



UNIVERSITAS INDONESIA

**TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN RAHASIA DAGANG
DALAM PERJANJIAN WARALABA**

SKRIPSI

MUHAMMAD FAISAL

0806342756

FAKULTAS HUKUM

PROGRAM STUDI ILMU HUKUM

DEPOK

JANUARI 2012



UNIVERSITAS INDONESIA

**TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN RAHASIA DAGANG
DALAM PERJANJIAN WARALABA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum

MUHAMMAD FAISAL

0806342756

FAKULTAS HUKUM

PROGRAM STUDI ILMU HUKUM

**HUKUM TENTANG HUBUNGAN ANTARA SESAMA ANGGOTA
MASYARAKAT**

DEPOK

JANUARI 2012

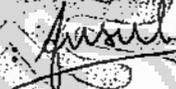
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Skripsi ini adalah hasil karya sendiri,
dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar**

Nama : Muhammad Faisal

NPM : 0806342756

Tanda Tangan



Tanggal : 20 Januari 2012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :
Nama : Muhammad Faisal
NPM : 0806342756
Program Studi : Ilmu Hukum
Judul Skripsi : Tinjauan Yuridis Perlindungan Rahasia Dagang dalam Perjanjian Waralaba

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Endah Hartati, S.H., M.H. 
Penguji : Surini Mangundihardjo, S.H., M.H. 
Penguji : Wahyu Andrianto, S.H., M.H. 

Ditetapkan di : Depok
Tanggal : 20 Januari 2012

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Tinjauan Yuridis Perlindungan Rahasia Dagang dalam Perjanjian Waralaba” ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Indonesia.

Demikian juga salawat dan beriring salam disampaikan keharibaan junjungan besar Rasulullah SAW yang telah membawa manusia dari alam kebodohan menuju khazanah ilmu.

Selanjutnya, dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penulis telah mendapatkan banyak bimbingan, pengarahan, dan bantuan yang sangat berharga dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini yaitu sebagai berikut:

1. Ibu Endah Hartati, S.H., M.H., sebagai pembimbing penulis yang ditengah-tengah kesibukannya telah meluangkan waktu dan menyumbangkan pemikiran untuk membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Tim Dosen Penguji, Ibu Surini Mangundihardjo, S.H., M.H., dan Bapak Wahyu Andrianto, S.H., M.H., yang telah meluangkan waktunya untuk menguji skripsi ini dan memberikan bimbingan dan arahan dalam rangka penyusunan dan penyempurnaan skripsi ini.
3. Bapak Hasril Hertanto, S.H., M.H., sebagai Pembimbing Akademis penulis yang telah membimbing penulis selama menjalani studi di Fakultas Hukum Universitas Indonesia.
4. Seluruh dosen dan staff pengajar di Fakultas Hukum Universitas Indonesia. Semoga setiap ilmu yang diberikan dapat menjadi modal yang sangat berharga bagi kemajuan penulis di masa yang akan datang.

5. Kedua orangtua penulis, Ayahanda H. Ayub, S.H., M.H, Ibunda Hj. Rukiah, S.H., yang secara terus-menerus tanpa kenal lelah memberikan dorongan materil dan moril kepada penulis, dan atas segala pengorbanannya itulah penulis dapat menyelesaikan pendidikan sampai pada tingkat seperti saat sekarang ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan juga kepada Kakanda Putri AR, S.H., M.Kn., Cory AR, S.T., dan Drg. Bunga AR, yang selama ini telah memberikan dukungan dalam penulisan skripsi ini, dimana berkat dukungan yang membangun semangat penulis serta membangun tanggung jawab penulis untuk menyelesaikan skripsi inilah, penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Tidak lupa terima kasih penulis ucapkan kepada Keysha Al-Machri, keponakan penulis yang turut berpartisipasi menjadi sumber semangat penulis dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak Muhammad Citra Ramadhan, S.H., M.H., selaku abang ipar penulis yang selama proses penulisan skripsi ini telah banyak membantu memberikan masukan, membantu pencarian data dan memberikan dukungan kepada penulis dimana berkat masukan, bantuan dan dukungan tersebut skripsi ini kiranya dapat terselesaikan.
7. Keluarga besar kantor hukum Law Office Ayub, S.H., & Associates, Bapak Tarmin, S.H., M.H., Bapak Suryono, S.H., Bapak Jahuri, S.H.I., M.H., Bapak Iwan dan Bapak Yahaji yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penulisan skripsi ini.
8. Segenap keluarga besar Sutarman, khususnya kepada Bapak Sutarman dan Ibu Sutarman yang banyak memberikan dukungan dan mengizinkan penulis tinggal di kediamannya dalam masa awal perkuliahan penulis di Fakultas Hukum Universitas Indonesia.
9. Teman-teman penulis dari komunitas D02A, Gede Aditya Pratama, Fathan Nautika, Radian Adi, Patra Dewa, Riko Fajar, Prakoso Anto, Muhammad Rizaldi, Firman el Amny, Rangga Sujud, Ohyongyi Marino, Try Bagus, Dio Ashar, M. Titano, Anandito Utomo, Umar Bawahab, dan Aldamayo Panjaitan

atas dukungannya. Semoga silaturahmi komunitas ini tetap terjalin kedepannya.

10. Keluarga besar Fakultas Hukum Universitas Indonesia angkatan 2008 atas pertemanan dan kebersamaannya selama masa perkuliahan penulis. Semoga angkatan ini tetap menjalin silaturahmi kedepannya.
11. Teman-teman alumnus SMA swasta Sutomo 1, Marconi Darmawan, Harryanto Hanitio, Julius Monroe, Hendra Adjuddin, Benny Halim, Desc Derrick, Jojo Thiawan, Iche Jauwari, Faustina, Khendy Liantono, dan William atas dukungannya.
12. Staff dan Karyawan Fakultas Hukum Universitas Indonesia yang banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi, khususnya pada Bapak Sarjono, dan Bapak Selam serta segenap staff Biro Pendidikan.
13. Kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang telah memberikan bantuan, motivasi, dukungan, doa dan semangat untuk penyusunan skripsi ini baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Terhadap kemurahan hati dari semua pihak tersebut, penulis hanya dapat mendo'akan agar segala bentuk bantuan tersebut, baik yang sifatnya materil maupun formil kelak akan mendapat balasan yang sepadan dari Allah SWT.

Akhir kata seraya menyerahkan diri kepada Allah SWT, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini serta permohonan maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat kata-kata yang kurang berkenan. Penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari segala kekurangan baik dari segi materi maupun segi teknis penulisan. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi seluruh pihak yang akan membacanya dan menjadi sumber pengetahuan untuk kemajuan ilmu hukum di bumi Indonesia. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat-Nya kepada kita semua. Amin.

Depok, 20 Januari 2012

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Faisal
NPM : 0806342756
Program Studi : Ilmu Hukum
Kekhususan : Hukum Tentang Hubungan antara Sesama Anggota Masyarakat
Fakultas : Hukum
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

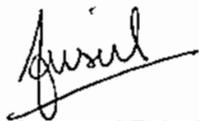
Tinjauan Yuridis Perlindungan Rahasia Dagang dalam Perjanjian Waralaba beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia atau memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Depok

Pada Tanggal: 20 Januari 2012

Yang Menyatakan,


(Muhammad Faisal)

ABSTRAK

Nama : Muhammad Faisal
Program Studi : Ilmu Hukum
Judul : Tinjauan Yuridis Perlindungan Rahasia Dagang dalam Perjanjian Waralaba)

Skripsi ini membahas perlindungan hukum rahasia dagang dalam perjanjian waralaba. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan dengan data sekunder sebagai sumber datanya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rahasia dagang sangat penting dilindungi dalam bisnis waralaba, karena dalam suatu bisnis waralaba dapat diketahui rahasia dagang pemilik hak (pemberi waralaba), sehingga potensi terungkapnya rahasia dagang dalam suatu bisnis waralaba menjadi besar. Tidak hanya terbatas pada pihak pemberi dan penerima waralaba saja, melainkan juga karyawan masing-masing pihak. Mengingat pentingnya perlindungan rahasia dagang dalam perjanjian waralaba, maka perjanjian waralaba haruslah dibuat secara komprehensif. Perjanjian tersebut tidak hanya harus dapat menjamin perlindungan rahasia dagang pada saat berlangsungnya perjanjian namun juga pada saat setelah perjanjian tersebut berakhir.

