



Kajian Yuridis Atas Penegakan Hukum terhadap Mantan Karyawan Waralaba Terkenal yang Membocorkan Resep Rahasia Perusahaan

Juridical Review of Law Enforcement Against Famous Former Franchise Employee Who Leaked Secret Company Recipes

1) **Ahmad Aulia**, 2) **Muhamad Amirulloh**, 3) **Sudaryat**

^{1,2,3} Universitas Padjadjaran, Indonesia

*Email: ¹⁾ ahmad19032@gmail.com, ²⁾ muhamad.amirulloh@unpad.ac.id, ³⁾ sudaryat@unpad.ac.id

*Correspondence: ¹⁾ Ahmad Aulia

DOI:

10.59141/comserva.v3i09.1146

ABSTRAK

Rahasia Dagang atau bisnisnya sangat rentan mengalami risiko terjadinya pembocoran atau pencurian terhadap antara lain resep makanan maupun minuman sebagaimana yang telah disepakati untuk tidak boleh dibocorkan. Dari uraian ini sebagai latar belakang masalah diidentifikasi masalah untuk dijadikan kajian secara yuridis yakni terkait perlindungan dan tindakan hukum apa saja yang dapat dilakukan dalam upaya penegakan hukumnya ditinjau menurut Menurut Undang Undang No. 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang. Penelitian ini meneliti atau membahas perlindungan dan tindakan hukum apa saja yang dapat dilakukan dalam upaya penegakan hukum Rahasia Dagang dalam perjanjian waralaba (franchise). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan dengan data sekunder sebagai sumber datanya. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa rahasia dagang sangat penting dilindungi dalam bisnis waralaba, karena dalam suatu bisnis waralaba dapat diketahui rahasia dagang pemilik hak (pemberi waralaba), sehingga potensi terungkapnya rahasia dagang dalam suatu bisnis waralaba menjadi besar. Mengingat pentingnya perlindungan Rahasia Dagang dalam perjanjian waralaba, maka perjanjian waralaba haruslah dibuat secara komprehensif. Perjanjian tersebut tidak hanya harus dapat menjamin perlindungan Rahasia Dagang pada saat berlangsungnya perjanjian namun juga pada saat setelah perjanjian tersebut berakhir. Selanjutnya dalam penelitian ini juga untuk mengkaji tindakan hukum apa saja yang dapat dilakukan dalam upaya penegakan hukum bagi pihak yang melakukan pelanggaran Rahasia Dagang dalam usaha waralaba. Hasil penelitian atau kajian ini menunjukkan bahwa Rahasia Dagang dalam usaha di bidang makanan dan minuman mendapatkan perlindungan yang resepnya tidak boleh diketahui oleh umum tanpa adanya perjanjian lisensi didalamnya. Tindakan hukum yang dapat dilakukan dalam Upaya penegakan hukum dan atau sanksi hukum bagi pihak yang telah membocorkan Rahasia Dagang adalah dapat dikenakan sanksi administrasi dan sanksi pidana yang diatur dalam UU No 30 Tahun 2000 tentang rahasia dagang serta Kitab Undang – Undang Hukum Perdata dan Kitab Undang – Undang Hukum Pidana.

Kata Kunci: Mantan Karyawan, Perjanjian Lisensi, Rahasia Dagang

ABSTRACT

Trade or business secrets are very vulnerable to the risk of leakage or theft of, among other things, food or drink recipes as agreed not to be leaked. From this description, as the background to the problem, problems are identified to be used as a juridical study, namely related to protection and what legal actions can be taken in law enforcement efforts, reviewed according to Law no. 30 of 2000

concerning Trade Secrets. This research examines or discusses what legal protections and actions can be taken in efforts to enforce trade secret laws in franchise agreements. This research uses library research methods with secondary data as the data source. This research shows that it is very important to protect trade secrets in a franchise business, because in a franchise business the trade secrets of the rights owner (franchise giver) can be known, so the potential for disclosure of trade secrets in a franchise business is large. Considering the importance of protecting trade secrets in a franchise agreement, the franchise agreement must be made comprehensively. The agreement must not only guarantee the protection of Trade Secrets during the duration of the agreement but also after the agreement ends. Furthermore, this research also aims to examine what legal actions can be taken in law enforcement efforts for parties who violate trade secrets in franchise businesses. The results of this research or study show that trade secrets in the food and beverage sector receive protection, the recipes of which cannot be known to the public without a licensing agreement. Legal action that can be taken in law enforcement efforts and/or legal sanctions for parties who have leaked trade secrets is that they can be subject to administrative sanctions and criminal sanctions as regulated in Law No. 30 of 2000 concerning trade secrets as well as the Civil Code and the Criminal Law Act.

Keywords: *Former Employees, License Agreements, , Trade Secrets,*

PENDAHULUAN

Waralaba memberikan “dukungan yang berkesinambungan” maksudnya adalah dukungan dari pemberi waralaba kepada Penerima Waralaba secara terus menerus seperti bimbingan operasional, pelatihan, dan promosi. Terakhir ciri khasnya waralaba di Indonesia sudah mempunyai “Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar” maksudnya adalah Hak Kekayaan Intelektual yang terkait dengan usaha seperti merk, hak cipta, paten, dan rahasia dagang, sudah didaftarkan dan mempunyai sertifikat atau sedang dalam proses pendaftaran di instansi yang berwenang (Peraturan Menteri Perdagangan No. 71 tahun 2019).

