

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk sosial yang mana tidak bisa hidup sendiri. Pada umumnya manusia selalu membutuhkan bantuan dari orang lain untuk beraktivitas atau berkehidupan dalam suatu Negara, maka dari itu manusia mengatasi itu dengan cara melakukan kerjasama. Dan selain itu manusia juga disebut makhluk ekonomi, selama hidup mereka selalu dihadapkan pada kebutuhan-kebutuhan yang harus terpenuhi. Tetapi dalam kenyataannya tidak semudah apa yang selalu dipikirkan karena tidak semua manusia memiliki kemampuan yang sama untuk memenuhi kebutuhannya. Sehingga dalam memenuhi kebutuhannya tersebut manusia akan selalu dihadapkan pada beberapa masalah, seperti kondisi ekonomi negara Indonesia saat ini yang mana masyarakatnya sulit memperoleh pekerjaan. Maka dari itu manusia dituntut untuk berusaha dengan kemampuannya sendiri dan menggunakan kemampuan atau potensi dari dalam diri untuk dapat bertahan hidup dalam persaingan yang tinggi saat ini. Salah satu cara untuk bisa bertahan hidup adalah dengan menggunakan kemampuan tersebut untuk berwirausaha. Mereka yang menjadi wirausaha adalah orang-orang yang mengenal potensi dan belajar mengembangkannya untuk menangkap peluang serta mengorganisasi usaha dalam mewujudkan cita-citanya.

Kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif, jeli melihat peluang dan selalu terbuka untuk setiap masukan dan perubahan yang

positif yang mampu membawa bisnis terus bertumbuh serta memiliki nilai. Salah satu pendorong terciptanya inovasi selain perubahan dan keharusan untuk beradaptasi adalah kesadaran akan adanya celah antara apa yang ada dan apa yang seharusnya ada, dan antara apa yang diinginkan oleh masyarakat dengan apa yang sudah ditawarkan ataupun dilakukan oleh Pemerintah, sektor swasta maupun Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Bisnis sebaiknya memiliki nilai dan bermanfaat. Hal ini bisa dicapai melalui kegiatan bisnis yang dilakukan dengan menerapkan konsep kewirausahaan.¹ Dalam melakukan bisnis ini, manusia tidak bisa melakukan sendiri karena pada dasarnya manusia memang makhluk sosial dan juga makhluk ekonomi. Maka dari itu manusia masih perlu bantuan dari yang lainnya. Untuk itu maka perlu adanya kerjasama juga dalam melakukan bisnis tersebut.

Dalam hal ini terdapat berbagai cara untuk menjadi wirausahawan, diantaranya yaitu melakukan atau membuka usaha sendiri dari awal atau cara lain bisa dengan membeli bisnis yang sudah ada dan sudah dijalankan. Dalam berwirausaha seseorang dituntut untuk berani melakukan terobosan atau penemuan baru, hal itu dikarenakan semakin berkembangnya teknologi pada saat ini maka berkembanglah pola berfikir dan banyak hal-hal baru yang harus dilakukan dalam rangka memperoleh keuntungan ekonomi dari berwirausaha tersebut. Salah satu terobosan tersebut adalah melalui usaha kemitraan. Pengertian kemitraan menurut Undang-Undang Nomor 44 Tahun 1997 Tentang Kemitraan, kemitraan merupakan bentuk kerjasama mengenai

¹ Rintan Saragih, 2017, *Membangun Usaha Kreatif, Inovatif Dan Bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial*, (Medan: STIE LMII Medan), Hal. 26.

keterkaitan usaha, baik langsung atau tidak langsung atas dasar prinsip saling memerlukan, saling mempercayai, saling memperkuat serta saling menguntungkan yang melibatkan usaha mikro, kecil atau menengah dengan usaha besar. Usaha besar dan usaha mikro, kecil atau menengah yang telah bersepakat untuk bermitra berkewajiban untuk membuat perjanjian yang mengikat kedua belah pihak.

Pemerintah Republik Indonesia telah mengundangkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang. Undang-Undang Rahasia Dagang ini dibuat dengan tujuan untuk memajukan industri nasional yang nantinya akan mampu bersaing dalam lingkup perdagangan internasional. Melalui Undang-Undang ini, yang memberikan perlindungan hukum terhadap rahasia dagang sebagai bagian dari sistem Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI), diharapkan dapat tercipta iklim yang akan mendorong kreasi dan inovasi masyarakat.²

Rahasia dagang merupakan 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. Jika dicermati unsur-unsur yang ada dalam definisi tersebut, maka dapat ditarik karakteristik hukum rahasia dagang yakni:

1. Merupakan informasi yang tidak diketahui umum
2. Informasi itu meliputi bidang teknologi atau bisnis
3. Mempunyai nilai ekonomis yang berguna dalam kegiatan usaha

² Gunawan Widjaja, 2001, Seri Hukum Bisnis: Rahasia Dagang, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), Hal. 5.

4. Dijaga kerahasiaannya oleh pemiliknya

Informasi tidak diketahui umum, bermakna bahwa informasi itu bersifat eksklusif, hanya si pemegang informasi tersebut sajalah yang dapat mengetahui rahasia tersebut. Rahasia yang berisikan informasi bidang teknologi atau yang ada kaitannya dengan dunia bisnis. Untuk memperoleh informasi teknologi melalui kajian ilmiah yang memerlukan kecerdasan intelektual, biaya dan mungkin menghabiskan waktu yang panjang. Oleh karena informasi itu berguna bagi dunia bisnis, maka ia pastilah mempunyai nilai ekonomis, karena itu kerahasiaannya perlu dijaga oleh pemiliknya.³

Salah satu bentuk usaha kemitraan diantaranya adalah Yippie Drink. Yippie Drink merupakan usaha kemitraan dibidang penjualan produk minuman. Selain itu Yippie Drink juga merupakan kreasi minuman masa kini dengan berbagai varian rasa. Produk Yippie Drink merupakan inovasi dan hasil dari olah pemikiran sehingga menghasilkan suatu produk yang memiliki nilai. Produk minuman Yippie Drink merupakan kekayaan intelektual yang dimiliki oleh penciptanya, sehingga sudah selayaknya dilindungi untuk menjaga hak-hak penciptanya. Kekayaan intelektual tersebut apabila hanya diketahui oleh penciptanya saja atau dirahasiakan oleh beberapa orang melalui perjanjian merupakan rahasia dagang. Untuk mengurangi potensi rahasia dagang tersebut disebarkan kepada sembarang orang tanpa izin atau bahkan digunakan untuk membuat usaha sendiri maka diperlukan adanya perlindungan terhadap rahasia dagang tersebut, karena dalam kemitraan

³ Syahriyah Semaun, 2011, *Perlindungan Hukum Terhadap Rahasia Dagang*, Jurnal Hukum Diktum, Hal. 31.

Yippie Drink sendiri merupakan usaha penjualan produk minuman Yippie Drink yang melibatkan mitra yang merupakan orang lain diluar penemu atau pemilik rahasia dagang.

Kemudian yang menjadi pertanyaan adalah bagaimana bentuk rahasia dagang suatu produk dalam hal ini kemitraan Yippie Drink dan bagaimana perlindungannya, sehingga dari pertanyaan tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“TINJAUAN MENGENAI RAHASIA DAGANG KEMITRAAN YIPPIE DRINK DALAM PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 30 TAHUN 2000 TENTANG RAHASIA DAGANG”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk rahasia dagang kemitraan Yippie Drink?
2. Bagaimana perlindungan hukum rahasia dagang kemitraan Yippie Drink dalam perspektif Undang-undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun mengenai tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Tujuan Objektif
 - a. Mendeskripsikan bentuk rahasia dagang kemitraan Yippie Drink.
 - b. Mendeskripsikan perlindungan hukum rahasia dagang kemitraan Yippie Drink dalam perspektif Undang-undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang.

2. Tujuan Subjektif

- a. Untuk memenuhi persyaratan akademis dalam memperoleh gelar Strata 1 (sarjana) dalam bidang ilmu hukum di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- b. Untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pemahaman baik teori maupun praktik di bidang ilmu hukum sebagai disiplin ilmu yang sedang dipelajari terutama dalam lingkup hukum perdata.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut :

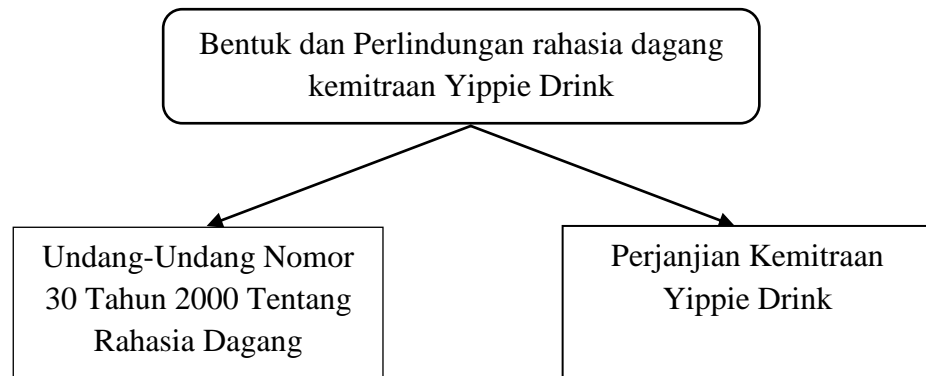
1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran dan pengetahuan yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu hukum, terkhususkan pada hukum perdata yang terkait dengan rahasia dagang serta menjadi bahan sumber data (rujukan) dan informasi penelitian sejenisnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini digunakan untuk memberikan jawaban atas permasalahan yang hendak diteliti.
- b. Memberikan informasi kepada masyarakat luas mengenai rahasia dagang
- c. Mengembangkan pola pikir yang tersistematis dalam perumusan dan pengembangan karya tulisan.

E. Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Kemitraan merupakan suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh kedua belah pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menyatakan, kemitraan adalah kerjasama dalam keterkaitan usaha, baik langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan yang melibatkan Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dengan Usaha Besar. Kemitraan Yippie Drink merupakan usaha bersama antara Usaha Besar sebagai penemu, penyedia bahan baku dan modal dengan Usaha Kecil yang menjualkan minuman Yippie Drink.

Dalam Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang mengatur mengenai rahasia dagang yang mendapat perlindungan adalah rahasia dagang dimana informasi tersebut bersifat rahasia, mempunyai nilai ekonomi, dan dijaga kerahasiaannya melalui upaya sebagaimana mestinya. Informasi dianggap bersifat rahasia apabila informasi tersebut

hanya diketahui tertentu atau tidak diketahui secara umum oleh masyarakat. Informasi dianggap memiliki nilai ekonomi apabila sifat kerahasiaan informasi tersebut dapat digunakan untuk menjalankan kegiatan atau usaha bersifat komersial atau dapat meningkatkan keuntungan secara ekonomi. Informasi dianggap dijaga kerahasiaannya apabila pemilik atau para pihak yang menguasainya telah melakukan langkah-langkah yang layak dan patut.⁴ Dalam kemitraan Yippie Drink terdapat rahasia yang dilindungi oleh Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang, yang bentuk dari rahasia dagang serta perlindungannya diatur secara spesifik dalam perjanjian kemitraan antara *Owner* Yippie Drink dan Mitra Yippie Drink.

Dari hal-hal tersebut akan ditemukan bagaimana bentuk rahasia dagang dari kemitraan Yippie Drink serta bagaimana perlindungan rahasia dagang kemitraan Yippie Drink apabila dikaitkan dengan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang.

F. Metode Penelitian

1. Metode pendekatan

Metode pendekatan yang di gunakan adalah metode pendekatan yuridis normatif yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder sebagai bahan dasar untuk di teliti dengan cara mengadakan penelusuran terhadap peraturan-peraturan dan literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan

⁴ *Ibid*, Hal. 37.

yang di teliti.⁵ Dalam penelitian ini penulis mengkaji perjanjian kerjasama antara *Owner* Yippie Drink dengan Mitra Yippie Drink yang selanjutnya diteliti dengan peraturan-peraturan dan literatur-literatur lain yang berkaitan dengan masalah rahasia dagang kemitraan Yippie Drink.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Jenis penelitian deskriptif adalah dimana penelitian ini bermaksud untuk memberikan gambaran atau deskripsi mengenai suatu permasalahan secara objektif yaitu memaparkan mengenai keadaan yang benar-benar terjadi dan sesuai dengan kenyataan. Penelitian ini memberikan gambaran atau deskripsi dari “Tinjauan Mengenai Rahasia Dagang Kemitraan Yippie Drink dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang”

3. Sumber dan Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data sekunder yakni data yang diperoleh dalam bentuk jadi, yaitu berupa publikasi/laporan atau perjanjian yang dibuat oleh *Owner* kemitraan Yippie Drink dengan Mitra Yippie Drink.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan. Metode ini dipergunakan untuk mengumpulkan data sekunder, yang dilakukan dengan cara, mencari, menginventarisasi dan

⁵ Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, 2001, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan singkat)*, (Jakarta: Rajawali Press), Hal. 13-14.

mempelajari peraturan perundang-undangan, doktrin-doktrin, dan data-data sekunder yang lain, yang terkait dengan objek yang dikaji. Adapun instrumen pengumpulan yang digunakan berupa form dokumentasi, yaitu suatu alat pengumpulan data sekunder, yang berbentuk format-format khusus, yang dibuat untuk menampung segala macam data, yang diperoleh selama kajian dilakukan

5. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data dengan teknik kualitatif yaitu menganalisis sesuatu yang digambarkan dengan mendeskripsikan atau menjelaskan mengenai data yang diperoleh selanjutnya diolah menjadi sebuah rangkaian peristiwa atau kasus. Teknik kualitatif menggunakan pola berfikir deduktif, yaitu pola berfikir yang berdasar pada hal-hal yang bersifat umum untuk mencapai sebuah kesimpulan yang bersifat khusus.⁶

G. Sistematika Skripsi

Untuk lebih mengetahui dan mempermudah dalam melakukan pembahasan, penganalisaan serta penjabaran isi dari penelitian ini, maka dalam penulisan skripsi ini penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.

⁶ Jujun S. Suriasumantri, 2005, *Filsafat Ilmu Sebuah Pengantar Populer*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan), Hal. 48-49.

- B. Rumusan Masalah.
- C. Tujuan Penelitian.
- D. Manfaat Penelitian
- E. Kerangka Pemikiran.
- F. Metode Penelitian.
- G. Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

- A. Tinjauan Umum Tentang Kemitraan.
 - 1. Pengertian Kemitraan
 - 2. Asas-asas dan Prinsip Hukum Kemitraan
- B. Tinjauan Umum Tentang Rahasia Dagang
 - 1. Pengertian Rahasia Dagang
 - 2. Ruang Lingkup Rahasia Dagang
 - 3. Perlindungan Hukum Rahasia Dagang
 - 4. Pelanggaran dan Penyelesaian Rahasia Dagang

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Hasil Penelitian
- B. Pembahasan

BAB IV PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran