

TINJAUAN HUKUM TERHADAP WANPRESTASI *ROYALTY* RAHASIA DAGANG DALAM PERJANJIAN WARALABA

Bella Katrinasari

bellakatrinasari@yahoo.com

Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret

Hernawan Hadi

hernawanhadi@gmail.com

Dosen Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret

Abstract

The purpose of this article is to review the form of the breach law and the legal protection of trade secrets in franchisor business in Indonesia. Collecting primary and secondary law material through literature review technique. Agreement arranged in III KUHP about engagement. In Komala restaurant franchise agreement there are due to law in case of breach, that is when the franchisee do not pay the royalty fee to the franchisor, so franchisee obliged to pay the royalty fee who have not paid to the franchisor interest expense in payment royalty fee. In an culinary enterprise which is franchised must be have a secret like secret ingredients also the business implementation method. Trade secrets in franchise need to be protected to prevent recipe burglaries and unhealthy business competition. The franchisee must replace the loss of the secret company ownership. The franchise agreement is one of the law protection aspects. It is because agreement can be used as strong legal fundament to enforce legal protection of trade secrets and for both sides.

Keywords: Franchise, Trade Secrets, Breach.

Abstrak

Tujuan artikel ini adalah untuk mengetahui akibat hukum dari kelalaian dalam perjanjian serta perlindungan hukum rahasia dagang dalam bisnis waralaba kuliner di Indonesia. Dengan mengumpulkan bahan hukum primer dan sekunder melalui teknik studi kepustakaan. Perjanjian diatur dalam buku III KUH Perdata tentang Perikatan. Perjanjian waralaba Komala restaurant terdapat akibat hukum dalam hal terjadi wanprestasi, yaitu apabila pihak penerima waralaba tidak membayar royalty fee yang menjadi hak pihak pemberi waralaba, maka diwajibkan membayar royalty fee yang belum dibayarkan kepada pihak pemberi waralaba/franchisor serta bunga keterlambatan dalam pembayaran royalty fee. Dalam suatu perusahaan kuliner yang diwaralabakan pasti memiliki rahasia perusahaan berupa resep rahasia serta metode pelaksanaan bisnis tersebut. Rahasia dagang perlu dilindungi untuk mencegah pencurian resep dan persaingan usaha yang tidak sehat. Pihak penerima waralaba diwajibkan mengganti kerugian terhadap hak kemilikan rahasia perusahaan. Perjanjian waralaba merupakan salah satu aspek perlindungan hukum. Hal ini dikarenakan perjanjian dapat menjadi dasar hukum yang kuat untuk menegakkan perlindungan hukum rahasia dagang dan bagi para pihak.

Kata Kunci: Waralaba, Rahasia Dagang, Wanprestasi.

A. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara hukum sesuai yang tercantum dalam Pasal 1 ayat (3) Amandemen ke IV Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Konsekuensi dari negara hukum tersebut, maka Indonesia memiliki beberapa bidang ilmu hukum, salah satunya bidang ilmu hukum perdata. Hukum perdata adalah segala aturan

hukum yang mengatur hubungan hukum antara orang yang satu dengan orang lain dalam hidup bermasyarakat (Abdulkadir Muhammad, 2010:2).

Hubungan hukum tersebut dapat terjadi karena beberapa hal, salah satunya karena adanya kontrak (perjanjian) antara pihak satu dengan pihak lain. Kontrak pada dasarnya merupakan perikatan antar manusia atau subjek hukum yang berwujud hak dan kewajiban hukum

yangmana timbul sebagai konsekuensi dari kesepakatan atau persetujuan atas kehendak pihak-pihak pembuatnya (Bayu Seto H, 2013:16).

Akibat dari kesepakatan itu menimbulkan kekuatan mengikat perjanjian antara para pihak sebagaimana layaknya undang-undang (*pacta sunt servanda*). Kekuatan mengikat ini menjadi dasar penting dalam hukum kontrak bahwa setiap orang harus mematuhi janji dan terikat untuk melaksanakan perjanjian, maka pihak ketiga tidak dapat mencampuri isi perjanjian yang dibuat para pihak tersebut (Ridwan Khairandy, 2011:37).

Munculnya kecenderungan globalisasi di bidang ekonomi ataupun perdagangan pada saat ini tidak dapat dihindarkan lagi. Terjadinya globalisasi ditandai dengan semakin transparannya dunia. Seolah-olah negara berdaulat menjadi tanpa batas dengan negara berdaulat yang lain di dunia ini, telah mengubah wajah kehidupan perekonomian di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Globalisasi ekonomi dengan pasar bebasnya mau tidak mau akan menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari dalam waktu dekat (Nindyo Pramono, 2006:150).

Waralaba merupakan salah satu bentuk format bisnis dimana pihak pertama yang disebut pemberi waralaba memberikan hak kepada pihak kedua yang disebut penerima waralaba untuk mendistribusikan barang/jasa dalam lingkup **area geografis dan periode waktu tertentu dengan** mempergunakan merek, logo dan sistem operasi yang dimiliki dan dikembangkan oleh pemberi waralaba. Pemberian hak ini dalam bentuk perjanjian waralaba antara subyek hukum yang satu dengan subyek hukum yang lain untuk mendistribusikan barang/jasa dalam lingkup **area geografis dan periode waktu tertentu** dengan mempergunakan merek, logo dan sistem operasi yang dimiliki dan dikembangkan oleh pemberi waralaba dimana subyek hukum yang satu berhak atas prestasi dan begitu juga subyek hukum yang lain berkewajiban untuk melaksanakan prestasinya sesuai dengan yang telah disepakati.

Melalui sistem waralaba ini, kegiatan usaha pengusaha kecil di Indonesia dapat berkembang secara wajar dengan menggunakan resep, teknologi, kemasan, manajemen pelayanan, dan merek dagang/jasa pihak lain dengan membayar sejumlah royalti berdasarkan perjanjian. Di

samping itu, pengembangan sumber daya manusia berkualitas menjadi penting melalui pelatihan keterampilan menjalankan bisnis waralaba yang diselenggarakan oleh pihak pengusaha kecil. Para penerima waralaba tidak perlu bersusah payah menciptakan sendiri sistem bisnis, sudah cukup dengan menyediakan sejumlah modal kemitraan usaha dan membayar royalti dengan memanfaatkan sistem waralaba asing melalui perjanjian bisnis.

Pengaturan mengenai *franchise* diatur secara khusus dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Sebagai pelaksana Peraturan Pemerintah tersebut, pemerintah melalui Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31/MDAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Peraturan Menteri ini kemudian di cabut dan di ganti dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53/MDAG/ PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Pasal 1 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menyebutkan bahwa waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. Pasal 3 menegaskan bahwa salah satu kriteria waralaba adalah Hak Kekayaan Intelektual kemudian disebut HKI yang telah terdaftar, yang dimaksud dengan Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar tersebut adalah Hak Kekayaan Intelektual yang terkait dengan usaha seperti merek, hak cipta, paten, dan rahasia dagang, **sudah didaftarkan dan mempunyai sertifikat atau sedang dalam proses pendaftaran di instansi yang berwenang.**

Para pihak yang akan menyelenggarakan usaha waralaba harus berdasarkan perjanjian tertulis yang dibuat antara pihak pemberi waralaba dan penerima waralaba. Pemberi waralaba yaitu badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau khas usaha yang dimiliki, sedangkan penerima waralaba yaitu badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan

hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki pemberi waralaba. Perjanjian waralaba memuat klausula pemberian hak bagi penerima waralaba untuk menunjuk penerima waralaba lain. Pemberi waralaba wajib memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, dan pengembangan kepada penerima waralaba.

Salah satu bisnis usaha yang ingin mengembangkan usahanya yang sama di wilayah lain dengan konsep waralaba adalah Komala Restaurant. Komala restaurant bergerak dibidang usaha kuliner, dimana usaha bisnis kuliner dimasa sekarang sangat menjamin karena termasuk kebutuhan pokok. Komala restaurant sebagai pemberi waralaba berada di negara tetangga Singapura, kemudian pihak PT Graha Bhakti sebagai penerima waralaba ingin membuka usaha dengan sama di wilayah berbeda yaitu Jakarta menggunakan prinsip waralaba dengan hukum Indonesia.

Bisnis waralaba berbeda dengan bisnis lainnya karena bisnis ini tidak hanya sekedar menjual produk tetapi lebih luas lagi menjual HKI (Hak Kekayaan Intelektual). Hak Kekayaan Intelektual merupakan kekayaan bagi pemberi waralaba, karena dapat dialihkan pemanfaatannya atau penggunaannya kepada pihak lain (penerima waralaba) yang didasarkan pada diperolehnya ijin dari pemberi waralaba. Salah satu kekayaan intelektual dalam bisnis waralaba adalah rahasia dagang dimana rahasia dagang merupakan aset perusahaan yang sangat berharga karena bersifat komersial dan harus dijaga kerahasiaannya tidak sembarang pihak dapat mengetahui kerahasiaan perusahaan tersebut. Untuk itu perlu dijaga sifat kerahasiaannya dan perlu mendapatkan perlindungan.

Perjanjian waralaba Komala antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba akan menimbulkan akibat hukum yang mengikat para pihak, sehingga para pihak harus melaksanakan isi perjanjian tersebut yang berupa hak dan kewajiban masing-masing pihak serta akibat hukum yang dikendakinya, namun dalam pelaksanaan perjanjian terkadang mengalami hambatan atau terdapat pihak yang tidak melaksanakan kewajibannya sesuai dengan isi perjanjian yang telah disepakati. Dalam kasus ini pihak penerima waralaba tidak melaksanakan kewajibannya dengan tidak membayarkan hak

pemberi waralaba yaitu imbalan atau *royalty fee* sampai jangka waktu perjanjian yang telah disepakati berakhir, kemudian pihak penerima waralaba tetap menjalankan usahanya dengan meniru usaha sejenis menggunakan metode pelaksanaan usaha yang merupakan kerahasiaan perusahaan tersebut tanpa ijin tertulis atau tanpa kesepakatan perpanjangan perjanjian. Hal ini termasuk dalam wanprestasi dalam perjanjian.

Artikel ini membahas bagaimana perlindungan rahasia dagang saat jangka waktu perjanjian kontrak berakhir dan membahas bagaimana akibat hukum yang ditimbulkan jika salah satu pihak melanggar perjanjian atau wanprestasi pada perjanjian waralaba komala restaurant?

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian hukum normatif atau biasa dikenal dengan penelitian hukum doctrinal (doctrinal research), yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Menurut Peter Mahmud marzuki semua penelitian yang berkaitan dengan hukum (legal research) adalah selalu normative (Peter Mahmud Marzuki, 2014:66-56). Penelitian ini bersifat preskriptif dengan menggunakan pendekatan Undang-Undang (statue approach) dan pendekatan kasus (case approach). Sumber penelitian ini menggunakan bahan hukum primer dan sekunder yang terkait dengan isu hukum yang diangkat. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan. teknik analisis data yang digunakan penulis dalam penulis hukum ini adalah silogisme dan interpretasi (Peter Mahmud Marzuki: 2014:91).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Akibat Hukum Kelalaian Dalam Perjanjian Waralaba

Perjanjian dalam Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menyatakan bahwa Suatu perbuatan dengan mana seseorang satu lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Suatu kontrak atau

perjanjian harus memenuhi syarat sahnya perjanjian, yaitu kata sepakat, kecapakan, hal tertentu dan suatu sebab yang halal, sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1320 Kitab Undang-undang Hukum Perdata. Dengan dipenuhinya empat syarat sahnya perjanjian tersebut, maka suatu perjanjian menjadi sah dan mengikat secara hukum bagi para pihak yang membuatnya (Suharnoko,2004:1).

Pasal 1319 KUH Perdata menentukan dua kelompok perjanjian, yaitu:

- a. Perjanjian bernama *nominaat contracten*, disebut demikian karena merupakan perjanjian yang diberi nama dan pengaturan secara khusus dalam undang-undang, seperti perjanjian jual beli, sewa menyewa dan lain-lain.
- b. Perjanjian tidak bernama atau *innominaat contracten*, disebut demikian karena merupakan perjanjian yang belum mempunyai nama tertentu dan belum diatur secara khusus dalam undang-undang, seperti perjanjian sewa beli, perjanjian kerjasama dan lain sebagainya (Salim, 2003: 1).

Salah satu perjanjian tidak bernama adalah perjanjian waralaba komala restaurant. Perjanjian waralaba merupakan perjanjian jenis baru yang tumbuh dan berkembang dalam praktek sehari-hari, sehingga belum diatur secara khusus dalam KUH perdata, melainkan diatur sendiri di dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba. Menurut pasal 1 ayat 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba, menyebutkan bahwa waralaba merupakan hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap 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. berdasarkan penjelasan pasal 3 huruf a Peraturan Pemerintah nomor 42 tahun 2007 yang dimaksud dengan ciri khas usaha adalah suatu usaha yang memiliki keunggulan atau perbedaan yang tidak

mudah ditiru, dibandingkan dengan usaha lain sejenis, dan membuat konsumen selalu mencari ciri khas. Unsur-unsur dari definisi di atas adalah:

- a. Adanya hak khusus
- b. Pelakunya perseorangan maupun badan usaha
- c. Adanya obyek sistem bisnis dengan ciri khas usaha
- d. Tujuannya memasarkan barang dan/ atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/ atau digunakam oleh pihak lain.
- e. Dasarnya perjanjian waralaba.

Perjanjian waralaba yang dilaksanakan oleh pihak pemberi waralaba yaitu pemilik Komala Restaurant dan penerima waralabanya merupakan perjanjian tidak bernama atau perjanjian innominat, karena perjanjian waralaba merupakan perjanjian yang tidak bernama, sumber perjanjian adalah pasal 1338 KUH Perdata yang dalam pasal ini mengandung asas kebebasan berkontrak. ini berarti hukum perjanjian yang berisi apa saja yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya selama tidak bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum (Munir Fuady,2015:181).

Perjanjian waralaba menganut asas kebebasan berkontrak sebagaimana tercantum dalam Pasal 1338 ayat 1 KUH Perdata. Asas kebebasan kontrak meliputi:

- a. Orang bebas untuk membuat kontrak.
- b. Bebas untuk mengatur sendiri isi perjanjian yang akan mengikat perbuatannya.
- c. Bahkan orang dapat memperjanjikan bahwa ia hanya bertanggung jawab sampai batas-batas tertentu saja. Dengan pembatasan tidak bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum

Dianutnya asas kebebasan berkontrak dianggap relevan bila dihubungkan dengan kebutuhan masyarakat, sebab tidak mungkin semua perjanjian dapat diatur

dalam peraturan perundang-undangan. Hal tersebut antara lain disebabkan oleh perkembangan masyarakat yang sering kali menuntut kepraktisan serta kemudahan dalam bertindak, selain juga didorong oleh kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks.

Waralaba meliputi bentuk-bentuk metode produksi dan distribusi barang atau jasa kepada konsumen dengan suatu standard dan sistem eksploitasi tertentu. Standar dan eksploitasi tersebut meliputi kesamaan dan penggunaan nama perusahaan, merek, serta sistem produksi, tata cara pengemasan, penyajian dan pengedarannya sehingga pihak penerima waralaba diwajibkan membayar imbalan pemakaian hak terwaralaba karena pemberi waralaba telah mengizinkan menggunakan nama dagang serta metode pelaksanaan usahanya kepada penerima waralaba yang komersial.

Dalam setiap perjanjian termasuk perjanjian waralaba terdapat hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh para pihak dengan itikad baik. Salah satu hak yang harus dilaksanakan oleh penerima waralaba adalah dengan membayar *royalty fee* setiap bulannya. *Royalty fee* adalah jumlah uang yang dibayarkan secara periodik oleh terwaralaba kepada pewaralaba sebagai imbalan dari pemakaian hak waralaba oleh terwaralaba yang merupakan pendapatan dari omset penjualan. Biaya *royalty* dihitung dari pendapatan omset yang didapat setiap bulannya.

Ada kalanya dalam pelaksanaan perjanjian mungkin saja akan menghadapi hal-hal yang menghambat bahkan menyebabkan tidak terpenuhinya perjanjian tersebut. Apabila dalam suatu perjanjian pihak yang mempunyai kewajiban tidak melaksanakan kewajibannya, tentu akan menimbulkan kerugian bagi kreditor. Suatu kesepakatan perjanjian tidak dilaksanakan dengan baik oleh salah satu pihak dalam suatu perjanjian waralaba, pihak yang tidak sengaja wanprestasi dapat terjadi karena memang tidak mampu untuk memebuhi prestasi tersebut atau juga karena terpaksa untuk tidak melakukan prestasi tersebut

(Ahmadi Miru, 2007:74), Dalam hal ini adalah pihak penerima waralaba tidak melakukan kewajibannya yang sudah disepakati dalam perjanjian yaitu pembayaran imbalan atau *Royalty fee*. Alasan debitur tidak memenuhi prestasi karena:

- a. Debitur menghadapi keadaan memaksa (*overmacht*)
- b. Kesalahan baik sengaja atau lalai (*wanprestasi*).

Wanprestasi adalah tidak memenuhi kewajiban yang telah disepakati dalam perikatan. Untuk menentukan saat terjadi wanprestasi, maka pertama Pemberi waralaba wajib memberikan teguran atau somasi, berupa surat tagihan agar penerima waralaba dapat melakukan prestasinya sebagaimana yang diharapkan.

Somasi diatur dalam Pasal 1238 KUH Perdata dan Pasal 1243 KUH Perdata. Dalam Pasal 1238 KUH Perdata dijelaskan bahwa "si berutang adalah lalai, apabila ia dengan surat perintah atau dengan sebuah akta sejenis itu telah dinyatakan lalai, atau demi perikatannya sendiri, ialah jika ini menetapkan, bahwa si berutang harus dianggap lalai dengan lewatnya waktu yang ditentukan". Somasi adalah teguran dari si berpiutang (kreditor) kepada si berutang (debitur) agar dapat memenuhi prestasi sesuai dengan isi perjanjian yang telah disepakati oleh para pihak. Surat teguran harus dilakukan paling sedikit tiga kali (HS salim, 2003:178). Akibat tidak dilaksanakannya prestasinya dan telah ditegur selama tiga kali, maka si berutang (debitur) dinyatakan wanprestasi. Apabila penerima sudah diperingatkan atau sudah dengan tegas ditagih janjinya ia tetap tidak melaksanakan prestasinya, maka ia berada dalam keadaan lalai atau alpa dan terhadapnya dapat diberikan sanksi. Sebagaimana tercantum dalam Pasal:

Pasal 1236 KUH Perdata menyatakan bahwa:

"Debitur wajib memberi ganti biaya, kerugian dan bunga kepada kreditor bila ia menjadikan dirinya tidak mampu untuk menyerahkan barang itu atau tidak merawatnya dengan sebaik-baiknya untuk menyelamatkannya". sedangkan,

Pasal 1243 KUH Perdata menyatakan bahwa:

“Penggantian biaya, kerugian dan bunga karena tak dipenuhinya suatu perikatan mulai diwajibkan, bila debitur, walaupun telah dinyatakan lalai, tetap lalai untuk memenuhi perikatan itu, atau jika sesuatu yang harus diberikan atau dilakukannya hanya dapat diberikan atau dilakukannya dalam waktu yang melampaui waktu yang telah ditentukan”.

Ketentuan kedua pasal tersebut di atas menentukan bahwa dalam hal debitur lalai untuk memenuhi kewajiban prestasinya, kreditur berhak untuk menuntut penggantian kerugian, biaya dan bunga. Sanksi bagi seorang debitur yang lalai dalam berprestasi, yaitu :

- a. Membayar kerugian yang diderita oleh kreditur atau ganti rugi
- b. Pembatalan perjanjian atau juga dinamakan pemecahan perjanjian
- c. Peralihan resiko
- d. Membayar biaya perkara kalau sampai diperkarakan di depan pengadilan.

Ada dua sebab timbulnya ganti rugi, yaitu ganti rugi karena wanprestasi dan ganti rugi karena perbuatan melawan hukum. Ganti rugi karena wanprestasi diatur dalam Buku III KUH Perdata dimulai dari Pasal 1243 KUH Perdata sampai dengan Pasal 1252 KUH Perdata, sedangkan ganti rugi karena perbuatan melawan hukum diatur dalam Pasal 1365 KUH Perdata. Ganti rugi karena perbuatan melawan hukum adalah suatu bentuk ganti rugi yang dibebankan kepada orang menimbulkan kesalahan kepada pihak yang dirugikannya. Ganti rugi itu timbul karena adanya kesalahan. Ganti rugi karena wanprestasi adalah suatu bentuk ganti rugi yang dibebankan karena tidak memenuhi isi perjanjian yang telah dibuat antara pemberi waralaba dan penerima.

Berdasarkan hasil penelitian akibat hukum dalam hal salah satu pihak wanprestasi, yaitu apabila pihak penerima waralaba tidak membayar *royalty fee* yang menjadi hak pihak pemberi waralaba, maka diwajibkan membayar *royalty fee* yang

belum dibayarkan kepada pihak pemberi waralaba/franchisor, bunga keterlambatan sesuai kesepakatan dalam perjanjian dan mengganti rugi semua kerugian yang ditanggung oleh pemberi waralaba.

2. Perlindungan Rahasia Dagang Dalam Perjanjian Waralaba

Waralaba merupakan bentuk khusus dari perjanjian lisensi. Melalui perjanjian waralaba sistem bisnis tertentu menjadi objek perjanjian yang tidak terpisahkan dari perjanjian lisensinya. Di Indonesia, perlindungan hukum terhadap waralaba secara eksplisit diatur dalam berbagai undang-undang antara lain yaitu:

- a. Undang-undang Nomor 14 Tahun 2001 tentang Paten;
- b. Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek;
- c. Undang-undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta; dan
- d. Undang-undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang;

Di Indonesia, perlindungan rahasia dagang diatur dalam Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang sebagaimana didefinisikan dalam Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Rahasia Dagang, 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. Pasal 2 menyebutkan ruang 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, termasuk resep makanan/minuman, formula, proses produksi, metode pelaksanaan atau pemasaran.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba untuk dapat menyelenggarakan bisnis waralaba di Indonesia maka usaha tersebut harus memiliki kriteria-kriteria sebagai berikut:

- a. Memiliki ciri khas usaha;
- b. Terbukti sudah memberikan keuntungan;
- c. Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis;
- d. Mudah diajarkan dan diaplikasikan;
- e. Adanya dukungan yang berkesinambungan; dan
- f. Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar.

Ciri khas usaha menjadi sebuah rahasia dagang perusahaan yang menjadi aset perusahaan yang sangat berharga dan harus dijaga kerahasiaannya karena dari situlah sebuah perusahaan berkembang dan menghasilkan keuntungan. Apabila rahasia tersebut sampai terungkap kepada pihak lain, baik perusahaan yang melakukan perdagangan yang sejenis, maupun yang tidak sejenis akan tetap membawa kerugian bagi pemilik dan sifat kerahasiaannya suatu informasi tersebut hilang sehingga bukan lagi menjadi sebuah rahasia dagang. Untuk itu perlu dijaga sifat kerahasiaannya dan perlu mendapatkan perlindungan.

Dalam Pasal 3 ayat 1 Undang-undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang dikatakan bahwa Rahasia dagang mendapatkan perlindungan apabila:

- a. Informasi bersifat rahasia;
- b. Mempunyai nilai ekonomis; dan
- c. Dijaga kerahasiaannya.

Pentingnya suatu rahasia dagang dalam bisnis dengan waralaba memiliki potensi kehilangan rahasia yang dapat diakibatkan oleh kurangnya atau tidak ada tindakan pencegahan dalam mempertahankan kerahasiaannya. Pemberi waralaba harus mengambil tindakan pencegahan untuk melindungi rahasia dagang dalam sistem waralabanya. Perlindungan rahasia dagang dalam bisnis waralaba dilaksanakan berdasarkan perjanjian waralaba yang disepakatinya dimana dalam perjanjian waralaba dinyatakan bahwa setiap 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.

Adapun perbedaan antara rahasia dagang dengan Hak Kekayaan Intelektual lainnya seperti hak cipta, paten, dan merek. perbedaannya antara lain:

1. Bentuk HKI lain tidak bersifat rahasia. Bentuk HKI lain mendapat perlindungan karena merupakan sejenis kekayaan yang dimiliki orang lain. Informasi mengenai suatu penemuan tidak diungkapkan, perlindungan paten tidak dapat diperoleh dari Negara. Kalau karya hak cipta atau sebuah merek tidak digunakan secara umum, maka tidak ada nilai komersialnya. Rahasia dagang mendapat perlindungan karena sifat rahasianya menyebabkan informasi itu bernilai. Rahasia dagang terdiri dari informasi yang hanya bernilai komersial kalau kerahasiaannya hilang.
2. Rahasia dagang mendapat perlindungan meskipun tidak memiliki kreativitas atau pemikiran baru. Yang penting adalah rahasia dagang tidak diketahui secara umum.
3. Bentuk HKI lain selalu berbentuk tertentu yang dapat ditulis, digambar atau dicatat secara persis sesuai dengan syarat pendaftaran yang ditetapkan oleh instansi pemerintah. Rahasia dagang tidak semestinya ditulis, yang penting bukan bentuk tulisan atau pencatatan informasi yang persis, tetapi penggunaan konsep, ide, atau informasinya sendiri yang dapat diberikan kepada pihak lain secara lisan. Hal ini berbeda dengan hak paten atau merek (H.OK. Saidin. 2013:453)

Dalam yang penulis teliti perjanjian waralaba antara pihak penerima waralaba dan pemberi waralaba yang perjanjian tersebut mempunyai waktu kontrak selama 10 (sepuluh) tahun telah berakhir. Sesuai perjanjian waralaba komala pada Pasal 25 ayat 1 dan 2 saat berakhirnya perjanjian pihak penerima waralaba wajib dengan segera dan selamanya menghentikan penggunaan, dalam setiap cara apapun, setiap rahasia dagang, metode rahasia, prosedur dan teknik-teknik yang berkaitan dengan system komala dalam wilayah atau dimanapun.

Sehubungan dengan tidak menghentikan aktifitas outlet Komala Restaurant berarti pihak penerima waralaba telah ingkar janji untuk tidak berkompetisi dalam bisnis yang sama selama 24 (dua puluh empat) bulan sejak perjanjian waralaba ini berakhir. Namun, Tidak lama kemudian atau tidak sampai dengan 24 (dua puluh empat) bulan sejak berakhirnya perjanjian waralaba komala, penerima waralaba merubah nama Restoran Komala Restaurant menjadi Vegetarian Restaurant dan tetap menggunakan sistem Komala Restaurant seperti menyajikan makanan yang menjadi khas Komala Restaurant yaitu vegetarian food, metode pelaksanaan, pemasaran, promosi serta metode sistem komala restaurant dalam menjalankan outlet Restaurant tersebut. Penerima waralaba dapat dikatakan melanggar Hak kekayaan Intelektual dalam perjanjian khususnya Rahasia Dagang.

Perjanjian waralaba merupakan salah satu aspek perlindungan hukum dari perbuatan merugikan pihak yang curang. Hal ini dikarenakan perjanjian dapat menjadi dasar hukum yang kuat untuk menegakkan perlindungan hukum bagi para pihak. Dalam perjanjian waralaba harus memuat klausul *confidential information* untuk menentukan objek yang termasuk dalam informasi yang dirahasiakan seperti proses pengolahan, proses penyajian, metode pemasaran serta informasi yang memiliki nilai komersial dan memuat klausul *non-disclosure agreement* untuk melindungi informasi rahasia yang tidak boleh diketahui oleh umum, dan perjanjian waralaba biasanya menyatakan bahwa setiap kekayaan intelektual yang berasal dari pemberi waralaba, penerima waralaba ataupun pekerja dalam bisnis waralaba merupakan hak dari pemberi waralaba dan penerima waralaba berkewajiban untuk tidak mengungkapkan kepada orang lain tanpa ijin tertulis atau melanggar hak-hak kekayaan intelektual milik pemberi waralaba sehingga orang lain tidak akan menggunakan untuk kepentingan lain diluar perjanjian waralaba. Adapun upaya-upaya yang dapat dilakukan untuk mencegah terjadinya pelanggaran dalam perjanjian waralaba yaitu:

- a. Membangun pengetahuan akan pentingnya rahasia dagang dengan pendidikan dan pelatihan
- b. Kerangka kerja yang komprehensif

c. Kerangka kerja yang komprehensif yang mencakup hal-hal sebagai berikut:

- 1) Adanya identifikasi informasi dan hal lain yang berpotensi menjadi rahasia dagang
- 2) Pembuatan perjanjian waralaba yang komprehensif, perjanjian harus memuat persetujuan untuk melindungi rahasia dagang. perjanjian perlindungan rahasia dagang tidak semasa perjanjian saja tetapi juga setelah perjanjian berakhir untuk mencegah adanya saingan
- 3) Perlindungan internal seperti menggunakan kata kunci dalam mengakses komputer perusahaan, menyimpan dokumen penting dalam brankas, memberi tanda rahasia pada dokumen, mengontrol dokumen dan alat-alat produksi dan sebagainya.

Pada saat perjanjian waralaba telah berakhir masa kontraknya, maka pihak penerima waralaba wajib dengan segera dan selamanya menghentikan penggunaan, dalam setiap cara apapun, setiap rahasia dagang, metode rahasia, prosedur dan teknik-teknik yang berkaitan dengan system komala dalam wilayah atau dimanapun. Kemudian, pihak penerima waralaba tidak dapat menjalankan *standart operating procedure* yang telah ditetapkan oleh pihak pemberi waralaba kepada pihak penerima waralaba. Klausul *non-compete*, ketentuan yang menyatakan bahwa penerima waralaba dilarang membangun, menjalankan atau meniru usaha yang sejenis, memiliki kemiripan atau yang dapat menciptakan kompetisi dengan usaha waralaba yang diberikan dan dimiliki oleh pihak pemberi waralaba, maka seluruh kerugian investasi pihak pemberi waralaba menjadi risiko pihak penerima waralaba. Hal ini dapat mencegah digunakannya

rahasia dagang oleh mantan penerima waralaba untuk membuka usaha bisnis yang sama yang timbul terjadinya persaingan tidak sehat.

Bentuk-bentuk perlindungan rahasia dagang:

1) Perlindungan hukum Preventif atau pencegahan

Preventif yaitu Kontrak/ Perjanjian. Tujuan dari sebuah kontrak atau perjanjian adalah mewujudkan atau menciptakan kepastian hukum dan keadilan baik bagi para pihak yang membuatnya maupun bagi pihak ketiga oleh karena itu sebuah kontrak atau perjanjian haruslah dibuat sesuai dengan kaidah-kaidah hukum kontrak atau perjanjian atau sesuai dengan hukum yang berlaku.

2) Perlindungan hukum Represif

Tindakan atau upaya yang diambil/ditempuh setelah adanya akibat hukum tujuannya untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh pengadilan di Indonesia termasuk kategori perlindungan hukum.

Perlindungan rahasia dagang dalam bisnis waralaba adalah tanggung jawab bersama daripada pemberi waralaba, penerima waralaba serta pekerja yang berada dalam bisnis usaha tersebut. Untuk mencegah adanya pelanggaran yang dilakukan salah satu pihak terhadap rahasia dagang ini, perlu adanya upaya pencegahan agar pemberi waralaba dapat melaksanakan bisnisnya tanpa khawatir akan kehilangan rahasianya dari persaingan usaha tidak sehat dari pihak lain atau pesaing bisnis.

D. Simpulan

Perjanjian waralaba menimbulkan akibat hukum yang mengikat para pihak, sehingga para pihak harus melaksanakan perjanjian tersebut dengan itikad baik, isi perjanjian berupa hak dan kewajiban masing-masing pihak serta akibat hukum yang dikendakinya. Akibat hukum yang ditimbulkan jika terdapat salah satu pihak yaitu penerima waralaba melakukan wanprestasi terhadap perjanjian dengan tidak melakukan kewajibannya, dalam kasus ini pihak penerima waralaba tidak melakukan kewajibannya membayar *royalty fee* sesuai kesepakatan, maka sesuai dengan Pasal 1236 KUH Perdata dan Pasal 1243 KUHPdata bila debitur lalai untuk memenuhi kewajiban prestasinya, kreditur berhak untuk menuntut penggantian kerugian, biaya dan bunga.

Rahasia Dagang dapat dilindungi selama informasi tersebut masih terjaga kerahasiaannya dan memiliki nilai komersial. Perlindungan yang dapat dilakukan untuk melindungi rahasia dagang dengan perlindungan hukum Preventif, dengan memuat klausula *confidential informasi, non disclosure agreement* dan *non compete agreement* dalam perjanjian waralaba untuk mencegah adanya kecurangan dan persaingan antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba, dan perlindungan hukum Represif yang bertujuan untuk menyelesaikan sengketa melalui pengadilan.

E. Saran

1. Perjanjian yang disepakati oleh para pihak harus jelas dan tegas mengatur tentang hak dan kewajiban masing-masing pihak, perlindungan hingga sanksi jika terdapat wanprestasi didalamnya. Pihak pemberi waralaba juga harus tegas terhadap perjanjian waralaba yang dibuatnya, pihak penerima waralaba yang melakukan kesalahan pihak pemberi waralaba harus memberi peringatan yang tegas, jika tindakan peringatan tidak dihiraukan maka pihak pemberi waralaba melakukan tindakan pemutusan perjanjian sesuai yang sudah disepakati dalam perjanjian tidak harus menunggu jangka waktu perjanjian berakhir.

2. Adanya pengaturan yang jelas mengenai batasan-batasan rahasia dagang yang mana yang diberitahu oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba untuk menjaga nama baik dan citra bisnis waralabanya demi melindungi rahasia dagang. Pengaturan terhadap batasan-batasan belum terdapat dalam peraturan mengenai waralaba yang ada di Indonesia, dimana pengaturan harus diatur dalam hukum positif yang ada mengenai waralaba di Indonesia agar jelas pengaturannya serta memberikan kepastian hukum akan perlindungan rahasia dagang kepada pemilik waralaba di Indonesia. Dalam undang-undang rahasia dagang hanya mengatakan pengungkapan rahasia dagang sebagai pelanggaran. hendaknya dikatakan sebagai kejahatan mengingat sanksi di Indonesia adalah sanksi moral, sanksi moral yang lebih besar terhadap pelaku tindak kejahatan.

Daftar Pustaka

- Abdulkadir Muhammad. 2010. *Hukum Perdata Indonesia*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Ahmadi Miru. 2007. *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Bayu Seto Hardjowahono. 2013. *Dasar-dasar Hukum Perdata Internasional*. Bandung: Citra aditya.
- H. Moch Basarah & H.M Faiz mufidin. 2008. *Bisnis franchise dan Aspek-aspek Hukumnya*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- H.OK. Saidin. 2013. *Aspek Hukum Kekayaan Intelektual*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Munir Fuady. 2015. *Konsep Hukum Perdata*. Jakarta: Rajawali Press.
- Nindyo Pramono. 2006. *Bunga Rampai Hukum Bisnis Aktual*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Peter Mahmud Marzuki. 2014. *Penelitian Hukum (Edisi Revisi)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ridwan Khairandy. 2011. "Landasan Filosofis Kekuatan Mengikatnya Kontrak". *Jurnal Hukum*. Edisi Khusus Volume 18 Oktober 2011: 36-55. Yogyakarta: Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.
- Salim H.S., dkk. 2003. *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Suharnoko. 2004. *Hukum Perjanjian Teori dan Analisa kasus*. Jakarta: Kencana.