

**TINJAUAN YURIDIS PELAKSANAAN UNDANG-UNDANG
NOMOR 30 TAHUN 2000 TENTANG RAHASIA DAGANG PADA
PERJANJIAN FRANCHISE MARKOBAR**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata 1
pada Jurusan Ilmu Hukum Fakultas Hukum**

Oleh:

EGRI PRIA SAMBODO
C100150080

**PROGRAM STUDI HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

**TINJAUAN YURIDIS PELAKSANAAN UNDANG-UNDANG NOMOR 30
TAHUN 2000 TENTANG RAHASIA DAGANG PADA PERJANJIAN
FRANCHISE MARKOBAR**

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

EGRI PRIA SAMBODO
C100150080

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



(Inayah, S.H., M.H)

HALAMAN PENGESAHAN

**TINJAUAN YURIDIS PELAKSANAAN UNDANG-UNDANG NOMOR 30 TAHUN 2000
TENTANG RAHASIA DAGANG PADA PERJANJIAN *FRANCHISE* MARKOBAR**

**OLEH
EGRI PRIA SAMBODO
C100150080**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Hukum
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Selasa, 21 Mei 2019
dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Dewan Penguji**

1. **Inayah, S.H., M.H**
(Ketua Dewan Penguji)
2. **Septarina Budiwati, S.H., M.H., C.N**
(Anggota I Dewan Penguji)
3. **Nuswardhani, S.H., S.U**
(Anggota II Dewan Penguji)

(.....)

(.....)

(.....)

Dekan,



Prof. Dr. H. Khudzaifah Dimiyati, S.H., M.Hum
NIK. 537/NIDN. 0727085803

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 09 Mei 2019

Penulis



EGRI PRIA SAMBODO

C100150080

TINJAUAN YURIDIS PELAKSANAAN UNDANG-UNDANG NOMOR 30 TAHUN 2000 TENTANG RAHASIA DAGANG PADA PERJANJIAN FRANCHISE MARKOBAR

Abstrak

Bisnis franchise belakangan ini sudah menjadi pilihan bagi seseorang yang ingin membuka suatu usaha dengan praktis dan tinggal menjalankan saja. Terutama dalam bidang kuliner bisnis franchise dinilai menjanjikan karena dapat meraup keuntungan yang cukup tinggi. Banyaknya usaha franchise tentu saja dibarengi dengan usaha menjaga cita rasa dari makanan tersebut, salah satu cara menjaga nya dengan melindungi rahasia dagang yang dimiliki untuk menjaga cita rasa tersebut. Dalam hal ini penelitian dilakukan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan rahasia dagang pada perjanjian franchise Markobar dan perlindungan hukum terhadap franchisor dan franchisee.

Kata Kunci: franchise, rahasia dagang.

Abstract

Franchise business lately has become an option for someone who wants to open a business with a practical and just run it. Especially in the culinary field the franchise business is considered promising because it can reap quite high profits. The number of franchise businesses is of course accompanied by efforts to maintain the taste of the food, one way to maintain it by protecting the trade secrets that are owned to maintain those tastes. In this case the research is conducted to find out how the implementation of trade secrets in the Markobar franchise agreement and legal protection of the franchisor and franchisee.

Keyword: franchise, trade secrets.

1. PENDAHULUAN

Wirausaha adalah orang yang terampil memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usahanya, dengan tujuan untuk meningkatkan kehidupannya (Wibowo, 2011). Dengan wirausaha manusia akan melatih dirinya untuk menjadi lebih mandiri, dan dengan wirausaha akan membuka lapangan pekerjaan baru untuk orang yang ada disekitar usaha tersebut. Itulah alasan saat ini pemerintah mendorong masyarakatnya untuk berwirausaha. Ada berbagai cara untuk menjadi wirausahawan, antara lain dapat membuka bisnis sendiri atau membeli bisnis yang sudah ada. Membeli sistem bisnis yang sudah jadi biasa disebut dengan waralaba atau *franchise*.

