

**TINJAUAN YURIDIS PELAKSANAAN DAN PERLINDUNGAN HUKUM
RAHASIA DAGANG DALAM KERJASAMA FRANCHISE RESTO PASTA
KANGEN MENURUT UNDANG-UNDANG NO 30 TAHUN 2000 TENTANG
RAHASIA DAGANG**

(Studi di Resto Pasta Kangen Majalengka)

Oleh :

RANI DEWI KURNIAWATI

RIAN KURNIADI

rani.dewikurniawati@gmail.com

ABSTRAK

Saat ini permasalahan di bidang hak kekayaan intelektual menjadi salah satu permasalahan yang kompleks yang terjadi dalam dunia perdagangan baik nasional maupun internasional. Hal ini ditandai dengan keseriusan pemerintah dalam menangani permasalahan tersebut dengan diundangkannya UU No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang. Bisnis *franchise* di bidang kuliner belakangan ini sudah menjadi pilihan bagi seseorang yang ingin membuka suatu usaha dengan praktis dan tinggal menjalankan saja. Banyaknya usaha *franchise* tentu saja dibarengi dengan usaha menjaga cita rasa dari makanan tersebut, salah satu cara menjaganya dengan melindungi rahasia dagang yang dimiliki.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis bertujuan untuk mengkaji bagaimana pelaksanaan rahasia dagang dalam kerjasama Franchise Pasta Kangen dikaitkan dengan UU No 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang, dan mengkaji upaya perlindungan hukum Pasta Kangen guna untuk memperjelas hubungan hukum antara *franchisee* dan *franchisor* agar tidak merugikan salah satu pihak. Adapun teori yang menjadi landasan bagi penulis yaitu Teori Negara Hukum, Teori Hukum Dagang, Teori Perlindungan Hukum, Teori Hak Milik, Teori Kontrak, Teori Perbuatan Melawan Hukum, Teori Kepentingan, dan Teori Perikatan. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode yuridis-normatif, penelitian hukum normatif yang merupakan penelitian dengan mengutamakan data kepustakaan yakni data sekunder, primer, tersier.

Kata Kunci : Rahasia Dagang, Franchise, Lisensi.

B. Latar Belakang Masalah

Hak Atas Kekayaan Intelektual (*Intellectual Property Rights*) atau di sebut HAKI sebagai salah satu produk dari hasil perkembangan ide dan pola pikir manusia, dimana saat ini menjadi salah satu permasalahan yang kompleks yang terjadi dalam dunia perdagangan baik nasional maupun internasional, sehingga menjadikannya suatu hal yang serius yang sedang ditangani dunia internasional dan nasional.¹

Justifikasi yang paling mendasar untuk HAKI adalah bahwa seseorang yang telah mengeluarkan usaha ke dalam penciptaan memiliki sebuah hak alami untuk memiliki dan mengontrol apa yang telah mereka ciptakan. Pendekatan ini menekankan pada kejujuran dan keadilan.²

Rahasia Dagang sebagai salah satu bagian dari HAKI, merupakan hak yang cukup tinggi dalam perkembangan aktivitas bisnis di Indonesia. Hal ini ditandai dengan keseriusan pemerintah dalam menangani permasalahan tersebut sehingga diundangkannya UU No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang yang mulai berlaku sejak 20 September Tahun 2000.³

Sebagai negara berkembang, Indonesia perlu mengupayakan adanya persaingan yang tangguh di kalangan dunia usaha. Hal itu sejalan dengan kondisi di bidang perdagangan dan investasi. Daya saing semacam itu telah lama dikenal dalam sistem Hak Kekayaan Intelektual, misalnya Paten. Dalam Paten, sebagai imbalan atas hak eksklusif yang diberikan oleh negara, penemu harus mengungkapkan temuan atau invensinya. Namun, tidak semua penemu atau kalangan pengusaha bersedia mengungkapkan temuan atau invensinya itu. Mereka ingin tetap menjaga kerahasiaan karya intelektual mereka. Di Indonesia, masalah kerahasiaan itu terdapat di dalam beberapa aturan yang terpisah, yang belum merupakan satu sistem aturan terpadu.

Kebutuhan akan perlindungan hukum terhadap Rahasia Dagang sesuai pula dengan salah satu ketentuan dalam *Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* (Persetujuan TRIPs) yang merupakan lampiran dari *Agreement Establishing the World Trade Organization* (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia), sebagaimana telah diratifikasi oleh Indonesia dengan Undang-undang Nomor 7 Tahun 1994.

Adanya perlindungan tersebut akan mendorong lahirnya temuan atau invensi baru yang meskipun diperlakukan sebagai rahasia, tetap mendapat

¹ Achmad Zen Umar Purba., *Hak Kekayaan Intelektual Pasca TRIPs*, PT. Alumni, Bandung, 2005, hlm. 1.

² Tim Lindsey, dkk., *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, PT. Alumni, Bandung, 2004, hlm. 13.

³Gunawan Widjaja., *Rahasia Dagang, Seri Hukum Bisnis*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001, hlm. 100.

perlindungan hukum, baik dalam rangka kepemilikan, penguasaan maupun pemanfaatannya oleh penemuannya.

Untuk mengelola administrasi Rahasia Dagang pada saat ini Pemerintah menunjuk Departemen Kehakiman dan Hak Asasi Manusia c.q. Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual untuk melakukan pelayanan di bidang Hak Kekayaan Intelektual. Mengingat cukup luasnya tugas dan tanggung jawab tersebut, tidak tertutup kemungkinan pada waktu yang akan datang, Direktorat Jenderal yang membidangi Hak Kekayaan Intelektual ini berkembang menjadi suatu badan lain yang bersifat mandiri dilingkungan Pemerintah, termasuk mandiri dalam pengelolaan keuangan.⁴

Informasi merupakan suatu hal yang dapat dimasukkan atau dikategorikan dalam hak milik intelektual, hal ini dikarenakan informasi merupakan suatu bagian milik dari seseorang.⁵ Informasi tidak akan muncul begitu saja akan tetapi informasi muncul dikarenakan adanya pemikiran dari seseorang, di mana secara tidak langsung hukum melindungi informasi tersebut.