Berdasarkan hal-hal tersebut, perjanjian waralaba hendaknya memuat klausula-klausula sebagai berikut: Secara spesifik menyatakan dalam perjanjian waralaba bahwa setiap hal yang terindikasi sebagai rahasia dagang milik pemberi waralaba dalam kaitannya dengan bisnis waralabanya dilisensikan kepada penerima waralaba dan tidak untuk dijual; Memasukkan klausula *non-disclosure*, *non-compete*, dan *non-solicitation agreement* dalam perjanjian waralaba dan juga perjanjian kerja terhadap karyawan masing-masing pihak; Memasukkan klausula yang mewajibkan penerima waralaba mengembalikan benda-benda yang terindikasi sebagai rahasia dagang milik pemberi waralaba secepatnya setelah perjanjian berakhir.

Kata kunci:

Perjanjian waralaba, perlindungan, rahasia dagang.

ABSTRACT

Name : Muhammad Faisal
Study Program : Law
Title : Legal Review of Trade Secret Protection on Franchise Agreement

This Thesis studies the trade secret law protection on a franchise agreement. This research uses library research method with secondary data as its data resources. Result from the research shows that trade secrets is very important to be protected on a franchise business system, because through a franchise business system, trade secret that was owned by the rights owner (franchisor) can be revealed, therefore the possibility of trade secrets being revealed is very high. Not only limited to the franchisor and the franchisee, but also to employees as well. Considering that trade secret protection is very important on a franchise business system, a franchise agreement must be made in a comprehensive way. The agreement must guarantee trade secret protection not only in the moment in which the agreement was made but also in the moment when the agreement has ended. According to things explained beforehand, a franchise agreement should provide provisions as follows: specifically state in the franchise agreement that any item indicates as the franchisor's trade secret in its relation to the franchise business system are being licensed to the franchisee as opposed to being sold; includes non-disclosure, non-compete and non-solicitation provisions; includes specific provisions that require the immediate return of any of the franchisor's trade secret after the end of the agreement.

Keywords:
Franchise agreement, protection, trade secret.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pokok Permasalahan	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Umum	5
1.3.2 Tujuan Khusus	5
1.4 Metode Penelitian	6
1.5 Definisi Operasional	7
1.6 Sistematika Penulisan	8
2. LANDASAN TEORI PERJANJIAN, WARALABA DAN RAHASIA DAGANG	
2.1 Landasan Teori Perjanjian	10
2.2 Pengertian Waralaba	17
2.3 Sejarah Perkembangan Waralaba	21
2.4 Devinisi Perjanjian Waralaba	24
2.5 Kelebihan dan Kelemahan Waralaba	31
2.6 Pengertian Rahasia Dagang	34
3. URGENSI PERLINDUNGAN RAHASIA DAGANG DALAM PERJANJIAN WARALABA	
3.1 Perlindungan Rahasia Dagang	38
3.2 Rahasia Dagang dalam Bisnis Waralaba	47
3.3 Langkah Perlindungan Rahasia Dagang dalam Bisnis Waralaba	49
4. PERLINDUNGAN HUKUM RAHASIA DAGANG DALAM PERJANJIAN WARALABA	
4.1 Perjanjian Waralaba	52
4.2 Perlindungan Rahasia Dagang Selama Perjanjian Berlangsung	56
4.3 Perlindungan Rahasia Dagang Setelah Berakhirnya Perjanjian Waralaba	58
4.4 Realitas Penerapan Perlindungan Rahasia Dagang dalam Perjanjian Waralaba di Indonesia	60

5. PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	66
DAFTAR REFERENSI	68
LAMPIRAN	



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Putusan Pengadilan Negeri Bekasi Nomor:
202/Pdt.G/2010/PN/Bks.



BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia adalah makhluk sosial untuk dapat memenuhi kebutuhan hidupnya tidak akan pernah lepas dari berinteraksi dengan manusia lainnya.¹ Manusia dari lahir sampai meninggal, hidup diantara manusia lain. Hal ini sejak zaman kuno dinyatakan oleh seorang ahli filsafat bangsa Yunani yang bernama Aristoteles, yang menyebutkan manusia itu *zoon politicon*. Lebih tegas P. J. Bouman menyebutkan bahwa seorang manusia dapat dikatakan menjadi manusia setelah ia hidup dengan manusia lain.²

Interaksi antar manusia tersebut berlangsung meliputi banyak bidang, baik itu bidang sosial, ekonomi, budaya, serta bidang-bidang kehidupan lainnya. Berlangsungnya interaksi ini meningkatkan keterkaitan atau ketergantungan antar sesama manusia. Dalam perkembangannya sekarang ini, interaksi antar manusia tersebut telah mencapai tahap dimana batas antar wilayah atau negara tidak lagi menjadi penghalang bagi terlaksananya interaksi tersebut. Hal inilah yang dikenal dengan istilah globalisasi.

Globalisasi dapat diartikan sebagai perkembangan dan interkoneksi dalam perdagangan dan pasar uang yang melewati batas-batas nasional, hal mana difasilitasi oleh perkembangan teknologi yang cepat dan luas.³ Salah satu karakteristik utama globalisasi adalah kebebasan dan keterbukaan. Karakteristik tersebut menimbulkan sifat globalisasi yang cepat, kompetitif dan terus berubah. Oleh karena karakteristik yang demikian, maka dapat dikatakan globalisasi bersifat ambivalen. Di satu sisi globalisasi akan membawa dampak positif, namun di sisi lain globalisasi akan membawa dampak negatif. Misalnya dalam bidang ekonomi, dalam perdagangan, kompetitor yang tidak dapat bertahan menghadapi

¹ L. J. Van Apeldorn, *Pengantar Ilmu Hukum*, cet. 28, (Jakarta: Prana Paramita, 2000), Hlm. 22.

² E. Eutrecht, *Pengantar Hukum Indonesia*, cet. 7, (Jakarta: Ichtiar, 1962), Hlm. 5.

³ Erman Rajagukguk, *Globalisasi Hukum dan Kemajuan Teknologi: Implikasinya Bagi Pendidikan Hukum dan Pembangunan Hukum Indonesia*, (Jurnal Hukum Universitas Sumatera Utara Vol. 1, No. 1 Tahun 2005), Hlm. 12.

arus globalisasi akan tersingkirkan dalam persaingan. Secara implisit, hukum rimba berlaku dalam era ini dimana yang kuatlah yang akan terus hidup. Oleh karena itu, untuk dapat bertahan dalam menghadapi arus globalisasi yang cepat, kompetitif dan terus berubah ini, manusia melakukan kerjasama atau kemitraan antar sesama manusia di berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam bidang perdagangan.

Salah satu faktor yang penting dalam perdagangan adalah sistem pemasaran. Pemasaran seringkali memerlukan biaya yang cukup tinggi dimana biaya tinggi yang dikeluarkan tersebut tidak efektif dan efisien bagi pengusaha untuk mengembangkan usahanya di era globalisasi ini. Cara yang dapat dilakukan untuk mensiasati pemasaran yang tidak efektif dan efisien adalah dengan melakukan kerjasama atau kemitraan dengan pengusaha lain. Salah satu cara yang efektif dan efisien antara lain adalah dengan sistem waralaba (*franchise*).

Waralaba pertama kali dikenalkan di Amerika Serikat, dimana pada tahun 1851 Isaac Singer mendistribusikan mesin jahit temuannya dengan menerima imbalan dari seorang pengusaha mandiri untuk mendapatkan hak wilayah untuk menjual mesin jahit temuannya tersebut, oleh karena Singer tidak mempunyai cukup modal untuk mendistribusikan mesin jahitnya sendiri. Waralaba dengan cepat menjadi metode pendistribusian barang dan jasa yang dominan di Amerika. Di Indonesia sendiri, perkembangan bisnis waralaba ditandai dengan keberadaan *Kentucky Fried Chicken (KFC)*, *Swensen*, *Shake Pisa* dan lain sebagainya pada tahun 1970-an dan terus berkembang sampai pada saat ini.