Saat ini istilah *franchise* dipahami sebagai suatu bentuk kegiatan pemasaran atau distribusi. Di dalamnya perusahaan besar memberikan hak atau *privelege* untuk menjalankan bisnis secara tertentu dalam waktu dan tempat tertentu kepada individu atau perusahaan yang relatif lebih kecil. Dari segi bisnis *franchise* merupakan salah satu metode produksi dan distribusi barang dan jasa kepada konsumen dengan suatu standar dan sistem eksploitasi tertentu (Basrah dan Mufidin, 2008).

Selama ini bisnis *franchise* di Indonesia memang belum menimbulkan masalah hukum. Namun, mengingat bisnis tersebut di Indonesia semakin berkembang sejalan dengan lajunya pertumbuhan ekonomi dan menjamurnya *franchisor* asing masuk ke Indonesia, perlu kiranya mendapat perhatian khusus terutama dari segi hukumnya (Basrah dan Mufidin, 2008).

Pasal 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menyebutkan bahwa:

“waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba”

Lebih mendalam Pasal 3 menekankan bahwa:

“Salah satu kriteria waralaba adalah Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar, yang dimaksud Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar adalah Hak Kekayaan Intelektual yang terkait dengan usaha seperti merek, hak cipta, paten, dan rahasia dagang, sudah didaftarkan dan mempunyai sertifikat atau sedang dalam proses pendaftaran di instansi yang berwenang”.

Pemberian waralaba terkait pemberian hak untuk menggunakan dan memanfaatkan Hak Kekayaan Intelektual tertentu, dalam hal ini terpenuhi dalam bentuk rahasia dagang. Menurut pasal 1 angka 1 UU Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang, rahasia dagang adalah informasi yang tidak diketahui oleh umum dibidang teknologi dan/atau bisnis, mempunyai nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga kerahasiannya oleh pemilik rahasia dagang. Ruang lingkup perlindungan rahasia dagang (*trade secrets*) 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. Rahasia dagang mendapat perlindungan apabila informasi itu bersifat rahasia, hanya diketahui oleh pihak tertentu dan bukan secara umum oleh masyarakat, memiliki nilai ekonomi apabila dapat digunakan untuk menjalankan kegiatan atau usaha yang bersifat komersial atau dapat meningkatkan ekonomi, dijaga kerahasiaannya apabila pemilik atau para pihak yang menguasainya telah melakukan langkah-langkah yang layak dan patut. Pemilik rahasia dagang dapat memberikan lisensi kepada pihak lain. Yang dimaksud lisensi adalah izin yang diberikan kepada pihak lain melalui suatu perjanjian berdasarkan pada pemberian hak (bukan pengalihan hak) untuk menikmati manfaat ekonomi dari suatu rahasia dagang yang diberikan perlindungan pada jangka waktu tertentu dan syarat tertentu (Munandar dan Sitanggang, 2012).

Rahasia dagang mendapatkan perlindungan apabila informasi tersebut bersifat rahasia, mempunyai nilai ekonomi dan dijaga kerahasiannya melalui upaya sebagaimana mestinya. Yang dimaksud “upaya sebagaimana mestinya” yaitu semua langkah yang memuat ukuran kewajaran, kelayakan dan kepatutan yang harus dilakukan. Sifat kerahasiaan dari rahasia dagang adalah permanen dan tidak dapat diakhiri dengan cara apapun (Serfiyani dan Hariyani, 2017). Jangka waktu perlindungan terhadap rahasia dagang tidak diberikan secara pasti, sebab tergantung pada seberapa lama pemilik rahasia dagang berhasil menjaga aspek kerahasiaan dari hasil temuannya tersebut. Karena rahasia dagang justru bernilai ekonomis jika tetap dirahasiakan maka pemilik rahasia dagang tentu akan berusaha keras untuk tetap menjaga rahasia temuannya (Serfiyani dan Hariyani, 2017).