Rahasia dagang menurut Undang - Undang Nomor 30 Tahun 2000 dalam pasal 1 ayat (1), yaitu: *Rahasia Dagang adalah informasi yang tidak diketahui oleh umum di bidang teknologi dan/atau bisnis, mempunyai nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga kerahasiaannya oleh pemilik Rahasia Dagang.* Perlindungan hukum terhadap pemegang hak atas suatu rahasia dagang sebagai bagian dari Hak Kekayaan Intelektual merupakan suatu hal yang sangat penting dalam lalu lintas pergaulan perdagangan, dalam lingkup nasional maupun sampai pada tingkat internasional. Mengingat munculnya permasalahan dalam dunia perdagangan dan industri tidak semata-mata selalu hanya berkaitan dengan suatu barang dan jasa saja, akan tetapi juga dapat berupa permasalahan lain yakni diantaranya seperti informasi penting yang berguna serta bermanfaat untuk menjalankan roda kegiatan usaha yang dapat membawa keuntungan secara ekonomi bagi pelaku usaha tersebut. Berkaitan dengan hal tersebut, maka pelaku usaha sangat merasa berkepentingan terhadap adanya pengakuan serta perlindungan hukum terhadap hak atas suatu rahasia dagang yang dimilikinya melalui suatu regulasi hukum yang mengatur tentang Hak Kekayaan Intelektual yang berlaku secara nasional. Karena dengan adanya pengakuan serta jaminan perlindungan hukum terhadap suatu hak atas rahasia dagang yang dimilikinya maka hal tersebut akan menjadi

⁴ Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4044, Penjelasan Atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang.

⁵ Muhammad Djumhana, 1993, *Hak Milik Intelektual*, Bandung: Citra Aditya Bakti, hlm. 173.

salah satu pertimbangan bagi pelaku usaha apabila hendak melakukan perdagangan dan/atau investasi.⁶

Perlindungan hukum merupakan hak untuk setiap warga negara dan merupakan tanggung jawab Pemerintah untuk menegakkan hukum demi terselenggaranya perlindungan hukum bagi seluruh warganya tanpa diskriminasi. Campur tangan yang dilakukan Pemerintah diwujudkan melalui sarana hukum, sedangkan yang dimaksudkan dengan hukum dalam penelitian ini yaitu dengan berbagai peraturan perundangan khususnya dalam bidang rahasia dagang dalam bisnis waralaba atau franchise.

Berdasarkan paparan diatas maka dalam penulisan ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Tinjauan yuridis pelaksanaan dan perlindungan hukum rahasia dagang dalam kerjasama franchise Resto Pasta Kangen Menurut Undang-undang No 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang” (Studi di Resto Pasta Kangen Majalengka).**

C. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas maka terdapat beberapa permasalahan yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana Pelaksanaan rahasia dagang dalam kerjasama *Franchise* Pasta kangen?
2. Bagaimana Perlindungan hukum terhadap Franchisor dan franchisee Pasta kangen?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini :

1. Mengkaji bagaimana pelaksanaan rahasia dagang dalam kerjasama Franchis Pasta Kangen dikaitkan dengan UU No 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang.
2. Mengkaji upaya perlindungan hukum terhadap *franchisor* dan *franchisee* Pasta Kangen.

E. Kerangka Pemikiran

Rahasia dagang diatur dalam UU No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang. Adapun yang dimaksudkan dengan rahasia dagang adalah informasi yang tidak diketahui oleh umum di bidang ekonomi, karena berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga kerahasiaannya oleh pemilik hak. Informasi dianggap bersifat rahasia apabila informasi tersebut hanya diketahui oleh

⁶ Mohamad Nurdiyansyah, 2010, *Perlindungan hukum dan sengketa rahasia dagang* (analisis putusan MA Nomor 1713), Jakarta, Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah, hlm. 1.

pihak tertentu atau tidak diketahui secara umum oleh masyarakat. Informasi dianggap memiliki nilai ekonomi apabila sifat kerahasiaan tersebut dapat digunakan untuk menjalankan kegiatan atau usaha yang bersifat komersial atau dapat meningkatkan keuntungan secara ekonomis. Informasi dianggap dijaga kerahasiaannya apabila pemilik atau para pihak yang menguasainya yang telah melakukan langkah-langkah yang layak dan patut (Pasal 1).

Pemilik rahasia memiliki hak untuk (a) menggunakan sendiri rahasia dagang yang dimiliki dan (b) memberikan lisensi kepada atau melarang pihak lain untuk menggunakan rahasia dagang atau mengungkapkan rahasia dagang itu kepada pihak ketiga untuk kepentingan komersial (Pasal 4). Adapun yang dimaksudkan dengan lisensi adalah izin yang diberikan oleh pemegang hak rahasia dagang kepada pihak lain melalui suatu perjanjian berdasarkan pada pemberian hak (bukan pengalihan hak) untuk menikmati manfaat ekonomi dari suatu rahasia dagang yang diberi perlindungan dalam jangka waktu tertentu dan syarat tertentu.