Waralaba pada dasarnya adalah sebuah perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen. Pemberi waralaba (*franchisor*) dalam jangka waktu tertentu memberikan lisensi kepada penerima waralaba (*franchisee*) untuk melakukan usaha pendistribusian barang dan jasa di bawah nama dan identitas *franchisor* dalam wilayah tertentu.⁴

⁴ Suharnoko, *Pemutusan Perjanjian dan Perlindungan Hukum bagi Franchise*, Hukum dan Pembangunan XXVI (6 Desember 1996), Hlm. 501-512.

Terkait dengan pengaturan hukum, waralaba di Indonesia diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang waralaba dimana dalam Peraturan Pemerintah tersebut dikatakan bahwa waralaba merupakan 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.

Memperhatikan paparan mengenai waralaba tersebut, maka dalam waralaba terdapat beberapa aspek hukum yang terkait, antara lain: *Pertama*, aspek hukum perjanjian, dan *Kedua*, aspek hukum *Intellectual property rights*/hak kekayaan intelektual (HKI).⁵

Pertama, di dalam aspek hukum perjanjian misalnya, perjanjian waralaba terikat pada syarat sahnya perjanjian sebagaimana terdapat dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Selain itu, terdapat juga asas kebebasan berkontrak yang diatur dalam Pasal 1338 KUHPerdata dimana suatu perjanjian boleh tentang hal apa saja asalkan tidak melanggar ketentuan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum. Perjanjian yang dibuat oleh para pihak berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya dan tentunya mengikat para pihak (*pacta sun servanda*). Akan tetapi, perjanjian antara para pihak dalam *franchise agreement* pada umumnya telah berbentuk baku dalam arti hal-hal yang diatur merupakan standar dari pemberi waralaba.

Kedua, terkait dengan aspek hukum HKI, dalam pasal 3 huruf (f) Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dikatakan bahwa waralaba harus memiliki kriteria hak kekayaan telah terdaftar. Dimana dalam penjelasannya

⁵ Berdasarkan Keputusan Menteri Hukum dan Perundang-undangan RI No.M.03.PR.07.10 Tahun 2000, istilah “Hak Kekayaan Intelektual” (tanpa kata “atas”), dapat disingkat menjadi HKI. Alasan perubahan antara lain adalah untuk lebih menyesuaikan dengan kaidah bahasa Indonesia yang tidak menuliskan kata depan semacam “atas” atau “dari”, terutama untuk istilah. Misalnya untuk istilah “Polisi Perairan”, tidak perlu menulisnya dengan “Polisi untuk Perairan”, atau “Polisi Wanita” tidak perlu disebut dengan “Polisi untuk/dari Kaum Wanita”. Kita juga tidak mengatakan “Presiden dari Republik Indonesia” sebagai padanan. Penggunaan istilah dengan meniadakan kata “Atas” ini juga sudah dikonsultasikan dengan Pusat Pembinaan Bahasa Indonesia dan pakar bahasa Prof. Dr. Anton Moeliono, Lihat Ahmad Zen Umar Purba, *Penegakan Hukum di Bidang HKI*. Makalah disampaikan pada WIPO-National Roving Seminars on Enforcement of Intellectual Property Rights yang diselenggarakan dengan kerja sama antara WIPO dan DJHKI, Departemen Kehakiman dan HAM RI di Jakarta, 19 Oktober 2000, Hlm. 1.

dikatakan bahwa yang dimaksud dengan “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.

Dalam dunia bisnis, waralaba sering kali bergantung pada kerahasiaan dan kepemilikan atas informasi bisnisnya, termasuk terjaganya suatu kerahasiaan dagang. Dalam kenyataannya, inti bisnis waralaba terletak pada ciri khas usaha yang dikembangkan oleh pemberi waralaba dalam mengkonsep pengoperasian bisnisnya.

Suatu waralaba memiliki nilai kompetitif dan ekonomi ketika usaha tersebut memiliki keunggulan atau perbedaan yang tidak mudah ditiru dibandingkan dengan usaha lain sejenis, dan membuat konsumen selalu mencari ciri khas tersebut. Bahkan sering kali model bisnis waralaba dikatakan memiliki keunikan oleh karena dari kepemilikan satu badan usaha oleh seseorang (pemberi waralaba) memungkinkan berbagai pengusaha mandiri (penerima waralaba) untuk mengikuti/mereplikasi sistem bisnis milik pemberi waralaba tersebut. Dimana untuk memfasilitasi replikasi ini, pemberi waralaba memberikan informasi dan rahasia yang memiliki nilai ekonomi dan kompetitif kepada penerima waralaba. Oleh karena keterbukaan ini, rahasia dagang dapat tidak terjaga kerahasiaannya apabila diketahui oleh publik atau pesaing bisnis sehingga diperlukan adanya usaha lebih untuk melindungi rahasia dagang dan kerahasiaan informasi dalam suatu hubungan waralaba.⁶

Terkait untuk menghindari terjadinya pelanggaran rahasia dagang dalam hubungan waralaba dapat dilakukan di dalam perjanjian waralaba. Perjanjian waralaba merupakan suatu tindakan hukum yang menimbulkan adanya hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak dalam hubungan kerjasama antara pemberi waralaba dan penerima waralaba. Pengaturan hak dan kewajiban antara pemberi waralaba dan penerima waralaba haruslah jelas, seimbang dan memiliki batas-

⁶ Mark S. Vanderbroek dan Christian B. Turner, *Protecting and Enforcing Franchise Trade Secrets*, Franchise Law Journal, Volume 25, No. 4, (Spring 2006). Hlm. 191

batas tertentu agar di dalam pelaksanaannya tidak mengakibatkan kesewenang-wenangan salah satu pihak.

Perlindungan hukum terhadap rahasia dagang yang diberikan oleh perjanjian waralaba idealnya dapat melindungi rahasia dagang yang dimiliki pemberi waralaba tidak hanya dalam masa berlakunya perjanjian tetapi juga setelah berakhirnya perjanjian. Oleh karena itu, diperlukan adanya pengaturan yang sedemikian rupa secara komperhensif dalam suatu perjanjian waralaba untuk melindungi rahasia dagang yang adil, proporsional dan tidak menimbulkan kesewenang-wenangan.

1.2 Pokok Permasalahan

Berdasarkan latar belakang sebagaimana yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana urgensi perlindungan rahasia dagang dalam perjanjian waralaba?
2. Bagaimana perlindungan hukum rahasia dagang dalam perjanjian waralaba?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Secara umum tujuan penelitian ini adalah untuk memperluas wawasan tentang perjanjian waralaba khususnya terkait dengan perlindungan hukum rahasia dagang dan mengetahui permasalahan-permasalahan yang terdapat di dalam perjanjian waralaba terkait dengan perlindungan hukum rahasia dagang serta bagaimana mengatasi permasalahan itu.

1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui urgensi perlindungan rahasia dagang dalam perjanjian waralaba.
2. Untuk mengetahui perlindungan hukum rahasia dagang dalam perjanjian waralaba.

1.4 Metode Penelitian

Apabila diperhatikan dari sudut sifatnya, penulisan ini tergolong dalam penulisan deskriptif. Penulisan deskriptif merupakan penulisan yang bersifat memberikan gambaran tentang suatu keadaan atau suatu gejala.⁷ Dari sudut bentuknya, penulisan ini tergolong dalam penulisan preskriptif, yaitu apabila suatu penelitian ditujukan untuk mendapatkan saran-saran mengenai apa yang harus dilakukan untuk mengatasi masalah-masalah tertentu.⁸

Dalam penelitian ini mempergunakan studi kepustakaan (*library research*) yang bersifat hukum normatif melalui pendekatan yuridis normatif. Penelitian hukum normatif melalui studi kepustakaan merupakan penelitian yang hanya berfokus pada kajian hukum, yaitu penelitian yang menitik beratkan hanya terbatas pada data sekunder.⁹ Untuk membatasi pembahasan, maka data sekunder yang dipilih tidak keluar dari lingkup permasalahan yang ada.

Adapun data sekunder dari studi kepustakaan ini diperoleh dari perpustakaan, pusat dokumentasi, media cetak serta media elektronik yang terdiri dari :¹⁰

- Sumber Hukum Primer, yaitu berupa peraturan perundang-undangan yang terkait dengan permasalahan dalam penelitian ini seperti Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang, Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba, ataupun peraturan terkait lainnya.

⁷ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Cet. 3, (Jakarta: UI Press, 1986). Hlm.10.

⁸ *Ibid.*, Hlm. 10

⁹ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, cet. 8, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004). Hlm. 14.

¹⁰ Sri Mamudji, et al., *Metode Penelitian dan Penulisan Hukum*, (Depok: Badan Penerbit Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2005). Hlm. 30-31.

- Sumber Hukum Sekunder, yaitu bahan-bahan yang memberikan informasi atau hal-hal yang berkaitan dengan isi sumber primer serta implementasinya seperti buku-buku, artikel ilmiah, jurnal ilmiah, skripsi, tesis, disertasi dan lain sebagainya.
- Sumber Hukum Tersier, yaitu bahan-bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap sumber primer atau sumber sekunder seperti kamus, kamus hukum, ensiklopedia, dan lain sebagainya.

Dari data sekunder yang terdiri dari sumber hukum primer, sumber hukum sekunder dan sumber hukum tersier yang diperoleh akan dianalisis secara kualitatif dan kemudian ditarik kesimpulan dengan menggunakan logika hukum dengan cara deduktif. Dari data yang dianalisis tadi diharapkan dapat menjawab permasalahan yang ditetapkan.

1.5 Definisi Operasional

Pada penelitian ini, digunakan beberapa istilah terkait waralaba dan rahasia dagang, yaitu :

1. Perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seorang berjanji pada seorang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal.¹¹
2. Sistem terbuka dalam hukum perjanjian merupakan kebolehan membuat perjanjian yang berupa dan berisi apa saja (atau tentang apa saja) dan perjanjian itu akan mengikat mereka yang membuatnya seperti suatu undang-undang.¹²
3. Konsensualisme ialah pada dasarnya perjanjian dan perikatan yang timbul karenanya itu sudah dilahirkan sejak detik tercapainya kesepakatan.¹³
4. Waralaba (*franchise*) 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

¹¹ R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, Cet. 20, (Jakarta: PT. Intermasa, 2004). Hlm. 1.

¹² *Ibid.*, Hlm. 14.

¹³ *Ibid.*, Hlm. 15.

dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.¹⁴

5. Perjanjian waralaba adalah perjanjian secara tertulis antar pemberi waralaba dan penerima waralaba.¹⁵
6. Pemberi waralaba (*franchisor*) adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba.¹⁶
7. Penerima waralaba (*franchisee*) adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba.¹⁷
8. 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.¹⁸

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam rangka menguraikan substansi penulisan penelitian ini, maka secara sistematika penelitian ini dibagi dalam 5 (lima) bab, sebagaimana diuraikan sebagai berikut :

Bab pertama, sebagai bab pendahuluan yang terdiri dari enam sub-bab yang meliputi latar belakang, pokok permasalahan, tujuan penelitian, metode penelitian, definisi operasional, dan sistematika penulisan.

Bab kedua, membicarakan tentang landasan teori, mencakup didalamnya yang terdiri dari enam sub-bab meliputi landasan teori perjanjian, pengertian

¹⁴ Peraturan Pemerintah tentang Waralaba, PP No. 42, LN No. 90 Tahun 2007, TLN No. 4247, Pasal. 1 ayat (1).

¹⁵ Peraturan Menteri Perdagangan tentang Penyelenggaraan Waralaba, Permendag RI Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008, Pasal 1 ayat (7).

¹⁶ *Ibid.*, Pasal 1 ayat (3)

¹⁷ *Ibid.*, Pasal 1 ayat (4)

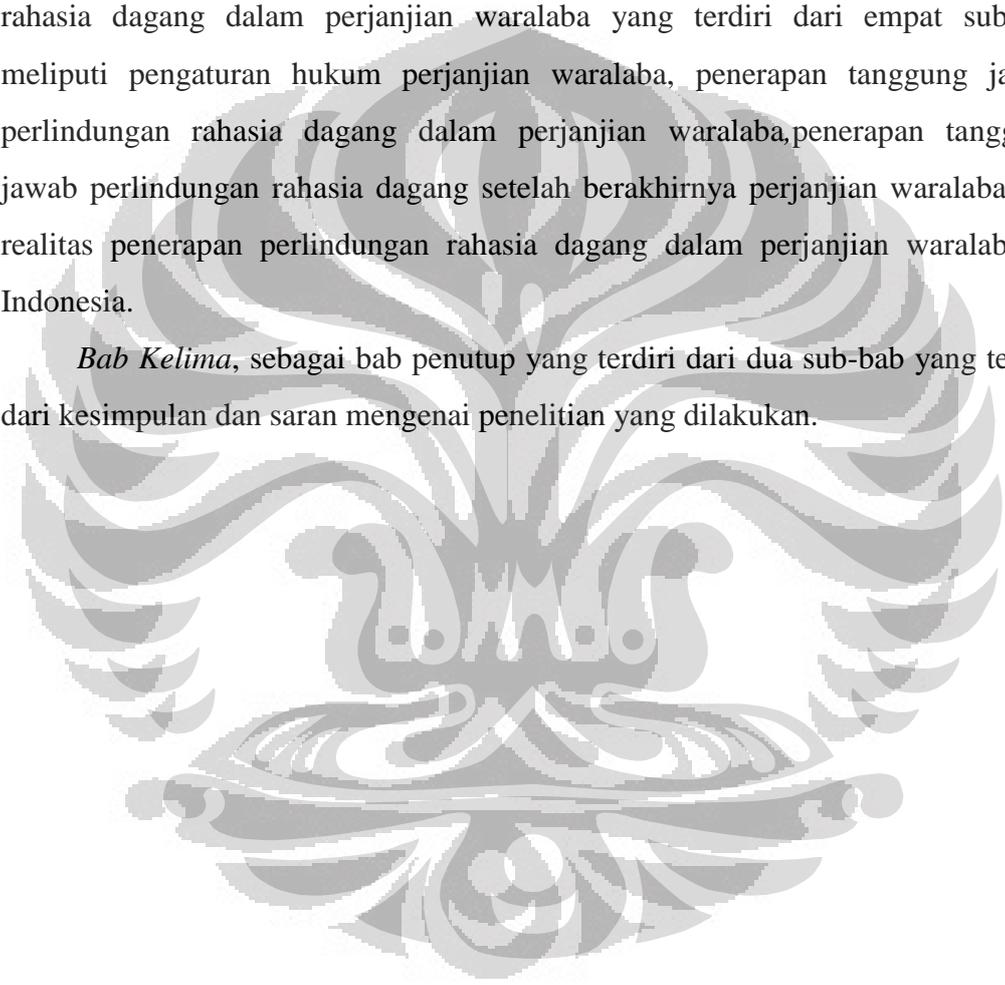
¹⁸ Indonesia, Undang-Undang Tentang Rahasia Dagang, UU No. 30 Tahun 2000, LN. No. 242 Tahun 2000, TLN No. 4044, Pasal 1 Ayat (1)

waralaba, sejarah perkembangan waralaba, definisi perjanjian waralaba, kelebihan dan kelemahan waralaba, dan pengertian rahasia dagang.

Bab ketiga, pada bab ini dilakukan pembahasan yang membicarakan tentang urgensi perlindungan rahasia dagang dalam perjanjian waralaba yang terdiri dari tiga sub-bab meliputi perlindungan rahasia dagang, rahasia dagang dalam bisnis waralaba, langkah perlindungan rahasia dagang dalam bisnis waralaba.

Bab keempat, pada pokoknya membicarakan tentang perlindungan hukum rahasia dagang dalam perjanjian waralaba yang terdiri dari empat sub-bab meliputi pengaturan hukum perjanjian waralaba, penerapan tanggung jawab perlindungan rahasia dagang dalam perjanjian waralaba, penerapan tanggung jawab perlindungan rahasia dagang setelah berakhirnya perjanjian waralaba dan realitas penerapan perlindungan rahasia dagang dalam perjanjian waralaba di Indonesia.