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

Atas latar belakang yang telah disebutkan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: (1) Bagaimana pelaksanaan rahasia dagang dalam perjanjian *franchise* MARKOBAR?, (2) Bagaimana perlindungan hukum terhadap *franchisor* dan *franchisee* MARKOBAR?

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan dalam penelitian ini bersifat yuridis empiris, yaitu metode pendekatan yang digunakan untuk memecahkan masalah dengan meneliti data sekunder terlebih dahulu selanjutnya adalah meneliti data primer di lapangan (Suratman dan Dillah, 2013). Penelitian ini bersifat deskriptif yaitu penelitian yang bertujuan untuk melukiskan tentang sesuatu hal di daerah tertentu dan pada saat tertentu. Biasanya dalam penelitian ini, peneliti sudah mendapatkan/ mempunyai gambaran yang berupa data awal tentang permasalahan yang diteliti (Soekamto, 2007). Sumber data yang didapatkan penulis menggunakan 2 cara yakni sumber data primer dan sekunder yang mana data primer diperoleh langsung dari hasil wawancara dari pihak-pihak yang berkaitan langsung dengan Perjanjian *Franchise* Markobar dan data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, buku, majalah, dan hasil penelitian lainnya. Adapun metode pengumpulan data menggunakan studi kepustakaan dan studi lapangan dari wawancara yang dilakukan. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif dengan model interaktif (*interactive Model of Analysis*), yaitu data yang diperoleh akan dianalisis melalui tiga tahap, yaitu mereduksi data, menyajikan data dan kemudian menarik kesimpulan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pelaksanaan Rahasia Dagang Dalam Perjanjian *Franchise* Markobar

Rahasia dagang dalam pelaksanaannya mempunyai berbagai macam cara untuk melaksanakan termasuk dalam cara menjaga rahasia dagang tersebut. Sebagaimana halnya Markobar dalam memepertahankan cita rasa yang dihasilkan memiliki cara

tersendiri untuk menjaga rahasia. Dalam Pasal 2 Pasal Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang yang menyatakan bahwa lingkup perlindungan rahasia dagang meliputi metode produksi, metode pengolahan, metode penjualan, atau informasi lain di bidang teknologi dan/atau bisnis yang memiliki nilai ekonomi dan tidak diketahui oleh masyarakat umum. Berdasarkan pasal tersebut dalam perjanjian kerjasama *franchise* yang dikuatkan dengan wawancara dengan pihak Markobar hal yang dilindungi adalah metode produksi, metode pengolahan yang lebih tertuju pada paket bumbu rahasia dan peralatan dapur yang digunakan seperti kompor dan loyang yang digunakan untuk melakukan produksi martabak tersebut dan memiliki nilai ekonomi dan tidak diketahui oleh masyarakat.

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

Apabila diaplikasikan dalam prosedur atau cara Markobar menjaga rahasia dagangnya tersebut yakni dengan cara antara lain: Membuat paket bumbu rahasia yang hanya dibuat oleh pemilik pertama Markobar. Setiap outlet Markobar menggunakan peralatan dapur seperti kompor dan loyang yang digunakan untuk membuat martabak dibuat secara khusus dan hanya dikirim dari kantor pusat Markobar. Menggunakan tulisan larangan nasuk bagi yang tidak berkepentingan untuk lebih membatasi bagi konsumen atau orang yang kebetulan berada pada area sebelum menuju ruang dapur. Adanya kontrol dari pusat untuk memastikan setiap outlet bekerja sesuai standar operasional yang sudah ditentukan.

Sedangkan dalam Pasal 3 ayat (2) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang yang menyatakan bahwa: Informasi dianggap bersifat

rahasia apabila informasi tersebut hanya diketahui oleh pihak tertentu atau tidak diketahui secara umum oleh masyarakat. Bahwa sebagaimana telah dijelaskan pada hasil penelitian diatas dalam proses pembuatan bumbu rahasia hanya diketahui oleh satu orang saja yakni Bapak Budi, dan yang tidak kalah penting dalam proses produksi martabak yakni alat yang digunakan tidak dijual dipasaran tetapi hanya diproduksi Markobar secara khusus dan untuk outlet yang berada diluar Solo maka dikirim dari kantor pusat Markobar.

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

Dalam Pasal 3 ayat (4) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang yang menyatakan bahwa informasi dianggap dijaga kerahasiaannya apabila pemilik atau para pihak yang menguasainya telah melakukan langkah-langkah yang layak dan patut. Pelaksanaan pasal ini dalam hal perlindungan yang dilakukan Markobar dibuktikan bahwasanya pemilik dalam hal ini *franchisor* melakukan langkah yang layak dan patut dalam menjaga rahasia dagang yang dilindungi dengan cara *packing* atau membungkus bumbu rahasia ini dengan menggunakan plastik *seal* atau plastik segel, dan dalam plastik *seal* ini tidak disertakan unsur, bahan atau rempah apa saja yang terkandung di dalamnya, plastik polos begitu saja jadi bisa dipastikan tidak diketahui apa bahan-bahan yang digunakan. Adapun yang dimaksud para pihak dalam hal ini sebagai *franchisee* melakukan langkah yang layak dan patut dalam menjaga rahasia dagang yang dilindungi dengan cara menempatkan secara

terpisah bumbu rahasia tersebut dengan bahan-bahan baku lain pembuat martabak dalam sebuah wadah konteiner plastik yang ditempatkan dalam ruangan ber-ac.

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

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

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

3.2. Perlindungan Hukum Terhadap *Franchisor* dan *Franchisee*

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

pihak Markobar percaya akan rejeki masing-masing karena hal dengan adanya pencurian bumbu rahasia tersebut tidak juga mengurangi konsumen Markobar, karena pencuri tidak juga mengetahui apa saja kandungan didalam bumbu rahasia itu, yang mencuri tidak juga mengetahui takaran yang pasti seberapa banyak bumbu digunakan dalam suatu adonan. Beda takaran yang digunakan beda juga cita rasa yang dihasilkan dari Martabak yang dibuat. Jika nanti benar terjadi adanya pencurian tindakan yang diambil Markobar duduk bersama bermusyawarah untuk mencapai mufakat untuk melakukan penyelesaian masalah dan tidak mengajukan gugatan ke Pengadilan Negeri. Analisis dari penulis mengenai penjelasan pasal 10 perjanjian ini, langkah yang diambil Markobar untuk memilih penyelesaian di luar pengadilan telah sesuai apa yang dikatakan dalam Pasal 12 Undang-undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang yang menyatakan bahwa:

“selain penyelesaian gugatan sebagaimana dimaksud dalam 11, para pihak dapat menyelesaikan perselisihan tersebut melalui arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa”

Menurut penulis langkah ini diambil Markobar dikarenakan Markobar tidak merasa terlalu rugi jika resep rahasia nya di gunakan tanpa hak atau dicuri, adapun jika dicuri dan si pencuri membuka usaha makanan sejenis maka takaran yang digunakan tidak sama maka rasa yang dihasilkan berbeda dengan martabak Markobar. Akan tetapi jika ada seseorang yang mencuri resep rahasia dan membuka tempat usaha sejenis dan memanfaatkan resep rahasia yang dilindungi Markobar hal tersebut dinilai tidak lagi mengamalkan kriteria rahasia dagang yang diatur dalam Undang-undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang. Kendatipun tidak diketahui oleh umum yang menjadi unsur kerahasiaan akan tetapi tidak memenuhi unsur “*dijaga kerahasiannya oleh pemilik Rahasia Dagang*” hal tersebut terjadi karena usaha yang dibuat oleh mantan karyawan dari *franchisor* maupun *franchisee* dengan menggunakan resep rahasia yang dilindungi Markobar pada tempat usaha tersebut tidak mendapat kontrol untuk dijaga oleh Markobar dengan adanya hal tersebut maka salah satu unsur yang ada pada Undang-undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang menjadi tidak terpenuhi.