Untuk dijadikan dasar dan sebagai pijakan penulis didalam melakukan penelitian, maka digunakan beberapa teori, diantaranya;

1. Teori Negara Hukum

Indonesia adalah negara yang berdasarkan atas hukum menurut Pasal 1 ayat (3) UUD NRI 1945. Pasal ini menghendaki bahwa penyelenggaraan pemerintahan didasarkan atas prinsip-prinsip hukum untuk membatasi kekuasaan pemerintah dan ini artinya kekuasaan negara melalui aparatnya dibatasi oleh hukum (*rechtsstaat*), bukan didasarkan atas kekuasaan (*machtsstaat*).⁷

2. Teori Hukum Dagang

Definisi hukum dagang menurut Kansil; “Mendefinisikan menyamakan hukum dagang dengan hukum perusahaan, sehingga hukum perusahaan adalah hukum yang mengatur tingkah laku manusia yang turut melakukan perdagangan dalam usahanya memperoleh keuntungan, dapat juga dikatakan, Hukum Dagang ialah hukum yang mengatur hubungan hukum antara manusia-manusia dan badan-badan hukum satu sama lainnya, dalam lapangan perdagangan”.⁸

3. Teori Perbuatan Melawan Hukum

Perlindungan rahasia dagang juga terkait dengan teori perbuatan melawan hukum. Sebagaimana yurisprudensi Belanda

⁷ UUD 1945 Pasal 1 ayat (3)

⁸ Riky Pribadi, *diktat hukum dagang*, cetakan ke-II, universitas majalengka, 2017, hlm, 3.

sejak tahun 1919 yang diikuti oleh yurisprudensi di Indonesia telah memperluas pengertian “perbuatan melawan hukum “(*onrechtmatige daad*) sebagai berikut; “Suatu perbuatan atau kelalaian yang melanggar hak orang lain atau bertentangan dengan kewajiban hukum sipelaku, atau bertentangan kesusilaan, atau bertentangan dengan sikap hati-hati yang perlu diperhatikan di dalam pergaulan masyarakat terhadap kepentingan lahiriah maupun milik orang lain,”⁹

4. Teori Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum atau dengan kata lain perlindungan hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.¹⁰

5. Teori Hak Milik

Teori Hak Milik merupakan salah Satu Dasar Perlindungan Rahasia Dagang. Beberapa Putusan Pengadilan Di Amerika Serikat menunjukkan bahwa terdapat keterkaitan antara rahasia dagang dengan konsep hak milik.¹¹

6. Teori Kontrak

Teori kontrak merupakan dasar yang paling sering dikemukakan dalam proses pengadilan mengenai rahasia dagang. Teori ini misalnya dikemukakan dalam kasus *American Eutentic Weldingn Alloys Sales Co. V. Dytron Aloys Corp.* 439 F 2d 428 (2nd Cir. 1971). Kasus ini menunjukkan bagaimana pengaruh ketentuan kontrak yang dituangkan secara eksplisit terhadap penyelesaian kasus rahasia dagang.¹²

7. Teori Kepentingan

Melalui dasar teori ini maka seorang pemilik rahasia dagang tidak akan terlepas dari kewajiban untuk memberikan manfaat dari rahasia dagang yang dimilikinya untuk kepentingan umum, jika hal tersebut memang benar-benar diperlukan misalnya jika terkait dengan ilmu pengetahuan dan matematika, kesehatan, dan keselamatan masyarakat, atau pertahanan dan keamanan negara, dengan catatan bahwa kemanfaatan tersebut harus dengan sungguh-sungguh

⁹ Ahmad M Ramli ,*Teori Dasar Perlindungan Rahasia Dagang*, Mondar Maju, Bandung, hlm 74.

¹⁰ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hlm. 74.

¹¹ Ahmad M Ramli, *Op.Cit*, hlm. 48.

¹² Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, PT Intermasa, Jakarta, 2003, hlm, 134.

memperhatikan hak-hak ekonomi dari pemilik dan melindungi kerahasiaannya dari obyek dimaksud.¹³

8. Teori Perikatan

Rahasia dagang adalah obyek dari perikatan di mana perikatan itu sendiri melahirkan hak dan kewajiban antara para pihak, baik yang lahir karena perjanjian maupun karena undang-undang.¹⁴

F. Metodologi Penelitian

Penelitian ini ditekankan kepada deskriptif analisis, yaitu pengambilan sample di perusahaan Resto Pasta Kangen terkait untuk mendeskripsikan, menyangkut pelaksanaan UU No 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang. Metode penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis normatif, yaitu merupakan penelitian kepustakaan yaitu penelitian terhadap data sekunder.¹⁵ Pendekatan Yuridis yaitu pendekatan terhadap masalah-masalah yang diteliti dengan hubungan-hubungan hukum dari masalah tersebut. Pendekatan Normatif yaitu mendekati masalah yang diteliti dengan mendasarkan pada norma dan Undang-undang yang berlaku.

G. Hasil Penelitian

a. Profil Pasta Kangen Pusat

Sebagaimana yang kita ketahui bersama, usaha di Industri *Food & Beverages* (F&B) tidak pernah ada matinya. Dengan kata lain, matinya usaha ini dilihat dari ketidakmampuan para pengelolanya dalam berkompetisi secara atraktif menimbang seluruh aspek, baik itu cita rasa, pemasaran, dan pelayanan yang disuguhkan dalam usaha F&B ini. Berkaca pada Komunitas bisnis Pasta Kangen yang telah dirintis oleh Venjii Hernando, sebuah *Booth* yang menyuguhkan sajian kuliner berbentuk Pasta, Pizza, Burger dan Kentang dengan beragam menu yang sangat 'nyeleneh' di sebuah bilangan di Jakarta, usaha ini sangat menarik minat para pengunjung. Besar harapan dengan mendapatkan respon yang positif dari market di Indonesia, maka dengan ini kami ingin mengajak para Keluarga Besar Komunitas bekerja sama untuk membangun sebuah lapangan usaha seperti ini. Dengan harapan dapat menjadi *Market Leader* yang diminati banyak kalangan calon pengusaha, khususnya di bidang kuliner.

¹³ Ahmad M Ramli, Op.Cit, hlm. 74.

¹⁴ Ibid, hlm. 78.

¹⁵ Ronny Hanitijo Soemitro, Metodologi Penelitian Hukum, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1990. 34.

b. Visi Dan Misi Komunitas Bisnis Pasta Kangen

Visi : Menjadi sebuah bisnis komunitas terbesar yang menguntungkan dan berpengaruh di Indonesia serta menciptakan hubungan tidak hanya sebatas bisnis, melainkan dengan mengedepankan kekeluargaan dan kebersamaan demi kemajuan kita bersama”

Misi : Menjadi bisnis yang sangat menguntungkan bagi para keluarga komunitas. Menciptakan produk yang berkualitas dan higienis dengan harga yang terjangkau serta berinovasi dalam perkembangan trend kuliner yang ada sehingga menjadikan pasta kangen sebagai usaha kuliner yang tak luput oleh waktu. Mendirikan dan mengembangkan usaha secara gotong royong dan saling bahu membahu dalam memengkan persaingan bisnis kuliner di Indonesia. Menjalankan nilai-nilai solidaritas, kejujuran dan empati terhadap para anggota keluarga besar komunitas, termasuk menciptakan hubungan yang sangat baik dengan sesama keluarga besar, pegawai, konsumen dan masyarakat.

c. Apa Itu Komunitas Pasta Kangen?

Pasta kangen adalah sebuah produk dari komunitas para kaskuser yang bergerak dibidang kuliner, seiring berjalannya waktu komunitas ini lebih dikenal dengan nama komunitas bisnis Pasta Kangen. Komunitas ini memiliki landasan kekeluargaan yang membangun usaha secara bersama-sama, saling bergotong royong mulai dari mendirikan usaha, mempromosikan hingga berbagi strategi penjualan bersama sama dalam sebuah keluarga besar. didalam komunitas ini para pemula sekalipun tidak perlu khawatir karna para anggotanya akan dibimbing mendirikan usaha mulai dari nol hingga usaha tersebut berjalan dikota masing-masing dan para anggota dapat bertukar pikiran dengan anggota-anggota lain yang lebih senior hingga tidak ada lagi alasan untuk khawatir atau merasa sendirian dalam membangun bisnis. Untuk para anggota komunitas yang berada diluar Jabodetabek tetap tidak perlu khawatir juga terkait pengadaan barang dan bahan baku diregional masing-masing, selain akan selalu dibimbing dan diarahkan, manajemen komunitas juga sudah melakukan survey diberbagai regional mulai dari Banda Aceh hingga Flores bahwa barang-barang dan bahan baku yang dipergunakan dalam mendirikan usaha sangat mudah

ditemukan di supermarket atau pasar tradisional di regional masing-masing.

d. Latar Belakang Pendiri & Manajemen Komunitas

Venjii Herando, 31 tahun, lebih akrab disapa Venjii, merupakan penggagas serta pendiri Komunitas bisnis Pasta Kangen, setelah sukses mendirikan Booth pertamanya, Venjii melebarkan sayapnya ke beberapa titik di Jakarta dengan melakukan beberapa inovasi yang sangat kreatif. Dari pengalaman dan rasa kebersamaan yang dimilikinya alhasil terbentuklah sebuah komunitas Bisnis Pasta Kangen dan banyak mendapatkan respon yang positif dari berbagai daerah diseluruh Indonesia. Dengan slogan ‘workwithvenjii’ sebagai mentor bisnis dan konseptor kreatif, diharapkan dapat menjaring seluruh pengusaha kuliner di Indonesia untuk maju bersama menciptakan pengusaha kreatif di daerah masing-masing.

e. Manajemen Resiko

Venjii Hernando Mengatakan Industri kuliner adalah sebuah bisnis yang tidak ada “matinya”, namun kita tetap tidak bisa menutup mata bahwa masih saja ada waralaba atau usaha kuliner yang kurang berkembang. kondisi ini disebabkan oleh 2 resiko : Menu yang disajikan tidak sesuai dengan selera konsumen yang ada dilokasi usaha, dan Produk yang ditawarkan sudah kehilangan trend yang membuat konsumen menjadi jenuh akan produk tersebut.

Waralaba pada umumnya memiliki kebijakan yang melarang mitranya untuk menambah menu, bahkan banyak sekali waralaba yang bertahan dengan menu yang itu-itu saja (monoton), kebijakan inilah yang menjadi boomerang bagi para mitranya, dengan kebijakan tersebut ketika mitra dihadapi oleh 2 resiko diatas maka CEPAT ATAU LAMBAT BANGKRUT AKAN MENJADI PILIHAN PASTI.

Demi mengatasi resiko tersebut dan menjaga keberlangsungan bisnis keluarga besar komunitas, selain inovasi menu secara berkala, komunitas kami juga memperbolehkan penambahan menu, bahkan dengan senang hati kami membantu dalam setiap penambahannya karna kami mendukung kreativitas para anggota dan karna kami mengerti, semakin banyak menu yang berpotensi maka akan semakin banyak omset. Kesuksesan para anggota adalah tujuan utama kami.