Bab Kelima, sebagai bab penutup yang terdiri dari dua sub-bab yang terdiri dari kesimpulan dan saran mengenai penelitian yang dilakukan.



BAB 2 LANDASAN TEORI PERJANJIAN, WARALABA DAN RAHASIA DAGANG

2.1 Landasan Teori Perjanjian

Perjanjian diatur dalam Buku III KUHPerdara tentang perikatan. Subekti memberikan definisi perjanjian sebagai suatu peristiwa dimana seseorang berjanji kepada seorang lain dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal.¹⁹ Sedangkan menurut Wirjono Projodikoro, perjanjian adalah suatu perhubungan hukum mengenai harta benda antara dua pihak atau lebih, dimana salah satu pihak berjanji atau dianggap berjanji untuk melakukan sesuatu hal. Sedang pihak lain berhak untuk menuntut pelaksanaan janji tersebut.²⁰

Sekalipun Buku III KUHPerdara mempergunakan judul “Tentang Perikatan”, namun tidak satu pasalpun yang menguraikan apa sebenarnya yang dimaksud dengan perikatan. Berbicara tentang perjanjian tidak akan lepas dari pembicaraan mengenai perikatan. Perjanjian merupakan suatu peristiwa hukum sedangkan perikatan merupakan akibat hukumnya. Perjanjian akan menimbulkan perikatan bagi pihak-pihak yang membuatnya.

Dalam KUHPerdara terjemahan Subekti dan Tjiptosudibio,²¹ istilah perikatan digunakan untuk menjelaskan istilah ‘*Verbintenist*’ dan persetujuan untuk ‘*Overeenkomst*’.²² Menurut sejarahnya, ‘*verbintenist*’ berasal dari perkataan Perancis ‘*obligation*’ yang terdapat dalam code civil Perancis, yang selanjutnya merupakan pula terjemahan dari perkataan ‘*obligatio*’ yang terdapat dalam hukum Romawi Corpus Iuris Civilis.

Seiiring dalam perkembangannya pengertian perikatan tersebut telah mengalami perubahan, dimana dahulunya definisi ‘*obligatio*’ mengandung

¹⁹ Subekti, *Op. Cit.*, Hlm. 1

²⁰ Wirjono Projodikoro, *Asas-Asas Hukum Perjanjian*, (Bandung: Sumur Batu, 1981), Hlm. 9.

²¹ Subekti dan Tjiptosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, (Jakarta: PT Paramita, 1974). Hlm. 291 dan 304.

²² R. Setiawan, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, Cet. 5, (Bandung: Binacipta, 1994). Hlm. 1.

beberapa kekurangan antara lain tidak menyebutkan hak daripada kreditur atas suatu prestasi, bahkan hanya menonjolkan aspek pasif daripada perikatan atau kewajiban debitur untuk melakukan prestasi. Kemudian A. Pitlo mendefinisikan perikatan sebagai suatu hubungan hukum yang bersifat harta kekayaan antara dua orang atau lebih, atas dasar mana pihak yang satu berhak dan pihak lain berkewajiban atas suatu prestasi.²³ R. Setiawan dalam bukunya yang berjudul Pokok-Pokok Hukum Perikatan menyimpulkan bahwa dalam satu perikatan paling sedikit terdapat satu hak dan satu kewajiban dimana suatu persetujuan dapat menimbulkan satu atau beberapa perikatan yang merupakan suatu hubungan hukum.²⁴ Subekti mendefinisikan perikatan sebagai suatu hubungan hukum antara dua orang atau dua pihak, berdasarkan mana pihak yang satu berhak menuntut sesuatu hal dari pihak yang lain, dan pihak yang lain berkewajiban untuk memenuhi tuntutan tersebut.²⁵

Hukum Perjanjian sebagaimana diatur dalam Buku III KUHPerdara menganut beberapa asas, yaitu:

1. Asas kebebasan berkontrak dan itikad baik, yaitu asas yang memberikan kebebasan seluas-luasnya kepada masyarakat untuk mengadakan perjanjian yang berisi apa saja, asalkan tidak melanggar ketertiban umum dan kesusilaan.²⁶ Sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara yang menyatakan bahwa “Semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.” Hal ini merupakan perwujudan dari sistem terbuka hukum perjanjian. Terkait dengan itikad baik memberikan arti bahwa sebagai sesuatu yang disepakati dan disetujui oleh para pihak, pelaksanaan prestasi dalam tiap-tiap perjanjian harus dihormati sepenuhnya, sesuai dengan kehendak para pihak pada saat perjanjian ditutup.²⁷

²³ *Ibid.*, Hlm. 2-3.

²⁴ *Ibid.*, Hlm. 3.

²⁵ Subekti, *Op. Cit.*, Hlm. 1

²⁶ *Ibid.*, Hlm. 13.

²⁷ Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja, *Perikatan yang Lahir dari Perjanjian*, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2003). Hlm. 79.

Sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara yang menyatakan bahwa “Perjanjian-perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik.”

2. Asas konsensualisme, yaitu asas yang menyatakan bahwa pada dasarnya perjanjian dan perikatan yang timbul karenanya itu sudah dilahirkan sejak detik tercapainya kesepakatan, dengan perkataan lain, perjanjian itu sudah sah apabila sudah sepakat mengenai hal-hal yang pokok dan tidaklah diperlukan suatu formalitas.²⁸ Sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara.
3. Asas kepribadian (*personalia*), yaitu dimana pada umumnya tiada seorangpun dapat mengikat diri atas nama sendiri atau meminta ditetapkannya suatu janji, melainkan untuk dirinya sendiri.²⁹ Sebagaimana yang diatur dalam Pasal 1315 KUHPerdara yang dipertegas lagi oleh ketentuan Pasal 1340 KUHPerdara dimana dapat dilihat bahwa pada dasarnya perjanjian hanya akan melahirkan hak-hak dan kewajiban-kewajiban diantara para pihak yang membuatnya dan seseorang tidak dapat mengikat dirinya untuk kepentingan maupun kerugian bagi pihak ketiga kecuali dalam hal terjadinya peristiwa penangunggan.
4. Asas perjanjian berlaku sebagai undang-undang (*pacta sunt servanda*) sebagaimana dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara yang menyatakan bahwa semua persetujuan (perjanjian) yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Sebagai konsekuensi logis dari ketentuan Pasal 1233 KUHPerdara, yang menyatakan bahwa setiap perikatan dapat lahir dari undang-undang maupun karena perjanjian, dimana sebagai perikatan yang dibuat dengan sengaja dan atas kehendak para pihak secara sukarela, maka segala sesuatu yang telah disepakati oleh para pihak harus dilaksanakan oleh para pihak sebagaimana telah dikehendaki oleh mereka.³⁰
5. Asas kepatutan dan kebiasaan sebagaimana dalam Pasal 1339 KUHPerdara yang menegaskan bahwa perjanjian tidak hanya mengikat terhadap hal-hal yang diatur secara tegas didalamnya tetapi juga terhadap hal-hal yang menurut sifatnya diharuskan oleh kepatutan, kebiasaan atau undang-undang. Dimana hal

²⁸ Subekti, *Op. Cit.*, Hlm. 15

²⁹ *Ibid.*, Hlm. 29.

³⁰ Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja. *Op. Cit.*, Hlm. 59

ini maksudnya bahwa apabila dalam suatu perjanjian, isinya dirasakan melanggar kepatutan dan kebiasaan dapat mengakibatkan batalnya perjanjian tersebut.

Dalam KUHPerdata, diatur juga syarat-syarat sahnya suatu perjanjian. Dalam pasal 1320 KUHPerdata dikatakan bahwa untuk sahnya perjanjian-perjanjian, diperlukan empat syarat:

1. Sepakat mereka yang mengikatkan diri;
2. Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian;
3. Suatu hal tertentu;
4. Suatu sebab yang halal.

