

Perlindungan Rahasia Dagang Dalam Perjanjian Waralaba Dalam Perspektif Hukum Perdata

Ari Afriandi Depari, Lailatus Sururiyah

Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Email: ariafriandi@umsu.ac.id

Abstrak

Perjanjian waralaba melibatkan pemberian hak penggunaan sistem, merek, dan rahasia dagang dari franchisor kepada franchisee. Rahasia dagang seperti resep, formula, dan strategi pemasaran merupakan aset penting yang harus dilindungi. Penelitian ini menganalisis perlindungan rahasia dagang dalam perjanjian waralaba berdasarkan Hukum Perdata Indonesia dengan metode yuridis normatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan dilakukan melalui klausul kerahasiaan, larangan persaingan, dan sanksi hukum berdasarkan UU No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang dan KUH Perdata. Namun, pelaksanaannya masih menghadapi kendala dalam pembuktian, penegakan hukum, dan pemahaman pelaku usaha.

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

Abstract

A franchise agreement is a form of business cooperation in which the franchisor grants the franchisee the right to use its system, trademark, and trade secrets. Trade secrets—such as recipes, formulas, marketing strategies, and operational methods—are valuable assets that must be protected to maintain competitive advantage. This study analyzes the legal protection of trade secrets in franchise agreements from the perspective of Indonesian civil law using a normative juridical method. The results show that protection is provided through contractual clauses, including confidentiality obligations, non-compete clauses, and legal sanctions, based on Law No. 30 of 2000 on Trade Secrets and the Indonesian Civil Code. However, enforcement remains challenging due to difficulties in proving violations, weak law enforcement, and limited legal awareness among franchise actors.

Keywords: Trade Secrets, Franchise Agreement, Civil Law, Legal Protection

A. Pendahuluan

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 memproduksinya 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 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

Suatu penelitian tidak dapat dikatakan penelitian apabila tidak memiliki metode penelitian.⁶ Metode penelitian adalah suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis, untuk mencapai tujuan tertentu. Pengumpulan dan analisis data dilakukan secara alami, baik kuantitatif maupun kualitatif, eksperimental dan non-eksperimental, interaktif dan non-interaktif. Metode Penelitian yang digunakan yaitu penelitian yuridis normatif, yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder.⁷ Analisis bahan hukum dilakukan menggunakan metode analisis kualitatif yang digunakan untuk menjelaskan peristiwa hukum, bahan hukum atau produk hukum secara rinci untuk memudahkan hukum penafsiran.⁸ Analisis bahan hukum adalah dilakukan dengan menggunakan metode analisis isi (*content analysis method*) yang dilakukan oleh menguraikan materi peristiwa hukum atau produk hukum secara rinci untuk memudahkan penafsiran dalam diskusi.⁹ Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan masalah, yaitu dengan pendekatan hasil dari kajian empiris teoritis dengan melihat berbagai pendapat para ahli, penulis dan kajian hukum dan peraturan yang berkaitan dengan masalah berdasarkan prinsip hukum dan

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.

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.

⁶ Hanifah, I., & Koto, I. (2025). Legal Protection for Workers with Fixed-Term Employment Agreements Before and After the Job Creation Law. *Kosmik Hukum*, 25(2), 245-256.

⁷ Simatupang, R. S. A., Hanifah, I., & Mansar, A. (2025). The Concept of Restitution as Legal Accountability in the Crime of Human Trafficking. *Pena Justisia: Media Komunikasi dan Kajian Hukum*, 24(2), 3554-3462.

⁸ Faisal, F. (2023, March). The Role On Nazhir In Developing Waqf. In *Proceeding International Seminar of Islamic Studies* (pp. 1621-1626).

⁹ Zainuddin, Z., & Dewi, S. C. (2025, June). Hukum Administrasi Negara Dalam Pengawasan dan Pengendalian Pelayanan Publik. In *Seminar Nasional Hukum, Sosial dan Ekonomi* (Vol. 4, No. 1, pp. 390-395).]

merumuskan definisi hukum. Dalam penelitian kualitatif, proses perolehan data sesuai dengan tujuan penelitian atau masalah, dipelajari secara mendalam dan dengan pendekatan holistik.¹⁰

B. Pembahasan

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.

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 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.¹¹

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.¹² Waralaba adalah pemberian hak untuk menjual suatu produk (barang atau jasa) maupun layanan. Sedangkan menurut Asosiasi Franchise Indonesia, waralaba adalah suatu 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.¹³

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.

¹⁰ Simatupang, R. S. A. (2024). Pelaksanaan Sistem Peradilan Pidana Anak Di Indonesia Perspektif Nilai Keadilan. *Jurnal Yuridis*, 11(1), 54–63.

¹¹ *Ibid.*, halaman 29.

¹² Anisa Sahra Muitara Putri, (2023), "Perlindungan Rahasia Dagang Dalam Bisnis Waralaba F&B Di kota makasar", Skripsi, Makassar, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, halaman 15.

¹³ Cita Yustisia Serfiyani, et.al. 2015. *Franchise Top Secret Ramuan Sukses Bisnis Waralaba Sepanjang Masa*, Yogyakarta: Perpustakaan Nasional, halaman 28.

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, dan aturan yang akan diberikan oleh pemberi waralaba.

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.

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 proporsionalitas 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.

Perjanjian waralaba juga tidak terlepas dari dasar hukum perdata di Indonesia. 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 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 KUHPerdato yang waralaba yang bertujuan memiliki identitas yang sama dengan perusahaan yang dibeli oleh mitra usaha.

Pelaksanaan waralaba berpijak dari pasal 1338 KUHPerdato 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.

C. Penutup

1. Kesimpulan

Perlindungan rahasia dagang dalam sistem waralaba memiliki peran penting dalam menjaga keunggulan kompetitif dan keberlangsungan usaha, khususnya di bidang kuliner. Rahasia dagang

berupa resep, metode produksi, dan sistem operasional merupakan aset bernilai ekonomi tinggi yang wajib dijaga kerahasiaannya. Perlindungan hukum terhadap rahasia dagang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang serta peraturan terkait waralaba. Melalui perjanjian waralaba, hak dan kewajiban para pihak diatur secara jelas guna mencegah penyalahgunaan informasi rahasia. Namun, dalam praktiknya masih terdapat kendala dalam penegakan hukum dan pemahaman pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan rahasia dagang.

2. Saran

Pemerintah diharapkan dapat meningkatkan sosialisasi dan penegakan hukum terkait perlindungan rahasia dagang dalam perjanjian waralaba. Para pelaku usaha waralaba juga perlu memahami dan menerapkan klausul perlindungan rahasia dagang secara tegas dalam kontrak guna meminimalkan risiko pelanggaran serta menjaga keberlanjutan usaha.

Daftar Pustaka

- Anik Tri Haryani. (2018). “Perlindungan Pemilik Rahasia Dagang Dalam Perjanjian Waralaba”. *Yustisia Merdeka: Jurnal Ilmiah Hukum*, Vol. 4, No. 2.
- Anisa Sahra Muitara Putri. (2023). “Perlindungan Rahasia Dagang Dalam Bisnis Waralaba F&B di Kota Makassar”. Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Cita Yustisia Serfiayani, et al. (2015). *Franchise Top Secret: Ramuan Sukses Bisnis Waralaba Sepanjang Masa*. Yogyakarta: Perpustakaan Nasional.
- Faisal. (2023). “The Role on Nazhir in Developing Waqf”. *Proceeding International Seminar of Islamic Studies*.
- Hanifah, I., & Koto, I. (2025). “Legal Protection for Workers with Fixed-Term Employment Agreements Before and After the Job Creation Law”. *Kosmik Hukum*, Vol. 25, No. 2.
- Haykal Azmi, Fifiana Wisnaeni, & Irma Cahyaningtyas. (2021). “Perlindungan Hukum Rahasia Dagang (Studi pada PT. Haifa Paraestetiderma)”. *Notarius*, Vol. 14, 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.
- 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.
- Simatupang, R. S. A. (2024). “Pelaksanaan Sistem Peradilan Pidana Anak di Indonesia Perspektif Nilai Keadilan”. *Jurnal Yuridis*, Vol. 11, No. 1.
- Simatupang, R. S. A., Hanifah, I., & Mansar, A. (2025). “The Concept of Restitution as Legal Accountability in the Crime of Human Trafficking”. *Pena Justisia: Media Komunikasi dan Kajian Hukum*, Vol. 24, No. 2.
- Zainuddin, & Dewi, S. C. (2025). “Hukum Administrasi Negara dalam Pengawasan dan Pengendalian Pelayanan Publik”. *Seminar Nasional Hukum, Sosial dan Ekonomi*, Vol. 4, No. 1.