Namun hal nya jika Markobar melakukan gugatan dan dikabulkan seperti yang diamanatkan dalam Pasal 11 Undang-undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang yang menyatakan bahwa:

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

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

Seperti yang sudah dijelaskan dalam hasil penelitian diatas, selama ini belum pernah ada sengketa yang timbul atas perjanjian ini, yang pernah ada hanyalah *franchisee* terkadang telat untuk melakukan laporan setiap bulan dan telat untuk membayar uang royalti dan uang promosi yang harus dibayarkan setiap bulannya. Keterlambatan biasanya terpaut 1 (satu) sampai 2 (dua) hari dari waktu yang telah disepakati bersama. Apabila terjadi keterlambatan Markobar biasanya mengingatkan untuk segera mengirim laporan ataupun mengingatkan untuk segera membayar apa yang sudah menjadi kewajiban *franchisee*. Dalam hal ini *franchisor* tidak melihat sebagai suatu masalah yang besar karena *franchisee* cukup diingatkan untuk segera mengirim laporan ataupun mengingatkan untuk segera membayar apa yang sudah menjadi kewajibannya, tetapi hal tersebut sebetulnya termasuk dalam wanprestasi. Dalam hal ini *franchisee* termasuk kedalam “*Debitur memenuhi prestasi, tetapi tidak tepat pada waktunya*” walaupun tidak dianggap sebagai suatu masalah oleh *franchisor*

namun hal ini merupakan pelanggaran terhadap Surat Perjanjian Kerjasama *Franchise* karena didalam perjanjian sudah disebutkan mengenai tanggal pembayaran yang sudah disepakati yaitu tanggal 20 bulan berikutnya untuk penjualan bulan sebelumnya. Dikarenakan tidak dianggapnya sebagai suatu masalah oleh *franchisor*, *franchisee* dalam hal ini tidak mendapat sanksi atau hukuman yang seharusnya diterimanya berupa membayar ganti-kerugian yang diderita oleh *franchisor*, pembatalan perjanjian disertai dengan pembayaran ganti kerugian, peralihan risiko kepada debitur sejak saat terjadinya wanprestasi, pembayaran biaya perkara apabila diperkirakan di muka hakim. Seharusnya sebagai *franchisor* melihat hal ini sebagai suatu masalah karena jika terlambat dalam melakukan pembayaran atau terlambat dalam melakukan laporan dapat menyebabkan tidak sehatnya hubungan kerjasama antara *franchisor* dan *franchisee*, jika hubungan kerjasama tidak sehat memepersingkat juga usia kerjasama yang dilakukan kedua belah pihak.

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis terhadap “Tinjauan Yuridis Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang Pada Perjanjian *Franchise* Markobar”. Maka dapat ditarik kesimpulan dalam penulisan skripsi ini sebagai berikut:

Pertama, pelaksanaan rahasia dagang dalam perjanjian *franchise* Markobar, Dalam menjaga rahasia dagang pada suatu perusahaan atau industri pada pelaksanaanya memiliki berbagai macam cara dan pertimbangan tertentu. Termasuk dalam menjaga suatu rasa yang dihasilkan dari produk makanan memerlukan beberapa resep rahasia yang digunakan untuk menjamin mutu dari produk makanan tersebut.

Begitu pula yang dilakukan oleh Markobar yang memiliki cara untuk menjaga rahasia dagangnya dalam membuat martabak. Cara yang dilakukan Markobar untuk melindungi resep rahasianya sudah memenuhi apa yang di amanatkan dalam Pasal 1 angka 1, Pasal 2, Pasal 3, dan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000