Terkait dengan keempat unsur tersebut, doktrin ilmu hukum yang berkembang menggolongkannya ke dalam:

1. Dua unsur pokok yang menyangkut subyek (pihak) yang mengadakan perjanjian (unsur subyektif), dan
2. Dua unsur pokok lainnya yang berhubungan langsung dengan obyek perjanjian (unsur obyektif).

Unsur subjektif mencakup adanya unsur kesepakatan secara bebas dari para pihak yang berjanji, dan kecakapan dari pihak-pihak yang melaksanakan perjanjian. Sedangkan unsur obyektif meliputi keberadaan dari pokok persoalan yang merupakan obyek yang diperjanjikan, dan *causa* dari obyek yang berupa prestasi yang disepakati untuk dilaksanakan tersebut haruslah sesuatu yang tidak dilarang atau diperkenankan menurut hukum.³¹

Adapun pembahasan mengenai syarat sahnya perjanjian adalah sebagai berikut:

1. Sepakat mereka yang mengikatkan diri

Sepakat mereka yang mengikatkan diri adalah kesepakatan dari para pihak sebagai perwujudan dari kehendak para pihak dalam perjanjian mengenai apa yang dikehendaki, cara pelaksanaan, kapan dan siapa yang harus melaksanakan yang bersifat bebas tanpa adanya kekhilafan, paksaan dan penipuan sebagaimana diatur dalam pasal 1321 sampai dengan pasal 1328 KUHPerdata.

³¹ *Ibid.*, Hlm. 93-94.

Kekhilafan sebagai alasan pembatalan perjanjian sebagaimana diatur dalam pasal 1322 KUHPerdara yang mengatakan bahwa kekhilafan tidak mengakibatkan batalnya suatu perjanjian selain apabila kekhilafan itu terjadi mengenai hakikat barang yang menjadi pokok perjanjian. Kekhilafan tidak menjadi sebab kebatalan, jika kekhilafan itu hanya terjadi mengenai dirinya orang yang dengan siapa seorang bermaksud membuat suatu perjanjian, kecuali jika perjanjian itu telah dibuat terutama karena mengingat dirinya orang tersebut. Dari pasal tersebut terdapat dua hal pokok yaitu kekhilafan bukanlah alasan untuk membatalkan perjanjian kecuali kekhilafan terhadap hakikat benda (*error in substansia*) dan kekhilafan orang terhadap siapa perjanjian itu akan dibuat (*error in persona*).

Paksaan sebagai alasan pembatalan perjanjian diatur dalam pasal 1323 sampai dengan pasal 1327 KUHPerdara. Paksaan dapat dilakukan oleh orang yang merupakan pihak dalam perjanjian, orang yang bukan merupakan pihak dalam perjanjian tetapi mempunyai kepentingan terhadap perjanjian tersebut, serta orang yang bukan merupakan pihak dan tidak memiliki kepentingan terhadap perjanjian tersebut. Subjek terhadap siapa paksaan dilakukan tidak hanya meliputi orang yang merupakan pihak dalam perjanjian tetapi meliputi juga suami atau isteri dan keluarga mereka dalam garis keturunan ke atas maupun ke bawah. Paksaan dapat berwujud paksaan fisik (kekerasan) dan paksaan psikis (ancaman psikologis atau kejiwaan) selain itu paksaan juga dapat mengenai jiwa dan juga harta kekayaan.

Penipuan sebagai alasan pembatalan perjanjian diatur dalam pasal 1328 KUHPerdara yang menyatakan bahwa Penipuan merupakan suatu alasan untuk membatalkan suatu perjanjian, apabila tipu muslihat yang dipakai oleh salah satu pihak adalah sedemikian rupa, sehingga terang dan nyata bahwa pihak yang lain tidak telah membuat perikatan itu jika tidak dilakukan tipu muslihat tersebut. Penipuan tidak dipersangkakan, melainkan harus dibuktikan. Rumusan tersebut menyatakan bahwa masalah penipuan yang berkaitan dengan kesengajaan ini harus dibuktikan dan tidak boleh hanya dipersangkakan saja dimana pihak terhadap siapa penipuan telah terjadi wajib membuktikan bahwa lawan pihaknya telah memberikan suatu informasi secara tidak benar, dan hal tersebut disengaja olehnya, yang tanpa adanya informasi yang tidak benar tersebut, pihak lawannya tersebut tidak mungkin akan memberikan kesepakatannya untuk tunduk pada

perjanjian yang dibuat tersebut.³² Bedanya dengan kekhilafan adalah bahwa terkait informasi yang salah tersebut terdapat unsur kesengajaan dari pihak untuk menipu pihak lainnya.

2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan

Kecakapan dalam bertindak merupakan syarat subjektif kedua terbentuknya perjanjian yang sah diantara para pihak. Kecakapan ini berkaitan dengan masalah kedewasaan, orang yang sudah akil-balik dan sehat pikirannya serta memiliki kewenangan bertindak dalam hukum. Dalam Pasal 1330 KUHPdata disebutkan bahwa ada tiga kategori orang yang dianggap tidak cakap dalam membuat perjanjian yaitu:

a. Orang yang belum dewasa

Ketentuan yang ada dalam pasal 330 KUHPdata, usia dewasa seseorang adalah sudah mencapai usia 21 tahun atau mereka yang telah menikah sebelum berusia 21 tahun, sedangkan menurut Undang-Undang Perkawinan No. 1 Tahun 1974, terkait dengan melakukan perbuatan hukum, Pasal 47 Undang-Undang Perkawinan No. 1 Tahun 1974 pada intinya menyatakan bahwa anak yang belum mencapai umur 18 tahun atau belum pernah melangsungkan pernikahan ada dibawah kekuasaan orangtua selama mereka tidak dicabut kekuasaannya dimana anak tersebut diwakili oleh orang tua mengenai perbuatan hukum di dalam dan di luar pengadilan. Dalam prakteknya, dewasa diartikan untuk mereka yang telah berusia 21 tahun dengan tidak membedakan antara pria dan wanita bagi mereka yang telah kawin walaupun belum berusia 21 tahun.

b. Mereka yang ditaruh dibawah pengampuan

Pasal 433 KUHPdata mengatakan bahwa setiap orang dewasa, yang selalu berada dalam keadaan dungu, sakit otak atau mata gelap harus ditaruh di bawah pengampuan, pun jika ia kadang-kadang cakap mempergunakan pikirannya. Seorang dewasa boleh juga ditaruh dibawah pengampuan karena keborosannya. Dengan diletakkannya seseorang dibawah pengampuan, maka orang tersebut mempunyai kedudukan yang sama seperti orang yang belum

³² *Ibid.*, Hlm. 126.

dewasa sehingga mengakibatkan perbuatan hukum yang dilakukan orang tersebut berakibat batal karena orang yang dibawah pengampuan tersebut tidak cakap untuk bertindak. Khusus orang yang ditaruh dibawah pengampuan karena kebosannya, maka ketidakcakupannya hanya meliputi perbuatan hukumnya dalam lapangan hukum harta kekayaan.

c. Perempuan yang sudah menikah

Keberlakuan dari SEMA No. 3 Tahun 1963 serta adanya Pasal 31 ayat 2 UU No. 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan mengakibatkan Pasal 108 dan 110 KUHPerdara yang berisi mengenai wewenang seorang istri untuk melakukan perbuatan hukum dan untuk menghadap di muka Pengadilan tanpa izin atau bantuan dari suami tidak berlaku lagi.

3. Suatu hal tertentu

Suatu hal tertentu adalah mengenai apa yang menjadi objek dari perjanjian. Obyek perjanjian adalah barang-barang yang dapat diperdagangkan yang dapat menjadi obyek perjanjian, dan obyek perjanjian harus tertentu atau paling tidak dapat ditentukan jenisnya sebagaimana KUHPerdara menjelaskan maksud hal tertentu dalam rumusan pasal 1333 yang berbunyi “Suatu perjanjian harus mempunyai sebagai pokok suatu barang yang paling sedikit ditentukan jenisnya. Tidaklah menjadi halangan bahwa jumlah barang tidak tentu, asal saja jumlah itu terkemudian dapat ditentukan atau dihitung”.