Waralaba merupakan suatu konsep dalam *Marketing Management* atau konsep pemasaran. Dimana, waralaba pada prinsipnya adalah suatu Kekayaan Intelektual (KI) atau dalam bahasa Inggris *Intellectual Property* di Indonesia telah mengalami beberapa perubahan istilah (Saidin, 2010). Istilah *Intellectual Property* pertama kali diterjemahkan menjadi “hak milik intelektual”, kemudian berubah menjadi “hak milik atas kekayaan intelektual”, lalu menjadi “hak atas kekayaan intelektual - HAKI”, kemudian berubah lagi menjadi “hak kekayaan intelektual” (dengan singkatan HaKI dan berubah mejadi HKI) dan terakhir telah berubah istilahnya menjadi “Kekayaan Intelektual” (KI) merupakan suatu produk yang berkembang dari suatu ide dan pola pikir atau intelektual manusia sebagai suatu konsep atau strategi pemasaran yang unggul dimana kaya akan manfaat, sudah terkenal, mempunyai citra/branding yang baik (Nafiisah et al., 2021) (Mughtar, 2016). Diberikan, dijalankan, dan berkembang dalam bentuk bisnis dengan suatu kesepakatan dan perjanjian dengan dan untuk orang lain sehingga keuntungan dan manfaatnya dapat dirasakan dan diperoleh secara Bersama (Lindsey et al., 2006). Dipimpin oleh suatu pemimpin dengan perilaku kepemimpinan transaksional dan transformasional yang efisien dan efektif.

Orang perseorangan atau badan usaha memiliki bisnis *franchise* atau waralaba tidak hanya untuk menghasilkan uang tetapi untuk kebanggaan akan kepemilikan, pengaruh dalam komunitas

mereka, dan kesempatan untuk menjadi pemimpin (Sidharta, 2013). Seperti bentuk atau jenis bisnis pada umumnya, bisnis *franchise* menawarkan keuntungan dan manfaat bagi setiap pihak yang menjalankannya baik sebagai pemilik (*franchisor*), atau pembeli hak bisnis *franchise* itu sendiri (*franchisee*). Usaha *franchise* atau waralaba merupakan suatu strategi bisnis dalam berbisnis untuk memperluas jaringan usaha dengan cepat. Dengan adanya sistem *franchise*/waralaba ini, para pebisnis sebagai *franchisee* tidak perlu lagi memikirkan jenis usaha yang akan dibuat. Dalam hal ini, *franchisee* sebagai pebisnis hanya perlu membeli hak waralaba dan kegiatan bisnis pun bisa segera dijalankan. Selain itu, dalam sistem bisnis waralaba, *franchisee* dapat menjadikan bisnis waralaba sebagai tempat pembelajaran bisnis untuk menambah pengetahuan serta keahlian yang dibutuhkan sebagai seorang pengusaha di kemudian hari. Dengan menjalankan bisnis waralaba sebagai usaha awal, *franchisee* bisa mempelajari berbagai aspek bisnis seperti promosi, marketing, pembentukan sistem operasi, pengelolaan uang, dan masih banyak lainnya. Ilmu-ilmu yang telah *franchisee* dapatkan selama menjalankan bisnis waralaba nantinya bisa *franchisee* adopsi dan modifikasi demi kebutuhan pengembangan bisnis lanjutan yang *franchisee* buat sendiri di kemudian hari. Dengan bisnis waralaba memberi keuntungan bagi *franchisee* dimana menghasilkan perkembangan bisnis relatif cepat, minim branding, memiliki rekan bisnis profesional, dan sebagai tempat pembelajaran bisnis. Dengan kata lain, waralaba pada prinsipnya adalah suatu aktifitas yang dibangun dari suatu perjanjian dan kesepakatan bersama dan terdiri dari berbagai dimensi yang bekerja secara fektif dan efisien.

Suatu waralaba memiliki nilai kompetitif dan ekonomi ketika usaha tersebut memiliki keunggulan atau perbedaan yang tidak mudah ditiru dibandingkan dengan usaha lain sejenis, dan membuat konsumen selalu mencari ciri khas tersebut. Bahkan sering kali model bisnis waralaba dikatakan memiliki keunikan oleh karena dari kepemilikan satu badan usaha oleh seseorang (pemberi waralaba) memungkinkan berbagai pengusaha mandiri (penerima waralaba) untuk mengikuti/mereplikasi sistem bisnis milik pemberi waralaba tersebut. Dimana untuk memfasilitasi replikasi ini, pemberi waralaba memberikan informasi dan rahasia yang memiliki nilai ekonomi dan kompetitif kepada penerima waralaba. Oleh karena keterbukaan ini, rahasia dagang dapat tidak terjaga kerahasiaannya apabila diketahui oleh publik atau pesaing bisnis sehingga diperlukan adanya usaha lebih untuk melindungi rahasia dagang dan kerahasiaan informasi dalam suatu hubungan waralaba (VanderBroek & Turner, 2005) (McKnew & Bridges, 2016). Terkait untuk menghindari terjadinya pelanggaran rahasia dagang dalam hubungan waralaba dapat dilakukan di dalam perjanjian waralaba.

Perjanjian waralaba merupakan suatu tindakan hukum yang menimbulkan adanya hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak dalam hubungan kerjasama antara pemberi waralaba dan penerima waralaba. Adapun perbedaan mendasar antara perjanjian waralaba dengan perjanjian lisensi antara lain adalah bahwa dalam perwaralabaan terdapat pengawasan pelaksanaan usaha, metode dan produksi, serta pensuplaian kebutuhan untuk menunjang usaha penerima waralaba. Sedangkan pada perjanjian lisensi yang terjadi hanyalah sekedar pemberian izin penggunaan merek, teknologi dan know-how, tanpa adanya pengawasan yang terus menerus atas pelaksanaan itu. Pengaturan hak dan kewajiban antara pemberi waralaba dan penerima waralaba haruslah jelas, seimbang dan memiliki batas-batas tertentu agar di dalam pelaksanaannya tidak mengakibatkan kesewenang-wenangan salah satu pihak.

Perlindungan hukum terhadap Rahasia Dagang yang diberikan oleh perjanjian waralaba idealnya dapat melindungi rahasia dagang yang dimiliki pemberi waralaba tidak hanya dalam masa

berlakunya perjanjian tetapi juga setelah berakhirnya perjanjian. Oleh karena itu, diperlukan adanya pengaturan yang sedemikian rupa secara komprehensif dalam suatu perjanjian waralaba untuk melindungi rahasia dagang yang adil, proporsional dan tidak menimbulkan kesewenang-wenangan (Chandrika, 2019).

Negara Indonesia Terkait dengan pengaturan hukum waralaba, diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 71 Tahun 2019 tentang waralaba dimana dalam Peraturan Pemerintah tersebut dikatakan bahwa waralaba merupakan 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.

Memperhatikan paparan mengenai waralaba tersebut, maka dalam waralaba terdapat beberapa aspek hukum yang terkait, antara lain: Pertama, aspek hukum perjanjian serta rahasia dagang, dan Kedua, aspek hukum *Intellectual property rights*/hak kekayaan intelektual (HKI) (Ramli, 2013).

Pertama, di dalam aspek hukum perjanjian misalnya, perjanjian waralaba terikat pada syarat sahnya perjanjian sebagaimana terdapat dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Selain itu, terdapat juga asas kebebasan berkontrak yang diatur dalam Pasal 1338 KUHPerdata dimana suatu perjanjian boleh tentang hal apa saja asalkan tidak melanggar ketentuan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum. Perjanjian yang dibuat oleh para pihak berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya dan tentunya mengikat para pihak (*pacta sunt servanda*). Akan tetapi, perjanjian antara para pihak dalam franchise agreement pada umumnya telah berbentuk baku dalam arti hal-hal yang diatur merupakan standar dari pemberi waralaba.

Kedua, terkait dengan aspek hukum HKI, dalam pasal 3 huruf (f) Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dikatakan bahwa waralaba harus memiliki kriteria hak kekayaan telah terdaftar. Dimana dalam penjelasannya dikatakan bahwa yang dimaksud dengan “Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar” 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 (Susilo & Kaho, 2018).

Pada tahun 2000, bentuk keseriusan pemerintah dalam menangani permasalahan Rahasia Dagang adalah dengan diundangkannya Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang yang mulai berlaku sejak 20 September 2000 dengan dilatar belakangi oleh ratifikasi perjanjian WTO/TRIP's melalui Undang-Undang No. 7 Tahun 1994 serta diundangkannya UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat yang menunjukkan bahwa pokok pikiran dari Undang-Undang Rahasia Dagang di Indonesia telah sejalan dengan pemikiran TRIP's sebagai bagian dari perjanjian dalam WTO (Gerungan, 2016) (Sinaga, 2020).

METODE

Metode penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan preskriptif. Dalam penelitian ini menggunakan studi kepustakaan (*library research*) yang bersifat hukum normatif melalui pendekatan yuridis normatif. Penelitian hukum normatif melalui studi kepustakaan merupakan penelitian yang hanya berfokus pada kajian hukum, yaitu penelitian yang menitik beratkan hanya terbatas pada data sekunder. Untuk membatasi pembahasan, maka data sekunder yang dipilih tidak keluar dari lingkup permasalahan yang ada. Adapun data sekunder dari studi kepustakaan ini diperoleh dari perpustakaan, pusat dokumentasi, media cetak serta media elektronik yang terdiri dari (Mamudji

et al., 2005) : Sumber hukum primer, yaitu berupa peraturan perundang-undangan yang terkait dengan permasalahan dalam penelitian ini seperti Kitab Undang-Undang No. 30 tahun 2000 tentang Rahasia Dagang, Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang waralaba, ataupun peraturan terkait lainnya. Sumber hukum sekunder, yaitu bahan-bahan yang memberikan informasi atau hal-hal yang berkaitan dengan isi sumber primer serta implementasinya seperti buku-buku, artikel ilmiah, jurnal ilmiah, skripsi, tesis, disertasi dan lain sebagainya. Sumber hukum tersier, yaitu bahan-bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap sumber primer atau sumber sekunder seperti kamus, kamus hukum, ensiklopedia, dan lain sebagainya

Dari data sekunder yang terdiri dari sumber hukum primer, sumber hukum sekunder dan sumber hukum tersier yang diperoleh akan dianalisis secara kualitatif dan kemudian ditarik kesimpulan dengan menggunakan logika hukum dengan cara deduktif. Dari data yang dianalisis tadi diharapkan dapat menjawab permasalahan yang ditetapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum Terhadap Rahasia Dagang Perusahaan Waralaba Terkenal Menurut Undang-Undang No.30 Tahun 2000

Dalam hal ini, mantan karyawan perusahaan bisa dianggap telah melakukan pelanggaran pasal tersebut apabila membocorkan rahasia perusahaan dalam rangka bersekongkol dengan pelaku usaha lain dan memenuhi unsur-unsur lainnya dalam pasal di atas. Jika hal tersebut terjadi, mengingat yang dilakukan oleh mantan karyawan merupakan pelanggaran hukum, kami berpendapat, pihak perusahaan yang dirugikan bisa menggugat mantan karyawan tersebut atas perbuatan melawan hukum (PMH). Terkait perbuatan melawan hukum, Pasal 1365 KUHPerdata menyatakan bahwa tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian itu karena kesalahannya untuk menggantikan kerugian tersebut.

Di sisi lain, KPPU juga berwenang menjatuhkan sanksi berupa tindakan administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar Pasal 23 UU 5/1999 di atas, berupa perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan kegiatan yang terbukti menimbulkan persaingan usaha tidak sehat (Nomor, 11 C.E.).

Perlindungan Rahasia Dagang

Setelah memahami perlindungan rahasia perusahaan, mari kita pahami perlindungan rahasia dagang. Sebuah informasi akan mendapat perlindungan rahasia dagang apabila informasi tersebut memenuhi kriteria berikut.

1. Bersifat rahasia, yaitu apabila informasi tersebut hanya diketahui oleh pihak tertentu atau tidak diketahui secara umum oleh masyarakat.
2. Mempunyai nilai ekonomi, yaitu apabila sifat kerahasiaan informasi tersebut dapat digunakan untuk menjalankan kegiatan atau usaha yang bersifat komersial atau dapat meningkatkan keuntungan secara ekonomi.
3. Dijaga kerahasiaannya melalui upaya sebagaimana mestinya, yaitu apabila pemilik atau para pihak yang menguasainya telah melakukan langkah-langkah yang layak dan patut. Yang dimaksud dengan “upaya-upaya sebagaimana mestinya” adalah semua langkah yang memuat ukuran kewajaran, kelayakan, dan kepatutan yang harus dilakukan. Misalnya, di dalam suatu perusahaan harus ada prosedur baku berdasarkan praktek umum yang berlaku di tempat-tempat lain dan/atau yang dituangkan ke dalam ketentuan internal perusahaan itu sendiri. Demikian pula dalam

ketentuan internal perusahaan dapat ditetapkan bagaimana rahasia dagang itu dijaga dan siapa yang bertanggung jawab atas kerahasiaan itu.

Pelanggaran rahasia dagang terjadi apabila seseorang dengan sengaja mengungkapkan rahasia dagang, mengingkari kesepakatan atau mengingkari kewajiban tertulis atau tidak tertulis untuk menjaga rahasia dagang yang bersangkutan. Hal tersebut dikatakan pelanggaran karena pemilik rahasia dagang berhak untuk melarang pihak lain menggunakan rahasia dagang atau mengungkapkan rahasia dagang itu kepada pihak ketiga untuk kepentingan komersial. Ada tidaknya surat pernyataan bukan menjadi masalah. Pasalnya, apabila mantan karyawan benar adanya membocorkan rahasia perusahaan yang merupakan rahasia dagang, mantan karyawan tersebut dapat dianggap telah melakukan pelanggaran rahasia dagang meskipun sudah tidak lagi sebagai karyawan perusahaan.

Perlindungan Rahasia Dagang di Indonesia diatur dalam Undang – Undang rahasia dagang nomor 30 tahun 2000 sebagaimana didefinisikan di dalam pasal 1 yang menyatakan “Informasi yang tidak diketahui oleh umum pada bidang teknologi atau bisnis, yang mempunyai nilai ekonomi karena berguna didalam kegiatan usaha, serta kerahasiaannya dijaga oleh pemilik rahasia dagang tersebut.” Terhadap pasal 2 menyatakan “ruang lingkup perlindungan rahasia dagang meliputi metode produksi ,metode pengolahan, metode penjualan, atau informasi lain dibidang teknologi atau bisnis yang memiliki nilai ekonomis yang tidak diketahui oleh umum, termasuk resep makanan/minuman, formula, proses produksi, metode pelaksanaan atau pemasaran (Paat, 2013).

Untuk dapat menyelenggarakan usaha *franchise* terutama dibidang makanan dan minuman, maka usaha yang akan di *franchise* kan harus memiliki kriteria yang terdapat di Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang waralaba (*franchise*) yaitu mempunyai ciri khas usaha, terbukti dapat memberikan keuntungan, memiliki standar pelayanan barang dan jasa yang dibuat secara tertulis, dapat diaplikasikan, adanya dukungan berkesinambungan, Hak Kekayaan Intelektual sudah terdaftar (Katrinasari & Hadi, 2017).

Ciri khas usaha sebuah perusahaan rahasia dagang menjadi aset perusahaan yang sangat berharga dan kerahasiaannya harus dijaga karena dari situlah keuntungannya berkembang. Apabila kerahasiaannya terungkap oleh pihak lain baik yang melakukan perdagangan sejenis maupun yang tidak sejenis akan tetap mendapatkan kerugian dan sifat kerahasiaan dari suatu informasi akan hilang sehingga bukan lagi menjadi sebuah rahasia dagang. Pentingnya suatu rahasia dagang dalam bisnis *franchise* memiliki potensi kehilangan rahasia yang dapat diakibatkan oleh tidak adanya tindakan pencegahan dalam mempertahankan suatu kerahasiaannya. Pemberi dari waralaba harus mengambil tindakan pencegahan untuk melindungi suatu rahasia dagang dalam sistem waralabanya. Perlindungan rahasia dagang dalam usaha *franchise* dilaksanakan berdasarkan perjanjian *franchise* yang disepakati dimana didalam perjanjian franchise dinyatakan bahwa kekayaan intelektual yang berasal dari pemberi waralaba merupakan hak dari pemberi waralaba sebagai pemilik rahasia dan penerima waralaba berkewajiban untuk tidak membocorkan atau melanggar hak-hak kekayaan intelektual milik pemberi waralaba yang dilindungi. Apabila perjanjian *franchise* dilanggar akan dikenakan sanksi administrative yang terdapat didalam Pasal 16 Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 mengenai waralaba (*franchise*) yaitu berupa peringatan yang tertulis, pencabutan surat tanda pendaftaran waralaba (*franchise*) dan berupa denda. Sedangkan pada peraturan yang baru terdapat didalam Pasal 26 Peraturan Menteri Perdagangan No 53/M-Dag/Per/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba (*franchise*).

Dalam sudut pandang hukum, pemilik rahasia dagang berhak menggunakan Rahasia Dagangnya, serta dapat memberikan Lisensi Rahasia Dagang untuk melarang pihak lain dalam

menggunakan Rahasia Dagang dan tidak mengungkapkan rahasia dagangnya kepada pihak ketiga (Yusianti & Nyoman, 2017). Rahasia dagang memiliki sifat tidak mutlak, yang artinya kerahasiaannya dapat diketahui oleh pihak - pihak lain dengan digunakannya suatu izin melalui perjanjian.

Perlindungan Rahasia Dagang Berdasarkan Kontrak Kerja Jika dianalisis lebih lanjut dari segi perlindungan rahasia dagang dalam kaitan hubungan antara karyawan dan pengusaha maka, kewajiban-kewajiban seorang buruh (karyawan) terhadap majikan (pengusaha) yang memperkerjakannya seperti yang diatur dalam pasal 1603b BW yang menyatakan: “Buruh diwajibkan mentaati aturan-aturan tentang hal melakukannya pekerjaan serta aturan-aturan yang ditujukan pada perbaikan tata tertib dalam perusahaan si majikan, yang diberikan kepadanya oleh atau atas nama majikan di dalam batas-batas aturan-aturan undang-undang atau persetujuan maupun reglemen, atau jika itu tidak ada menurut kebiasaan.”

Ketentuan pasal 1630b BW merupakan hal yang tak terpisahkan dengan ketentuan pasal 1630d BW yang menyatakan:

“Buruh pada umumnya diwajibkan melakukan, maupun tidak berbuat segala yang, didalam keadaan yang sama, patut dilakukan atau tidak diperbuat oleh seorang buruh yang baik.”

Perlindungan Rahasia Dagang Berdasarkan Kontrak Konsultasi Perlindungan rahasia dagang juga memiliki aspek penting dalam kaitannya dengan hubungan antara perusahaan dengan konsultan yang digunakan oleh perusahaan itu (Gerungan, 2016). Berbeda dengan hubungan dengan karyawan yang sifatnya sub-ordinatif, hubungan dengan konsultan memiliki sifat koordinatif dalam arti terdapat kesederajatan dan kesejajaran.

Rahasia dagang tidak mempunyai batas waktu perlindungan selama pemiliknya dapat menjaga rahasia dagang dari akses publik, sehingga rahasia dagangnya akan terlindungi selama itu. Ada beberapa persyaratan umum yang harus dipenuhi dalam memperoleh perlindungan rahasia dagang yang terdapat didalam UU rahasia dagang pasal 3 yaitu, (Sudjana, 2022):

1. Rahasia dagang mendapat perlindungan apabila informasi tersebut bersifat rahasia mempunyai nilai ekonomi, dan dijaga kerahasiaannya melalui upaya sebagaimana mestinya.
2. Informasi dianggap bersifat rahasia apabila informasi tersebut hanya diketahui oleh pihak tertentu atau tidak diketahui secara umum oleh masyarakat.
3. Informasi memiliki nilai ekonomi apabila kegiatan usahanya bersifat komersial atau dapat meningkatkan keuntungan.
4. Informasi dianggap dijaga kerahasiaannya apabila pemilik telah melakukan langkah langkah yang layak.

Didalam rahasia dagang terdapat adanya perlindungan hukum prefentif dan represif. Perlindungan hukum secara prefentif bertujuan untuk mencegah terjadinya suatu sengketa yang dilakukan oleh kedua belah pihak dari pelaku bisnis *franchise*, sedangkan perlindungan hukum represif bertujuan untuk menyelesaikan suatu sengketa dari dua belah pihak pelaku usaha bisnis *franchise*. Perlindungan ini dapat diselesaikan melalui Pengadilan Umum dan Pengadilan Administrasi di Indonesia (Mustikarini, 2016).

Dalam rahasia dagang sesuatu yang dirahasiakan seyogyanya dapat dilindungi berdasarkan perlindungan hak cipta dan paten, tetapi rahasia dagang tersebut akan tidak bersifat rahasia lagi karena sudah menjadi public domein yaitu hak tersebut sudah bebas dimiliki siapapun. Termasuk pada resep dibidang makanan dan minuman, sekarang sangat banyak adanya penjiplakan maupun pencurian yang dilakukan oleh pihak luar maupun pihak dalam yang ada diperusahaan tersebut. Sehingga perlu adanya

upaya untuk mencegah adanya pembocoran rahasia dagang terhadap resep pada usaha dibidang makanan dan minuman.

Tindakan Hukum Apa Yang Dapat Dilakukan Oleh Perusahaan Pemilik Rahasia Dagang Terhadap Mantan Karyawan dan Perusahaan Kompetitornya Yang Menyuruh Membocorkan Rahasia Dagang Berdasarkan Undang-Undang No. 30 Tahun 2000

Pelanggaran terhadap ketentuan Pasal 14 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 menyatakan bahwa pelanggaran rahasia dagang dapat terjadi apabila seseorang mengelola rahasia dagang melanggar peraturan perundang-undangan yang berlaku. Untuk membuktikan hal tersebut, terdapat batasan-batasan yang mendasar yaitu unsur-unsur yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan ada pula yang tidak. Berdasarkan ketentuan Pasal 17 Ayat 2 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Tindak Pidana Pasal 17 Ayat 1. Pengaduan dari pihak lain yang merasa dirugikan oleh suatu rahasia dagang akan memulai proses.

Dalam BAB VI Penyelesaian Sengketa yang ada pada pasal 11 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang berisikan: Seseorang yang apabila dengan sengaja melakukan hal-hal yang ada dalam pasal 4 maka pemegang hak rahasia dagang ataupun lisensi berhak menggugat : Ganti rugi ataupun pemberhentian yang telah dijelaskan dalam pasal 4 dan Gugatan yang akan diajukan kepada Pengadilan Negeri sesuai dengan ayat (1) (Ramadhan, 2020).

Pelanggaran Rahasia Dagang terjadi apabila seseorang dengan sengaja mengungkapkan Rahasia Dagang, mengingkari kesepakatan atau mengingkari kewajiban tertulis atau tidak tertulis untuk menjaga rahasia dagang yang bersangkutan (Pasal 13 Undang-Undang Rahasia Dagang). Seseorang dianggap melanggar rahasia dagang pihak lain apabila dia memperoleh atau menguasai rahasia dagang dengan cara yang bertentangan dengan peraturan-peraturan perundang-undangan yang berlaku (Pasal 14 Undang-Undang Rahasia Dagang).

Atas pelanggaran hal-hal tersebut, dapat dikenakan pidana penjara paling lama 2 tahun dan denda paling banyak Rp.300 juta (Masinambow, 2020). Pelanggaran terhadap Rahasia Dagang dapat dituntut secara perdata maupun pidana sekalipun Rahasia dagang ini menyangkut keperdataan antara pemilik rahasia dagang atau pemegang Rahasia Dagang atau penerima rahasia dagang melalui lisensi Rahasia Dagang dengan pihak ketiga yang tidak berhak untuk melakukan tindakan (hukum) yang secara komersial memanfaatkan rahasia dagang, Hal ini mencakup siapa saja yang secara curang memberikan atau memperoleh rahasia dagang secara ilegal. Biasanya ketentuan-ketentuan khusus berlaku terhadap hubungan-hubungan hukum perdata tersebut, yang hanya mengatur hal-hal yang timbul dari perjanjian-perjanjian, peraturan-peraturan hukum, ketertiban umum atau kebiasaan-kebiasaan hukum serta kewajiban yang berlaku dalam masyarakat pada suatu waktu tertentu. Faktanya, kerahasiaan informasi yang tercakup dalam undang-undang rahasia dagang berada di luar hukum pidana. Atas pelanggaran rahasia dagang ini, perusahaan yang dibocorkan rahasianya dapat mengajukan gugatan ganti rugi ke Pengadilan Negeri dan/atau dapat juga mengadukan mantan karyawan yang bersangkutan atas dugaan tindak pidana pelanggaran rahasia dagang yang diancam pidana penjara paling lama 2 tahun dan/atau denda paling banyak Rp300 juta (Nugraha, 2019) (Hakim, 2022).

Terkait pengaturannya jika seseorang melakukan pencurian atau membocorkan Rahasia Dagang akan dikenakan sanksi hukuman yang terdapat didalam Undang – Undang Rahasia dagang pada Pasal 13 dan pasal 14 yaitu “barang siapa yang sengaja atau tanpa hak telah menggunakan merek yang sama dengan pihak lain yang mereknya sudah terdaftar untuk barang dan jasa yang sejenis untuk

diperdagangkan akan dipidana penjara selama 2 (dua) tahun lamanya dan denda sebanyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).”

Secara perdata diatur didalam Kitab Undang – Undang Hukum Perdata pada Pasal 1234 yang menyatakan “bahwa tiap – tiap perikatan memberikan sesuatu untuk berbuat sesuatu atau tidak melakukan perbuatan sesuatu, yang artinya para pihak membuat perjanjian yang obyeknya (tidak melakukan pembocoran rahasia dagang).” Pembocoran atau penyalahgunaan terhadap rahasia dagang didalam perjanjian akan dikenakan sanksi perdata yang terdapat dalam pasal 1242.

Sedangkan pada ancaman pidana terdapat didalam Undang – Undang Hukum Pidana pasal 323 mengatakan bahwa “barang siapa yang sengaja telah memberitahukan hal khusus mengenai perusahaan dagang, pertanian maupun kerajinan ditempat ia bekerja maupun ditempat dahulu dia bekerja yang seharusnya dirahasiakan akan diancam hukuman penjara selama Sembilan bulan lamanya, dan dikenakan denda sebanyak Sembilan ribu rupiah.” (Yusianti & Nyoman, 2017).

Tindak pidana korporasi yang membocorkan Rahasia Dagang diatur dalam Pasal 13 ayat (1) dan (2) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang (UU Rahasia Dagang). Pasal tersebut menyatakan bahwa:

(1) Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan Rahasia Dagang pihak lain, dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

(2) Tindak pidana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah kejahatan.

Berdasarkan ketentuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa tindak pidana korporasi yang membocorkan Rahasia Dagang adalah perbuatan yang dilakukan oleh korporasi dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan rahasia dagang pihak lain. Tindak pidana ini dapat dikategorikan sebagai kejahatan.

Dalam konteks korporasi, tindak pidana membocorkan rahasia dagang dapat dilakukan oleh berbagai pihak, baik oleh karyawan, direktur, komisaris, maupun pemegang saham. Tindak pidana ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, misalnya dengan:

1. Melakukan penyadapan atau pengintaian terhadap kegiatan rahasia pihak lain.
2. Mencuri atau mengambil dokumen rahasia pihak lain.
3. Meminta atau menerima informasi rahasia pihak lain secara tidak sah.
4. Mempublikasikan atau menyebarkan informasi rahasia pihak lain.

Tindak pidana membocorkan rahasia dagang dapat menimbulkan kerugian yang signifikan bagi pihak yang menjadi korban. Kerugian tersebut dapat berupa kerugian finansial, kerugian reputasi, atau kerugian persaingan usaha.

Oleh karena itu, penting bagi setiap korporasi untuk melindungi rahasia dagang mereka dengan berbagai cara, misalnya dengan:

1. Melakukan pelatihan kepada karyawan tentang pentingnya menjaga kerahasiaan informasi.
2. Menerbitkan kebijakan dan prosedur tentang perlindungan rahasia dagang.
3. Melakukan audit internal secara berkala untuk memastikan bahwa rahasia dagang terlindungi dengan baik.

Jika suatu korporasi terbukti melakukan tindak pidana membocorkan rahasia dagang, maka korporasi tersebut dapat dikenakan sanksi pidana dan sanksi perdata. Sanksi pidana yang dapat dikenakan adalah pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan/atau denda paling banyak Rp

300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah). Untuk dapat menuntut perusahaan pesaing secara pidana, perusahaan pemilik rahasia dagang harus dapat membuktikan bahwa:

1. Informasi yang dibocorkan merupakan rahasia dagang yang dilindungi oleh hukum.
2. Informasi tersebut dibocorkan oleh perusahaan pesaing secara sengaja.
3. Informasi tersebut dibocorkan kepada pihak lain yang tidak berhak.

Jika perusahaan pemilik rahasia dagang dapat membuktikan hal-hal tersebut, maka perusahaan pesaing dapat dijatuhi hukuman pidana penjara paling lama 2 tahun dan/atau denda paling banyak Rp.300.000.000,00.

Jalur Perdata

Selain melalui jalur pidana, perusahaan pemilik rahasia dagang juga dapat menuntut perusahaan pesaing secara perdata. Tuntutan perdata yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Ganti Rugi

Perusahaan pemilik rahasia dagang dapat menuntut ganti rugi kepada perusahaan pesaing atas kerugian yang dialami akibat bocornya rahasia dagang. Kerugian tersebut dapat berupa kerugian materiil maupun immateriil.

2. Pencegahan

Perusahaan pemilik rahasia dagang dapat meminta kepada pengadilan agar memerintahkan perusahaan pesaing untuk menghentikan tindakan pembocoran rahasia dagang.

3. Pembatalan perjanjian

Jika pembocoran rahasia dagang dilakukan oleh pihak yang terikat perjanjian dengan perusahaan pemilik rahasia dagang, maka perusahaan pemilik rahasia dagang dapat meminta kepada pengadilan agar perjanjian tersebut dibatalkan.

Untuk dapat menuntut perusahaan pesaing secara perdata, perusahaan pemilik rahasia dagang harus dapat membuktikan bahwa:

- a. Informasi yang dibocorkan merupakan rahasia dagang yang dilindungi oleh hukum.
- b. Informasi tersebut dibocorkan oleh perusahaan pesaing.
- c. Informasi tersebut dibocorkan tanpa persetujuan perusahaan pemilik rahasia dagang.

Jika perusahaan pemilik rahasia dagang dapat membuktikan hal-hal tersebut, maka perusahaan pesaing dapat diwajibkan untuk membayar ganti rugi, menghentikan tindakan pembocoran rahasia dagang, atau membatalkan perjanjian yang telah disepakati..

Bagaimana para pihak mengatur hal ini dalam perjanjian kerahasiaannya (disclosure agreement, non-disclosure agreement, perjanjian non-disclosure) bergantung sepenuhnya pada perundingan yang dilakukan dan kesepakatan para pihak berdasarkan pokok bahasan atau subyek yang diinginkan. Kedua belah pihak akan diatur. Bagaimana peraturan hukum mengatur sifat kerahasiaan dokumen, informasi, atau data bergantung sepenuhnya pada jenis dokumen, informasi, atau data yang terlibat, dan biasanya Dibatasi hanya untuk merek yang memiliki akses ke data tersebut. Di sisi lain, pertanyaan tentang sifat kerahasiaan yang muncul dari waktu ke waktu dalam masyarakat (dan negara) bergantung pada makna dan nilai yang terkait dengan ketertiban umum, moralitas, serta adat istiadat dan kesusilaan yang ada pada saat ini. waktu di bidang (hukum) khusus ini.

Pasal 17 (2) UU Rahasia Dagang menegaskan bahwa tindak pidana di bidang Rahasia Dagang merupakan delik aduan. Sebab, Rahasia Dagang lebih erat kaitannya dengan hukum perdata. Artinya, pelanggaran Rahasia Dagang berdasarkan Pasal 17 (1) tidak dapat dituntut tanpa adanya pengaduan terlebih dahulu dari pemegang rahasia dagang, pemegang rahasia dagang, atau penerima lisensi rahasia

dagang yang dilindungi. Mengenai pertimbangan perkara pidana dan perdata di pengadilan, Pasal 18 UURD mengatur bahwa atas permohonan salah satu pihak dalam perkara pidana atau perdata, hakim dapat memerintahkan agar sidang diadakan secara tertutup. Ketentuan ini berkaitan dengan sifat Rahasia Dagang yang lebih bernuansa hubungan perdata. Dengan adanya ketentuan hukum dan sanksi tegas yang telah diatur dalam Undang-Undang, maka hal ini dapat menjamin terlaksananya perlindungan hukum bagi setiap pemilik Rahasia Dagang (Anggraini, 2018). Dengan demikian maka dapat mencegah terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat atau persaingan curang di bidang Rahasia Dagang.

Bagi perusahaan competitor yang mengiming-imingi atau menginisiasikan pencurian Rahasia Dagang oleh mantan karyawan suatu perusahaan tersebut tentu dapat dikenakan penanggulangan pasca kebocoran Rahasia Dagang tersebut sesuai Pasal 11 Undang-Undang Rahasia Dagang yaitu Gugatan Ganti Rugi keperdataan yang dapat diajukan ke Pengadilan Negeri.

Apabila dilihat atau dibandingkan dengan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2007 Tentang Pemberantasan Tindak Pidana Perdagangan Orang. Pihak perusahaan yang dapat dikenakan sanksi atau dipidana yaitu para direksi pengurus perusahaan sesuai dengan Pasal 13 Ayat 2 Undang-Undang TPPO yaitu “Dalam hal tindak pidana perdagangan orang dilakukan oleh suatu korporasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1), maka penyidikan, penuntutan, dan pemidanaan dilakukan terhadap korporasi dan/atau pengurusnya.”