Tentang Rahasia Dagang. Upaya tersebut dilaksanakan dengan beberapa langkah diantaranya adalah membuat bumbu rahasia yang mana bumbu rahasia ini dalam *packing* nya hanya menggunakan plastik polos yang tidak ada kandungan unsur bahan apa saja yang digunakan dalam bumbu rahasia tersebut dan dalam pembuatan bumbu rahasia ini yang dibuat hanya oleh Pak Budi saja beliau adalah pemilik pertama Markobar, selain itu dengan cara menggunakan kompor dan loyang yang mana semua outlet Markobar menggunakan kompor dan loyang yang sama yang dikirim dari kantor pusat Markobar, meletakkan tulisan “*larangan masuk bagi yang tidak berkepentingan*” yang diletakkan pada pintu dapur dan ruang penyimpanan bahan baku, adanya kontrol dari pusat yang memastikan karyawan bekerja sesuai standar operasional. Dengan adanya upaya yang dilakukan Markobar untuk melindungi rahasia dagangnya hal tersebut berguna untuk menjaga cita rasa yang dimiliki Markobar dan informasi mengenai rahasia dagang tersebut menjadi terlindungi oleh Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang. Kedua, perlindungan hukum terhadap *franchisor* dan *franchisee*, perjanjian *franchise* Markobar dalam hal ini telah banyak yang sesuai dengan perundang-undangan terutama mengenai perjanjian, syarat sah nya perjanjian, asas asas dalam perjanjian yang digunakan dan juga berakhirnya perjanjian. Ada yang belum sesuai yaitu wanprestasi, hal ini dilihat dimana terkadang *franchisee* telat untuk membayar uang royalty dan uang promosi pada tiap buulannya yang mana dalam hal ini *franchisor* tidak melihatnya sebagai suatu wanprestasi, menurut *franchisor* jika telat *franchisee* cukup diingat saja. Mengenai pelanggaran terhadap rahasia dagang selama ini belum pernah terjadi pada Markobar, tetapi jika suatu saat nanti terjadi adanya pelanggaran rahasia dagang maka langkah yang diambil markobar adalah duduk bersama bermusyawarah untuk melakukan penyelesaian masalah dan dan tidak mengajukan gugatan ke Pengadilan Negeri karena Markobar percaya jikalau terjadi pencurian pun si pencuri tidak mengetahui juga apa kandungan bahan didalamnya.

4.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka penulis dapat memberi saran sebagai berikut: *Pertama*, disarankan kepada pemilik Markobar jika suatu saat nanti ditemukan terjadinya pelanggaran terhadap rahasia dagang baik dicuri atau dengan cara lain yang merugikan sebaiknya Markobar melakukan penyelesaian sengketa melalui Pengadilan supaya dapat dilakukan ganti rugi oleh pelanggar rahasia dagang tersebut, karena meski pencuri tidak tahu kandungan apa saja yang ada di dalamnya tetapi hal tersebut dinilai tetap merugikan pemilik. *Kedua*, Disarankan kepada pemilik Markobar untuk membuat peraturan perusahaan secara tertulis mengenai rahasia dagang yang dilindungi dan dalam peraturan tersebut diuraikan secara lengkap mengenai apa saja yang dilindungi. *Ketiga*, Disarankan kepada pemilik Markobar untuk lebih mempelajari rahasia dagang supaya dapat melakukan pencegahan dan perlindungan yang lebih mengenai objek yang dilindungi, karena hal ini berguna untuk kelangsungan Markobar dalam menjaga cita rasa.

DAFTAR PUSTAKA

- Basrah, Moch dan Faiz Mufidin. (2008). *Bisnis Franchise dan Aspek-Aspek Hukumnya*. Bandung :PT Citra Aditya Bakti.
- Munandar, Haris & Sitanggang, Saily. 2012. *Mengenal HAKI*. Jakarta: Erlangga.
- Soekamto, Soerjono. (2007). *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press
- Suratman dan Dillah, Philips. (2013). *Metode Penelitian Hukum*. Bandung: Alfabeta
- Wibowo, Agus. (2011). *Pendidikan Kewirausahaan (Konsep dan Strategi)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Yustisia, Cita Serfiyani dan Hariyani, Iswi. (2017). *Buku Pintar Haki dan Warisan Budaya*. Yogyakarta: UGM Press
- Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang
- Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba