

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan pada bisnis kuliner merupakan salah satu yang mengalami kemajuan begitu pesat dan cepat di Indonesia. Kemajuan dalam bidang kuliner meningkatkan minat masyarakat dalam hal kulineran terutama pada bidang *coffeeshop*. *Coffeeshop* merupakan tempat yang menyajikan minuman berdasarkan *coffee* maupun yang *non-coffee*. Kemajuan yang begitu terlihat karena maraknya tempat kopi yang menarik dengan *design* tempat yang beraneka ragam membuat masyarakat tertarik untuk bersinggah. Perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang dan jasa terus bersaing dalam mengeluarkan produk-produk yang akan ditawarkan kepada masyarakat dikarenakan banyaknya produk yang sejenis sama di suatu pasar. Perusahaan semakin membuka diri, dan berkembang (Muhammad Fikri Haikal, 2022).

Pesatnya perkembangan usaha kuliner di Indonesia terutama di Yogyakarta pada bidang *coffeeshop*, inilah yang membuat persaingan usaha di Indonesia sangat menjanjikan dan memperoleh keuntungan atau laba yang banyak. Maraknya usaha *coffeeshop* ini terutama di daerah Kotabaru berdampak dan membuat persaingan semakin ketat. *Coffeeshop* membuat menu yang baru dan unik tiap harinya sehingga dapat menarik konsumen. *Coffeeshop* adalah salah satu tempat atau tujuan bagi tiap orang untuk mengisi waktu luangnya, mengerjakan tugas, serta bertemu teman, dan berbagi cerita.

Yogyakarta merupakan kota yang memiliki banyak dan berbagai macam *coffeeshop* menarik. Sudut Kota Yogyakarta sudah tidak dapat dipungkiri lagi bahwa tentu ada *coffeeshop*. Menu yang disajikan juga beragam dan memiliki keunikan cita rasanya masing-masing. Masyarakat perlu memahami bahwa banyak pelaku usaha yang kurang mempelajari dan memahami mengenai kekayaan intelektual yang khususnya ialah rahasia dagang. Pelaku usaha kerap kali mengalami kerugian dalam berusaha sehingga menyebabkan kebangkrutan.

Rahasia dagang mendapat perlindungan hukum bagian dari Hak Kekayaan Intelektual selama dijaga kerahasiaannya. Rahasia dagang dapat dilindungi sebagai Hak Kekayaan Intelektual walaupun rahasia dagang tidak harus didaftarkan. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang secara tepat melindungi langsung rahasia dagang tersebut apabila informasi itu berisi seluruh lingkup rahasia dagang itu sendiri (Sudaryat, 2010).

Berdasarkan Pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang adalah informasi yang tidak diketahui oleh umum di bidang teknologi dan/atau bisnis, mempunyai nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga kerahasiaannya oleh pemilik rahasia dagang. Hak atas rahasia adalah hak atas rahasia dagang yang timbul berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang (Yusran Isnaisi, 2017).

Pengaturan mengenai rahasia dagang tidak hanya diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang, tetapi juga diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, salah satunya dalam Pasal 23 yang mengatakan bahwa “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”. Tingginya persaingan usaha tidak sehat antar perusahaan, mengakibatkan munculnya kasus pelanggaran rahasia dagang (Shabrina Faramukti, 2021).

Rahasia dagang memiliki ruang lingkup berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 yang dimaksud pada Pasal 2 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang ini adalah lingkup perlindungan rahasia dagang meliputi metode produksi, metode pengolahan, metode penjualan, atau informasi lain di bidang teknologi dan/atau bisnis yang memiliki nilai ekonomi dan tidak diketahui oleh masyarakat umum. Hukum dalam setiap Negara mayoritas melindungi berbagai macam Rahasia dagang dari penyalahgunaan pihak lain. Konsep atau informasi yang mendapat perlindungan adalah sebagai berikut (Lindsey, 2013):

- 1) Daftar pelanggan;
- 2) Penelitian pasar;
- 3) Penelitian teknis;

- 4) Resep masakan atau ramuan yang digunakan untuk menghasilkan sebuah produk tertentu;
- 5) Ide atau konsep yang mendasari kampanye pengiklanan atau pemasaran;
- 6) Informasi keuangan atau daftar harga yang menunjukkan margin laba dari sebuah produk;
- 7) Sebuah cara untuk mengubah atau menghasilkan sebuah produk dengan menggunakan kimia atau mesin.