- f. Bergabung Dengan Komunitas Pasta Kangen
1. Anggota baru yang ingin bergabung dengan komunitas pasta kangen bisa menginvite pin BBm atau WhatsApp.
 2. Diwajibkan untuk memiliki user kaskus.
 3. Memperkenalkan diri dan melaporkan domisili kepada Manajemen Komunitas.
 4. Anggota komunitas akan dibagi dua, anggota pasif (simpatisan) dan anggota aktif (pemilik usaha).
 5. Setelah dana investasi sesuai paket tersedia, anggota komunitas tersebut akan dibimbing mulai dari nol hingga usaha tersebut berjalan dikota masing-masing. tidak hanya sebatas mendirikan usaha, manajemen komunitas pun ikut membantu ketika para anggota mengalami kesulitan dalam menjalankan usahanya.
 6. Jika waralaba pada umumnya menetapkan franchise fee untuk semua konsep dan ide yang telah mereka buat, maka komunitas ini memberikan Franchise FREE alias GRATIS kepada seluruh keluarga komunitasnya dan sebagai rasa syukur para anggota setelah mereka berhasil menjadi pengusaha maka komunitas menetapkan *Royalty fee* sebesar 2.5% per bulan yang wajib diserahkan langsung ke anak yatim dan dhuafa yang berada disekitar para keluarga komunitas, pertanggung jawaban bisnis bukan hanya kepada manusia, tapi juga kepada TUHAN.
- g. Strategi Pemilihan Produk Pasta Kangen
1. Pasta, pizza, burger dan kentang memiliki track record stabil lebih dari 30 tahun, kondisi ini membuktikan bahwa produk tersebut bukanlah menu musiman dan 30 tahun adalah waktu yang cukup lama membiasakan lidah masyarakat Indonesia dengan produk tersebut. inilah point penting industri kuliner. Disisi lain, Inovasi menu secara berkala dan penambahan menu baru akan menjaga keberlangsungan bisnis mitra kami.
 2. Berdasarkan fakta di lapangan, jika kita berkeliling dijakarta kita bisa melihat dengan jelas bahwa penjual pasta tipe *booth* atau *Street Food* masih sangat jarang ditemukan dan kamipun memiliki menu unik yang belum pernah ada, dengan kata lain kompetitor dari Pasta Kangen sangatlah minim sekali sehingga potensi keuntungan jauh lebih besar.
 3. Bukan satu hal yang jahat bila kita memilih produk memanfaatkan mindset masyarakat Indonesia, bicara tentang pasta dan pizza, *mindset* masyarakat indonesia menilai produk tersebut sebagai makanan mahal karna pertama kali mereka mengenal produk

tersebut tentu dengan harga yang mahal dan mereka terbiasa akan hal itu, padahal HPP nya rendah. selain potensi maksimal pada *profit*, menawarkan produk ini dengan harga murah akan menjadi poin lebih dalam meningkatkan minat beli konsumen.

- h. Kerjasama *Franchise* Pasta Kangen Pusat Dan Pasta Kangen Majalengka Terkait Rahasia Dagang

Pelaksanaan Rahasia Dagang Dalam Kerjasama Franchise

Dalam pelaksanaan Rahasia Dagang dalam kerjasama *franchise* pasta kangen antara pemilik rahasia dagang yaitu pasta kangen pusat dengan pasta kangen Majalengka yang bisa di sebut juga dengan pengguna hak atas rahasia dagang yang berkewajiban untuk saling menjaga kerahasiaan dari rahasia dagang sesuai dengan perjanjian kerjasama *franchise* yang telah di sepakati oleh Para Pihak yakni dalam pasal Pasal 5 Perjanjian Pemberian Kemitraan Pasta Kangen yang berbunyi; Merek dan Rahasia Dagang Dalam menjalankan Pemberian Kemitraan sebagaimana dimaksud Perjanjian ini, PIHAK KEDUA berhak untuk menggunakan merek Pasta Kangen milik PIHAK PERTAMA untuk 1 outlet. Dalam menjalankan Pemberian Kemitraan sebagaimana dimaksud dalam Perjanjian ini, PIHAK KEDUA berkewajiban untuk menjaga Rahasia Dagang milik PIHAK PERTAMA yang meliputi namun tidak terbatas pada Resep Makanan dan Manajemen Usaha milik PIHAK PERTAMA. Dalam hal Perjanjian ini berakhir karena sebab apapun, PIHAK KEDUA dilarang untuk menggunakan Merek dan Rahasia Dagang Pasta Kangen baik secara sendiri maupun bersama-sama dengan pihak lain. PIHAK KEDUA dilarang untuk memberikan lebih lanjut hak penggunaan Merek Pasta Kangen kepada PIHAK LAIN manapun.

Untuk menjaga kendali mutu atas Pemberian Kemitraan, Pasta Kangen pusat berhak untuk melakukan evaluasi berkala setiap 3 (tiga) bulan terhadap:

- a) Penjualan
- b) Tempat usaha
- c) Merek dan Rahasia Dagang
- d) Produksi, Manajemen dan Pelayanan.

Bila hasil evaluasi tidak memenuhi syarat sebagaimana dimaksud dalam perjanjian kerjasama /atau ketentuan lainnya yang ditetapkan oleh Pasta Kangen pusat, maka Pasta Kangen Majalengka berhak untuk melakukan perbaikan.

Setelah dilakukan perbaikan Pemberian Kemitraan tidak juga memenuhi syarat sebagaimana dimaksud dalam Perjanjian, maka Pasta Kangen Pusat berhak untuk mengakhiri Perjanjian kerjasama secara sepihak.

Kriteria Informasi Yang Dianggap Sebagai Rahasia Dagang Pasta Kangen. Pasta Kangen memberikan sebuah keterangan yang dikuatkan dengan wawancara dengan pihak Pasta Kangen hal yang dilindungi sebagai Rahasia Dagang adalah metode produksi, metode pengolahan, resep makanan, dan data keuangan, terutama pada manajemen perusahaan, dan resep makanan yang memiliki nilai ekonomi dan tidak diketahui oleh masyarakat.

Agar tetap terjaga kerahasiaannya pihak Pasta Kangen Pusat akan melakukan evaluasi setiap 3 bulan sekali terhadap Produk, Manajemen, Pelayanan, Merek dan Rahasia Dagang selama kerjasama Franchise itu masih berlangsung. Upaya Perlindungan Hukum Kedua belah pihak.

Dalam hal ini yaitu *franchisor* dan *franchisee*. Adapun maksud isi dari Pasal 10 Perjanjian Kerjasama *Franchise* Pasta Kangen, perselisihan yang disampaikan dari pasal 10 Perjanjian Kerjasama *Franchise* Pasta Kangen mengenai proses produksi dan yang dirahasiakan. Perselisihan terjadi misalnya jika karyawan dari franchisee diketahui diam-diam mencuri resep atau bumbu rahasia yang merupakan objek rahasia dagang yang dilindungi oleh Pasta Kangen, kondisi tersebut dinilai telah melanggar perjanjian yang telah disepakati bersama akan tetapi selama ini belum pernah ditemukan terjadi pelanggaran pencurian rahasia dagang yang dilindungi oleh Pasta Kangen. Apabila suatu saat nanti *franchisee* atau karyawan *franchisee* ditemukan kejadian pencurian rahasia dagang yang dilindungi Pasta Kangen dan timbul sengketa diantara kedua belah pihak akibat dari perjanjian kerjasama akan diselesaikan secara musyawarah dan mufakat. Apabila dalam musyawarah tidak berhasil mencapai kesepakatan maka kedua belah pihak akan menyelesaikan secara hukum dan kedua belah pihak memilih domisili hukum yang tetap di Kantor Kepaniteraan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat.

H. Pembahasan

1. Pelaksanaan Perjanjian Lisensi Rahasia Dagang antara Pemilik Rahasia Dagang Pasta Kangen Pusat dan Pasta Kangen Majalengka dikaitkan dengan Undang-undang No 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang

Rahasia dagang dalam pelaksanaannya mempunyai berbagai macam cara untuk melaksanakan termasuk dalam cara menjaga rahasia dagang tersebut. Sebagaimana halnya Pasta Kangen dalam mempertahankan cita rasa dan kualitas yang dihasilkan memiliki cara tersendiri untuk menjaga rahasia. Dalam Pasal 2 Pasal Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang yang menyatakan bahwa "*lingkup perlindungan rahasia dagang meliputi metode produksi, metode pengolahan, metode penjualan, atau informasi lain di bidang teknologi dan/atau bisnis yang memiliki nilai ekonomi dan tidak diketahui oleh masyarakat umum*". Berdasarkan pasal tersebut dalam perjanjian kerjasama *franchise* yang dikuatkan dengan wawancara dengan pihak Pasta Kangen hal yang dilindungi adalah metode produksi, metode pengolahan, resep makanan, dan data keuangan, yang lebih tertuju pada manajemen perusahaan, dan resep makanan yang memiliki nilai ekonomi dan tidak diketahui oleh masyarakat.

Dijelaskan dalam pasal 3 ayat (1) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia bahwa dalam menjaga rahasia dagang yang dimiliki dilaksanakan dengan upaya sebagaimana mestinya yakni semua cara yang memuat ukuran kelayakan, kewajaran, dan yang memadai yang harus dilakukan. Dengan adanya upaya tersebut Pasta Kangen menjaga rahasianya, maka menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku pasta Kangen dapat dikatakan telah memenuhi apa yang dikatakan pada Pasal 3 ayat (1) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang.

Apabila diaplikasikan dalam prosedur atau cara Pasta Kangen menjaga rahasianya tersebut yakni dalam perjanjian lisensi Pasta Kengan pasal 6 yang berbunyi "Untuk menjaga kendali mutu atas Pemberian Kemitraan, Pasta Kengan pusat berhak untuk melakukan evaluasi berkala setiap 3 (tiga) bulan terhadap:

- a. Penjualan
- b. Tempat Usaha.
- c. Merek dan Rahasia Dagang.
- d. Produksi, Manajemen dan Pelayanan.

Menggunakan tulisan “dilarang masuk selain pegawai dan staf ” untuk lebih membatasi bagi konsumen atau orang yang kebetulan berada pada area sebelum menuju ruang dapur. Adanya kontrol dari pusat untuk memastikan setiap outlet bekerja sesuai standar operasional yang sudah ditentukan.

Sedangkan dalam Pasal 3 ayat (2) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang yang menyatakan bahwa: Informasi dianggap bersifat rahasia apabila informasi tersebut hanya diketahui oleh pihak tertentu atau tidak diketahui secara umum oleh masyarakat. Bahwa sebagaimana telah dijelaskan pada hasil penelitian diatas dalam proses manajemen usaha dan resep makanan hanya di ketahui oleh beberapa pihak saja namun menjamin kehalalan produk tersebut secara hukum dan secara syariat agama islam, untuk menjamin kepentingan konsumen.

Dalam pasal 3 ayat (3) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang yang menyatakan bahwa informasi dianggap memiliki nilai ekonomi apabila informasi tersebut dapat digunakan untuk menjalankan kegiatan atau usaha yang bersifat komersial atau dapat meningkatkan keuntungan secara ekonomi. Hal ini dibuktikan dengan adanya objek yang dilindungi kerahasiannya oleh Pasta Kangen bahwa manajemen usaha dan resep rahasia tersebut merupakan kunci utama keberhasilan dan cita rasa yang dihasilkan masakan Pasta Kangen dan hal ini merupakan cara Pasta Kangen untuk menarik konsumen lebih banyak karena paket resep rahasia ini yang membedakan masakan Pasta Kangen dengan masakan yang lain dengan adanya hal tersebut digunakan untuk dapat meraih keuntungan dari usaha yang dijalankan.

Dalam Pasal 3 ayat (4) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang

Rahasia Dagang yang menyatakan bahwa informasi dianggap dijaga kerahasiaannya apabila pemilik atau para pihak yang menguasainya telah melakukan langkah-langkah yang layak dan patut. Pelaksanaan pasal ini dalam hal perlindungan yang dilakukan Pihak Pasta Kangen dibuktikan bahwasanya pemilik dalam hal ini franchisor melakukan langkah yang layak dan patut dalam menjaga rahasia dagang yang dilindungi dengan cara packing atau membungkus bumbu rahasia ini dengan menggunakan plastik seal atau plastik segel, dan dalam plastik seal ini tidak disertakan unsur, bahan atau rempah apa saja yang terkandung di dalamnya, plastik polos begitu saja jadi bias dipastikan tidak diketahui apa bahan-bahan yang digunakan. Adapun yang dimaksud para pihak dalam hal ini sebagai *franchisee*

melakukan langkah yang layak dan patut dalam menjaga rahasia dagang yang dilindungi dengan cara menempatkan secara terpisah bumbu rahasia tersebut dengan bahan-bahan baku lain dalam sebuah wadah konteiner plastik yang ditempatkan dalam ruangan ber-ac.

Pasta Kangen dikatakan telah melaksanakannya apa yang menjadi ketentuan dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 bahwasanya *franchisor* dan *franchisee* sama-sama menggunakan apa yang menjadi objek rahasia dagang antara lain paket bumbu rahasia untuk produksi masakan, serta dibuktikan lagi dengan satu outlet harus menggunakan bahan dan peralatan yang sama antara outlet satu dengan yang lainnya.

Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang yang mengatakan bahwa: hak rahasia dagang dapat beralih atau dialihkan dengan: pewarisan, hibah, wasiat, perjanjian tertulis, atau sebab-sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan.

Dalam hal ini bahwasanya Pasta Kangen melakukan pengalihan hak rahasia dagang dengan franchisee dengan perjanjian tertulis dilandasi dengan adanya Surat Perjanjian Kerjasama *Franchise*, walaupun dalam perjanjian tersebut tidak disebutkan secara tersurat apa yang menjadi objek dari perlindungan rahasianya tetapi dijelaskan melalui wawancara yang telah diuraikan dalam hasil penelitian diatas.

2. Perlindungan Hukum Terhadap Franchisor dan Franchisee Pasta Kangen

Perjanjian harus memberikan jaminan keadilan bagi kedua belah pihak yang melakukan perjanjian, dalam hal ini yaitu *franchisor* dan *franchisee*. Adapun maksud isi dari Pasal 10 Perjanjian Kerjasama *Franchise* Pasta kangen, perselisihan yang disampaikan dari pasal 10 Perjanjian Kerjasama *Franchise* Pasta Kangen. Perselisihan terjadi misalnya jika karyawan dari franchisee diketahui diam-diam mencuri resep atau bumbu rahasia yang merupakan objek rahasia dagang yang dilindungi oleh Pasta Kangen, kondisi tersebut dinilai telah melanggar perjanjian yang telah disepakati bersama akan tetapi selama ini belum pernah ditemukan terjadi pelanggaran pencurian rahasia dagang yang dilindungi oleh Pasta Kangen. Apabila suatu saat nanti *franchisee* atau karyawan *franchisee* ditemukan kejadian pencurian rahasia dagang yang dilindungi Pasta Kangen, pihak Pasta Kangen percaya akan rejeki masing-masing karena dengan adanya pencurian rahasia tersebut tidak

juga mengurangi konsumen Pasta Kangen, karena pencuri tidak juga mengetahui apa saja kandungan didalam bumbu rahasia itu, yang mencuri tidak juga mengetahui takaran yang pasti seberapa banyak bumbu digunakan dalam suatu Masakan.

Beda takaran yang digunakan beda juga cita rasa yang dihasilkan. Jika nanti benar terjadi adanya pencurian tindakan yang diambil Pasta Kangen duduk bersama bermusyawarah untuk mencapai mufakat untuk melakukan penyelesaian masalah dan apabila tidak menemui titik temu maka akan melakukan gugatan ke Pengadilan Negeri jakarta Pusat..

Analisis dari penulis mengenai penjelasan pasal 10 perjanjian *Franchise* Pasata Kangen, langkah yang diambil Pasta Kangen untuk memilih penyelesaian sengketa di pengadilan negeri jakareta pusat telah sesuai dengan yang dikatakan dalam Pasal 11 Undang-undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang yang menyatakan bahwa:

“(1)Pemegang Hak Rahasia Dagang atau penerima Lisensi dapat menggugat siapa pun yang dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4, berupa : gugatan ganti rugi; dan/atau, penghentian semua perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4.

(2) Gugatan sebagaimana dimaksud dalam ayat(1) diajukan ke Pengadilan Negeri.”

Gugatan yang dapat diajukan oleh Pasta Kangen adalah gugatan ganti rugi dan juga penghentian semua perbuatan yang sudah dilakukan atau resep rahasia yang digunakan tersebut. Jika hal tersebut terjadi maka resep rahasia dagang yang dilindungi oleh Pasta Kangen dan dimanfaatkan dengan tanpa hak atau dicuri untuk kegiatan mencari keuntungan dengan membuka tempat usaha baru selama belum diketahui oleh khalayak umum kemudian tempat usaha tersebut diberhentikan dan tidak ada pembongkaran terhadap rahasia dagang yang dilindungi maka unsur kerahasiaan yang dilindungi dapat terjaga kembali dan memenuhi unsur rahasia dagang.

Apabila terjadi sengketa pelanggaran Rahasia Dagang, maka proses penyelesaian sengketa dapat ditempuh melalui 2 jalur yaitu litigasi dan non litigasi. Litigasi adalah dengan mengajukan ke pengadilan negeri. Sedangkan jalur non litigasi dapat diselesaikan melalui *Arbitrase*, *Negosiasi*, *Mediasi*, dan *Konsiliasi*.

I. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di uraikan dan di jelaskan sebelumnya maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut;

1. Pemilik rahasia dagang pasta kangen dapat dikategorikan telah melaksanakan dan mengupayakan untuk merahasiakan informasi rahasianya agar tetap terjaga kerahasiaannya dan tergantung pada situasi, kondisi, dan tempat dimana rahasia itu disampaikan. Pasta kangen telah melaksanakan sesuai dengan ketentuan UU No 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang.
2. Apabila terjadinya sengketa pelanggaran Rahasia Dagang, maka proses penyelesaian sengketa dapat ditempuh melalui 2 jalur yaitu litigasi dan non litigasi. Litigasi adalah dengan mengajukan ke pengadilan negeri. Sedangkan jalur non litigasi dapat diselesaikan melalui *Arbitrase*, *Negosiasi*, *Mediasi*, Dan *Konsiliasi*. Juga dapat di selesaikan melalui musyawarah, dan memiliki domisili hukum tetap yakni di kepaniteraan pengadilan Jakarta Pusat, hal ini juga dapat dikatakan sesuai dengan ketentuan UU No 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang.

J. Saran

- a. Disarankan kepada pemilik rahasia dagang untuk selalu tetap hati-hati dalam menyampaikan informasi terkait rahasia dagangnya agar selalu tetap terjaga kerahasiaannya, pemilik harus selalu melakukan kontroling terhadap para mitra yang menggunakan rahasia dagang tersebut, dan kepada pemerintah untuk segera merevisi Undang-Undang No 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang, sehingga dalam peraturan Rahasia Dagang, mengenai upaya merahasiakan informasi pemilik rahasia dagang memperoleh peraturan yang lebih jelas
- b. Apabila terjadi sengketa Pelanggaran Rahasia Dagang sebaiknya Pemilik Rahasia Dagang memilih penyelesaian sengketa secara Non-Litigasi atau penyelesaian sengketa di luar pengadilan sesuai dengan Undang-undang No 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang pasal 12 yaitu melalui arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa Karena dapat tempuh dengan cepat dan murah.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Abdulkadir Muhammad, *Hukum Harta Kekayaan*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1994.

Achmad Zen Umar Purba., *Hak Kekayaan Intelektual Pasca TRIPs*, PT. Alumni, Bandung, 2005

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

Ermansyah Djaja, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009.

Gunawan Widjaja., *Rahasia Dagang, Seri Hukum Bisnis*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001

Mount-Bouwman, E.A, Paten Internasional, *Makalah Pada Seminar Hak Milik Intelektual (Intellectual Property Rights)*, FH-USU, 10 Januari 1989,.

Muhammad Djumhana Dan R. Djubaedillah, *Hak Milik Intelektual*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2014.

Muhammad Djumhana, *Hak Milik Intelektual*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 1993.

Ni'Matul huda, *Hukum tata negara Indonesia (edisi revisi)*, Jakarta; Rajawali pers, 2014.

Oemar Seno Adji, *Prasarana Dalam Indonesia Negara Hukum*, Simposium UI Jakarta, 1966,

Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia: Sebuah Studi Tentang Prinsip-Prinsipnya, Penerapannya oleh Pengadilan dalam Lingkungan Peradilan Umum dan Pembentukan Peradilan Administrasi Negara*, Bina Ilmu, Surabaya, 1987,

Riky Pribadi, *diktat hukum dagang*, cetakan ke-II, universitas majalengka, 2017.

Ronny Hanitijo Soemitro, *Metodelogi Penelitian Hukum*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1990.

Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000.

Sri Soedewi Masjchoen Sofwan, *Hukum Perdata; Hukum Benda, liberty*, Yogyakarta, 2000

Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, PT Intermasa, Jakarta, 2003

Tim Lindsey, dkk., *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, PT. Alumni, Bandung, 2004.

B. Perundangan-Undangan.

Undang-Undang Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945 BAB I pasal 1 ayat 3.

Undang-Undang No 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang.
 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4044,
 Penjelasan Atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang.

UU No. 14 Tahun 2001

KUHPerdata Pasal 570, Tentang Hak Milik
 UU No. 5 Tahun 1960 Tentang Peraturan Dasar Pokok-Pokok Agraria

Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba.

C. Sumber Lainnya

Agus Broto Susilo, *Laporan Akhir Tim Analisa Dan Evaluasi (Ae) Tentang Rahasia Dagang (Uu Nomor 30 Tahun 2000)*, Badan Pembinaan Hukum Nasional Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia Ri, Jakarta, 2010,

Cindy M.S, perjanjian rahasia dagang dalam bisnis pizza, bandar lampung ,2017.

Jurnal Hukum Unsrat, Vol.22/No.5/Januari /2016 Gerungan A.E, *Perlindungan Hukum Terhadap Rahasia Dagang Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdata Dan Pidana Di Indonesia,*

Mohamad Nurdiyansyah, 2010, *Perlindungan hukum dan sengketa rahasia dagang (analisis putusan MA Nomor 1713),* Jakarta, Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah,.

Septian D.S, *Tinjauan Yuridis Terhadap Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang (Studi Di Warung Makan “Bebek Goreng” H. Slamet Di Kartosuro Sukoharjo,* UMS/2012.

Syahriyah Semaun , *Perlindungan Hukum Terhadap Rahasia Dagang jurnal Hukum Diktum,* Volume 9, Nomor 1, Januari 2011,

Syarifa Mahila, *Perlindungan Rahasia Dagang Dalam Hubungannya Dengan Perjanjian Kerja,* Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi Vol.10 No.3 Tahun 2010.