai sampai musyawarah mufakat. Dengan cara mempertemukan kedua belah pihak dan Bersama-sama mencari solusi dari perkara tersebut.
2. Menyelesaikan pada tingkat pengadilan (Litigasi) secara perdata
Jika dirasa pada penyelesaian secara musyawarah tidak berhasil maka dapat dilakukan penyelesaian melalui pengadilan dengan mengajukan gugatan ke pengadilan negeri sesuai dengan kompetensi absolut dan relatif dalam hukum acara perdata.¹⁹
3. Menyelesaikan pada tingkat pengadilan (Litigasi) secara perdata
Selain melalui jalur non-litigasi dan perdata, penyelesaian pelanggaran rahasia dagang dalam sektor *franchise* makanan dan minuman (*F&B*) juga dapat dilakukan melalui jalur litigasi pidana. ²⁰Upaya ini ditempuh apabila pelanggaran yang terjadi bersifat serius, disengaja, serta menimbulkan kerugian besar bagi pemilik rahasia dagang. Dasar hukum dari penyelesaian pidana ini merujuk pada ketentuan Pasal 13 UU RD yang menyatakan bahwa setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan atau mengungkapkan rahasia dagang milik pihak lain dapat dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau denda paling banyak Rp300.000.000,00.

Dalam praktiknya, pelanggaran pidana terhadap rahasia dagang di sektor *F&B* dapat berbentuk pengungkapan resep rahasia atau metode produksi kepada pihak luar tanpa izin, penyalinan dokumen rahasia perusahaan, atau penggunaan informasi rahasia oleh mantan karyawan maupun mitra usaha untuk kepentingan pribadi. Untuk mengajukan perkara ke ranah pidana, pemilik rahasia dagang harus mengantongi bukti-bukti yang cukup, seperti perjanjian kerahasiaan (*non-disclosure agreement/NDA*), kesaksian pihak internal, serta bukti fisik berupa dokumen atau komunikasi yang menunjukkan adanya pelanggaran.

Proses penyelesaian pidana dilakukan melalui tahapan penyelidikan oleh aparat kepolisian, dilanjutkan dengan penuntutan oleh jaksa penuntut umum, hingga proses persidangan di pengadilan. Namun demikian, jalur pidana ini bersifat represif dan pada umumnya dianggap sebagai sarana terakhir (*ultimum remedium*), karena cenderung menghabiskan waktu dan berisiko merusak hubungan bisnis. Oleh sebab itu, meskipun dapat dilakukan, penyelesaian pidana terhadap pelanggaran rahasia dagang umumnya hanya ditempuh jika penyelesaian melalui jalur damai atau perdata tidak membuahkan hasil, dan pelanggaran yang dilakukan memenuhi unsur kesengajaan serta merugikan secara nyata. Dengan adanya ketentuan pidana dalam Undang-Undang Rahasia Dagang, pelaku usaha *franchise* di sektor makanan dan minuman diharapkan lebih berhati-hati dan bertanggung jawab dalam menjaga serta menggunakan informasi yang bersifat rahasia. Penegakan hukum yang tegas melalui jalur pidana menjadi penting untuk menciptakan kepastian hukum serta memberikan efek jera bagi pihak-pihak yang beritikad tidak baik dalam menjalankan kemitraan *franchise*.

¹⁹ Zil Aidi, Hasna Farida. Op.Cit . 22.

²⁰ Elly Nurhayati, "Akibat Hukum Terhadap Pelanggaran Rahasia Dagang pada Industri Pangan," *Jurnal Analisis Hukum* 3, no. 1 (2020): 1-18.

4. Kesimpulan

Rahasia dagang mencakup informasi di bidang teknologi dan/atau bisnis yang memiliki nilai ekonomi dan dijaga kerahasiaannya oleh pemiliknya. UURD didasarkan pada Perjanjian Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia (WTO), yang mencakup berbagai aturan terkait rahasia dagang. UURD melindungi informasi bisnis dan teknologi yang bernilai ekonomi dan tidak diketahui oleh umum, seperti resep makanan, formula, dan proses produksi. Pasal 13 dan 14 UURD menjelaskan bahwa pelanggaran dapat terjadi baik secara sengaja maupun dengan cara yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan. Pelanggar dapat dikenakan sanksi pidana berupa penjara maksimal dua tahun dan/atau denda maksimal Rp300.000.000. Perbuatan melanggar rahasia dagang juga dianggap sebagai perbuatan melawan hukum menurut Pasal 1365 KUHP, yang mengharuskan pelanggar membayar ganti rugi. Penyelesaian sengketa dapat melalui musyawarah (Non Litigasi) atau jika tidak berhasil maka pilihan terakhir melalui pengadilan (Litigasi). Penting untuk mengutamakan penyelesaian konflik dengan itikad baik dan cara kekeluargaan untuk menjaga hubungan baik antara pihak terkait.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Arif, Moh Erfan, Rila Anggraeni, dan Risca Fitri Ayuni. *Bisnis Waralaba* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2021), 21.
- M. Citra Ramadhan, Fitri Yanni Dewi Siregar, dan Bagus Firman Wibowo, *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual* (Medan: Universitas Medan Area Press, 2023).

Jurnal:

- Puspitasari, Ayu Dwi dan Ana Susi Mulyani. "Perkembangan Bisnis Franchise." *JISOS: Jurnal Ilmu Sosial* 1, no. 10 (2022): 986-987.
- Malik, Camelia. "Implikasi Hukum Adanya Globalisasi Bisnis Franchise." *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM* 14, no. 1 (2007):
- Usman, Laraswati. "Pelaksanaan Perjanjian Waralaba Menurut Buku III KUHP dan Akibat Hukumnya." *Lex Privatum* 6, no. 8 (2018):
- Ayu Dwi Puspitasari, Ana Susi Mulyani. "Perkembangan Bisnis Franchise". *Jurnal Ilmu Sosial*. Vol.1, No.10, (2022).
- Zil Aidi dan Hasna Farida, "Perlindungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba," *Jurnal Cendekia Hukum* 4, no. 2 (2019).
- Kevin Kogin, "Aspek Hukum Kontrak Waralaba Pada Kegiatan Usaha Jasa Makanan dan Minuman," *CALYPTRA* 2, no. 2 (2014).
- Suwardi, "Perlindungan Hukum Terhadap Usaha Waralaba Terkait Rahasia Dagang pada Perjanjian dibuat Sesuai UU No. 30 Tahun 2000," *SEIKAT: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Hukum* 3, no. 5 (2024):.
- Yati Nurhayati, Ifrani Ifrani, dan M. Yasir Said, "Metodologi Normatif dan Empiris dalam Perspektif Ilmu Hukum," *Jurnal Penegakan Hukum Indonesia* 2, no. 1 (2021).
- Sherly Nelsa Fitri dan Uswatun Hasana, "Penyelesaian Sengketa Rahasia Dagang Di Indonesia Ditinjau Dari Undang-Undang Rahasia Dagang," *AI, ADI: Jurnal Hukum* 15, no. 2 (2023).

- Yuni Artha Manalu, "Pengaturan Hukum Tentang *Franchise* di Indonesia," *Jurnal Honeste Vivere* 32, no. 2 (2022).
- Bella Katrina Sari dan Hernawan Hadi, "Tinjauan Hukum Terhadap Wanprestasi Royalti Rahasia Dagang Dalam Perjanjian Waralaba," *Privat Law* 5, no. 1 (2017).
- Elise, Detania Sukarja, dan Tri Murti Lubis, "Aspek Hukum Perjanjian Waralaba Bisnis Kopi (Studi Bisnis *Franchise* di Kota Medan)," *Neoclassical Legal Review: Journal of Law and Contemporary Issues* 2, no. 1 (2023).
- Velliana Tanaya, Jessica Vincentia Marpaung, dan Audrea Dindya Djohan, "Perlindungan Hukum Rahasia Dagang Dalam Perjanjian *Franchise* COCOYO," *Jurnal Refleksi Hukum* 5, no. 2 (2021).
- Anastasia E. Gerungan, "Perlindungan Hukum Terhadap Rahasia Dagang Ditinjau dari Aspek Hukum Perdata dan Pidana di Indonesia," *Jurnal Hukum Unsrat* 22, no. 5 (2016).
- Kadek Dinda Agustina, "Perlindungan Hukum Terhadap Rahasia Dagang Dalam Usaha *Franchise* Di Bidang Makanan Dan Minuman," *Jurnal Kertha Semaya* 6, no. 11 (2018).
- Hani Subagio, "Pentingnya Perlindungan Hukum Terhadap Rahasia Dagang Bagi Pengusaha Kuliner Pengolahan Makanan dan Minuman," *Jurnal Ideas: Pendidikan, Sosial, dan Budaya* 8, no. 2 (2022).
- Elly Nurhayati, "Akibat Hukum Terhadap Pelanggaran Rahasia Dagang pada Industri Pangan," *Jurnal Analisis Hukum* 3, no. 1 (2020): 1-18.

Peraturan Perundang-undangan:

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2000 Nomor 242; Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4044)

Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1997 Nomor 49; Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3690)