Sistem dari Hak Kekayaan Intelektual terhadap rahasia dagang yaitu menggunakan sistem kerahasiaan, dalam hal ini rahasia dagang tersebut tidak perlu didaftarkan kepada Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual, namun hanya cukup dirahasiakan. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang memberikan jangka waktu perlindungan rahasia dagang. Sepanjang informasi yang mengandung nilai ekonomi itu dapat dijaga kerahasiaannya oleh pemiliknya, hukum memberikan perlindungan hukum (Ridwan Khairandy, 2014).

Rahasia dagang dapat beralih atau dialihkan kepada pihak lain dengan cara pewarisan, hibah, wasiat, perjanjian tertulis atau sebab-sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan. Pengalihan hak dengan perjanjian, ditetapkan perlunya pengalihan dengan akta. Penting untuk diingat bahwa begitu luas peliknya aspek yang dijangkau. Dokumen akta pengalihan harus diperhatikan dengan seksama agar rahasia dagang tidak terbuka sehingga menghilangkan sifat kerahasiaannya (Sudaryat, 2010).

Pemegang hak atas rahasia dagang berhak dan dapat memberikan lisensi kepada pihak lain berdasarkan perjanjian lisensi untuk melaksanakan perbuatan hukum sebagai berikut (Ok Saidin, 2003):

- a. Menggunakan sendiri rahasia dagang dimilikinya;
- b. Memberikan lisensi kepada atau melarang pihak lain untuk menggunakan rahasia dagang atau mengungkapkan rahasia dagang itu kepada pihak ketiga untuk kepentingan yang bersifat komersial.

Berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang, pemilik rahasia dagang memiliki hak untuk menggunakan sendiri rahasia dagang yang dimilikinya dan memberikan lisensi atau melarang pihak lain untuk menggunakannya atau mengungkapkannya kepada pihak ketiga untuk kepentingan yang bersifat komersial. Kedua pihak tersebut bersifat eksklusif. Kewajiban pemilik rahasia dagang adalah menjaga kerahasiaan rahasia dagangnya secara layak dan patut (Sudaryat, 2010).

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang ini pada kenyataannya masih minim informasi tentang apa saja yang diatur dalam peraturan perundang-undangan ini dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang ini juga masih minim diketahui oleh pelaku usaha dimana berdampak pada para pelaku usaha yang tidak memiliki upaya hukum dan kurangnya memberikan perlindungan terhadap resep yang akan dilakukan oleh pemilik rahasia dagang apabila terdapat pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab

atas resep tersebut. Resep tersebut tentunya memiliki nilai ekonomis karena dapat mengambil keuntungan lebih dari hasil penjualan, maka dari itu resep tersebut dapat dikategorikan sebagai rahasia dagang (Shabrina Faramukti, 2021).

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang mempunyai dan memiliki peranan penting bagi suatu bisnis khususnya bisnis yang dapat meraup banyak laba dan suatu bisnis yang dapat menghasilkan inovasi yang harus dijaga kerahasiaannya untuk mendapat pengembalian uang atas apa yang telah mereka keluarkan untuk penelitian dan pengembangan, dan juga untuk keuntungan (Lindsey, 2013).

Langkah-langkah untuk menjaga kerahasiaan rahasia dagang perlu dilakukan oleh setiap pelaku usaha agar kerahasiaan rahasia dagang tersebut tidak diketahui oleh pihak lain yang tidak berwenang. Langkah tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara sesuai dengan ketentuan dan kebijakan yang telah ditetapkan oleh manajemen *coffeeshop* tersebut.

Tujuan utama baik dari UMKM, pasar tradisional, dan usaha-usaha kecil yaitu bersama-sama untuk mencari kebahagiaan dalam hidupnya dan mengurangi penderitaan, karenanya hukum itu haruslah dibuat untuk mewujudkan keinginan manusia untuk mencapai kebahagiaan hidup. Bentham berpendapat bahwa baik dan buruknya suatu usaha diukur apakah usaha tersebut mendatangkan kebahagiaan atau tidak. Demikian pula dengan peraturan perundang-undangan yang banyak memberikan kebahagiaan pada

bagian terbesar masyarakat akan dinilai sebagai undang-undang yang baik (Sari, 2022a).

Pelanggaran-pelanggaran dapat sering terjadi di suatu *coffeeshop*. Pelanggaran yang kerap terjadi ialah pelanggaran informasi rahasia dagang. Kasus yang terjadi pada salah satu *coffeeshop* di daerah Kotabaru Yogyakarta mengenai rahasia dagang. *Satu Lokasi Coffee* merupakan suatu *coffeeshop* yang sukses dan sudah bergerak selama 2 tahun. *Satu Lokasi Coffee* tersebut merupakan salah satu *coffeeshop* yang berkembang dengan begitu pesat selama 2 tahun. *Satu Lokasi Coffee* ini dijadikan salah satu destinasi *coffeeshop* ternama di Yogyakarta.

Kasus pelanggaran rahasia dagang yang terjadi pada *coffeeshop* ini dilakukan oleh mantan karyawan *coffeeshop* tersebut. Karyawan tersebut sudah bekerja selama 6 bulan dan sudah menandatangani perjanjian kerja selama 6 bulan di *coffeeshop* tersebut. Karyawan tersebut telah bekerja selama 6 bulan, lalu secara tiba-tiba ia memutuskan untuk *resign* atau tidak bekerja lagi di *coffeeshop* tersebut.

Satu Lokasi Coffee memiliki menu andalan atau *signature menu* yaitu *Sour Lemon*. Resep tersebut sudah dibeli oleh pemilik *coffeeshop* tersebut. Menu *Sour Lemon* menjadi menu andalan di *coffeeshop* tersebut dan memiliki banyak sekali peminat yang begitu tertarik untuk mencoba *Sour Lemon*. Resep yang mudah, berbahan praktis, dan rasanya dapat diterima oleh banyak kalangan membuat *Sour Lemon* merupakan salah satu menu andalan di *Satu Lokasi Coffee*. Resep *Sour Lemon* ini harusnya menjadi *trademark* atau

haruslah dilindungi, apabila tidak diberikan perlindungan maka berdampak lahirnya persaingan usaha secara tidak sehat dalam masyarakat.

Karyawan tersebut dengan sengaja dan sadar menyebarkan resep *Sour Lemon* kepada pihak lain. Karyawan tersebut melakukannya tanpa sepengetahuan dari pemilik *coffeeshop* terdahulu. *Coffeeshop* ini sempat mengalami kerugian pada pemegang hak rahasia dagang. Permasalahan mengenai rahasia dagang ini tidak sampai pada tahap pengadilan karena pemilik *coffeeshop* terdahulu tidak memiliki informasi atau pemahaman mengenai bahwa setiap usaha dapat dilindungi oleh Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang.

Berdasarkan Pasal 3 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang, dalam Ayat (1) yang berbunyi “Rahasia dagang mendapat perlindungan apabila informasi tersebut bersifat rahasia, mempunyai nilai ekonomi, dan dijaga kerahasiaannya melalui upaya sebagaimana mestinya”. Langkah awal yang harus dilakukan ialah dengan memiliki perjanjian kerja dengan berdasarkan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang kepada karyawan dan pemilik usaha *Satu Lokasi Coffee*.

Berdasarkan Pasal 3 Ayat (3) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang, “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”. Menu *Sour Lemon* ini

memberikan keuntungan yang banyak untuk *coffeeshop Satu Lokasi* dan memiliki nilai ekonomi.

Berdasarkan Pasal 4 Ayat (4) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang, “Informasi dianggap dijaga kerahasiaannya apabila pemilik atau para pihak yang menguasainya telah melakukan langkah-langkah yang layak dan patut”. Perjanjian kerja harus dibuat dan pelaku usaha perlu memiliki pengetahuan secara mendalam mengenai kerahasiaan dagang. Pelaku usaha juga dapat melakukan pengalihan hak rahasia dagang dan dapat didaftarkan ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual sebagai upaya untuk menjaga rahasia dagang tersebut.

Berdasarkan permasalahan yang penulis paparkan diatas, maka penulis tertarik untuk membahas dan menganalisa lebih dalam mengenai bagaimana perlindungan hukum rahasia dagang atas informasi bisnis dalam perjanjian kerja antara pemilik *coffeeshop* dengan karyawan di Kotabaru Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana implementasi Pasal 3 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang dalam langkah-langkah untuk menjaga kerahasiaan rahasia dagang pada *coffeeshop* dalam perjanjian kerja?
2. Bagaimana kendala budaya hukum terhadap pelanggaran dalam menjaga kerahasiaan dagang pada *coffeeshop* dalam perjanjian kerja?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat dirumuskan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Implementasi Pasal 3 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang dalam langkah-langkah untuk menjaga kerahasiaan rahasia dagang pada *coffeeshop* dalam perjanjian kerja.
2. Kendala budaya hukum terhadap pelanggaran dalam menjaga kerahasiaan dagang pada *coffeeshop* dalam perjanjian kerja.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan untuk memberikan sumbangan pemikiran kepada masyarakat khususnya dalam perjanjian kerja antara pemilik *coffeeshop* dengan karyawan.

2. Manfaat Praktis

- a. Penulis

Memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S1) di Universitas Ahmad Dahlan serta menambah pengetahuan dan wawasan serta ilmu pengetahuan dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang penulis peroleh khususnya yang berhubungan dengan Perlindungan Rahasia Dagang dalam Perjanjian Kerja Antara Pemilik *Coffeeshop* Dengan Karyawan (Studi di *Coffeeshop* Kotabaru Yogyakarta).

b. Universitas Ahmad Dahlan

Dapat dijadikan bahan Referensi bagi mahasiswa Fakultas Hukum dan juga dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya sekaligus menyempurnakan kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini.

c. Masyarakat

Sumbangan pemikiran untuk perkembangan ilmu pengetahuan dibidang ilmu hukum pada umumnya sekaligus memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perlindungan rahasia dagang dalam perjanjian kerja.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian normatif-empiris, pendekatan yang dilakukan dengan cara mengkaji pelaksanaan ketentuan hukum positif dan dokumen tertulis pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi, yang bertujuan untuk memastikan jika penerapan hukum pada peristiwa hukum sesuai atau tidak sesuai dengan ketentuan peraturan yang berlaku. Penelitian normatif-empiris adalah sebuah pemberlakuan ketentuan hukum normatif (kodifikasi, undang-undang, dan perjanjian kerja) secara *in action* pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat dengan cara mengumpulkan bahan-bahan yang berasal dari wawancara dan dokumentasi dengan pihak narasumber yang disebut oleh penulis yaitu dari *Staff* Kementerian Hukum dan HAM dan *Owner*

Satu Lokasi Coffeeshop di daerah Kotabaru Yogyakarta dan dari berbagai peraturan perundang-undangan dan menggunakan beberapa literatur tertulis (Muhammad, 2015).

2. Pendekatan Penelitian

Metode pendekatan yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini ialah pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Pendekatan kualitatif ialah penelitian ini menampilkan mengenai cara penilaian yang menghasilkan sebuah data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan yang didapat dari orang-orang dan tingkah laku yang diamati oleh peneliti. Berdasarkan hal tersebut, peneliti dapat menerangkan dan menjelaskan mengenai data-data yang didapat oleh peneliti dari wawancara, pengamatan, ataupun dokumentasi, sehingga peneliti mendapatkan jawaban permasalahan yang diteliti dengan rinci dan jelas (Farida, 2017).

3. Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang di dalamnya memberikan informasi data dari hasil penelitian. Sumber data sendiri terdiri dari data primer dan data sekunder. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer diperoleh secara langsung dari sumber utama seperti perilaku warga masyarakat yang dilihat melalui penelitian. Data primer merupakan data utama yang sangat penting (Soerjono

Soekanto, 1986). Data primer dalam penelitian ini yaitu data yang didapatkan penulis dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan kepada *owner Satu Lokasi Coffee* Kotabaru Yogyakarta serta melakukan wawancara kepada Kementerian Hukum dan HAM.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari bahan perpustakaan atau literatur yang mempunyai hubungannya dengan objek penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini adalah buku-buku, jurnal, skripsi, dan lain-lain yang berkaitan dengan masalah rahasia dagang terhadap perjanjian kerja. Data sekunder diperoleh berdasarkan studi kepustakaan dengan bahan-bahan sebagai berikut (Soerjono Soekanto, 1986):

1. Bahan Hukum Primer, yaitu bahan hukum yang didalamnya mengikat dengan permasalahan yang akan ditulis, yaitu:
 - 1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
 - 2) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang;
 - 3) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat;

- 4) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2023
Tentang Cipta Kerja
2. Bahan Hukum Sekunder, yaitu bahan yang memberikan sebuah penjelasan terkait dengan bahan hukum primer. Penelitian ini menggunakan bahan hukum sekunder terdiri dari:
 - 1) Buku;
 - 2) Skripsi;
 - 3) Jurnal;
 - 4) Tesis;
 - 5) Artikel;
 - 6) *Website* resmi;
 - 7) Literatur lain yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas.
 3. Bahan Hukum Tersier, merupakan bahan hukum yang didalamnya memberikan keterangan, keterangan tersebut didapat dari bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder yang dikategorikan sebagai bahan non-hukum seperti (Soekamto, 2013):
 - 1) Kamus Besar Bahasa Indonesia *Online*
 - 2) Kamus Hukum *Online*