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian atau penelitian dan pembahasan serta tujuan penelitian, maka dapat ditarik atau dihasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut: Rahasia dangang yang telah dibocorkan oleh mantan karyawan kepada perusahaan pesaing tetap memperoleh perlindungan Rahasia Dagang mengingat sifat kerahasiaannya tetap terjaga. Berdasarkan Pasal 3 Ayat 2 UURD. Informasi tersebut tetap bersifat rahasia karena informasi tersebut tidak diketahui oleh masyarakat umum melainkan oleh pihak-pihak tertentu saja. Yaitu mantan karyawan dan orang-orang tertentu di perusahaan pesaing, tidak diketahui oleh masyarakat umum termasuk tidak diketahui oleh perusahaan pesaing. Tindakan hukum yang dapat dilakukan oleh perusahaan pemilik Rahasia Dagang terhadap mantan karyawan dan perusahaan kompetitornya yang menyuruh membocorkan Rahasia Dagang adalah melakukan gugatan ganti rugi perdata berdasarkan putusan pidana terhadap pelaku. Tindakan ini dilakukan berdasarkan Pasal 11 Ayat 1 kepada pengadilan negeri berdasarkan Pasal 11 Ayat 2 berdasarkan Undang-Undang No. 30 Tahun 2000. Terhadap perusahaan pesaing atau competitor yang menyuruh mantan karyawan untuk membocorkan Rahasia Dagang dapat juga dilakukan tuntutan Pidana karena memperoleh Rahasia Dagang milik korban dengan cara yang bertentangan dengan peraturan Perundang-Undang yang yaitu mencuri atau menyuruh mencuri sesuai Pasal 14 UURD.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, L. (2018). Perlindungan Hukum Perdata Dagang Terhadap Pemilik Rahasia Dagang Di Indonesia. *Niagawan*, 7(3), 171–179.
- Chandrika, R. S. (2019). Perlindungan Hukum Perjanjian Lisensi Rahasia Dagang Di Indonesia. *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, 2(1), 11–22.
- Gerungan, A. E. (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Rahasia Dagang Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdata Dan Pidana Di Indonesia Oleh: Anastasia E. Gerungan. *Jurnal Hukum Unsrat*, 22(5).
- Hakim, A. R. (2022). Penerapan Tindak Pidana Terhadap Pelanggaran Rahasia Dagang Di Indonesia Dan Jepang. " *Dharmasisya* " *Jurnal Program Magister Hukum Fhui*, 2(2), 16.
- Katrinasari, B., & Hadi, H. (2017). Tinjauan Hukum Terhadap Wanprestasi Royalty Rahasia Dagang Dalam Perjanjian Waralaba. *Jurnal Privat Law*, 5(1), 85–94.
- Lindsey, T., Damian, E., Butt, S., & Utomo, T. S. (2006). Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar. *Bandung: Alumni*, 252.
- Mamudji, S., Rahardjo, H., Supriyanto, A., Erni, D., & Simatupang, D. P. (2005). Metode Penelitian Dan Penulisan Hukum. *Jakarta: Badan Penerbit Fakultas Hukum Universitas Indonesia*.
- Masinambow, R. (2020). Sanksi Pidana Rahasia Dagang Menurut Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang. *Lex Crimen*, 9(4).
- Mcknew, N. M., & Bridges, E. I. (2016). I've Got A Secret And I'm Willing To Use It: Franchisors, Franchisees, And Trade Secrets. *Franchise Lj*, 36, 561.
- Muchtar, M. A. Dan H. N. (2016). *Buku Ajar Hukum Kekayaan Intelektual*. Unpad Press.
- Mustikarini, I. D. (2016). Perlindungan Hukum Rahasia Dagang Terhadap Masyarakat Ekonomi Asean (Mea). *Perspektif Hukum*, 75–88.
- Nafiisah, T., Amirulloh, M., & Safiranita, T. (2021). Pelindungan Hukum Pada Merek Terdaftar Berdasarkan Persamaan Pada Pokoknya Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis. *Humani (Hukum Dan Masyarakat Madani)*, 11(2), 350–359.
- Nomor, U.-U. (11 C.E.). *Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja*.
- Nugraha, W. (2019). *Perlindungan Hukum Terhadap Pelanggaran Rahasia Dagang Dikaitkan Dengan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang (Studi Kasus Putusan Mahkamah Agung Nomor 280/Pdt. G/2008/Pn. Bks Perkara Antara Pt. Hitachi Construction Machinery Indonesia Dengan Pt. Basuki Pratama Engineering Indonesia)*.
- Paat, Y. L. (2013). Penyelesaian Sengketa Rahasia Dagang Menurut Hukum Positif Indonesia. *Lex Et Societatis*, 1(3).

- Ramadhan, R. (2020). *Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Rahasia Dagang Pengusaha Meubel Di Kecamatan Tampan Pekanbaru Menurut Undang-Undang Nomor 30 Tentang Rahasia Dagang*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Ramli, A. M. (2013). *Buku Panduan Hak Kekayaan Intelektual*. Jakarta: *Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia*.
- Saidin, O. K. (2010). *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual:(Intellectual Property Rights)*.
- Sidharta, M. K. Dan A. (2013). *Pengantar Ilmu Hukum: Suatu Pengenalan Pertama Ruang Lingkup Berlakunya Hukum*. Pt Alumni.
- Sinaga, N. A. (2020). Pentingnya Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual Bagi Pembangunan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Hukum Sasana*, 6(2).
- Sudjana, S. (2022). Principle Of Good Faith In Confidentiality Agreements Of Trade Secret Information. *Dialogia Iuridica*, 14(1), 52–76.
- Susilo, L. J., & Kaho, V. R. (2018). *Manajemen Risiko*. Jilid I. Pt. *Grasindo*. Jalan Palmerah Barat.
- Vanderbroek, M. S., & Turner, C. B. (2005). Protecting And Enforcing Franchise Trade Secrets. *Franchise Lj*, 25, 191.
- Yusianti, N. N. D. A., & Nyoman, N. (2017). Pengaturan Perlindungan Hukum Haki Bidang Rahasia Dagang Terkait Pembocoran Infomasi Oleh Pekerja Menurut Uu No. 30 Th 2000 Tentang Rahasia Dagang. *Kertha Semaya*, 5(5).



© 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).