

**PERLINDUNGAN RAHASIA DAGANG DALAM PERJANJIAN
WARALABA DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERDATA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Hukum**

Oleh:

Ari Afriandi Depari
2106200018



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS HUKUM

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Pj/PT/III/2024
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 – 66224567 Fax. (061) 6625474-6631003
🌐 <https://umsu.ac.id> ✉ rektor@umsu.ac.id 📘 [umsumedan](#) 📷 [umsumedan](#) 🐦 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#)

Bila menjawab surat ini agar diembelikan
Nomor dan tanggalnya

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : PERLINDUNGAN RAHASIA DAGANG DALAM
PERJANJIAN WARALABA DALAM PERSPEKTIF
HUKUM PERDATA

Nama : ARI AFRIANDI DEPARI

Npm : 2106200018

Prodi / Bagian : Hukum / Hukum Perdata

Skripsi tersebut diatas telah diujikan oleh Dosen Penguji Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara pada tanggal 18 Juni 2025.

Dosen Penguji

		
<u>Dr. TENGKU ERWINSYAHBANA, S.H., M.Hum.</u> NIDN. 0006076814	<u>Dr. RACHMAD ABDUL, S.H., M.H</u> NIDN. 0004127204	<u>LAILATUS SURURIYAH, S.H., M.A.</u> NIDN. 0124048502

Disahkan Oleh :
Dekan Fakultas Hukum UMSU



Assoc. Prof. Dr. Faisal, S.H., M.Hum
NIDN : 0122087502



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/PT/II/2024
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 – 66224567 Fax. (061) 6625474-6631003
<https://umsu.ac.id> rektor@umsu.ac.id [f](#) [umsu](#) [medan](#) [i](#) [umsu](#) [medan](#) [t](#) [umsu](#) [medan](#) [y](#) [umsu](#) [medan](#)

Halaman ini adalah salinan dari dokumen resmi
dan tidak dapat dipertanggungjawabkan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI SARJANA
BAGI MAHASISWA PROGRAM STRATA I

Panitia Ujian Sarjana Strata-I Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam Sidangnya yang diselenggarakan pada hari **Rabu**, Tanggal **18 Juni 2025**, Jam 08.30 WIB sampai dengan selesai, setelah Mendengar, Melihat, Memperhatikan, Menimbang:

MENETAPKAN

NAMA : **ARI AFRIANDI DEPARI**
NPM : **2106200018**
PRODI / BAGIAN : **HUKUM/ HUKUM PERDATA**
JUDUL SKRIPSI : **PERLINDUNGAN RAHASIA DAGANG DALAM PERJANJIAN WARALABA DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERDATA**

Dinyatakan : (**A**) Lulus Yudisium Dengan Predikat Istimewa
() Lulus Bersyarat, memperbaiki / Ujian Ulang
() Tidak Lulus

Setelah lulus dinyatakan berhak dan berwenang mendapatkan gelar **Sarjana Hukum (S.H)** Dalam Bagian **Hukum Perdata**

PANITIA UJIAN

Ketua

Assoc. Prof. Dr. FAISAL, S.H., M.Hum
NIDN. 0122087502

Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. ZAINUDDIN, S.H., M.H
NIDN. 0118047901

Anggota Penguji:

1. Dr. TENGKU ERWINSYAHBANA, S.H., M.Hum.
2. Dr. RACHMAD ABDUH, S.H., M.H.
3. LAILATUS SURURIYAH, S.H., M.A

1.

2.

3.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/PT/III/2024
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 – 66224567 Fax. (061) 6625474-6631003
<https://umsu.ac.id> rektor@umsu.ac.id [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#)

Bila mungkin email ini akan diberikan
Nama dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENETAPAN
HASIL UJIAN SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

Berdasarkan Berita Acara Ujian Skripsi yang dilaksanakan pada hari **Rabu** tanggal **18 Juni 2025**, Panitia Ujian Skripsi Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dengan ini menetapkan bahwa :

Nama : **ARI AFRIANDI-DEPARI**
NPM : **2106200018**
Prodi/Bagian : **HUKUM/ HUKUM PERDATA**
Judul Skripsi : **PERLINDUNGAN RAHASIA DAGANG DALAM PERJANJIAN WARALABA DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERDATA**

Penguji :
1. Dr. TENGKU ERWINSYAHBANA, S.H., M.Hum. NIDN. 0006076814
2. Dr. RACHMAD ABDUH, S.H., M.H. NIDN. 0004127204
3. LAILATUS SURURIYAH, S.H., M.A. NIDN. 0124048502

Lulus, dengan nilai A Predikat Istimewa.

Oleh karenanya dinyatakan berhak menggunakan gelar **Sarjana Hukum (S.H)**.

Ditetapkan di Medan
Tanggal, 18 Juni 2025

Ketua

PANITIA UJIAN

Sekretaris


Assoc. Prof. Dr. Faisal, S.H.M.Hum.
NIDN. 0122087502


Assoc. Prof. Dr. Zainuddin, S.H., M.H
NIDN. 0118047901



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/PT/III/2024
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 – 66224567 Fax. (061) 6625474-6631003
https://umsu.ac.id rektor@umsu.ac.id unsumedan unsumedan unsumedan unsumedan

Bila menjawab surat ini agar mencantumkan
Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENDAFTARAN UJIAN SKRIPSI

Pendaftaran Skripsi Sarjana Strata I Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera
Utara, Bagi:

NAMA : ARI AFRIANDI DEPARI
NPM : 2106200018
PRODI/BAGIAN : HUKUM/ HUKUM PERDATA
JUDUL SKRIPSI : PERLINDUNGAN RAHASIA DAGANG DALAM PERJANJIAN
WARALABA DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERDATA
PENDAFTARAN : 12 JUNI 2025

Dengan diterimanya Skripsi ini, sesudah lulus dari Ujian Skripsi Penulis berhak memakai gelar:

SARJANA HUKUM (S.H)

Diketahui
DEKAN FAKULTAS HUKUM

DOSEN PEMBIMBING


Assoc. Prof. Dr. FAISAL, S.H., M.Hum.
NIDN. 0122087502


LAILATUS SURURIYAH, S.H., M.A.
NIDN. 0124048502



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/PT/III/2024
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 – 66224567 Fax. (061) 6625474-6631003
🌐 <https://umsu.ac.id> ✉ rektor@umsu.ac.id 📘 [umsuamedan](#) 📷 [umsuamedan](#) 🐦 [umsuamedan](#) 📺 [umsuamedan](#)

Bila menandatangani surat ini agar disertai
Nama dan tanggapnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BUKTI PENDAFTARAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Skripsi Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara telah menerima Pendaftaran Ujian Skripsi:

Nama : **ARI AFRIANDI DEPARI**
NPM : **2106200018**
Prodi/Bagian : **HUKUM/ HUKUM PERDATA**
Judul Skripsi : **PERLINDUNGAN RAHASIA DAGANG DALAM
PERJANJIAN WARALABA DALAM PERSPEKTIF HUKUM
PERDATA**
Dosen Pembimbing : **LAILATUS SURURIYAH, S.H., M.A.**
NIDN. 0124048502

Selanjutnya layak untuk diujikan

Medan, 12 Juni 2025

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. FAISAL, S.H. M.Hum.
NIDN. 0122087502

Assoc. Prof. Dr. ZAINUDDIN, S.H., M.H.
NIDN. 0118047901



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/PT/III/2024
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Baari No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 – 66224567 Fax. (061) 6625474-6631003
<https://umsu.ac.id> rektor@umsu.ac.id [umsuamedan](#) [umsuamedan](#) [umsuamedan](#) [umsuamedan](#)

Unggul | Cerdas | Terpercaya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

NAMA : ARI AFRIANDI DEPARI
NPM : 2106200018
PRODI/BAGIAN : HUKUM/ HUKUM PERDATA
JUDUL SKRIPSI : PERLINDUNGAN RAHASIA DAGANG DALAM PERJANJIAN
WARALABA DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERDATA

Disetujui untuk disampaikan kepada
Panitia Ujian Skripsi

Medan, 10 JUNI 2025

Dosen Pembimbing

LAILATUS SURURIYAH, S.H., M.A.

NIDN. 0124048502

Unggul | Cerdas | Terpercaya



FAKULTAS HUKUM

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang bertandatangan di bawah ini :

NAMA : ARI AFRIANDI DEPARI
NPM : 2106200018
PRODI/BAGIAN : HUKUM/ HUKUM PERDATA
JUDUL SKRIPSI : PERLINDUNGAN RAHASIA DAGANG DALAM PERJANJIAN WARALABA DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERDATA

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya tulis secara keseluruhan adalah hasil penelitian karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Apabila ternyata di kemudian hari skripsi ini diketahui merupakan hasil plagiat atau merupakan karya orang lain, maka dengan ini saya menyatakan bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Medan, 12 JUNI 2025

Saya yang menyatakan,


METERAI
TEMPER
B2AMX366784003

ARI AFRIANDI DEPARI

NPM. 2106200018



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak-Ppp-PT/III/2024
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 – 66224567 Fax. (061) 6625474-6631003
<https://umsu.ac.id> rektor@umsu.ac.id [umsunedan](#) [umsunedan](#) [umsunedan](#) [umsunedan](#)

UMSU mengkomunikasikan ke app Android
Nama: UMSU (genggam)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : ARI AFRIANDI DEPARI
NPM : 2106200018
Prodi/Bagian : HUKUM/ HUKUM PERDATA
Judul Skripsi : PERLINDUNGAN RAHASIA DAGANG DALAM PERJANJIAN
WARALABA DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERDATA
Dosen Pembimbing : LAILATUS SURURIYAH, S.H., M.A

No.	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	TANDA TANGAN
1	06 Desember 2024	Diskusi Judul Skripsi	2
2	30 Januari 2025	Bimbingan Proposal Skripsi	2
3	11 Februari 2025	Revisi 2 Acc Diseminarkan	2
4	19 Februari 2025	Seminar Proposal Skripsi	2
5	17 April 2025	Pengajuan & Penyerahan Skripsi	2
6	21 April 2025	Revisi 2 Bimbingan Bab I & II	2
7	23 April 2025	Revisi 3 Bimbingan Bab III & IV	2
8	24 April 2025	Acc Diuji Pada Sidang Skripsi	2
9	10 Juni 2025	Acc Bedah Buku	2

Mahasiswa dengan data dan judul Skripsi tersebut di atas telah melalui proses bimbingan dan telah dilakukan pemeriksaan terhadap daftar pustaka, oleh karenanya Skripsi tersebut disetujui untuk diujikan.

Diketahui,
Dekan Fakultas Hukum

Assoc. Prof. Dr. FAISAL, S.H., M.Hum.
NIDN : 0122087502

Dosen Pembimbing

LAILATUS SURURIYAH, S.H., M.A
NIDN : 0124048502

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan nikmat kesehatan, keselamatan, dan ilmu pengetahuan yang merupakan Amanah, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sebagai sebuah karya ilmiah yang berbentuk skripsi. Shalawat dan salam juga dipersembahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW. Skripsi ini disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Skripsi ini yang berjudul **“Perlindungan Rahasia Dagang Dalam Perjanjian Waralaba Dalam Perspektif Hukum Perdata”** disadari tidak akan selesai tanpa adanya bantuan, perhatian, dan kasih sayang dari berbagai pihak yang mendukung pembuatan skripsi ini, baik moril maupun materil yang telah diberikan dalam penyelesaian skripsi ini.

Terimakasih secara khusus dan istimewa diberikan kepada orang yang paling berharga dan berjasa dalam hidup Penulis, yang selalu menjadi panutan dan inspirasi bagi Penulis selama ini. Untuk yang pertama dan diutamakan, Wanita pertama di dalam hidup Penulis, Ibunda Anita Br Tarigan, yang telah memberikan seluruh kasih sayangnya kepada Penulis, Wanita paling berjasa dalam mendidik dan mengajarkan ilmu yang bermanfaat kepada Penulis. Kemudian, Ayahanda Serasi

Sembiring, yang merupakan panutan, *role model* Penulis dalam perkembangan dari segi akademik maupun non-akademik. Kemudian, abang Penulis Jefri Winata Sembiring, Indra Rasmana Sembiring serta kakak Penulis Sri Sanjani Br Sembiring, Mega Sariani Br Sembiring yang telah memberikan semangat kepada Penulis. Semoga Allah SWT senantiasa melindungi dan memberikan Kesehatan serta rezeki yang berlimpah kepada mereka.

Selanjutnya, dengan selesainya skripsi ini, perkenankanlah Penulis haturkan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP., Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara;
2. Bapak Dr. Faisal, S.H., M.Hum., Selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara;
3. Bapak Dr. Zainuddin, S.H., M.H., Selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara;
4. Ibu Dr. Atikah Rahmi, S.H., M.H., Selaku Wakil Dekan III Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara;
5. Ibu Dr. Nurhilmiah S.H., M.H., Selaku Dosen Kepala Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara;
6. Ibu Lailatus Sururiyah S.H., M.A., Selaku Dosen pembimbing Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara;
7. Serta Bapak dan Ibu dosen yang mengajar selama ini di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang tidak bisa disebutkan satu

persatu;

8. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan Delegasi Internal Moot Court Competition (IMCC) Piala Dekan Fakultas Hukum Universitas Mhammadiyah Sumatera Utara V, Bang Angga, Bang Adril, Bang Prara Al Hilal, Kak Salsabila, Akbar, Reza, Kiren, Rivan, Sendi, Rizki Fauzi, Dinda, Jeny, Laura, Verina, Vriska, dan Dipa;
9. Terimakasih Kepada Ridho, Afil, Fiqah, yang siap mendengarkan keluh kesah Penulis, serta selalu memberikan semangat kepada Penulis selama proses penulisan skripsi;

Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bukan bagi Penulis, tetapi juga bagi para pembaca. Semoga Allah senantiasa melimpahkan Taufiq dan Hidayah-Nya kepada kita semua.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, 28 Maret 2025
Hormat Saya,
Penulis

ARI AFRIANDI DEPARI
NPM: 2106200018

ABSTRAK

Perlindungan Rahasia Dagang Dalam Perjanjian Waralaba Dalam Perspektif Hukum Perdata

Ari Afriandi Depari

Perjanjian waralaba (*franchise*) merupakan salah satu bentuk kerja sama bisnis yang melibatkan pemberian hak oleh pemilik waralaba (*franchisor*) kepada penerima waralaba (*franchisee*) untuk menggunakan sistem, merek dagang, serta rahasia dagang dalam menjalankan usaha. Rahasia dagang dalam perjanjian waralaba mencakup informasi yang memiliki nilai ekonomi, seperti resep, formula, strategi pemasaran, dan metode operasional yang harus dijaga kerahasiaannya. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap rahasia dagang menjadi aspek penting dalam menjaga keunggulan kompetitif dan keberlanjutan bisnis waralaba.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan rahasia dagang dalam perjanjian waralaba dari perspektif Hukum Perdata di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah metode yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan serta analisis terhadap kasus-kasus yang berkaitan dengan sengketa rahasia dagang dalam perjanjian waralaba.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan rahasia dagang dalam perjanjian waralaba diatur melalui klausul perjanjian yang mencakup kewajiban menjaga kerahasiaan (*non-disclosure agreement*), larangan penggunaan informasi setelah perjanjian berakhir (*non-compete clause*), serta sanksi hukum bagi pihak yang melakukan pelanggaran. Dasar hukum yang digunakan dalam perlindungan rahasia dagang di Indonesia meliputi Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata). Namun, dalam praktiknya, perlindungan ini masih menghadapi berbagai tantangan, seperti sulitnya pembuktian pelanggaran rahasia dagang, lemahnya penegakan hukum, serta kurangnya pemahaman hukum dari para pelaku usaha waralaba.

Kata Kunci: Rahasia Dagang, Perjanjian Waralaba, Hukum Perdata, Perlindungan Hukum

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
1. Rumusan Masalah	5
2. Tujuan Penelitian.....	6
3. Manfaat Penelitian.....	6
B. Definisi Operasional	7
C. Keaslian Penelitian	8
D. Metode Penelitian.....	11
1. Jenis Penelitian	11
2. Sifat Penelitian.....	12
3. Pendekatan Penelitian.....	12
4. Sumber Data Penelitian	13
5. Alat Pengumpulan Data	16
6. Analisis Data	17
TINJAUAN PUSTAKA	18
A. Rahasia Dagang Dalam Perspektif Hukum Perdata	18
B. Perjanjian Waralaba Dalam Perspektif Hukum Perdata	20
C. Perjanjian Waralaba dalam Perspektif Hukum Prdata	21
D. Rahasia Dagang dalam Perjanjian Waralaba	23

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	25
A. Kepastian Hukum Perjanjian Waralaba Dalam Perspektif Hukum Perdata	25
B. Kaitan Rahasia Dagang Dengan Perjanjian Waralaba	50
C. Perlindungan Hukum Rahasia Dagang Bagi Pemegang Rahasia Dagang Dalam Perjanjian Waralaba Dalam Perspektif Hukum Perdata	62
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia kaya akan sumber daya alamnya, begitupun terhadap keaneka ragaman jenis santapan hidangan baik berupa makanan maupun minuman yang bercita rasa tinggi dan dikenal oleh masyarakat internasional, seperti bermacam varian menu masakan maupun kuliner dari berbagai daerah, dimana memiliki rasa yang khas asal dari masing-masing makanan dan minuman tersebut.

Banyak pertanyaan yang muncul dibenak para penikmat makanan dan minuman yang menikmati sajian santapannya, tentang apa yang menjadi bahan dasar dari resep makanan dan minuman yang dinikmati itu. Namun tentu saja sang pemilik makanan dan minuman yang meracik masakan dan ramuan tersebut tidak akan mengungkapkannya, disebabkan faktor dari rahasia dagangnya. Sebab jika resep diketahui oleh banyak orang maka tempat penjualan makanan atau minuman tersebut tidak lagi memiliki keunggulan dan ciri khas tertentu yang dimilikinya karena sudah dapat didapati secara umum diberbagai tempat. Jikalau pun pembagian resep makanan dan minuman yang tersebar oleh pemilik pengolah makanan dan minuman maka hanya dibagikan kepada pihak yang menjalin kerjasama dengannya dalam bentuk waralaba di tempat cabang-cabang usaha pada wilayah tertentu yang disetujui keduanya, yaitu pemilik waralaba dan pengguna waralaba.

Perlindungan rahasia dagang meliputi banyak aspek yang berbeda, mulai dari metode memproduksi dan pemrosesan rahasia hingga bahan khusus yang dirahasiakan dan masalah rahasia lainnya yang tidak diketahui secara umum. Kerahasiaan ini dijaga karena memiliki nilai ekonomi yang sangat besar. “Rahasia dagang adalah informasi yang tidak diketahui oleh umum di bidang teknologi dan/atau bisnis, mempunyai nilai ekonomis karena berguna dalam kegiatan usaha dan dijaga kerahasiaannya oleh pemilik Rahasia Dagang” (Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang). Rahasia dagang menjadi sesuatu yang patut dijaga karena didalamnya memiliki banyak unsur dan nilai-nilai ekonomisnya.¹

Perlindungan hukum merupakan suatu bentuk pelayanan yang wajib diberikan oleh pemerintah untuk memberikan rasa aman kepada setiap warga masyarakat contohnya seperti suatu hal yang sudah di jelaskan di atas yaitu sesuatu perlindungan rahasia dagang yang wajib pemerintah memberikannya.²

Undang-Undang Rahasia Dagang telah mengakui sifat kerahasiaan informasi tersebut akan bersifat tetap (permanen), selama hal itu dikehendaki oleh pemilik informasi. Hal demikian itu sekaligus sebagai bentuk pengakuan oleh undang-undang terhadap keeksklusifan informasi yang bersangkutan. Dengan demikian, patutlah

¹ Jebby Mandala Putra, Budi Santoso & Adya Paramitha Prabandari. (2021). “Hak dan Kewajiban Para Pihak dalam Menjaga Rahasia Dagang Pada Perjanjian Waralaba Merek “Thai Tea” di Kota Semarang”, Notarius, Vol. 14. No. 1, halaman 277.

² Lailatus Sururiyah. (2024). “Perlindungan Hukum Terhadap Saksi Dan Korban Oleh Lembaga Perlindungan Saksi Dan Korban (LPSK)”, Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum, Vol.4. No. 3, halaman 174.

dilindungi sebagai hak milik keperdataan.³

Rahasia dagang mendapat perlindungan apabila informasi tersebut bersifat rahasia, mempunyai nilai ekonomi, dan dijaga kerahasiaannya melalui upaya sebagaimana mestinya. Informasi akan dianggap sebagai rahasia dagang apabila dianggap berguna dan penting bagi pemegang hak rahasia dagang untuk menjalankan roda kegiatan bisnis dan usahanya dan dijaga kerahasiaannya oleh pemegang hak rahasia dagang yang bersangkutan.⁴

Era globalisasi saat ini menjadikan seluruh aspek kehidupan di dunia semakin berkembang dengan pesat. Salah satunya adalah aspek ekonomi dan bisnis. Waralaba merupakan suatu bentuk kerjasama bisnis di mana pihak yang memiliki hak waralaba memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakan resep, merek dagang, sistem operasional, dan dukungan bisnisnya.

Pada dasarnya, waralaba dapat dianggap sebagai sistem pemasaran untuk produk atau layanan. Waralaba adalah perjanjian antara dua pihak, pemberi waralaba dan penerima waralaba, di mana pemberi waralaba mengizinkan penerima waralaba untuk memperdagangkan produk atau layanan tertentu dibawah merek, merek dagang, atau simbolnya dengan imbalan biaya awal atau biaya perwalian.⁵

³ Anik Tri Haryani. (2018). “Perlindungan Pemilik Rahasia Dagang Dalam Perjanjian Waralaba”, Yustisia Merdeka: Jurnal Ilmiah Hukum, Vol. 4. No. 2, halaman 141.

⁴ Haykal Azmi, Fifiana Wisnaeni & Irma Cahyaningtyas. (2021). “Perlindungan Hukum Rahasia Dagang (Studi Pada PT. Haifa Paraestetiderma)”, Notarius, Vol. 14. No.1, halaman 260.

⁵ *Ibid.*, halaman 1084.

Perjanjian waralaba adalah perjanjian yang memberikan hak kepada orang perseorangan atau badan hukum untuk menggunakan merek dagang atau konsep bisnis milik orang lain dalam menjalankan bisnis berdasarkan perjanjian tersebut.⁶ Pemilik rahasia dagang mempunyai hak untuk mengalihkan rahasia dagang tersebut berdasarkan sistem perizinan dan melarang penggunaan rahasia dagang tersebut oleh pihak lain. Perlindungan rahasia dagang ditujukan untuk melindungi karya pemikiran manusia yang mempunyai nilai komersial dan sarana untuk mencegah persaingan komersial yang tidak sehat.

Pemberian izin oleh pemilik rahasia dagang merupakan salah satu cara untuk mengembangkan usaha suatu perusahaan dengan tujuan komersial. akibatnya, pemilik rahasia dagang mendapat imbalan berupa biaya lisensi. Dalam sistem perizinan, penerima lisensi harus memenuhi persyaratan yang diajukan oleh pemberi lisensi. Pemberian lisensi oleh pemilik suatu rahasia dagang biasanya dituangkan dalam suatu kontrak atau yang disebut dengan perjanjian lisensi. Kontrak yang menjadi dasar penentuan langkah pengembangan usaha di masa depan memuat hak dan kewajiban para pihak dan biasanya dilaksanakan dalam bentuk kontrak baku dan harus tunduk pada ketentuan rahasia dagang.⁷ Pembocoran terhadap rahasia dagang oleh pengguna waralaba dapat dikenakan sanksi berdasarkan isi perjanjian waralaba yang disepakati.

⁶ Velliana Tanaya, Jessica Vincentia Marpaung, & Audrea Dindya Djohan. (2021). "Perlindungan Hukum Rahasia Dagang Perjanjian *Franchise Cocoyo*", *Refleksi Hukum: Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 5. No.2, halaman 238.

⁷ Muhammad Andre Marcelleno Genadi, Hudi Yusuf. (2024). "Upaya perlindungan Hukum dan Penyelesaian Sengketa Dalam Perjanjian Lisensi Rahasia Dagang", *Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, Vol. 1. No. 3, halaman 4474-4475.

Perjanjian waralaba juga tidak terlepas dari dasar hukum perdata di Indonesia seperti asas kebebasan berkontrak yang terdapat dalam pasal 1338 ayat (1) KUHPerdata yang menerangkan bahwa semua perjanjian dan kontrak yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-undang bagi para pihak di dalamnya. Pasal-pasal atau klausula yang terdapat di dalam perjanjian waralaba yang menjadi kesepakatan antara para pihak bersifat yang mengikat tidak dapat dibatalkan kecuali dengan kesepakatan antara para pihak atau perihal lain yang diterangkan oleh Undang-undang.⁸

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji dan mengangkat judul **“Perlindungan Rahasia Dagang Dalam Perjanjian Waralaba Dalam Perspektif Hukum Perdata”**.

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas dan untuk memudahkan pencapaian tujuan pembahasan dapat dikemukakan beberapa permasalahan yaitu:

- a. Bagaimana kepastian hukum perjanjian waralaba dalam perspektif hukum perdata?
- b. Bagaimana kaitan rahasia dagang dengan perjanjian waralaba?
- c. Bagaimana perlindungan hukum rahasia dagang bagi pemegang rahasia dagang dalam perjanjian waralaba dalam perspektif hukum perdata?

⁸ Herlambang R Wicaksana, 2022, *Praktik Hukum Waralaba Di Indonesia*, Surakarta: Unisri Press, halaman 4.

2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui kepastian hukum perjanjian waralaba dalam perspektif hukum perdata.
- b. Untuk mengetahui kaitan rahasia dagang dengan perjanjian waralaba.
- c. Untuk mengetahui perlindungan hukum rahasia dagang bagi pemegang rahasia dagang dalam perjanjian waralaba dalam perspektif hukum perdata.

3. Manfaat Penelitian

Berkenan dengan permasalahan di atas, diharapkan penelitian ini akan memberikan manfaat antara lain sebagai berikut:

a. Secara teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu hukum, khususnya dalam bidang hukum perdata dan hukum bisnis, dengan menambah wawasan mengenai regulasi dan penerapan perlindungan rahasia dagang dalam perjanjian waralaba dan menghindari tindakan atau pelanggaran hukum yang dapat merugikan kedua belah pihak.

b. Secara praktis

Membantu pelaku bisnis waralaba memahami pentingnya rahasia dagang sebagai salah satu aset tidak berwujud yang harus dilindungi dalam perjanjian waralaba, sehingga dapat mengurangi risiko penyalahgunaan.

B. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah kerangka yang menggambarkan hubungan antara definisi atau pendekatan-pendekatan khusus yang akan diteliti. Namun demikian, masih diperlukan penjabaran lebih lanjut dari konsep ini dengan jalan memberikan definisi operasionalnya. Berkaitan dengan judul penelitian yang akan diajukan telah diajukan yakni: “Perlindungan Rahasia Dagang Dalam Perjanjian Waralaba Dalam Perspektif Hukum Perdata”. Maka dapat diterangkan bahwa definisi operasional penelitian yaitu:

1. 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 kerahasiaanya oleh pemilik rahasia dagang.⁹
2. Perlindungan Rahasia Dagang adalah Upaya hukum dan/atau tindakan yang dilakukan untuk menjaga informasi tertentu yang memiliki nilai ekonomi, tidak diketahui publik, dan dirahasiakan oleh pemiliknya agar tidak digunakan atau diakses tanpa izin oleh pihak lain.
3. Perjanjian Waralaba adalah sebuah kontrak tertulis yang mengikat secara hukum antara pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*), di mana franchisor memberikan hak kepada franchisee untuk menjalankan bisnis berdasarkan sistem atau model usaha tertentu, dengan imbalan pembayaran royalti

⁹ Rachmadi Usman, 2021. *Dasar-Dasar Hukum Kekayaan Intelektual*, Jakarta: Kencana, halaman 480.

atau biaya lainnya. Dalam perjanjian ini, perlindungan rahasia dagang sering kali dituangkan dalam bentuk klausul kerahasiaan dan ketentuan hukum lainnya.

4. Hukum Perdata adalah sebagai aturan-aturan atau norma-norma yang memberikan pembatasan dan oleh karenanya memberikan perlindungan pada kepentingan-kepentingan perorangan, dalam perbandingan yang tepat antara kepentingan yang satu dengan yang lain dari orang-orang di dalam suatu Masyarakat.¹⁰

C. Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian berdasarkan pada penelitian-penelitian terdahulu yang mempunyai karakteristik yang relatif sama dalam hal tema kajian meskipun berbeda dalam hal substansi, pembahasan dan objek penelitian. Berdasarkan bahan kepustakaan dari lingkungan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan Perguruan Tinggi lainnya, tidak ditemukan penelitian yang sejenis dengan pokok bahasan yang diteliti mengenai **“Perlindungan Rahasia Dagang Dalam Perjanjian Waralaba Dalam Perspektif Hukum Perdata”**.

Dari beberapa judul penelitian yang pernah diangkat oleh peneliti sebelumnya, sebagai perbandingan dapat dikemukakan beberapa hasil penelitian oleh peneliti sebelumnya, antara lain:

1. Skripsi Anisa Sahra, NIM 10400119101, Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Tahun 2023 yang berjudul

¹⁰ Kelik Wardiono, dkk, 2018, *Hukum Perdata*, Surakarta: Muhammadiyah University Press, halaman 1-2.

“Perlindungan Rahasia Dagang Dalam Bisnis Waralaba F&B (Di Kota Makassar”.

Pada penelitiannya penulis focus terhadap pelaksanaan perlindungan Rahasia Dagang pada bisnis waralaba F&B (Hisana Fried Chicken) di Kota Makassar dan bagaimana upaya penyelesaian yang dilakukan apabila terjadi pelanggaran terhadap perlindungan Rahasia Dagang pada bisnis waralaba F&B di Kota Makassar.

2. Skripsi Marta Lena Lubis, NIM B10015023, Mahasiswa Fakultas Hukum, Universitas Jambi, Tahun 2021 yang berjudul “Perlindungan Hukum Rahasia Dagang Terhadap Informasi Bisnis Setelah Berakhirnya Perjanjian Kerja Di Kota Jambi. Pada penelitiannya penulis terkonsentrasi dengan kajian mengenai pengaturan rahasia dagang terhadap informasi bisnis setelah berakhirnya perjanjian kerja di kota jambi. Belum jelasnya pengaturan mengenai informasi rahasia dagang setelah berakhirnya perjanjian kerja, yaitu Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang, sehingga dapat menyebabkan adanya perbedaan penafsiran di masyarakat. Contoh kasus yang terjadi bahwasanya terjadi kebocoran rahasia dagang yang dilakukan oleh eks barista Café NextLevel pasca ia tidak lagi bekerja di café tersebut. Dimana pemilik rahasia dagang berhak melarang pihak lain menggunakan atau mengungkapkan rahasia dagangnya untuk kepentingan komersial dan pemilik rahasia dagang dapat menggugat siapapun yang dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan atau mengungkapkan rahasia dagangnya kepada pihak ketiga, dalam bentuk

tuntutan ganti kerugian atau menghentikan perbuatan yang dilarang tersebut.

3. Skripsi Arfah Naila Rahmah, NIM 11140480000088, Fakultas Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Tahun 2018 yang berjudul Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Waralaba Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba (Studi Pt. Sumber Alfaria Trijaya TBK). Pada penelitiannya penulis menjelaskan mengenai perlindungan hukum terhadap pelaku usaha waralaba berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, Optimalisasi Terhadap Pelaku Usaha Waralaba berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba serta peran pemerintah dalam mengawasi pelaku usaha waralaba di Indonesia, apakah sudah optimal memberikan perlindungan hukum yang cukup kuat bagi para pihak, dan peran pemerintah dalam mengawasi pelaku usaha waralaba apabila melakukan pelanggaran.

Berdasarkan ketiga penelitian di atas dapat dipastikan bahwa penelitian penulis dalam materi skripsi ini bersifat orisinal/asli baik dari aspek substansi, pembahasan serta kesimpulan para peneliti sebelumnya. Adapun perbedaan signifikan dari penulisan pada penelitian peneliti adalah terdapat pada judul dan rumusan masalah yang membahas tentang kedudukan perjanjian waralaba dalam memberikan perlindungan terhadap rahasia dagang dalam perspektif hukum perdata. Dimana pada komparasi judul pada peneliti sebelumnya terdapat perbedaan yang jauh pada

pembahasannya. Kesamaan penelitian hanya terdapat pada tema penelitian tentang kerahasiaan dagang dan aspek hukumnya.

D. Metode Penelitian

Metode penelitian (*research methods*) sebagai cara kerja ilmiah dalam melakukan aktifitas penelitian, mengikuti sifat dan karakter objek keilmuan. Metode dapat diartikan sebagai logika dari sebuah penelitian. Metode Penelitian juga dapat diartikan sebagai cara yang digunakan untuk menemukan topik dan judul dalam sebuah penelitian.¹¹

Metode Penelitian pada hakikatnya merupakan ilmu tentang cara melakukan penelitian hukum secara teratur yang pada hakikatnya berfungsi untuk memberikan pedoman, tentang tata cara seorang peneliti mempelajari, menganalisis, memahami dalam melakukan penelitian.¹² Guna mendapatkan hasil penelitian yang maksimal, maka penelitian ini menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah hukum normatif, yaitu penelitian yang berdasarkan bahan-bahan yang fokusnya pada bacaan dan mempelajari bahan hukum primer dan skunder.¹³ Penelitian ini juga

¹¹ Muhammad Ramadhan. 2021. *Metode Penelitian*, Surabaya: Cipta Media Nusantara, halaman 13.

¹² Eka N.A.M Sihombing dan Cynthia Hadita. 2022. *Penelitian Hukum*, Malang: Setara Press, halaman 2.

¹³ Zainuddin Ali. 2019. *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Sinar Grafika, halaman 24.

meletakkan hukum sebagai suatu bangunan sistem norma,¹⁴ Penelitian normatif juga yang membahas doktrin-doktrin atau asas-asas dalam ilmu hukum. dan penelitian doctrinal memberikan penjelasan sistematis aturan yang mengatur suatu kategori hukum tertentu,¹⁵ berupa berbagai peraturan perundang-undangan dan referensi dokumen lain yang terkait dengan pengkajian, penelitian dan proses legislasi.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analisis, Penelitian hukum bertujuan untuk semata-mata menggambarkan keberadaan suatu norma dan bagaimana bekerjanya suatu norma dalam masyarakat. Oleh sebab itu, sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang bersifat pemaparan, dan bertujuan untuk memperoleh gambaran (deskripsi) lengkap tentang hukum yang berlaku di tempat tertentu, atau mengenai gejala yuridis yang ada, atau suatu peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat.¹⁶

3. Pendekatan Penelitian

Dikarenakan penelitian ini menggunakan jenis penelitian normatif atau yang sering disebut dengan penelitian doktrinal, maka penelitian ini menggunakan beberapa pendekatan penelitian, yakni pendekatan perundang undangan, pendekatan konsep.

¹⁴ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, 2019, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, halaman 34.

¹⁵ Djulaeka & Devi Rahayu, 2019, *Buku ajar metode penelitian hukum*, Surabaya: Scopindo Media Pustaka, halaman 20.

¹⁶ Wiwik Sri Widiarty, 2024, *Buku Ajar Metode Penelitian Hukum*, Perpustakaan Nasional Katalog Dalam terbitan: Yogyakarta, halaman 20.

1. Pendekatan perundang-undangan adalah pendekatan dengan menggunakan legislasi dan regulasi.¹⁷ Dengan menggunakan pendekatan ini, dimaksudkan untuk menelaah seluruh aturan atau undang-undang dengan aturan lain yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang ditangani. Selain itu dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan ini, penulis akan menelaah apakah undang-undang tersebut konsisten dan sesuai antara undang-undang dengan undang-undang lainnya atau dengan Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), untuk menganalisis peraturan yang berkaitan dengan perjanjian waralaba dan rahasia dagang.
2. Selanjutnya pendekatan konsep yang merupakan pandangan atau doktrin yang sedang berkembang dalam ilmu hukum. Pendekatan konsep dimaksudkan untuk mendapatkan suatu ide untuk melahirkan konsep baru dan asas-asas hukum yang relevan dengan isu hukum yang diteliti. Pendekatan konseptual (*conceptual approach*), untuk memahami konsep perlindungan hukum terhadap rahasia dagang dalam perjanjian waralaba dalam persepektif hukum perdata.

4. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang dapat digunakan dalam melakukan penelitian hukum yang berlaku di Fakultas Hukum UMSU terdiri dari:

- a. Data yang bersumber dari Hukum Islam: yaitu Al-Quran. Adapun data kewahyuan yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada Q.S Al-Baqarah ayat 282:

¹⁷ Peter Mahmud Marzuki, 2021, *Penelitian Hukum*, Edisi Revisi, Jakarta: Kencana, halaman 137.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَيْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكُنْ بِبَيْنِكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ
 كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَخْسَ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ
 الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا
 رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتْنِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَى وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ
 إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَى أَجَلٍ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَى
 إِنْ تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا
 يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فَسُوقٌ بِكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيَعْلَمُكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢﴾

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu’amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. Jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). Jika tak ada dua orang lelaki, maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa maka yang seorang mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu’amalahmu itu), kecuali jika mu’amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. Dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu”.

- b. Data sekunder; yaitu data pustaka yang mencakup dokumen dokumen resmi, publikasi tentang hukum meliputi buku buku teks, kamus kamus hukum, jurnal jurnal hukum, dan komentar komentar atas putusan pengadilan.¹⁸

Kemudian data sekunder yang digunakan untuk melakukan penelitian ini menggunakan bahan hukum yakni:

- 1) Bahan hukum primer, antara lain bahan-bahan hukum yang bersumber dari peraturan perundang-undangan, yaitu Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, catatan-catatan risalah resmi atau risalah dalam pembuatan suatu peraturan perundang-undangan, misalnya kajian akademik yang diperlukan dalam pembuatan suatu rancangan peraturan perundang-undangan.¹⁹ Dalam hal ini peneliti menggunakan bahan-bahan primer sebagai berikut:
 - a) Undang-Undang Nomor. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang.
 - b) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Nomor 1 Tahun 2023 Tentang Kitab Undang-Undang Hukum Pidana.
 - c) Peraturan pemerintah Nomor. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.
- 2) Bahan Hukum sekunder berupa semua publikasi tentang hukum yang merupakan dokumen tidak resmi. Publikasi tentang hukum meliputi buku-

¹⁸ Sugiyono, 2018, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, halaman 456.

¹⁹ Zainuddin Ali, 2011, *Metode Penelitian Hukum Cetakan Ketiga*, Jakarta: Sinar Grafika, halaman 47.

buku teks, kamus-kamus hukum, jurnal-jurnal hukum, dan komentar-komentar hukum yang berkaitan dengan permasalahan penelitian²⁰.

- 3) Bahan hukum tersier, yaitu bahan-bahan yang memberi petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, seperti: kamus hukum, ensklopedia, kamus bahasa Indonesia, kamus bahasa Inggris, surat kabar, internet dan lain sebagainya.

5. Alat Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian skripsi ini adalah dengan cara studi kepustakaan (*libarary research*) untuk memperoleh sumber data dengan cara penelusuran, penghimpunan dan pengumpulan bahan-bahan hukum tertulis yang relevan dengan tema dan judul penelitian ini. Studi kepustakaan dalam penelitian ini dilakukan dengan dua cara yaitu:

- a. *Offline*, yaitu penghimpun data studi kepustakaan (*libarary research*) secara langsung dengan mengunjungi toko-toko buku, perpustakaan kampus Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) guna menghimpun data skunder seperti: buku-buku hukum, peraturan perundang-undangan, dan lain sebagainya yang dibutuhkan dalam penelitian dimaksud.
- b. *Online*, yaitu penelitian kepustakaan (*libarary research*) yang dilakukan dengan mencari di media internet seperti *e-book*, *ejournal* dan item-item yang berkaitan

²⁰ *Ibid.*,

dengan topik penelitian dengan tujuan untuk mengumpulkan data skunder yang diperlukan untuk proses penelitian ini.

6. Analisis Data

Bahan hukum yang telah penulis kumpulkan, baik bahan hukum primer maupun sekunder lantas diinventarisasi lalu dikaji serta dianalisis secara komprehensif untuk mencapai rumusan argumentasi dalam menjawab rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif. Analisis kualitatif adalah analisis data yang mengungkapkan dan mengambil kebenaran yang diperoleh dari kepustakaan yaitu dengan menggabungkan peraturan-peraturan, buku ilmiah yang ada hubungannya dengan judul yang dibahas. Kemudian dianalisa secara kualitatif sehingga mendapatkan suatu pemecahan dan dapat ditarik menjadi suatu kesimpulan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Rahasia Dagang Dalam Perspektif Hukum Perdata

Rahasia dagang adalah informasi yang tidak diketahui oleh umum di bidang teknologi dan/atau bisnis, memiliki nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga kerahasiaannya oleh pemiliknya. Singkatnya, ini adalah informasi penting yang tidak dipublikasikan dan dilindungi agar tetap eksklusif bagi pemiliknya.

Rahasia dagang tidak secara eksplisit diatur dalam KUHPerdata, tetapi Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang mengatur perlindungan hukum terhadap rahasia dagang. Undang-undang ini mengatur bahwa rahasia dagang adalah informasi yang tidak diketahui oleh umum, memiliki nilai ekonomi, dan dijaga kerahasiaannya oleh pemiliknya.

KUHPerdata pada rahasia dagang lebih terfokus pada hukum perdata secara umum, seperti perjanjian, kewajiban, dan tanggung jawab perbuatan melawan hukum. Sementara itu, rahasia dagang memiliki karakteristik khusus yang lebih baik diatur dalam undang-undang tersendiri. Adapun pasal pada KUHPerdata terkait dengan rahasia dagang menyangkut perbuatan melawan hukum bentuk-bentuk perlindungan terhadap rahasia dagang itu sendiri dalam Pasal 1365 KUHPerdata.

Rahasia dagang dalam perspektif hukum perdata sering kali didasarkan pada perjanjian kontraktual antara pihak-pihak yang terlibat. Dalam hal ini, perjanjian

menjadi instrumen penting untuk memastikan bahwa rahasia dagang dilindungi secara hukum, terutama melalui klausul tertentu yang mengatur hak dan kewajiban para pihak.

1. Dasar Hukum Perjanjian dalam Hukum Perdata

Perlindungan rahasia dagang berdasarkan perjanjian berlandaskan pada aturan dalam KUHPerdata, antara lain:

- a. Pasal 1320 KUHPerdata: Syarat sahnya perjanjian, yaitu sepakat, kecakapan, objek tertentu, dan sebab yang halal.
- b. Pasal 1338 KUHPerdata: Asas kebebasan berkontrak, yang memberikan kebebasan kepada para pihak untuk mengatur isi dan bentuk perjanjian sepanjang tidak bertentangan dengan hukum, moral, dan ketertiban umum.²¹

Apabila seseorang merasa pihak lain telah melanggar hak Rahasia Dagang yang dimilikinya, maka ia sebagai Pemegang Hak Rahasia Dagang atau pihak lain sebagai penerima lisensi dapat menggugat siapapun yang dengan sengaja dan tanpa hak Rahasia Dagang. Seseorang dianggap melanggar Rahasia Dagang pihak lain apabila ia memperoleh atau menguasai Rahasia Dagang tersebut dengan cara yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.²²

²¹ Syarifa Mahila. (2010). “Perlindungan rahasia dagang dalam hubungannya dengan perjanjian kerja“, Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, Vol. 10. No. 3, halaman 18 -21.

²² Lili Angraini, Hasym. (2018), “Perlindungan Hukum Perdata Dagang Terhadap Pemilik Rahasia Dagang di Indonesia”, Niagawan, Vol. 7. No. 3, halaman 176.

B. Perjanjian Waralaba Dalam Perspektif Hukum Perdata

Berdasarkan hukum perjanjian, perjanjian waralaba merupakan perjanjian khusus karena tidak dijumpai dalam KUHPerdata. Perjanjian ini dapat diterima dalam hukum karena di dalam KUHPerdata ditemui satu pasal yang mengatakan adanya kebebasan berkontrak (*freedom of contract*). Pasal itu mengatakan bahwa perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya (Pasal 1338 KUHPerdata). Suatu perjanjian yang dibuat menjadi sah jika memenuhi syarat-syarat yang terdapat pada Pasal 1320 KUHPerdata. Oleh karena itu, hukum kontrak di Indonesia menganut suatu "sistem terbuka" yang berarti bahwa setiap orang adalah bebas untuk membuat segala macam kontrak.²³ Perjanjian waralaba memuat hal-hal sebagai berikut:

- a. Hak yang meliputi penggunaan metode atau resep yang khusus, penggunaan merek, nama dagang, jangka waktu, perpanjangan serta wilayah kegiatan dan hak yang lain yang diberikan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba.
- b. Imbalan yang diberikan oleh penerima waralaba atas hak-hak yang diterima dari pemberi waralaba pada saat usaha mulai dijalankan.
- c. Pengaturan yang wajib disepakati sebelumnya adalah terkait penjualan hak penerima waralaba kepada pihak lain. Dalam kondisi penerima waralaba tidak ingin meneruskan usaha waralaba dan berencana menjualnya kepada pihak lain.²⁴

²³ Adrian Sutedi, (2008) "*Hukum waralaba*" "Ghalia Indonesia, Bogor, Halaman 96.

²⁴ Zil Aidi, Hasna Farida. (2019). "Perlindungan Hukum para pihak dalam perjanjian waralaba makanan". Jurnal Cendekia Hukum: Vol. 4, No 2, 2019.

C. Perjanjian Waralaba dalam Perspektif Hukum Prdata

Perjanjian waralaba yang memuat kewajiban kepada penerima waralaba untuk membeli produk lain dari pemberi waralaba tidak dipandang sebagai pelanggaran persaingan usaha, sepanjang hal tersebut dimaksudkan untuk mempertahankan identitas dan reputasi waralaba. Perlu diketahui bahwa, kewajiban untuk membeli produk lain yang bukan menjadi bagian dari paket waralaba tidak dikecualikan dari penerapan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Perjanjian waralaba bersifat tertulis mempunyai kekuatan hukum yang pasti dan saling mengikat para pihak baik *franchisor* maupun *franchisee*.²⁵

Dalam hukum perjanjian, perjanjian waralaba merupakan perjanjian khusus karena tidak dijumpai dalam KUHPdata Perjanjian ini dapat diterima dalam hukum karena di dalam KUHPdata ditemui satu Pasal yang mengatakan adanya kebebasan berkontrak (*freedom of contract*).

Pasal itu mengatakan bahwa perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya (Pasal 1338 KUHPdata). Suatu perjanjian yang dibuat menjadi sah jika memenuhi syarat-syarat yang terdapat pada Pasal 1320 KUHPdata. Oleh karena itu, hukum kontrak di Indonesia menganut suatu "sistem terbuka" yang berarti bahwa setiap orang adalah bebas untuk membuat segala macam kontrak.²⁶ Perjanjian waralaba memuat hal-hal sebagai berikut:

²⁵ Mustafa Amirul Hadi, 2022, *Penilaian Bisnis Waralaba (Valuation of Franchise)*, Yogyakarta: CV Budi Utama, halaman 54.

²⁶ Adrian Sutedi, *Op.Cit.*, halaman 96.

- a. Hak yang meliputi penggunaan metode atau resep yang khusus, penggunaan merek, nama dagang, jangka waktu, perpanjangan serta wilayah kegiatan dan hak yang lain yang diberikan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba.
- b. Imbalan yang diberikan oleh penerima waralaba atas hak-hak yang diterima dari pemberi waralaba pada saat usaha mulai dijalankan.
- c. Pengaturan yang wajib disepakati sebelumnya adalah terkait penjualan hak penerima waralaba kepada pihak lain. Dalam kondisi penerima waralaba tidak ingin meneruskan usaha waralaba dan berencana menjualnya kepada pihak lain.
- d. Ketentuan terkait pengakhiran kerjasama waralaba.²⁷

Perjanjian waralaba 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.²⁸

Peraturan-peraturan yang berlaku pada perjanjian waralaba, sebelum adanya peraturan yang khusus untuk mengatur waralaba, yaitu sebagai berikut.:

- a) Peraturan tentang perjanjian khususnya yang dijumpai pada Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yaitu syarat-syarat sahnya suatu perjanjian dan

²⁷ Zil Aidi, Hasna Farida. (2019). “Perlindungan Hukum Para Pihak dalam Perjanjian Waralaba Makanan”. Jurnal Cendekia Hukum: Vol. 4, No 2, halaman 214.

²⁸ Bella Katrinasari.(2017) “Tinjauan Hukum Terhadap *Wanprestasi Royalty* Rahasia Dagang dalam Perjanjian Waralaba”. Privat Law Vol.5. No. 1, halaman 87.

pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata tentang ketentuan yang dapat membenarkan tentang perjanjian waralaba.²⁹

- b) Peraturan tentang hak milik intelektual, yaitu hak paten, merek, dan hal cipta.
- c) Peraturan hukum tentang perpajakan, yaitu pajak pertambahan nilai dan paku penghasilan.
- d) Peraturan hukum tentang ketenagakerjaan.

Hal-hal yang berhak dimiliki *franchisee* tersebut harus tercantum dalam perjanjian waralaba sehingga perjanjian tersebut bersifat sebagai berikut:

- 1) Suatu perjanjian yang dikuatkan oleh hukum (*legal agreement*).
- 2) Memberi kemungkinan *franchisor* untuk tetap memiliki hak atas nama dagang dan atau merek dagang, format/pola usaha, dan hal-hal khusus yang dikembangkannya untuk suksesnya usaha tersebut.
- 3) Memberi kemungkinan *franchisor* mengendalikan sistem usaha yang dilisensikannya.
- 4) Hak, kewajiban, dan tugas masing-masing pihak dapat diterima oleh *franchisee*.

D. Rahasia Dagang dalam Perjanjian Waralaba

Rahasia dagang adalah salah satu bidang dari Hak Kekayaan Intelektual yang dalam Persetujuan TRIPS (*Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights*) diatur didalam Pasal 39 Undang-Undang Rahasia Dagang. Pasal ini mengatur perlindungan rahasia dagang terhadap persaingan curang dan bahwa rahasia dagang

²⁹ *Ibid.*, halaman 79.

harus dijaga kerahasiaannya.³⁰

Lingkup perlindungan rahasia Rahasia Dagang meliputi metode produksi, metode pengolahan, metode penjualan, atau informasi lain di bidang teknologi dan bisnis yang memiliki nilai ekonomi dan tidak diketahui oleh masyarakat umum.

Kemudian mengenai hal-hal yang dianggap sebagai rahasia dagang dijabarkan di dalam Pasal 3 Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang yang bunyinya adalah:

1. Rahasia Dagang mendapat perlindungan apabila informasi tersebut bersifat rahasia, mempunyai nilai ekonomi, dan dijaga kerahasiaannya melalui upaya sebagaimana mestinya.
2. Informasi dianggap memiliki nilai ekonomi apabila sifat kerahasiaan informasi tersebut dapat digunakan untuk menjalankan kegiatan atau usaha yang bersifat komersial atau dapat meningkatkan keuntungan secara ekonomi.
3. Informasi dianggap memiliki nilai ekonomi apabila sifat kerahasiaan informasi tersebut dapat digunakan untuk menjalankan kegiatan atau usaha yang bersifat komersial atau dapat meningkatkan keuntungan secara ekonomi.
4. Informasi dianggap dijaga kerahasiaannya apabila pemilik atau para pihak yang menguasainya telah melakukan langkah-langkah yang layak dan patut.

³⁰ Muhammad Citra Ramadhan, 2023, *Perlindungan Hukum Terhadap Rahasia Dagang Rumah Makan*, Medan; Merdeka Kreasi, halaman 32.

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Kepastian Hukum Perjanjian Waralaba Dalam Perspektif Hukum Perdata

Ketentuan Peraturan Pemerintah 24 Tahun 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba merupakan pedoman dasar mengenai waralaba. Dalam ketentuan tersebut dijabarkan bahwa waralaba sebagai 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.

Pemberi waralaba merupakan orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimilikinya kepada Penerima Waralaba. Sedangkan penerima waralaba merupakan orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh Pemberi Waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimiliki Pemberi Waralaba. Berdasarkan pemaparan pemberi waralaba dan penerima waralaba tersebut, maka kerjasama antara keduanya harus didasari oleh sebuah perjanjian demi mewujudkan kepastian hukum akan hak dan kewajiban para pihak.³¹ Hal tersebut juga sejalan dengan apa yang tertulis dalam Peraturan Pemerintah maupun Peraturan Menteri

³¹ A. Arthur, M. Jamin, M. Rustamaji. (2023). “Mewujudkan Kepastian Hukum Perjanjian Waralaba Melalui Akta Perjanjian Yang Dibuat Dihadapan Notaris “Prosiding Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ, halaman 4.

Perdagangan Republik Indonesia. Dikatakan bahwa kerjasama antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba harus didasari oleh sebuah perjanjian.

Menurut Sudikno Mertokusumo, perjanjian hendaknya dibedakan dengan janji. Walaupun janji itu didasarkan dengan kata sepakat, tetapi kata sepakat itu tidak untuk menimbulkan akibat hukum, yang berarti apabila janji itu dilanggar, tidak ada akibat hukum atau tidak ada sanksi. Pengaturan mengenai perjanjian dapat ditemukan dalam Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Secara Khusus diatur mulai dari Pasal 1313 sampai Pasal 1351 di bawah sub judul Bab II Perikatan yang lahir dari kontrak atau persetujuan.

Suatu perjanjian bermula dari persamaan kehendak para pihak yang membuatnya dengan tetap memperhatikan syarat-syarat sah nya perjanjian antara lain sepakat mereka yang mengikatkan diri, kecakapan mereka yang mengikatkan diri, suatu hal tertentu dan suatu sebab yang halal, sebagaimana dirumuskan dalam Pasal 1320 KUHPerdata.³²

Selaras dengan pemikiran yang dikemukakan di atas, kita mengetahui bahwa pengembangan bakat-bakat dan ke-mampuan manusia memerlukan adanya upaya-upaya untuk mewujudkannya termasuk melalui penumbuhan pelbagai aturan yang mendukungnya sehingga tercapai suatu kepastian hukum. Penumbuhan pelbagai aturan ini diperlukan sehingga timbullah sikap dan kebutuhan masyarakat yang memberi penghargaan, penghormatan dan perlindungan terhadap bakat-bakat dan kemampuan

³² *Ibid.*, halaman 5.

yang dipunyai seseorang, diwujudkan dalam berbagai bentuk karya. Termasuk di dalamnya berbagai kekayaan intelektual yang lebih besar, lebih baik dan lebih banyak yang timbul atau lahir dari kemampuan intelektual manusia sebagai refleksi kepribadiannya (*alter-egonya*).

Mewujudkan iklim yang kondusif bagi peningkatan semangat atau gairah untuk menghasilkan kemampuan intelektual manusia, menumbuhkan suatu kebutuhan yaitu perlindungan hukum. Kebutuhan akan perlindungan hukum ini sebenarnya adalah wajar. Bukankah merupakan hal yang wajar, bila seseorang menginginkan agar hak-hak atas kekayaan yang dimilikinya diakui, dihormati dan dapat dipertahankannya dari pihak lain dari tindakan-tindakan yang melawan haknya? Bukankah juga hal yang wajar, jika yang bersangkutan ingin melakukan sesuatu atau menikmati sendiri kekayaannya.³³

Menurut Pasal 1 angka 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007, 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.

Berdasarkan definisi ini dapatlah disimpulkan bahwa waralaba adalah bagian dari kegiatan perdagangan, bukan bagian dari kegiatan pembiayaan usaha, sehingga pengaturan dan pengawasan bisnis waralaba menjadi domain kewenangan Menteri Perdagangan Republik Indonesia beserta jajarannya. Dalam bisnis waralaba dikenal

³³ Eddy Damian, 2009, *Hukum Hak Cipta*. Bandung: Alumni, halaman 18.

adanya istilah "pemberi waralaba" serta "penerima waralaba". "Pemberi waralaba" adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba. Sedangkan "penerima waralaba" adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba.³⁴

Waralaba merupakan pemberian izin usaha dari satu pihak baik perorangan maupun perusahaan terhadap pihak yang lain selaku penerima waralaba. Atau dalam artian lain, waralaba merupakan sistem bisnis melalui pemberian kewenangan dalam penggunaan merek pemberi waralaba terhadap penerima waralaba guna memasarkan barang serta layanan berlandaskan standar dan perjanjian dalam pengoperasian usaha memakai merek dagangnya. Secara etimologi, waralaba adalah penggabungan dua kata, yakni wara dan laba. Sedangkan secara terminologi, kata waralaba mengacu pada perusahaan yang menghasilkan lebih banyak keuntungan.

Waralaba merupakan kewenangan tertentu atas suatu bentuk usaha dengan bercirikan promosi dan penawaran baik berupa produk maupun pelayanan, dimana hak pemanfaatan dan penggunaan oleh pihak lain ini didasarkan atas perjanjian waralaba.³⁵ Waralaba adalah pemberian hak untuk menjual suatu produk (barang atau jasa) maupun layanan. Sedangkan menurut Asosiasi Franchise Indonesia, waralaba adalah suatu

³⁴ *Ibid.*, halaman 29.

³⁵ Anisa Sahra Muitar Putri, (2023), "Perlindungan Rahasia Dagang Dalam Bisnis Waralaba F&B Di kota makasar", Skripsi, Makassar, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, halaman 15.

sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan akhir, di mana pemilik merek (*franchisor*) memberikan hak kepada individu atau perusahaan untuk melaksanakan bisnis dengan merek, nama, sistem, prosedur, dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu dan meliputi area tertentu.³⁶

Waralaba sendiri merupakan hubungan bisnis yang terjalin antara pemilik suatu merek, produk, atau sistem operasional dengan pemilik perusahaan lain melalui suatu izin dari penjualan merek, produk, dan juga sistem operasional tersebut dalam jangka waktu yang telah didiskusikan sebelumnya. Hubungan kerja sama usaha Waralaba di antara kedua belah pihak, yaitu antara (*Franchisor & Franchise*) akan disahkan ke dalam sebuah ikatan perjanjian atau kesepakatan.

1. Pemberi waralaba biasanya merupakan suatu badan usaha atau individu yang memiliki suatu konsep, suatu produk, dan suatu merek.
2. Pemberi waralaba dapat memberikan kepada orang lain atau ciri khas suatu bagian dari usaha yang dimilikinya.
3. Waralaba, yang juga dikenal sebagai penerima waralaba, merupakan jenis usaha atau individu yang memiliki hak untuk mengembangkan suatu konsep dari pemberi waralaba, yang mana waralaba itu sendiri telah disetujui oleh pemberi waralaba melalui suatu kontrak yang telah ada sebelumnya.
4. Pihak pewaralaba akan berkomitmen untuk menegakkan semua asas, spesifikasi,

³⁶ Cita Yustisia Serfiayani, et.al, 2015, *Franchise Top Secret Ramuan Sukses Bisnis Waralaba Sepanjang Masa*, Yokyakarta: Perpustakaan Nasional, halaman 28.

dan aturan yang akan diberikan oleh pemberi waralaba.³⁷

Hak dan Kewajiban Para Pihak Yang Ditujukan Dalam Kontrak *Franchise*

Untuk mendukung keberhasilan sinergi kerja dalam perjanjian waralaba ini ada beberapa hal penting yang perlu diperhatikan yaitu akses modal, akses pasar, skill dan teknologi (*know-how* dan *trade secret*), akses merek dagang/jasa yang sudah teruji, manajemen dan hubungan kemitraan. Perjanjian waralaba dapat berjalan lancar, pemberi waralaba perlu menyampaikan semua informasi yang berhubungan dengan kegiatan usahanya kepada penerima waralaba saat mempromosikan jenis usaha yang akan diwaralabakan. Dengan demikian, penerima waralaba dapat mempertimbangkan atau memutuskan apakah akan membuat perjanjian waralaba yang dimaksud atau tidak.

Menurut Peraturan Pemerintah No. 42 tahun 2007, penyelenggaraan waralaba harus dilakukan berdasarkan perjanjian tertulis di antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba. Pada prinsipnya, kontrak waralaba sama seperti kontrak pada umumnya, harus memenuhi syarat sah nya perjanjian sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1320 KUHPerdata (kecakapan para pihak, kata sepakat, suatu hal tertentu, sebab yang halal). Selain syarat-syarat umum sah nya kontrak sesuai Pasal 1320 KUHPerdata, kontrak waralaba juga harus memasukan klausul-klausul khusus seperti yang ditentukan dalam regulasi tentang waralaba. Dalam kontrak waralaba, Pemberi Waralaba berkewajiban untuk memberikan hak khusus waralabanya kepada Penerima

³⁷ Groedu Business Consultant & Trainer, Definisi Franchise dan Pihak-pihak yang Berinteraksi Dalam Bisnis Franchise (Waralaba), melalui: <https://www.groedu.com>, diakses pada tanggal 15 April 2025, pukul 12.00 Wib.

Waralaba. Hak khusus itu meliputi ciri khas usaha, termasuk hak untuk menggunakan merek dan hak kekayaan intelektual lainnya. Sebagai imbalan atas pemberian hak khusus tersebut, Pemberi Waralaba dapat menuntut pembayaran fee atau royalti kepada Penerima Waralaba.³⁸

Sesuai Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Perjanjian franchise merupakan kesepakatan tertulis yang dibuat antara franchisor dan franchisee untuk melindungi hak dan kewajiban masing-masing pihak. Selain itu, perjanjian franchise juga diperlukan sebagai salah satu syarat administratif bagi franchisee untuk mendapatkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) sebagai bukti sebuah perusahaan penerima waralaba (*franchisee*). Surat Permohonan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba yang selanjutnya disingkat SPSTPW adalah formulir permohonan untuk memperoleh Surat Tanda Pendaftaran Waralaba yang memuat data Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba.

Surat Tanda Pendaftaran Waralaba yang selanjutnya disingkat STPW adalah bukti pendaftaran Prospektus Penawaran Waralaba bagi Pemberi Waralaba dan/atau Pemberi Waralaba Lanjutan serta bukti pendaftaran Perjanjian Waralaba bagi Penerima Waralaba dan/atau Penerima Waralaba Lanjutan, yang diberikan setelah memenuhi persyaratan pendaftaran yang ditentukan dalam Peraturan ini. Pemberi Waralaba Lanjutan adalah Penerima Waralaba yang diberi hak oleh Pemberi Waralaba untuk

³⁸ Rustan, Andi Tenri Sapada, Ega Aprilia. (2020). "Analisis Hukum Sengketa Perjanjian Waralaba (*Franchise*)", Jurnal Ilmu Hukum, Vol.1. No. 1, halaman 2-3.

menunjuk Penerima Waralaba Lanjutan.

Penerima Waralaba Lanjutan adalah orang perseorangan atau badan usaha yang menerima hak dari Pemberi Waralaba Lanjutan untuk memanfaatkan atau menggunakan Waralaba.³⁹ Waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. memiliki ciri khas usaha;
- b. terbukti sudah memberikan keuntungan;
- c. memiliki standar atas pelayanan dan barang atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis;
- e. mudah diajarkan dan diaplikasikan;
- f. adanya dukungan yang berkesinambungan; dan
- g. hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang telah terdaftar.⁴⁰

Selain itu, berdasarkan Peraturan Pemerintah tersebut, pemberi waralaba memiliki beberapa kewajiban sebagai berikut :

1. Kewajiban Pemberi Waralaba (*Franchisor*)

- a. Pemberi Waralaba harus meemberikan prospektus penawaran waralaba kepada calon penerima waralaba pada saat melakukan penawaran.
- b. Prospektus penawaran waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat paling sedikit mengenai :

1) Data identitas pemberi waralaba

³⁹ Benedict Philip Christin, (2023). “Hukum Perlindungan Waralaba Untuk Mengamankan Hak dan Kewajiban Dalam Binis Waralaba “. Jurnal multidisiplin Indonesia: Vol.2. No.2. halaman 1166.

⁴⁰Yusuf Aulia Rahman, Wiwin Yulianingish. (2023). “Perbuatan Melawan Hukum Perjanjian Waralaba: Bagaimana Pengaturannya”. Jurnal Kertha Semaya: Vol. 11. No 7. halaman 1530.

- 2) Legalitas usaha pemberi waralaba
 - 3) Sejarah kegiatan usahanya
 - 4) Struktur organisasi pemberi waralaba
 - 5) Laporan keuangan 2 tahun terakhir
 - 6) Jumlah tempat usaha
 - 7) Daftar Penerima waralaba, dan
 - 8) Hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba.
- c. Pemberi Waralaba juga berkewajiban memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada penerima waralaba secara kesinambungan. Kewajiban ini memberikan penekanan agar kerja sama bisnis yang telah dilakukan dapat berjalan berkesinambungan dan memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak.⁴¹
- d. Pemberi Waralaba wajib memiliki STPW.
- e. Untuk mendapatkan STPW, Pemberi Waralaba berasal dari luar negeri,
- f. Pemberi Waralaba harus bekerjasama dengan pengusaha kecil dan menengah di daerah setempat sebagai Penerima Waralaba atau pemasok barang dan/atau jasa sepanjang memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan oleh Pemberi Waralaba.
2. Hak Pemberi waralaba (*franchisor*) meliputi:
- a. Melakukan pengawasan jalannya pelaksanaan waralaba;

⁴¹ Moh. Erfan Arif, Rila Anggraeni, Risca Fitri Ayuni, 2021, *Bisnis Waralaba*. Malang: UB Press, halaman 31-32.

- b. Memperoleh laporan-laporan secara berkala atas jalannya kegiatan usaha dari franchisee;
- c. Melaksanakan inspeksi pada daerah kerja franchisee guna memastikan bahwa waralaba yang diberikan telah dilaksanakan sebagaimana mestinya;
- d. Sampai batas tertentu mewajibkan franchisee, dalam hal-hal tertentu, untuk membeli barang modal dan/atau barangbarang tertentu lainnya dari franchisor;
- e. Mewajibkan franchisee untuk menjaga kerahasiaan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha, Misalnya: system manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba;
- f. Mewajibkan agar franchisee tidak melakukan kegiatan yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha yang mempergunakan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha, Misalnya: system manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba;
- g. Menerima pembayaran royalty dalam bentuk, jenis dan jumlah yang dianggap layak olehnya;⁴²
- h. Meminta dilakukannya pendaftaran atas waralaba yang diberikan kepada franchisee;

⁴² Putus Samawati, 2014, *Persoalan Hukum Dalam Pengembangan Bisnis Waralaa Kuliner*, Malang: Tunggul Mandiri, halaman 23.

- i. Atas pengakhiran waralaba, meminta kepada franchisee untuk mengembalikan seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperoleh franchisee selama masa pelaksanaan waralaba;
- j. Atas pengakhiran waralaba, melarang franchisee untuk memanfaatkan lebih lanjut seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperoleh oleh franchisee selama masa pelaksanaan waralaba;
- k. Atas pengakhiran waralaba, melarang franchisee untuk tetap melakukan kegiatan yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan mempergunakan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha, Misalnya: system manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba;
- l. Pemberian waralaba, kecuali yang bersifat eksklusif, tidak menghapuskan hak franchisor untuk tetap memanfaatkan, menggunakan atau melaksanakan sendiri hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha Misalnya: system manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba;⁴³

Adapun hak dan kewajiban Penerima waralaba (*Franchisee*).

- (1) Penerima Waralaba wajib memiliki STPW.
- (2) Untuk mendapatkan STPW, Penerima Waralaba berasal dari Waralaba luar

⁴³ *Ibid.*, halaman 24.

negeri wajib mendaftarkan Perjanjian Waralaba ke Direktorat Bina Usaha Perdagangan up.

- (3) Untuk mendapatkan STPW, Penerima Waralaba berasal dari Waralaba dalam negeri, Penerima Waralaba Lanjutan berasal dari Waralaba luar negeri, dan Penerima Waralaba Lanjutan berasal dari Waralaba dalam negeri wajib mendaftarkan Perjanjian Waralaba ke kantor dinas yang bertanggungjawab di bidang perdagangan Provinsi OKI Jakarta atau kabupaten/kota atau Kantor Pelayanan Terpadu Satu Pintu setempat di seluruh Indonesia dengan mengisi formulir sebagaimana tercantum dalam Lampiran III 82 Peraturan Menteri ini.⁴⁴
- (4) Melaksanakan seluruh instruksi yang diberikan oleh franchisor kepadanya guna melaksanakan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha Misalnya: system manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba;
- (5) Memberikan keleluasaan bagi pemberi waralaba untuk melakukan pengawasan maupun inspeksi berkala maupun secara tiba-tiba, guna memastikan bahwa franchisee telah melaksanakan Waralaba yang diberikan dengan baik:

⁴⁴ Dadang Sukandar, 2017, *Panduan Membuat Kontrak Bisnis*, Jakarta: Visi Media, halaman 224.

- (6) Memberikan laporan-laporan baik secara berkala maupun atas permintaan khusus dari franchisor;
- (7) Sampai batas tertentu membeli barang modal tertentu ataupun barang-barang tertentu lainnya dalam rangka pelaksanaan waralaba dari franchisor;
- (8) Menjaga kerahasiaan atas hak kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas
Misalnya: system manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba, baik selama maupun setelah berakhirnya masa pemberian waralaba;
- (9) Melaporkan segala pelanggaran hak atas kekayaan intelektual, penemuan ciri khas usaha, misalnya Misalnya: system manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba yang ditemukan dalam praktik;
- (10) Tidak memanfaatkan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha Misalnya: system manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba selain dengan tujuan untuk melaksanakan waralaba yang diberikan; 8. Melakukan pendaftaran waralaba;
- (11) Tidak melakukan kegiatan yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha yang mempergunakan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha Misalnya: system manajemen, cara penjualan

atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba;

- (12) Atas pengakhiran waralaba, tidak lagi melakukan kegiatan yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan mempergunakan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha,⁴⁵

Hak Penerima Waralaba (*franchise*), meliputi:

1. Memperoleh segala macam informasi yang berhubungan dengan hak atas kekayaan intelektual, penemuan ciri khas usaha Misalnya: system manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba, yang diperlukan olehnya untuk melaksanakan waralaba yang diberikan tersebut;
2. Memperoleh bantuan dari franchisor atas segala macam cara pemanfaatan dan/atau penggunaan hak atas kekayaan intelektual penemuan atau ciri khas usaha.⁴⁶

Adapun salah satu contoh pada Usaha Choco Latte Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Hak *Franchisee*
 - a. Untuk Pelanggan, Choco Latte menyediakan produk-produk minuman yang kualitasnya selalu ditingkatkan dengan pengembangan dan inovasi. Setiap

⁴⁵ Putus Samawati, *Op.Cit.*, halaman 25.

⁴⁶ *Ibid.*, halaman 26.

orang di dalam Choco Latte akan memberikan produk dan pelayanan terbaik dengan memperlakukan konsumen secara sopan, hormat, hangat, sabar, dan penuh pengertian (*honour, respect, warmth dan empathy*) dengan Prinsip Kerja – “*Customers are My BOSS!!!*”.

- b. Untuk Pemilik Modal (Mitra Investor) – Choco Latte mengembangkan program pengembangan jaringan outlet (Choco Latte Licensing) yang selalu berorientasi pada kemajuan dan keberhasilan Mitra Investor.
- c. Untuk Seluruh Anggota Tim Choco Latte – Saling membangun pemahaman yang benar mengenai hubungan antara pencapaian visi dan sasaran perusahaan dengan kesuksesan pribadi sehingga dapat terus menjaga hati, semangat, dan kebanggaan setiap anggota tim dalam proses mencapai visi dan sasaran perusahaan maupun pribadi.

2. Kewajiban

- a. Posisi kerja penerima hak waralaba (*franchise*) dalam Choco Latte adalah sebagai Tim Kerja Outlet.
- b. Penerima hak waralaba (*franchise*) memahami dan menerima alasan yang menjadi bagian dari tim Choco Latte, yaitu untuk bersama-sama dengan posisi kerja yang lain bekerja untuk membantu perusahaan mencapai visi/tujuan perusahaan, sehingga selalu siap menjalankan peran/tugas yang dibebankan kepadanya dengan sebaik-baiknya.
- c. Penerima hak waralaba (*franchise*) akan bekerja sesuai budaya kerja Choco Latte.

- d. Penerima hak waralaba (*franchise*) menerima dan melaksanakan segala syarat dan ketentuan yang tercantum dalam employee manual (pedoman ketenagakerjaan) yang ditetapkan perusahaan.
- e. Penerima hak waralaba (*franchise*) akan bekerja sesuai peraturan kerja outlet yang ditetapkan perusahaan.
- f. Penerima hak waralaba (*franchise*) akan melaksanakan Tugas Kerja (*Job Description*) dengan sebaik-baiknya dan penuh rasa tanggung jawab.
- g. Penerima hak waralaba (*franchise*) akan bekerja sesuai Standard Operating Procedure Choco Latte.
- h. Penerima hak waralaba (*franchise*) akan berusaha mencapai KPI's (*Key Performance Indicator*) yang menunjukkan keberhasilan dalam mengemban tugas-tugas yang menjadi tanggung jawabnya. Jika KPI's yang telah ditetapkan telah tercapai, akan meningkatkannya lagi agar menjadi lebih baik.
- i. Penerima hak waralaba (*franchise*) bersedia menerima setiap sanksi termasuk sanksi berupa PHK atas penilaian kinerja yang dilakukan perusahaan dan perusahaan tidak berkewajiban memberitahukan alasannya.⁴⁷

Hak dan kewajiban para pihak baik pemberi waralaba maupun penerima waralaba, klausula ini antara lain memuat mengenai hak dari pemberi waralaba untuk

⁴⁷ Alkautsar Raga Trenggono, Budi Ispriyarso. (2022). "Hak Dan Kewajiban Para Pihak Dalam Menjaga Rahasia Dagang Franchise ", Notarius, Vol. 15. No. 2, halaman 713-715.

menerima *fee* atau *royalty* dari penerima waralaba, kewajiban dari pemberi waralaba untuk memberikan pembinaan secara berkesinambungan kepada penerima waralaba. Selanjutnya adalah hak dari penerima waralaba untuk menggunakan hak kekayaan intelektual atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba, sedangkan kewajiban dari penerima waralaba antara lain berkewajiban menjaga kerahasiaan hak kekayaan intelektual atau ciri khas usaha dari pemberi waralaba.

Iktikad baik dapat diartikan pula sebagai equity/keberimbangan/keadilan. Pencantuman hak dan kewajiban para pihak dengan jelas dan cermat merupakan penerapan asas iktikad baik dalam praktis usaha waralaba.⁴⁸ Untuk membantu penerima waralaba menjalankan usahanya dengan baik, pemberi waralaba akan menawarkan bantuan pemasaran, promosi, dan bantuan teknis lainnya dalam kaitannya dengan pemberian izin dan kewajiban pemenuhan standar. Didasarkan pada perjanjian waralaba, pemberian waralaba memungkinkan penerima waralaba untuk menjalankan bisnis mereka sendiri dengan menggunakan merek dagang atau merek jasa pemberi waralaba dan menggunakan metode dan prosedur yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba.

Hal ini dilakukan sebagai semacam pelatihan wajib untuk mengajarkan penerima waralaba cara menangani produk atau layanan dengan benar. dengan demikian, pemberi waralaba adalah pemasok yang memberikan instruksi kepada operator atau penerima waralaba dalam hal ini untuk menggunakan simbol pedagang

⁴⁸ N.S. Subawa, N. W. Widhiasthini, 2019, *Binsis Waralaba Sebagai Konsep Kreatif Dan Ekonomi Digital Menyongsong Era Indonesia Emas*. Jakarta: Nila Cakra, halaman 43.

atau merek dagang dan mendistribusikan barang pemasok. Akibatnya, operator membayar sejumlah uang tertentu kepada pemasok.

Terdapat tiga jenis Waralaba yaitu sebagai berikut:

1. Waralaba Produk, yaitu penerima waralaba memproduksi barang di bawah bimbingan waralaba dan menjualnya atas nama pemberi waralaba.
2. Waralaba Distribusi, yaitu pemilik waralaba hanya menjual produk yang dimaksud di pasar dan memiliki nama atau simbol pemilik waralaba.
3. Waralaba Layanan, yaitu penerima waralaba menyediakan layanan seperti merek, simbol, dan terkadang merek dagang dari waralaba sebagaimana dijelaskan oleh waralaba.

Selain kategori yang disebutkan di atas, terdapat jenis waralaba lain yang telah dikembangkan, seperti:

1. Waralaba sosial, di mana individu yang dikategorikan sebagai penyandang cacat bekerja di bisnis yang memfasilitasi pelaksanaan tugas-tugas sederhana dengan mudah.
2. Waralaba Logistik untuk perusahaan ketiga adalah jenis bisnis yang berfokus pada pemberian bantuan kepada individu yang ingin bepergian melintasi batas negara. Karena meningkatnya permintaan orang untuk memindahkan barang-barang mereka sendiri, serta jumlah kendaraan transportasi yang lebih mahal dan harga tinggi yang ditentukan oleh jenis waralaba, bisnis ini sedang berkembang pesat.
3. Waralaba berbasis rumah adalah metode tambahan untuk menjalankan bisnis.

Jenis waralaba ini didasarkan pada penggunaan rumah lain. Bisnis berbasis waralaba memiliki biaya awal tertentu, tetapi juga dianggap sebagai salah satu cara terbaik bagi individu yang ingin memasuki dunia bisnis untuk menjalankan bisnis mereka sendiri. Sekalipun banyak rintangan yang menghalangi keberhasilan.

4. Waralaba Acara adalah jenis Waralaba lain yang ideal untuk melaksanakan acara publik di negara-negara yang secara geografis berbeda dari negara-negara Asal.⁴⁹

Pada bisnis waralaba dibutuhkan ada suatu perjanjian. Perjanjian waralaba adalah suatu bentuk perlindungan hukum dari pihak - pihak yang melakukan perbuatan yang dilarang atau merugikan salah satu pihak. Bila terjadi suatu pelanggaran dalam perjanjian waralaba, pihak yang merasa dirugikan bisa melakukan penuntutan kepada pihak yang melakukan pelanggaran dengan hukum yang berlaku saat ini. Perjanjian tersebut tidak hanya diperlukan untuk perjanjian waralaba berskala internasional, namun juga berlaku untuk bisnis waralaba berskala nasional.⁵⁰

Waralaba adalah partner dari pemilik merek yang sudah dikenal dan sistem yang teruji. Kendati demikian, risiko tetap ada, tergantung pada ketentuan kontrak dan kinerja bisnis. Semua aspek kerjasama antara kedua belah pihak diatur dalam kontrak waralaba, yang mencakup berbagai detail seperti durasi kerjasama, biaya yang dikeluarkan, kewajiban, dan hak masing-masing dari perguruan tinggi selama bekerja

⁴⁹ Ali Rahmad, Rahmi Zubaedah. (2022). “Tinjauan Perspektif Hukum Perdata Terhadap Perjanjian Waralaba di Indonesia”, *Jurnal Ilmu Hukum dan Humaniora*, Vol. 9. No. 1, halaman 515.

⁵⁰ Kenneth De Lara Lim, I Nyoman Putu Budiarta, Ni Made Puspasutari Ujianti. (2020). “Akibat Hukum Wanprestasi Dalam Perjanjian Waralaba (Franchise) Pempek Farina di Kota Denpasar”, *Jurnal Interpretasi Hukum*, Vol. 1. No. 1, halaman 61.

sama. Konsep ini memberikan kesempatan bagi sekelompok individu atau perusahaan A untuk memiliki bisnis dengan dukungan merek yang sudah wang dan terkenal. Pada umumnya, waralaba sendiri banyak dipraktekkan di industri makanan, ritel, layanan, dan berbagai sektor industri lainnya.

Model bisnis waralaba didasarkan pada beberapa aspek yang membentuk kerangka kerja untuk kerjasama antara pemegang merek. berikut adalah beberapa elemen utama dari model bisnis waralaba:

1. waralaba memberikan akses ke sistem operasional yang telah teruji dan berhasil dan dikembangkan oleh *franchisor*. Ini termasuk SOP, teknologi, dan metode bisnis.
2. *Franchisor* memberi pelatihan pada *franchisee* untuk memastikan bahwa mereka memahami operasi sesuai dengan standar ke merek tersebut. Pelatihan ini bisa berupa *operasi management, marketing*, dan aspek lainnya.
3. *franchisor* memberikan dukungan terus menerus kepada *franchisee*, termasuk bantuan pempletihan pemasaran, dukungan teknis, dan layanan pelanggan
4. *franchisee* memberi bayar biaya awal untuk dapat lisensi waralaba dan sering membayar royalti terus-menerus kepada *franchisor*, yang hingga biasanya adalah dalam bentuk persentase dari penjualan.

5. *franchisor* mempertahankan tingkat kontrol atas merek dan standard operasi untuk mempertahankan kekosistenan dan kualitas sama di seluruh jaringan waralaba mereka.⁵¹

Kepastian hukum dalam sistem waralaba di Indonesia merupakan aspek krusial yang mendukung perkembangan bisnis dan melindungi hak serta kewajiban para pihak yang terlibat. Melalui peraturan yang jelas, seperti Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019, waralaba diakui sebagai hak khusus yang memberikan izin kepada penerima waralaba untuk menggunakan merek dan sistem bisnis yang telah terbukti berhasil.

Adanya akta perjanjian yang dibuat di hadapan notaris, kepastian hukum semakin terjamin, karena akta autentik memiliki kekuatan pembuktian yang sempurna. Notaris, sebagai pejabat umum yang berwenang, berperan penting dalam merumuskan klausula perjanjian yang sesuai dengan ketentuan hukum, sehingga dapat mencegah sengketa di kemudian hari. Dengan demikian, kepastian hukum dalam waralaba tidak hanya memberikan perlindungan bagi pemberi dan penerima waralaba, tetapi juga berkontribusi pada *stabilitas* ekonomi dan pengembangan usaha kecil di Indonesia.⁵²

Selanjutnya sebagaimana dikemukakan bahwa asas *proporsional* harus dipahami sebagai sebagai bentuk “kesepakatan yang adil” artinya bahwa suatu bentuk perjanjian, terutama dalam perjanjian dalam waralaba harus mengandung nilai-

⁵¹ Adelina Murti Syafiina, Rusnandari Retno Cahyani. (2024). “Waralaba Franchiese di Indonesia “Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis dan Digital (JIMaKeBiDi)”, Vol.1 No.2, halaman 104 – 113.

⁵² A. Arthur, et.al, *Op.Cit.*, halaman 6-7.

nilai yang menunjukkan keadilan bagi kedua belah pihak. Selanjutnya dalam asas hukum memiliki fungsi sebagaimana dikemukakan oleh Smith, yaitu:

- a. Asas-asas hukum berfungsi untuk menjaga keterjalinan atas aturan-aturan hukum yang tersebar.
- b. Asas-asas hukum berfungsi sebagai dasar pemecahan atas masalah-masalah yang timbul dan baru.
- c. Asas-asas hukum berfungsi sebagai dasar pembentukan ajaran hukum baru yang dapat dijadikan dasar penyelesaian atas masalah yang baru.

Kemudian perjanjian itu sendiri harus merupakan suatu pernyataan bersama yang menimbulkan rasa keadilan bagi semua yang melakukan perjanjian. Dalam perjanjian waralaba walaupun Franchise terasa terbebani tetapi berdasarkan pasal 1320 KUHPerdara syarat sahnya perjanjian, yaitu:

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya maksudnya adalah bahwa para pihak yang melakukan perjanjian itu artinya para pihak harus sepakat terhadap apa-apa yang nanti diperjanjikan dalam suatu perjanjian
2. Cakap untuk membuat suatu perjanjian maksudnya adalah orang yang membuat suatu perjanjian harus cakap menurut hukum. Dalam Pasal 1330 KUHPerdara disebut artinya orang tersebut dewasa dan tidak berada dibawah suatu pengampuan.

3. Mengenai suatu hal tertentu, artinya apa yang diperjanjikan hak-hak dan kewajiban kedua belah pihak jika timbul suatu perselisihan. Barang yang dimaksud dalam perjanjian paling sedikit harus ditentukan jenisnya
4. Suatu sebab yang halal maksudnya untuk tujuan dari perjanjian itu sendiri. Sebab yang tidak halal adalah berlawanan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum.

Pasal 1335 KUHPerdato menyatakan bahwa suatu perjanjian tanpa sebab atau yang telah dibuat karena suatu sebab yang palsu atau terlarang, tidak mempunyai kekuatan. Selanjutnya, maka asas poporsionalitas merupakan asas yang melandasi pertukaran hak dan kewajiban para pihak sesuai proporsi atau bagiannya. Jadi pada prinsipnya asas proporsionalitas lebih menekankan kepada kelayakan dan kepatutan dari suatu kontrak yang baik bagi kedua pihak. Perjanjian yang ditandatangani harus dilaksanakan oleh para pihak dengan sebaik-baiknya karena perjanjian itu merupakan kesepakatan sendiri para pihak yang diatur dalam pasal 1338 KUH Perdata.⁵³

Perjanjian waralaba juga tidak terlepas dari dasar hukum perdata di Indonesia.⁵⁴ Seperti asas kebebasan berkontrak yang terdapat dalam Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata yang menerangkan bahwa semua perjanjian dan kontrak yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak di dalamnya. Pasal-pasal atau klausula

⁵³ Lilawati Ginting, Diana Mora Jambak, dan Nabilla Zaskia Putri. (2022). “Perlindungan Hukum Konsumen Atas Pembatalan Tiket Pesawat”, Jurnal Multidisiplin Ilmu, Vol. 1, No. 4, halaman 523.

⁵⁴ Dwi Atmoko. (2022). “Penerapan Asas Proporsionalitas Dalam Perjanjian Waralaba (Franchise) Pada Suatu Hubungan Kontrak Bisnis”, Jurnal Hukum Sasana, Vol. 8. No. 1, halaman 158-160.

yang terdapat di dalam perjanjian waralaba yang menjadi kesepakatan antara para pihak bersifat mengikat dan tidak dapat dibatalkan kecuali dengan kesepakatan antara para pihak atau perihal lain yang diterangkan oleh undang-undang. Perjanjian yang dibuat dengan nama khusus atau biasa disebut nominaat merupakan perjanjian yang diatur dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata, seperti jual beli, perjanjian sewa, pinjam meminjam, dan tukar menukar. Lalu terdapat juga perjanjian di luar KUHPerdata yang waralaba yang bertujuan memiliki identitas yang sama dengan perusahaan yang dibeli oleh mitra usaha.⁵⁵

Pelaksanaan waralaba berpijak dari pasal 1338 KUHPerdata berkenaan dengan kebebasan berkontrak dan sejak tanggal 18 juni 1997 diberlakukan PP No.16 tahun 1997 tentang waralaba sebagai landasan franchising di Indonesia dan kemudian diperbaharui dengan dikeluarkannya PP No.42 tahun 2007 tentang waralaba, dan Permendag 71 tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba, serta Peraturan Menteri Perdagangan (permendag) No.31/MDAG/PER/8/2008 tentang penyelenggaraan waralaba. Apalagi hukum kontrak di Indonesia menganut suatu “Sistem terbuka” (*open system*) yang memberikan kebebasan bagi setiap orang membuat kontrak terutama menyangkut materinya.

Kepastian hukum dalam perjanjian waralaba memainkan peran krusial dalam menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara *franchisor* dan *franchisee*. Dengan adanya kepastian hukum, kedua belah pihak dapat dengan jelas memahami hak

⁵⁵ Herlambang. R. Wicaksana, et.al, 2022, *Peraktik Hukum Waralaba Di Indonesia*, Surakarta: UNISRI Press, halaman 4-5.

dan kewajiban masing-masing. Misalnya, *franchisee* dapat mengetahui dengan pasti kapan mereka berhak menerima dukungan dari *franchisor*, seperti pelatihan, pemasaran, dan bantuan operasional.

Di sisi lain, *franchisor* juga memiliki kepastian mengenai royalti yang harus diterima, sehingga mereka dapat merencanakan keuangan dan strategi bisnis dengan lebih baik. Kepastian ini tidak hanya mengurangi risiko sengketa di masa depan, tetapi juga membangun kepercayaan antara kedua pihak, yang pada akhirnya berkontribusi pada keberhasilan dan pertumbuhan jaringan waralaba secara keseluruhan.⁵⁶

Kepastian hukum dalam perjanjian waralaba memiliki peranan yang sangat penting dalam perspektif hukum perdata, karena perjanjian ini berfungsi sebagai kontrak yang mengatur hubungan antara *franchisor* dan *franchisee*. Dalam konteks ini, kepastian hukum memastikan bahwa setiap ketentuan yang disepakati oleh kedua belah pihak memiliki kekuatan hukum yang mengikat. Hal ini mencakup penjelasan yang jelas mengenai hak dan kewajiban masing-masing pihak, seperti dukungan yang akan diberikan oleh *franchisor*, termasuk pelatihan dan pemasaran, serta kewajiban *franchisee* dalam membayar royalti dan mengikuti standar operasional yang ditetapkan.

Adanya kepastian hukum, kedua pihak dapat menjalankan bisnis mereka dengan lebih percaya diri, mengetahui bahwa hak-hak mereka dilindungi dan bahwa

⁵⁶ Stephanie Patricia Prasetyo, Urbanisasi, (2023). “Aspek Perlindungan Hukum Bagi Penerima Waralaba (Franchisee) Dikaitkan Dengan Perjanjian Waralaba”. Jurnal Multidisiplin Indonesia. Vol.2. No.2. halaman 1069.

ada mekanisme penyelesaian sengketa yang dapat diandalkan jika terjadi perselisihan. Selain itu, kepastian hukum juga berkontribusi pada stabilitas dan keberlanjutan hubungan bisnis, yang sangat penting dalam model waralaba yang bergantung pada reputasi dan kepercayaan antara *franchisor* dan *franchisee*.

Hak dan kewajiban para pihak baik pemberi waralaba maupun penerima waralaba, klausula ini antara lain memuat mengenai hak dari pemberi waralaba untuk menerima fee atau royalty dari penerima waralaba, kewajiban dari pemberi waralaba untuk memberikan pembinaan secara berkesinambungan kepada penerima waralaba. Selanjutnya adalah hak dari penerima waralaba untuk menggunakan hak kekayaan intelektual atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba, sedangkan kewajiban dari penerima waralaba antara lain berkewajiban menjaga kerahasiaan hak kekayaan intelektual atau ciri khas usaha dari pemberi waralaba.⁵⁷

B. Kaitan Rahasia Dagang Dengan Perjanjian Waralaba

Rahasia dagang merupakan aset yang berharga dalam suatu Perusahaan sehingga harus dijaga sifat kerahasiaanya dan mendapatkan perlindungan. Apabila Rahasia dagang terungkap pada pihak lain diluar perjanjian maka dapat menimbulkan kerugian bagi penemu rahasia dagang tersebut. Untuk meminimalisir kerugian yang akan terjadi, rahasia dagang dilindungi dengan Undang-undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang rahasia dagang. Pasal 1 angka 1 Undang-undang Rahasia Dagang memberikan definisi rahasia dagang sebagai berikut: “Rahasia Dagang adalah informasi yang tidak

⁵⁷ N.S. Subawa, N. W. Widhiasthini, *Op.Cit.*, halaman 51.

diketahui oleh umum di bidang teknologi dan/atau bisnis, mempunyai nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga kerahasiaannya oleh pemilik Rahasia Dagang “.⁵⁸

Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang Indonesia menegaskan bahwa yang menjadi objek perlindungan Rahasia Dagang adalah informasi yang bersifat rahasia yang meliputi metode produksi, metode pengolahan, metode penjualan, atau informasi lain dibidang teknologi dan/atau bisnis yang memiliki nilai ekonomi dan tidak diketahui oleh masyarakat umum. Pengaturan mengenai Rahasia Dagang di Indonesia tidak hanya diatur dalam Undang-Undang Rahasia dagang, namun juga terdapat pada Pasal 23 UU Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yaitu Pelaku usaha dilarang bersekongkol dengan pihak lain untuk mendapatkan informasi kegiatan usaha pesaingnya yang diklasifikasikan sebagai rahasia perusahaan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.

Waralaba merupakan suatu kesepakatan bisnis dimana sebuah perusahaan (*franchisor*) atau pewaralaba memberi hak pada pihak independen (*franchisee*) untuk menjual produk atau jasa perusahaan tersebut dengan peraturan yang ditetapkan oleh *franchisor*. *Franchisee* menggunakan nama, goodwill, produk dan jasa, prosedur pemasaran, keahlian, sistem prosedur operasional, dan fasilitas penunjang dari perusahaan *franchisor*. Sebagai imbalannya terwaralaba membayar royalti (biaya

⁵⁸ Velliana Tanaya, et.al, *Op.Cit.*, halaman 240.

pelayanan manajemen) pada perusahaan pewaralaba seperti yang diatur dalam perjanjian waralaba.

Pengertian tersebut menunjukkan bahwa konsep bisnis waralaba melibatkan dua pihak utama yaitu pewaralaba dan terwaralaba sebagai mitra yang menjalankan bisnis untuk mendistribusikan produk kepada konsumen. Aktivitas bisnis yang pelaksanaannya melibatkan para pihak perlu diikat dengan adanya perjanjian yang mengikat untuk menghindari konflik antar pihak yang tidak diinginkan. Perjanjian bisnis yang memiliki kekuatan hukum ini perlu disiapkan agar pihak-pihak yang terlibat di dalamnya merasakan kenyamanan dalam menjalankan usaha.⁵⁹

Berikut adalah penjabaran unsur Pasal 23 Undang-Undang Nomor. 5 Tahun 1999 mengatur larangan pelaku usaha bersekongkol antara lain:

- a. Pelaku usaha
- b. Bersekongkol
- c. Pihak lain
- d. Informasi
- e. Kegiatan usaha pesaing
- f. Rahasia perusahaan
- g. Persaingan usaha tidak sehat.

Penerapan perlindungan hukum bagi rahasia dagang berdasarkan Undang-Undang Nomor 30 tahun 2000 Rahasia Dagang memiliki peran sentral dalam domain

⁵⁹ Moh. Erfan Arif, et.al, *Op.Cit.*, halaman 21.

Hak Kekayaan Intelektual. Seperti Hak Cipta, Merek, dan Desain Industri, Rahasia Dagang juga memiliki tingkat penting yang sama. Dalam konteks persaingan bisnis global, penting untuk memberikan perlindungan yang tepat terhadap Rahasia Dagang untuk mempromosikan lingkungan bisnis yang sehat dan dinamis. Dan memiliki Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang lebih dikenal dengan istilah *corporate Sosial Responsibility (CSR)* Merupakan *counter action* yang muncul dalam perkembangan dunia bisnis yang sesungguhnya dan memiliki peran yang sangat dominan dalam peningkatan kehidupan manusia secara internal, maupun di luar diri manusia itu sendiri.⁶⁰

Perlindungan Rahasia Dagang yang diberikan oleh Negara pada hakikatnya bersumber pada hubungan keperdataan antara pemilik rahasia dagang dan pemegang rahasia dagang atau penerima lebih lanjut hak rahasia dagang dalam bentuk lisensi rahasia dagang dengan pihak ketiga yang tidak berhak untuk melakukan tindakan-tindakan (hukum) yang secara komersial memanfaatkan rahasia dagang tersebut, termasuk yang melakukan pemberian informasi rahasia dagang secara tidak benar, dan yang memperolehnya secara berlawanan dengan hukum.

Hubungan keperdataan tersebut pada dasarnya memiliki ketentuan khusus yang mengatur secara eksklusif, baik yang bersumber dari perjanjian, peraturan perundang-undangan, ketertiban umum, kesusilaan maupun kebiasaan dan kepatutan hukum yang berlaku dalam suatu masyarakat pada kurun waktu tertentu. Jadi sebenarnya sifat

⁶⁰ Tengku Erwinsyahbana. (2019). “Problematic Penerapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Di Indonesia”, Artikel Researchgate, halaman 1.

kerahasiaan dari informasi yang terkandung dalam (hak), rahasia dagang adalah sesuatu yang berada di luar ketentuan yang sudah ada. Rahasia dagang diatur secara khusus pertama kali melalui Undang-undang Nomor 30 tahun 2000 dimana sebelumnya diatur secara umum dalam ketentuan-ketentuan perlindungan hukum terkait segala bentuk praktek persaingan usaha tidak sehat dalam Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, selanjutnya disingkat “KUHPerdata”, dan Pasal 382 bis Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, selanjutnya disingkat “KUHP”.⁶¹ Pengaturan secara umum tersebut kemudian menjadi masalah setelah rahasia dagang dikemas sebagai produk kekayaan intelektual.

Hal ini berarti konsep *unfair competition* sebagai hukum yang bersifat umum dipersempit atau difokuskan kepada hukum yang melindungi adanya praktek curang bermotif komersial. Oleh karena itu secara umum dapat dikatakan bahwa Undang-undang Nomor 30 tahun 2000 juga melengkapi Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Rahasia dagang meliputi dua aspek, pertama yaitu aspek teknologi termasuk di dalamnya antara lain produk model, perangkat lunak komputer, formula produk berkualitas, dan proses produksi. Kedua ialah aspek tata niaga meliputi kuat memajukan perusahaan/perdagangan, manajemen perusahaan prospek produksi, produksi dan pemasarannya,

⁶¹ Syarifa Mahila. (2022). “Perlindungan Rahasia Dagang dalam Hubungannya dengan Perjanjian Kerja”, Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, Vol. 10. No. 3, halaman. 17.

serta komputerisasi data prospek perusahaan.⁶² Menurut sudut pandang hukum, pemilik rahasi 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. Rahasia Dagang memiliki sifat tidak mutlak, yang artinya kerahasiannya dapat diketahui oleh pihak-pihak lain dengan digunakan suatu izin melalui perjanjian.⁶³

Pasal 2 Undang-Undang Rahasia Dagang Nomor 30 Tahun 2000 memberikan lingkup perlindungan yaitu meliputi metode produksi, metode pengolahan, metode penjualan, atau informasi lain di bidang teknologi dan bisnis yang memiliki nilai ekonomi dan tidak diketahui oleh masyarakat umum. Suatu Rahasia Dagang akan mendapatkan perlindungan apabila informasi tersebut sejatinya bersifat rahasia, mempunyai nilai ekonomi, dan di jaga kerahasiannya melalui Upaya-upaya sebagaimana mestinya. Bersifat rahasia, maksudnya bahwa informasi tersebut hanya diketahui oleh pihak tertentu atau tidak diketahui secara umum oleh masyarakat. Mempunyai nilai ekonomi, maksudnya bahwa sifat kerahasian informasi tersebut dapat digunakan untuk menjalankan kegiatan usaha yang bersifat komerdial atau dapat meningkatkan keuntungan secara ekonomi.⁶⁴

⁶² Suwardi. (2024). “Perlindungan Hukum Terhadap Usaha Waralaba Terkait Rahasia Dagang Pada Perjanjian dibuat Sesuai UU No. 30 Tahun 2000”, Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Hukum, Vol 3. No 5. halaman 468-469.

⁶³ Carolina Claudia, Arfi Noldy, Mohede Kathllen C. Pontoh. (2021). “Perlindungan Terhadap Kepemilikan Rahasia Dagang Menurut Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang”, jurnal: Lex Privatum Vol. 9, halaman 70.

⁶⁴ *Ibid.*, halaman 71.

Rahasia dagang merupakan pengetahuan yang dimiliki oleh franchisor yang diberikan kepada *franchisee* akibat di tandatanganinya perjanjian waralaba diantara mereka. Rahasia dagang dapat berupa prosedur operasi, resep atau pun daftar pelanggan dan pemasok. Sebuah Rahasia dagang tidak ada batas waktu Perlindungan Selama Pemiliknya menjaga rahasia dagangnya dari akses *public*, selama itu pula rahasia dagangnya terlindungi. Rahasia Dagang tidak menysaratkan pendaftaran di intitusi pemerintah tertentu sehingga perlindungan hukum dapat diperoleh segera.

Untuk dapat memperoleh perlindungan sebagai Rahasia Dagang, beberapa standar atau persyaratan umum yang harus dipenuhi di antaranya adalah:

1. Informasi tersebut harus merupakan informasi yang dirahasiakan tidak dapat diakses oleh pihak lain selain pemiliknya atau pihak-pihak tertentu yang diberi izin oleh pemiliknya.
2. Informasi rahasia tersebut memiliki nilai komersial;
3. Ada Upaya-upaya dari pemiliknya untuk menjaga kerahasiaan misalnya dengan membuat perjanjian kerahasiaan dengan pihak-pihak yang diberi akses kepada informasi rahasia tersebut.⁶⁵

Kemudian, Undang-undang Rahasia Dagang pun serupa kondisinya. Dimana secara spesifik belum ada penentuan keharusan atas dicantumkannya klausul penjaminan keamanan rahasia dagang dalam perjanjian tertentu yang memang berpeluang menyebabkan kebocoran informasi rahasia dagang seperti perjanjian

⁶⁵ Indira Swasti Gama Bhakti. (2017). "Rahasia Dagang Usaha Franchise Di Bidang kuliner "Jurnal; Untidar, Vol.1. No.1, halaman 17.

waralaba. Akan tetapi, beberapa pasal dalam undang-undang Rahasia Dagang dapat dijadikan dasar sebagai perlindungan rahasia dagang secara umum termasuk pada perjanjian waralaba. Beberapa pasal itu adalah Pasal 4, Pasal 7, Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13, dan pasal 17.⁶⁶

Berikut akan lebih dielaborasi mengenai pasal-pasal Undang-undang Rahasia Dagang yang sudah disebutkan di atas dengan perlindungan rahasia dagang dalam perjanjian waralaba.

1. Pasal 4 Undang-undang rahasia dagang. Dalam Pasal ini diatur bahwa Pemilik rahasia dagang memiliki hak untuk menggunakan rahasia dagangnya sendiri atau memberikan hak kepada pihak lain juga menggunakan lisensi dan untuk kepentingan keomersial. Artinya, Pasal ini bisa menjadi suatu payung hukum untuk pemberi waralaba bahwa dalam hal dilaksanakannya perjanjian waralaba diharuskan adanya lisensi yang akan diberikan kepada penerima waralaba untuk menggunakan rahasia dagang miliknya. Lisensi disini sebagai bukti yang sah bahwa penerima waralaba bisa memulai bisnis waralaba nya dan menggunakan rahasia dagang milik pemberi waralaba.
2. Pasal 7 Undang-undang Rahasia Dagang dalam Pasal ini dikatakan bahwa hematnya pemilik rahasia dagang masih dapat memberikan hak menggunakan rahasia dagang miliknya kepada pihak lain meskipun sudah melakukan perjanjian

⁶⁶ Elsa Benia. (2022). “Analisis Perlindungan Hukum Rahasia Dagang pada Perjanjian Waralaba berdasarkan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang”, Jurnal: Padjadjaran Law Review, Vol 10. No 2, halaman 8.

lisensi. Tentunya, hal ini bisa diperjanjikan lain oleh para pihak. Artinya, pemberi waralaba masih dimungkinkan untuk memberi lisensi kepada pihak ketiga walaupun dirinya sudah terlebih dahulu melakukan perjanjian bersama penerima waralaba.

3. Pasal 11, 12, dan 17 Undang-undang Rahasia dagang. Dalam ketiga pasal ini hematnya dijelaskan mengenai bagaiman Upaya hukum yang dapat dilakukan jika terdapat pelanggaran rahasia dagang. Hematnya dalam pelanggaran terhadap rahasia dagang bisa dilakukan dengan menggunakan Upaya hukum pidana, perdata, maupun melalui arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa lainnya. Secara umum, dalam perjanjian waralaba para pihak sudah menentukan sendiri Lembaga penyelesaian sengketa yang akan digunakan apabila diantara para pihak tersebut terdapat sengketa. Pasal penyelesaian sengketa antara para pihak ini berlaku untuk kondisi apapun salah satunya jika terdapat perbuatan yang membahayakan keamanan rahasia dagang, Dimana perbuatan itu dilakukan oleh masing-masing pihak yang memiliki kewajiban untuk menjaganya.
4. Pasal 13 Undang-undang Rahasia Dagang. Pada pasal ini diatur bahwa pelanggaran rahasia dagang juga terjadi apabila seseorang dengan sengaja mengungkapkan rahasia dagang mengingkari kesepakatan atau mengingkari kewajiban tertulis atau tidak tertulis untuk menjaga rahasia dagang yang bersangkutan. Artinya, apabila dalam perjanjian waralaba terdapat pihak yang melakukan perbuatan terkait, maka

perbuatan itu harus dapat digugat sebagai salah satu Tindakan pelanggaran atas rahasia dagang.⁶⁷

Pelanggaran terhadap Rahasia Dagang berupa Wanprestasi dalam Perjanjian Waralaba *Franchise*. Wanprestasi secara umum ialah tidak melaksanakan kewajiban atau prestasi sebagaimana telah diatur atau yang diberikan dalam suatu perjanjian atau kontrak oleh para pihak yang dicantumkan pada perjanjian atau kontrak yang telah dibuat dan disetujui bersama.⁶⁸ Dalam perjanjian waralaba terjadinya wanprestasi tersebut yakni dalam hal pelanggaran hak rahasia dagang berupa dengan sengaja dibocorkannya hal khusus atau informasi khusus yang seharusnya dijaga kerahasiaannya oleh pihak yang berhak tahu akan hal tersebut, tidak menepati atau ingkar terhadap kesepakatan bersama, kewajiban tertulis diingkari pula, memperoleh atau memiliki secara berlawanan aturan hukum suatu rahasia dagang.

Undang-Undang Rahasia Dagang yang menyatakan “*franchisee*, pekerja atau karyawan di perusahaan pemegang informasi khusus” dikategorikan sebagai pihak yang kerap mampu mewujudkan pelanggaran terhadap sifat kerahasiaan rahasia dagang. Pasal 13 Undang-undang Rahasia Dagang menyatakan pula bahwa “pelanggaran terhadap rahasia dagang juga terjadi apabila seseorang dengan sengaja mengungkapkan rahasia dagang, mengingkari kesepakatan, atau mengingkari kewajiban tertulis atau tidak tertulis untuk menjaga rahasia dagang bersangkutan.”

⁶⁷ *Ibid.*, halaman 9.

⁶⁸ Efendi, J. Widodo, et.al, 2016, *Kamus Istilah Hukum Populer*, Jakarta: Prenada Media Group, halaman 20-21.

Dilanjutkan pada Pasal 14 Undang-Undang Rahasia Dagang menegaskan bahwa “seseorang dianggap melanggar rahasia dagang pihak lain apabila ia memperoleh atau menguasai rahasia dagang tersebut dengan cara yang bertentangan dengan Peraturan Perundangundangan.

Misalnya; meminta, membujuk, menyogok, atau melakukan penekanan atau pengancaman terhadap salah seorang karyawan pebisnis kompetitor agar mau memberikan dengan kata lain membocorkan informasi aset perusahaannya atau dalam realita persaingan biasanya karyawan yang mengalami hal tersebut akan diberi uang tutup mulut.

Larangan dimana pihak lain atau pihak ketiga dari penerima tidak berhak melakukan tindakan melanggar ketentuan hukum terutama pemanfaatan rahasia dagang yang bersifat komersial pribadi. Secara spesifik (*eksklusif*) pada dasarnya hubungan keperdataan ditimbulkan atas terbitnya Peraturan Perundang-undangan, perjanjian atau kontrak, norma dalam ketertiban umum masyarakat awam hingga kepututan hukum yang berkembang secara dinamis. Kemudian sebagaimana kita ketahui negara juga masih memberikan kemungkinan lain berdasar atas Undang-undang Rahasia Dagang yang telah diciptakan, dimana ada pasal yang mengatur sanksi pidana sebagai jalan penyelesaian perkara wanprestasi terhadap persetujuan dalam rahasia dagang melalui instrumen hukum pidana.⁶⁹

⁶⁹ Ni Wayan Karina, Putu Devi Yustisia Utami. (2022). “Proteksi Serta Akibat Hukum Pembocoran Rahasia Dagang Kepada Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba (*franchise*)”, *Journal Ilmu Hukum*: Vol.10 No. 7, halaman 1517-1518.

Seorang pemilik atau pemberi rahasia dagang (*franchisor*) sudah sepatutnya memberikan penjelasan secara global menyeluruh mengenai informasi rahasia dagang. Dalam hal tersebut berkaitan dengan isi Pasal 3 Undang-undang Rahasia Dagang yaitu, informasi rahasia dagang yang telah dijelaskan secara menyeluruh serta memiliki nilai ekonomi dan mendatangkan keuntungan komersial tidak diperbolehkan untuk dibocorkan maupun sekadar diketahui oleh orang lain yang tidak ada keterkaitan dalam perjanjian serta diperlukannya dana untuk pembiayaan dalam rangka menjaga kerahasiaan informasi tersebut. Sehubungan dengan ketentuan yang ditetapkan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang tercantum dalam Pasal 1365 serta Pasal 1865 yang menyatakan bahwa bagi seseorang yang terbukti telah melakukan suatu pelanggaran hingga menimbulkan kerugian tertentu bagi pihak lain maka si penyebab kerugian ini senantiasa harus memberikan ganti kerugian bagi orang yang telah membuktikan dalilnya bahwa ia telah dirugikan.

Menyelisik ke dalam Doktrin Hukum Perdata Lingkup Internasional maka kita akan menemukan doktrin yang erat kaitannya dengan pasal KUHPerdata tersebut, yakni Doktrin *Unjust Enrichment*, menyatakan bahwa “suatu perbuatan yang dilakukan tidak untuk menguntungkan atau memperkaya dirinya sendiri dengan menghalalkan suatu tindakan yang tidak adil sebagai *Unjust Enrichment*”.⁷⁰

⁷⁰ Nurhayati, Elly. (2020). “Akibat Hukum Terhadap Pelanggaran Rahasia Dagang pada Industri Pangan”, Jurnal Analisis Hukum, Vol 3. No. 1, halaman 14-16.

C. Perlindungan Hukum Rahasia Dagang Bagi Pemegang Rahasia Dagang

Dalam Perjanjian Waralaba Dalam Perspektif Hukum Perdata

Berfokus pada rahasia dagang, sejak dahulu di berbagai belahan dunia rahasia dagang ini umumnya dilindungi dengan *law of confidence*. Maksud dari *law of Confidence* sendiri adalah suatu hukum kepercayaan yang nantinya dapat menimbulkan sebuah kewajiban kepercayaan (*obligation of confidence*) melalui kontrak, baik kontrak kerja, perjanjian kerahasiaan, perjanjian penelitian, dll. Kemudian, akibat dari semakin tingginya intensitas perdagangan dunia yang secara tidak langsung berkaitan pula terhadap perlindungan kekayaan intelektual. Maka *World Trade Organization I* (WTO) melalui *Trade Related Aspect of Intellectual Property Rights* (TRIPs) mengatur terkait perlindungan rezim-rezim kekayaan intelektual tak terkecuali rezim rahasia dagang. Dikarenakan rezim tentang rahasia dagang merupakan bagian dari hak industri maka keberadaannya akan berkaitan dengan sector perdagangan. Karena ketika suatu metode atau informasi bisnis mengandung nilai ekonomi maka hal tersebut dapat berpeluang menghasilkan keuntungan secara finansial kepada pihak yang memiliki metode atau informasi tersebut.⁷¹

Indonesia mengenal istilah rahasia dagang dengan istilah *trade secret* atau informasi yang dirahasiakan *undisclosed information*, atau informasi yang tidak diketahui. Rahasia dagang adalah informasi yang mempunyai nilai ekonomi tersendiri

⁷¹ Elsa Benia, (2022). “Analisis Perlindungan Hukum Rahasia Dagang pada Perjanjian Waralaba berdasarkan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang”, Padjadjaran Law Review, Volume 10, Nomor 2, halaman 2.

baik aktual maupun potensial karena umumnya tidak diketahui orang lain, berharga bagi orang lain yang tidak dapat memperoleh informasi secara sah, dan dijaga sebagai rahasia melalui upaya wajar yang dilakukan oleh pemilik rahasia dagang.⁷²

Setelah dibahas secara intensif. Undang-Undang Nomor. 30 tahun 2000 menggunakan istilah "rahasia dagang" merupakan pengertian dari "*undisclosed information*". Waktu itu terdapat beberapa pilihan nama, yaitu "*undisclosed information*" (informasi yang dirahasiakan), "*trade secret*" (rahasia dagang), atau "*unfair competition*" (anti persaingan curang). Namun akhirnya pemerintah lebih memilih istilah "*trade secret*", karena lebih mendekati ketimbang istilah lainnya. Apalagi perlindungan hukum yang diberikan atas "informasi yang di rahasiakan" itu tidak jauh berbeda dengan perlindungan hukum yang diberikan terhadap "rahasia dagang". Batasan rahasia dagang dirumuskan dalam pasal 1 angka 1 Undang-Undang 30 tahun berguna dalam 2000 yang bunyinya sebagai berikut:

Rahasia dagang adalah informasi yang tidak diketahui oleh umum di bidang teknologi dan bisnis, mempunyai nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga kerahasiaannya oleh pemilik rahasia dagang. Intinya dalam rahasia dagang itu adalah informasi di bidang teknologi dan bisnis yang harus dijaga kerahasiaannya, dikarenakan informasi tersebut mempunyai nilai ekonomis yang berguna bagi kegiatan

⁷² Katya Benalda, Muhamad Amirulloh. (2024). "Penguatan Regulasi Rahasia Dagang Melalui Ketentuan Mengenai Perlindungan Informasi Rahasia Dalam Perjanjian Lisensi Rahasia Dagang Berdasarkan Penerapan Asas Kepastian Hukum, Teori Prospek Dan Teori Resiko", Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan, Vol. 7. No. 2, halaman 151.

usaha dari pemilik rahasia dagang tersebut. Rumusan rahasia dagang tersebut mengadopsi *Article 39* ayat (2) Persetujuan *TRIPs* yang menyatakan sebagai berikut:

Menurut *Article 39* ayat (2) persetujuan *TRIPs* bahwa perorangan atau badan hukum mempunyai hak atas perlindungan informasi dirahasiakan yang melekat pada dirinya, untuk tidak diungkapkan oleh mereka kepada pihak lain, Penguasaan atau penggunaan informasi yang dirahasiakan tanpa persetujuan oleh pihak lain atas informasi yang dimilikinya secara bertentangan dengan praktik-praktik perdagangan yang jujur, sepanjang informasi yang bersangkutan:

- a. Secara keseluruhan, atau dalam konfigurasi dan gabungan yang utuh dari beberapa komponennya, bersifat rahasia dalam pengertian bahwa hal tersebut tidak secara umum diketahui atau terbuka untuk diketahui oleh pihak-pihak yang dalam kegiatan sehari-harinya bias menggunakan informasi serupa itu;
- b. Memiliki nilai ekonomis (komersial) karena kerahasiannya. Dan
- c. Dengan pihak yang secara hukum menguasai informasi yang dirahasiakan tersebut.⁷³

Perlindungan hukum diberikan sebagai bagian penghargaan oleh masyarakat atas segala jerih payah dari yang bersangkutan berupa kreativitas dalam melahirkan hal-hal baru, yang dapat digunakan untuk meningkatkan usahanya dalam mencapai kesejahteraan umat manusia dan juga menghindarkan kemungkinan dicuri oleh pihak lain, karena hal-hal itu lahir dari hasil jerih payah yang dilakukannya dilindungi secara

⁷³ Rachmadi Usman, 2021, *Dasar-dasar Hukum Kekayaan Intelektual*, Jakarta: Kencana, halaman 480-481.

memadai. Bila tidak diberikan perlindungan ini, maka berdampak hilangnya motivasi untuk melakukan inovasi dan kreativitas dan akan mendorong lahirnya persaingan secara tidak sehat dalam masyarakat.

Dalam penjelasan pasal 1 peraturan pemerintah nomor 16 Tahun 1997 yang sebenarnya dimaksud dengan ciri khas usaha, yaitu identik dengan salah satu bentuk dari rahasia dagang karena yang dinamakan system manajemen, baik cara penjualan atau penataan maupun cara distribusi, dapat saja digolongkan di dalam metode bisnis, yang merupakan bagian dari bentuk informasi yang dilindungi oleh rahasia dagang.

Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang, Akan tetapi untuk memberikan perlindungan hukum terhadap rahasia dagang harus ada perjanjian tertulis yang mengikat para pihak, atau bahkan jika perlu dibuat dua bentuk perjanjian satu perjanjian kerja dan satunya perjanjian rahasia dagang, sehingga yang paling terpenting untuk melindungi rahasia dagang yang dimiliki oleh pengusaha adalah dengan membuat perjanjian yang berisi kesepakatan para pihak dan mengikat kedua belah pihak.⁷⁴

Waralaba merupakan suatu perikatan yang tunduk pada ketentuan umum mengenai perikatan yang diatur dalam KUHPerdota. Dasar hukum kontrak waralaba di Indonesia hingga kini belum diatur secara tegas meskipun demikian, terdapat beberapa pasal dalam KUHPerdota yang dapat dipengaruhi sebagai dasar dari

⁷⁴ Talitha Shabrina Faramukti. (2021). “Perlindungan Hukum Rahasia Dagang atas Informasi Bisnis Dalam Perjanjian Kerja di Kabupaten Sleman (Studi *café” ideology café”* di sleman)”, Journal of Intellectual Property, Vol. 4. No. 2, halaman 40-41.

adanya kontrak waralaba yaitu, Pasal 1320 KUHPdata. Pasal ini menghendaki terjadinya suatu kontrak yang sah, maka perlu dipenuhi empat persyaratan diantaranya; Kesempatan mereka yang mengikatkan diri; Kecakapan untuk membuat suatu perikatan; Suatu hal tertentu; dan Suatu sebab yang halal. Dalam persyaratan menurut ketentuan Pasal 1320 KUHPdata tersebut telah terpenuhi, kontrak yang dibuat itu berlaku sebagai undang-undang yang mengikat bagi mereka yang membuatnya.

Secara garis besar, pada umumnya perjanjian waralaba memuat sebagai berikut:

1. Hak yang diberikan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba. Hak yang diberikan meliputi antara lain penggunaan metode atau resep yang khusus, penggunaan merek dan atau nama dagang, jangka waktu hak tersebut dan perpanjangannya, serta wilayah kegiatan dan hak yang lain sehubungan dengan pembelian kebutuhan operasi bila ada.
2. Kewajiban dari penerima waralaba sebagai imbalan atas hak yang diterima dan kegiatan yang dilakukan oleh pemberi waralaba pada saat penerima waralaba memulai usaha, maupun selama menjadi anggota dari sistem waralaba.
3. Hal yang berkaitan dengan kasus penjualan hak penerima waralaba kepada pihak lain. Bila penerima waralaba tidak ingin meneruskan sendiri usaha tersebut dan ingin menjualnya kepada pihak lain, maka suatu tata cara perlu disepakati sebelumnya.

4. Hal yang berkaitan dengan pengakhiran perjanjian kerja sama dari masing-masing pihak.⁷⁵

Masalah perlindungan hukum bagi *franchisee* muncul karna adanya kekhawatiran pemilik waralaba atau *franchisor* akan mengakhiri perjanjian dan menolak untuk memperpanjang perjanjian dan kemudian mendistribusikan produk sendiri di wilayah *franchisee*. Perjanjian waralaba sebagai perjanjian lisensi diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 ditegaskan dalam Pasal 11 ayat (1) mewajibkan *Franchisee* (penerima waralaba) untuk mendaftarkan perjanjian waralaba tersebut. Perlindungan hukum bagi *franchisee* juga bisa melibatkan undang-undang dan peraturan yang mengatur praktik bisnis waralaba.

Beberapa yurisdiksi memiliki undang-undang khusus yang mengatur hubungan antara pemberi waralaba dan penerima waralaba. Misalnya, di Amerika Serikat, terdapat *Federal Trade Commission (FTC) Franchise Rule* yang memerlukan pemberi waralaba untuk memberikan informasi yang transparan kepada penerima waralaba. Di samping itu, *franchisee* juga dilindungi oleh hukum kontrak yang umumnya berlaku di Indonesia. Jika salah satu pihak melanggar ketentuan perjanjian waralaba, pihak yang merasa dirugikan dapat mengajukan gugatan hukum untuk mendapatkan pemulihan kerugian atau perlindungan hukum lainnya.

Di Indonesia mengenai penyelenggaraan waralaba diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan. Nomor 71 Tahun 2019. Penyelenggaraan waralaba didasarkan

⁷⁵ Eka Amanda Putri, (2020). "Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Usaha Waralaba (*Franchise*)". Tadulako Master Law Jurnal, Vol. 4. No. 2. halaman 179-180.

pada perjanjian waralaba yang dibuat antara para pihak yang mempunyai kedudukan hukum yang setara. Bisnis *franchise* menjadi salah satu cara yang efektif untuk menjawab tantangan di jaman modern saat ini karena tidak memerlukan investasi langsung malinkan melibatkan pihak lain untuk bekerjasama.

Dalam Peraturan Menteri Perdagangan tersebut dijelaskan pengertian Pemberi Waralaba (*Franchisor*), yaitu orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimilikinya kepada Penerima Waralaba. Sedangkan Penerima Waralaba (*Franchisee*) yaitu orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh Pemberi Waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimiliki Pemberi Waralaba. Penerima Waralaba dapat dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu Penerima Waralaba Utama dan Penerima Waralaba Lanjutan. Penerima Waralaba Utama membuat perjanjian Master *Franchise* dengan Pemberi Waralaba. Melalui suatu Master *Franchise Agreement*, Pemberi Waralaba memberikan wewenang kepada Penerima Waralaba Utama untuk membuat perjanjian dengan Penerimaan Waralaba Lanjutan.⁷⁶

Peraturan Pemerintah Nomor. 42 Tahun 2007 mengatur bahwa para pihak waralaba akan mendapatkan perlindungan hukum jika mereka melakukan Pendaftaran Waralaba. Pendaftaran waralaba dibagi menjadi 2 tahap, yaitu: Pendaftaran prospektus penawaran waralaba dan Pendaftaran perjanjian *franchise*. Prospektus penawaran

⁷⁶ Stephanie Patricia Prasetyo. (2023). “Aspek Perlindungan Hukum Bagi Penerima Waralaba (Franchisee) Dikaitkan Dengan Perjanjian Waralaba”, QISTINA: Jurnal Multidisiplin Indonesia, Vol. 2 No. 2, halaman 1068.

waralaba wajib diberitahukan oleh pihak *franchisor* kepada calon *franchisee* sebelum mendaftarkan prospektus penawaran waralaba. (Sutedi 2008) berpendapat bahwa franchisor harus menunjukkan prospek penawaran kepada calon penerima waralaba supaya calon *franchisee* sehingga calon franchisee dapat menilai kelayakan usaha bisnis yang akan diwaralabakan.

Perjajian waralaba dilakukan dalam bentuk tertulis. Hak-hak yang harus diterima oleh *franchisee* dari *franchisor* berdasarkan perjanjian waralaba meliputi (Hariyani n.d.): Nama merek, termasuk logo, peralatan, dll; Pengaturan tentang display pada outlet; Sistem dan manual operasional usaha (SOP) yang berisi secara spesifikasi instruksi pelaksanaan suatu bisnis, mulai asal persediaan bahan dasar, manajerial, training pegawai, anggaran, pemasaran serta iklan, hingga di riset perluasan usaha; dan Pengawasan (*monitoring*). Dalam konteks asas kebebasan berkontrak agar terhindar dari sengketa akibat hal-hal yang telah dikemukakan sebelumnya, para pihak yang menandatangani perjanjian harus saling terbuka sebagai pertimbangan bagi perjanjian yang akan dilangsungkan. Oleh karena itu aspek perjanjian/kontrak dibuat berdasarkan asas kebebasan berkontrak secara *objektif* yang menjadi suatu bentuk aliansi bisnis yang *kontributif strategik* dengan memperhatikan hak dan kewajiban para pihak, meskipun pada akhirnya akan muncul suatu sengketa yang tidak diinginkan.⁷⁷

⁷⁷ *Ibid.*, halaman 1069.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Kepastian hukum dalam perjanjian waralaba dalam perspektif hukum perdata didasarkan pada asas kebebasan berkontrak sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 KUHPerdata. Perjanjian waralaba harus memenuhi syarat sah perjanjian sebagaimana tercantum dalam Pasal 1320 KUHPerdata agar memiliki kekuatan hukum mengikat. Selain itu, peraturan khusus mengenai waralaba dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba juga memberikan kepastian hukum terkait hak dan kewajiban para pihak, sehingga mengurangi risiko sengketa dalam pelaksanaannya.
2. Rahasia dagang merupakan salah satu elemen utama dalam perjanjian waralaba karena mencakup informasi bisnis yang bersifat strategis, seperti metode operasional, resep, atau strategi pemasaran yang harus dijaga kerahasiaannya. Dalam perjanjian waralaba, pemilik waralaba (*franchisor*) biasanya mencantumkan klausul kerahasiaan (*non-disclosure agreement*) untuk memastikan bahwa penerima waralaba (*franchisee*) tidak menyalahgunakan informasi tersebut. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang, yang memberikan perlindungan hukum terhadap informasi rahasia yang memiliki nilai ekonomi.

3. Perlindungan hukum terhadap rahasia dagang dalam perjanjian waralaba dilakukan melalui perjanjian tertulis yang mengikat para pihak. Hukum perdata memberikan perlindungan melalui penerapan sanksi atas pelanggaran kontrak apabila terjadi pengungkapan atau penyalahgunaan rahasia dagang oleh pihak penerima waralaba. Selain itu, Undang-Undang Rahasia Dagang juga mengatur sanksi perdata dan pidana bagi pihak yang dengan sengaja mengungkapkan atau menggunakan rahasia dagang tanpa izin. Dengan demikian, sistem hukum perdata dan regulasi khusus mengenai rahasia dagang memberikan perlindungan bagi pemegang rahasia dagang dalam perjanjian waralaba.

B. Saran

1. Hukum Perdata Perjanjian Waralaba dan Kepastian Hukum Bagi Pihak Para pihak yang terkait dalam perjanjian waralaba sebaiknya dapat memahami dan menerapkan prinsip hukum perdata terutama terkait syarat sah perjanjian dan asas kebebasan berkontrak untuk memastikan kepastian hukum dalam pelaksanaan perjanjian. Pemerintah dan para pemangku kepentingan juga harus senantiasa ikut mengawasi dan menyesuaikan regulasi terkait waralaba sesuai dengan perkembangan bisnis modern dan mengurangi potensi konflik antara pihak. Dalam pembuatan perjanjian sebaiknya melibatkan ahli hukum agar perjanjian yang dibuat dapat menjadi sebuah perjanjian yang bukan hanya sah dari sisi hukum tetapi juga memberikan perlindungan maksimal secara hukum kepada kedua belah pihak.

2. Pemilik waralaba (*franchisor*) harus memastikan bahwa informasi yang diberikan kepada penerima waralaba (*franchisee*) ditangani dengan benar dengan menerapkan perjanjian kerahasiaan yang jelas dan mudah dipahami. Penerima waralaba harus memiliki pemahaman yang menyeluruh tentang kewajiban mereka untuk mencegah terjadinya pelanggaran yang dapat merugikan pemberi waralaba. Pemerintah harus meningkatkan kesadaran sosial mengenai perlindungan rahasia dagang dalam sistem waralaba dan mendorong penerapan sistem perlindungan yang lebih kuat, seperti kepatuhan yang berkaitan dengan peraturan perlindungan rahasia dagang
3. Dalam perspektif Hukum Perdata, perjanjian waralaba sebaiknya memberikan perlindungan hukum yang lebih tegas terhadap pemegang rahasia dagang, berupa sanksi hukum yang jelas dan tegas bagi pihak yang melakukan pelanggaran terhadap ketentuan waralaba terkait rahasia dagang, baik dalam bentuk ganti rugi dan sanksi hukum lainnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan perlindungan hukum yang serius bagi pemilik rahasia dagang, oleh karena itu *franchisor* dapat melakukan audit kapan saja dan pemantauan berkala atas *franchisee* atau pemegang waralabanya secara berkala dan adanya klausul *adendum* yang telah mencakup hak dan kewajiban masing-masing pihak. Dalam hal ini, pemerintah perlu memperkuat penegakan hukum terhadap pelanggaran sistem rahasia dagang dalam sistem waralaba, dalam hal ini juga perlu meningkatkan mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih cepat dan efektif bagi *koresponden* pemilik rahasia dagang.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Adrian Sutedi. 2008. *Hukum waralaba*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Cita Yustisia Serfiayani, et.al. 2015. *Franchise Top Secret Ramuan Sukses Bisnis Waralaba Sepanjang Masa*, Yogyakarta: Perpustakaan Nasional.
- Dadang Sukandar. 2017. *Panduan Membuat Kontrak Bisnis*. Jakarta: Visi media.
- Djulaeka & Devi Rahayu, 2019, *Buku Ajar Metode Penelitian Hukum*, Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Eddy Damian. 2009. *Hukum Hak Cipta*. Bandung: Alumni.
- Efendi, J. Widodo, et.al. 2016. *Kamus Istilah Hukum Populer*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Eka N.A.M Sihombing dan Cynthia Hadita. 2022. *Penelitian Hukum*, Malang: Setara Press.
- Faisal, et.al. 2023. *Pedoman Penulisan & Penyelesaian Tugas Akhir Mahasiswa*. Medan Pustaka Prima.
- Herlambang R Wicaksana. 2022. *Praktik Hukum Waralaba Di Indonesia*, Surakarta: Unisri Press.
- Kelik Wardiono, dkk. 2018. *Hukum Perdata*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Moh.Erfan Arif, Rila Anggraeni, Risca Fitri Ayuni. 2021. *Bisnis Waralaba*. Malang: UB Press.
- Muhammad Citra Ramadhan. 2023. *Perlindungan Hukum Terhadap Rahasia Dagang Rumah Makan*, Medan; Merdeka Kreasi.
- Muhammad Ramadhan. 2021. *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Mukti Fajar dan Yulianto Achmad. 2019. *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Mustafa Amirul Hadi. 2022. *Penilaian Bisnis Waralaba (Valuation of Franchise)*, Yogyakarta: CV Budi Utama.
- N.S. Subawa, N. W. Widhiasthini. 2019. *Bisnis Waralaba Sebagai Konsep Kreatif Dan Ekonomi Digital Menyongsong Era Indonesia Emas*. Jakarta: Nila Cakra.
- Peter Mahmud Marzuki. 2021. *Penelitian Hukum*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana.
- Putus Samawati. 2014. *Persoalan Hukum Dalam Pengembangan Bisnis Waralaa Kuliner*. Malang: Tunggal Mandiri
- Rachmadi Usman. 2021. *Dasar-dasar Hukum Kekayaan Intlektual*, Jakarta: Kencana,
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Wiwik Sri Widiarty. 2024. *Buku Ajar Metode Penelitian Hukum*. Perpustakaan Nasional Katalog Dalam terbitan: Yogyakarta.
- Zainuddin Ali. 2011. *Metode Penelitian Hukum Cetakan Ketiga*. Jakarta: Sinar Grafika.
- , 2019. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.

B. Jurnal/Artikel/Kamus Hukum

- Anisa Sahra Muitara Putri, (2023), “Perlindungan Rahasia Dagang Dalam Bisnsis Waralaba F&B Di kota makasar”, Skripsi, Makassar, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Eka Amanda Putri, (2020). “Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Usaha Waralaba (*Franchise*)”. Tadulako Master Law Jurnal, Vol. 4. No. 2.
- A. Arthur, M. Jamin, M. Rustamaji. (2023). “Mewujudkan Kepastian Hukum Perjanjian Waralaba Melalui Akta Perjanjian Yang Dibuat Dihadapan Notaris “Prosiding Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ.
- Adelina Murti Syafiina, Rusnandari Retno Cahyani. (2024). “Waralaba Franchiese di Indonesia “Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis dan Digital (JIMaKeBiDi)”, Vol.1 No.2.

- Ali Rahmad, Rahmi Zubaedah. (2022). “Tinjauan Perspektif Hukum Perdata Terhadap Perjanjian Waralaba di Indonesia”, Jurnal Ilmu Hukum dan Humaniora, Vol. 9. No. 1.
- Alkautsar Raga Trenggono, Budi Ispriyarso. (2022). “Hak Dan Kewajiban Para Pihak Dalam Menjaga Rahasia Dagang Franchise ”, Notarius, Vol. 15. No. 2.
- Anik Tri Haryani. (2018). “Perlindungan Pemilik Rahasia Dagang Dalam Perjanjian Waralaba”, Yustisia Merdeka: Jurnal Ilmiah Hukum, Vol. 4. No. 2.
- Bella Katrinasari.(2017) “Tinjauan Hukum Terhadap *Wanprestasi Royalty* Rahasia Dagang dalam Perjanjian Waralaba”. Privat Law Vol. 5. No. 1.
- Benedict Philip Christin, (2023). “Hukum Perlindungan Waralaba Untuk Mengamankan Hak dan Kewajiban Dalam Bisnis Waralaba “. Jurnal multidisiplin Indonesia: Vol. 2. No.2.
- Carolina Claudia, Arfi Noldy, Mohede Kathllen C. Pontoh. (2021). “Perlindungan Terhadap Kepemilikan Rahasia Dagang Menurut Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang”, jurnal: Lex Privatum Vol. 9.
- Dwi Atmoko. (2022). “Penerapan Asas Proporsionalitas Dalam Perjanjian Waralaba (Franchise) Pada Suatu Hubungan Kontrak Bisnis”, Jurnal Hukum Sasana, Vol. 8. No. 1.
- Elsa Benia, (2022). “Analisis Perlindungan Hukum Rahasia Dagang pada Perjanjian Waralaba berdasarkan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang”, Padjadjaran Law Review, Volume 10, Nomor 2.
- Haykal Azmi, Fifiana Wisnaeni & Irma Cahyaningtyas. (2021). “Perlindungan Hukum Rahasia Dagang (Studi Pada PT. Haifa Paraestetiderma)”, Notarius, Vol. 14. No.1.
- Indira Swasti Gama Bhakti. (2017). “Rahasia Dagang Usaha Franchise Di Bidang kuliner “Jurnal; Untidar, Vol.1. No.1.
- Jebby Mandala Putra, Budi Santoso & Adya Paramitha Prabandari. (2021). “Hak dan Kewajiban Para Pihak dalam Menjaga Rahasia Dagang Pada Perjanjian Waralaba Merek “Thai Tea” di Kota Semarang”, Notarius, Vol. 14. No. 1.
- Katya Benalda, Muhamad Amirulloh. (2024). “Penguatan Regulasi Rahasia Dagang Melalui Ketentuan Mengenai Perlindungan Informasi Rahasia Dalam Perjanjian Lisensi Rahasia Dagang Berdasarkan Penerapan Asas Kepastian

Hukum, Teori Prospek Dan Teori Resiko”, Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan, Vol. 7. No. 2

Kenneth De Lara Lim, I Nyoman Putu Budiarta, Ni Made Puspasutari Ujjanti. (2020). “Akibat Hukum Wanprestasi Dalam Perjanjian Waralaba (Franchise) Pempek Farina di Kota Denpasar”, Jurnal Interpretasi Hukum, Vol. 1. No. 1, halaman 61.

Lailatus Sururiyah. (2024). “Perlindungan Hukum Terhadap Saksi Dan Korban Oleh Lembaga Perlindungan Saksi Dan Korban (LPSK)”, Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum, Vol.4. No. 3.

Lilawati Ginting, Diana Mora Jambak, dan Nabilla Zaskia Putri. (2022). “Perlindungan Hukum Konsumen Atas Pembatalan Tiket Pesawat”, Jurnal Multidisiplin Ilmu, Vol. 1, No. 4,

Lili Anggraini, Hasym. (2018), “Perlindungan Hukum Perdata Dagang Terhadap Pemilik Rahasia Dagang di Indonesia”, Niagawan, Vol. 7. No. 3.

Muhammad Andre Marcelleno Genadi, Hudi Yusuf. (2024). “Upaya perlindungan Hukum dan Penyelesaian Sengketa Dalam Perjanjian Lisensi Rahasia Dagang”, Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara, Vol. 1. No. 3.

Ni Wayan Karina, Putu Devi Yustisia Utami. (2022). “Proteksi Serta Akibat Hukum Pembocoran Rahasia Dagang Kepada Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba (*franchise*)”, Journal Ilmu Hukum: Vol.10 No. 7.

Nurhayati, Elly. (2020). “Akibat Hukum Terhadap Pelanggaran Rahasia Dagang pada Industri Pangan”, Jurnal Analisis Hukum, Vol 3. No. 1.

Rustan, Andi Tenri Sapada, Ega Aprilia. (2020). “Analisis Hukum Sengketa Perjanjian Waralaba (*Franchise*)”, Jurnal Ilmu Hukum, Vol.1. No. 1, halaman 2-3.

Stephanie Patricia Prasetyo. (2023). “Aspek Perlindungan Hukum Bagi Penerima Waralaba (Franchisee) Dikaitkan Dengan Perjanjian Waralaba”, QISTINA: Jurnal Multidisiplin Indonesia, Vol. 2 No. 2.

Suwardi. (2024). “Perlindungan Hukum Terhadap Usaha Waralaba Terkait Rahasia Dagang Pada Perjanjian dibuat Sesuai UU No. 30 Tahun 2000”, Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Hukum, Vol 3. No 5.

Syarifa Mahila. (2010). “Perlindungan Rahasia Dagang dalam Hubungannya dengan Perjanjian Kerja“, Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, Vol. 10. No. 3.

- Syarifa Mahila. (2022). “Perlindungan Rahasia Dagang dalam Hubungannya dengan Perjanjian Kerja”, Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, Vol. 10. No. 3.
- Talitha Shabrina Faramukti. (2021). “Perlindungan Hukum Rahasia Dagang atas Informasi Bisnis Dalam Perjanjian Kerja di Kabupaten Sleman (Studi *café ideology café*” di sleman)”, Journal of Intellectual Property, Vol. 4. No. 2.
- Tengku Erwinsyahbana. (2019). “Problematic Penerapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Di Indonesia”, Artikel Researchgate.
- Velliana Tanaya, Jessica Vincentia Marpaung, & Audrea Dindya Djohan. (2021). “Perlindungan Hukum Rahasia Dagang Perjanjian *Franchise Cocoyo*”, Refleksi Hukum: Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 5. No. 2.
- Zil Aidi, Hasna Farida. (2019). “Perlindungan Hukum para pihak dalam perjanjian waralaba makanan”. Jurnal Cendekia Hukum: Vol. 4, No 2.
- Yusuf Aulia Rahman, Wiwin Yulianingish. (2023). “Perbuatan Melawan Hukum Perjanjian Waralaba: Bagaimana Pengaturannya”. Jurnal Kertha Semaya: Vol. 11. No 7.

C. Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Peraturan pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019.

D. Internet

Groedu Business Consultant & Trainer, Definisi Franchise dan Pihak-pihak yang Berinteraksi Dalam Bisnis Franchise (Waralaba), melalui <https://www.groedu.com>, diakses pada tanggal 15 April 2025, Pukul 12.00 Wib.