4. Suatu sebab yang halal

Sebab yang halal diatur dalam pasal 1335 hingga pasal 1337 KUHPerdara. Menurut Pasal 1335 KUHPerdara, suatu perjanjian yang tidak memakai causa atau dibuat dengan suatu causa yang palsu atau terlarang tidak mempunyai kekuatan hukum. Kemudian menurut Pasal 1337 KUHPerdara, suatu sebab adalah terlarang, jika sebab itu dilarang oleh undang-undang atau bila sebab itu bertentangan dengan kesusilaan atau dengan ketertiban umum. Adapun yang dimaksud dengan sebab (yang halal) dalam pasal 1320 *jo.* 1337 KUHPerdara tidak lain dan tidak bukan adalah prestasi dalam perjanjian yang melahirkan perikatan

dimana tanpa adanya prestasi tersebut, maka perjanjian tidak mungkin dan tidak akan pernah ada diantara para pihak.³³

2.2 Pengertian Waralaba

Waralaba diadopsi dari istilah *franchise* yang berasal dari bahasa Perancis, yang berarti bebas atau bebas dari perhambaan atau perbudakan (*free from servitude*). Bila dihubungkan dengan konteks usaha, *franchise* berarti kebebasan yang diperoleh seseorang untuk menjalankan sendiri suatu usaha tertentu di wilayah tertentu.³⁴ Definisi *franchise* menurut *International Franchise Association*, menggambarkan *franchise* sebagai berikut:³⁵

“A franchise operation is a contractual relationship between the franchisor and franchisee in which the franchisor offers or is obligated to maintain a continuing interest in the business of the franchisee operates under a common trade name, format and/or procedure owned or controlled by the franchisor, and in which the franchisee has or will make a substansial capital investment in his business from his own resources”.

Dari pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa perjanjian *franchise* adalah:³⁶ Suatu perjanjian kerjasama antara *franchisor* dengan *franchisee* dimana *franchisor* menawarkan atau diminta untuk menangani bisnis dari *franchisee* yang beroperasi dibawah merek dagang terkenal, format dan atau tata cara pelaksanaannya yang dimiliki atau diawasi oleh *franchisor* dan *franchisee* akan menginvestasikan modalnya dalam bisnis yang dikelolanya sendiri.

PH Collin, dalam *Law Dictionary* mendefinisikan *Franchise* sebagai *“License to trade using a brand name and paying a royalty for it”*, dan franchising sebagai *“Act of selling a license to trade as a franchise”*. Definisi tersebut

³³ *Ibid.*, Hlm. 164.

³⁴ Iman Sjahputra Tunggal, *Franchising : Konsep & Kasus*, (Jakarta: Harvarindo, 2004), Hlm. 1.

³⁵ Martin Mandelson, *The Guide To Franchising*, (Oxford: Pergamon Press, 1986), hlm.6

³⁶ *Ibid*, Hlm. 6.

menekankan pada pentingnya peran nama dagang dalam pemberian waralaba dengan imbalan *royalty*.³⁷

Sedangkan dalam *Black's Law Dictionary*, *franchise* atau waralaba diartikan sebagai:³⁸

“A special privilege to do certain things conferred by government on individual or cooperation, and which does not belong to citizen generally of common right. A privilege granted or sold, such as to use name or to sell products or services.

The right given by a manufacture or supplier to retailer to use his products and name on terms and condition mutually agree upon.

In its simplest terms, a franchise is a license from owner of trade mark or trade name permitting another to sell a product or service under that name or into an elaborate agreement under that name or mark. More broadly stated, a franchise has evolved into an elaborate agreement under which the franchisee undertakes to conduct a business or sell a product or service accordance with method and procedures and prescribed by the franchisor under take so assist the franchisee through advertising promotion and other advisory service”.

Adapun beberapa definisi *franchise* yang diberikan oleh para ahli antara lain adalah sebagai berikut:³⁹

1. Pradmod Khera dalam bukunya yang berjudul *Franchising, The Route Map to Rapid Business Excellence* (2001) mendefinisikan *franchising* sebagai :

“a method of distribution that a franchisor, who has perfected a business concept, adopts to transfer the knowledge, with a follow-up mechanism, to a franchisee wanting to set up an entrepreneurial business. Franchising uses the strength, power and experience of the ‘chain’ or ‘network’ of a large organization and entrepreneurial skills and commitment of a proprietor or a small business unit.”

2. Gareth R. Jones dan Jennifer M. George dalam bukunya yang berjudul *Contemporary Management* (2003) mengatakan:

“Franchising is selling to a foreign organization the rights to use a brand name operating know-how in return for a lump-sum payment and a share of the profits.”

³⁷ Gunawan Widjadja, *Waralaba*, Cet. 2, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001), Hlm. 7.

³⁸ Henry Campbell Black, MA, *Black's Law Dictionary*, VI, (St. Paul Minnesota: West Publishing Co, 1991), Hlm. 454.

³⁹ Iman Sjahputra Tunggal, *Op. Cit.*, Hlm. 1-5.

3. Robert T. Justis & William Slater Vincent dalam bukunya yang berjudul *Achieving Wealth Through Franchising, A Comprehensive Manual To Finding, Starting, and Succeeding In A Franchise Business* (2001) menyebutkan:

“Franchising is a method of distribution; in a other words, a method of growing a business. A marketing channel of distribution whereby a company distributes its goods and services from itself to the ultimate consumer.

Franchise – generally speaking, this is defined as the rights on license granted to an individual or group to market a company’s goods or services in a particular territory. More specifically, a franchise is a special type of license that usually has three elements:

- *The franchisee uses the franchisor’s name and marks;*
- *The franchisor provides the franchisee with assistance or has some central over how the franchisee operates the business; and*
- *The franchisee pays the franchisor \$500 or more during a six-month period.*

Franchisor – the company that grants the franchisee the rights (license) to do business under their trade name, trademarks, or service marks.

Franchisee – the person or company that receive the rights (license) from the franchisor to do business under the franchisor’s trademark and tradename.”

4. W.J. Hinoman (Founder, Jiffy Lube International, Inc) menyebutkan:

“Franchising is a sharing an entrepreneurial vision and working together to make it a reality. Franchisee and the franchisor must believe in their business, but more importantly they must believe in each other. The power of focused and dedicated partners creates a momentum of personal, business and financial growth that is limitless.”

5. Gregory Matusky (The Franchise Hall of Fame, 1994) mengatakan:

“The science of franchising is an exacting one; products and services are delivered according to tightly wrapped operating formulas. There is no variance. A product is developed and honed under the watchful eye of the franchisor, then offered by franchisees under strict quality standards. The result: a democratization of products and services. Hamburgers that taste as good in Boston as in Beijing. Quick lubes available to everyone, whether they drive a Toyota or a Treblinka.”

6. Leon C. Megginson, Mary Jane Byrd, dan William L. Megginson dalam bukunya yang berjudul *Small Business Management, An Entrepreneur’s Guidebook* (2003) mendefinisikan:

- *Franchising is a marketing system whereby an individual owner conducts business according to the terms and conditions set by franchisor*

- *A franchise is an agreement whereby an independent business person is given, exclusive rights to sell a specified good or service.*
- *The Franchisor owns the franchise's name and distinctive elements and licenses others to sell its products.*
- *The franchisee is an independent business person who agrees to sell the product according to the franchisor's requirements.*

7. Robert D. Hisrich dan Michael P. Peters dalam bukunya yang berjudul *Entrepreneurship* (2000) mendefinisikan :

- *Franchising*
Allowing another party to use a product or service under the owner's name.
- *Franchisor*
Person offering the franchise
- *Franchisee*
Person obtaining the franchise.

Indonesia sendiri, istilah *franchise* telah berubah menjadi waralaba. Waralaba berasal dari kata “wara” artinya lebih dan “laba” artinya untung. Dari arti secara harafiah tersebut, maka dapat diketahui bahwa waralaba merupakan usaha yang memberikan keuntungan lebih/istimewa.⁴⁰ Waralaba pada dasarnya adalah sebuah perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen. Pemberi waralaba (*franchisor*) dalam jangka waktu tertentu memberikan lisensi kepada penerima waralaba (*franchisee*) untuk melakukan usaha pendistribusian barang dan jasa di bawah nama dan identitas pemberi waralaba (*franchisor*) dalam wilayah tertentu.⁴¹

Pengaturan waralaba di Indonesia diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Dimana dalam Peraturan Pemerintah tersebut memberikan definisi 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

⁴⁰ Amir Karamoy, J.B Bikololong dan Ponco Sulistiyo, *Sukses Usaha Lewat Waralaba (Tanya Jawab Berbagai Aspek Waralaba)*, Cet. 1, (Jakarta: PT. Jurnalindo Aksara Grafika, 1996), Hlm. 15.

⁴¹ Suharnoko, *Op. Cit.*, Hlm. 501-512.

dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

2.3 Sejarah Perkembangan Waralaba

Waralaba (*franchise*) lahir di Amerika kurang lebih pada pertengahan abad kesembilan belas ketika perusahaan mesin jahit *Singer* mulai memperkenalkan konsep *franchising* sebagai suatu cara untuk mengembangkan distribusi produknya. Demikian pula perusahaan-perusahaan bir memberikan lisensi kepada perusahaan kecil sebagai upaya mendistribusikan produk mereka.⁴² Isaac Singer mengawali sistem waralaba melalui pendistribusian mesin jahit temuannya dengan menerima imbalan (*fee*) dari seorang pengusaha mandiri (*independent salesman*) yang mendapatkan hak wilayah (*territorial rights*) untuk menjual mesin jahit temuan Singer tersebut. Hal ini dilakukan karena Singer mempunyai keterbatasan modal untuk mendistribusikan mesin jahitnya sendiri. Singer Company membuat perjanjian *distribution franchise* secara tertulis, sehingga perusahaan ini dapat disebut sebagai pelopor dari perjanjian waralaba modern. Langkah inovatif Singer Company untuk memperluas jaringan penjualannya tersebut kemudian disusul oleh perusahaan mobil, gas, dan elektrik pada tahun 1880.⁴³

Konsep waralaba dengan cepat menjadi populer dalam industri otomotif pada akhir abad sembilan belas. Pada tahun 1898 General Motor membangun kerja sama dengan jaringan *dealer* untuk memperluas jaringan distribusinya tanpa melakukan investasi langsung pada gerai yang dimiliki *dealer*. Kemudian orang-orang yang memiliki mobil akan menciptakan permintaan akan bahan bakar, minyak, dan ban yang akan dipenuhi oleh pengusaha yang membeli hak waralaba dari pemasok komoditi tersebut. Pada tahun 1899, *Coca Cola Company* juga meluncurkan waralaba yang dalam pelaksanaannya *Coca Cola Company* menjual ramuan minumannya pada pihak lain dengan mensyaratkan bahwa pembeli harus mengikuti produk standar produk asal seperti botol, logo dan sebagainya. Resesi

⁴² *Ibid*, Hlm. 501-512.

⁴³ Lukman Hakim, *Info Lengkap Waralaba*, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2008), Hlm. 35.

ekonomi Amerika pada dekade 30-an menyebabkan kelesuan dalam perkembangan waralaba. Baru setelah Perang Dunia II usai, konsep waralaba kembali berkembang dengan pesat oleh karena banyak veteran perang yang berniat membuka usaha, dan memilih sistem waralaba untuk meminimalisasi risiko kebangkrutan.⁴⁴

Era *baby boomers* pasca Perang Dunia II membuka peluang lain bagi bisnis waralaba di Amerika Serikat, yaitu di bidang makanan cepat saji dimana waralaba semakin dikenal dengan munculnya *McDonald's* yang didirikan pada tahun 1955. *McDonald's* mengembangkan waralaba *business format* atau *operating system franchise*, yaitu konsep waralaba berdasarkan suatu merek yang dilindungi dan suatu sistem operasi khusus yang harus diikuti oleh pemilik waralaba.⁴⁵ Pada tahun 1959 sistem waralaba tidak hanya diterapkan dalam bidang distribusi bahan bakar melalui pompa bensin, penjualan mobil, ataupun barang-barang elektronik. Waralaba telah merambah ke bidang jasa dan produk lain seperti jaringan hotel, supermarket, dan restoran. Nama-nama seperti *Holiday Inn*, *McDonald's*, *Kentucky Fried Chicken*, *Burger King*, dan *International House of Pancakes*, mendapatkan momentum pertumbuhan yang pesat di era ini. Bisnis waralaba kemudian diramaikan dengan kehadiran pemberi waralaba lainnya, seperti *Dunkin Donuts*, yang saat ini telah menyebar di seluruh dunia.⁴⁶

Terkait perkembangannya di Indonesia, praktik bisnis waralaba mulai dikenal sekitar tahun 1970 ditandai dengan masuknya *Kentucky Fried Chicken (KFC)*, *Ice Cream Swensen*, *Shakey Pizza*, yang kemudian disusul dengan *Burger King* dan *Seven Eleven*. Namun di luar itu, sesungguhnya Indonesia telah mengenal konsep waralaba sebagaimana yang diterapkan dalam penyebaran toko sepatu *Bata* ataupun SPBU (pompa Bensin).⁴⁷ Menurut Amir Karamoy, pelopor waralaba di Indonesia adalah Pertamina. Walaupun Pertamina tidak pernah menyatakan secara tegas bahwa perusahaannya menjalankan sistem waralaba,

⁴⁴ *Ibid.*, Hlm. 36.

⁴⁵ *Ibid.*, Hlm. 37.

⁴⁶ *Ibid.*, Hlm. 38.

⁴⁷ *Ibid.*, Hlm. 9.

usaha yang dijalankan oleh Pertamina dengan mengoperasikan unit-unit pompa bensin telah memenuhi kriteria sebagai suatu usaha waralaba.⁴⁸

Sampai akhir dekade 1990-an, waralaba asing memang sangat mendominasi. Akan tetapi karena permintaan pasar dan peluang bisnis yang ada, pengusaha lokal yang dipelopori oleh pengusaha Es Teler 77 menciptakan *franchise* yang bersifat nasional untuk pengusaha nasional. Pada tahun 1990, *California Fried Chicken (CFC)* yang juga dimiliki oleh pengusaha nasional melebarkan sayapnya ke luar negeri yaitu Singapura, Cina dan akan segera dibuka di Filipina, Malaysia dan Hong Kong. Dengan dibukanya *CFC* diluar negeri berarti *CFC* merupakan pemberi waralaba pertama yang mewaralabakan usahanya ke luar negeri.⁴⁹

Dengan semakin populernya sistem waralaba dalam perkembangan perekonomian di Indonesia, maka sejumlah pengusaha nasional (*franchisor*), yaitu PT. Trims Mustika Citra, Es Teler 77, Widyaloka, Nila Sari dan Homes 21, mewakili *franchisor* di Indonesia sepakat untuk mendirikan satu-satunya wadah organisasi perusahaan *franchise* di Indonesia.⁵⁰ Oleh karena itu pada tanggal 22 November 1991, didirikanlah Asosiasi *Franchise* Indonesia (AFI) oleh perusahaan-perusahaan *franchisor* nasional.⁵¹ Pendirian AFI ini mendapat bantuan dari *Internasional Labour Organization* dan pemerintah Indonesia dan Lembaga Menejemen Institusi Penelitian dan Pengembangan Masyarakat (IPPM). Pemerintah Indonesia merasa berkepentingan dalam mengembangkan waralaba untuk mendorong kemitraan usaha dan pembinaan usaha kecil.

Pada tahun 1995 berdiri pula Asosiasi Restoran Waralaba Indonesia yang mengkhususkan diri di bidang usaha restoran.⁵² Asosiasi ini bertujuan mengembangkan sumber daya manusia berkualitas di bidang usaha restoran

⁴⁸ Amir Karamoy, J.B Bikololong dan Ponco Sulistiyo, *Op. Cit.*, Hlm. 4.

⁴⁹ Lukman Hakim, *Op. Cit.*, Hlm 40.

⁵⁰ Martin Mendelson, *Franchising*, Cet. 2, (Jakarta: PT. Ikrar Mandiri Abadi, 1997), Hlm. 245.

⁵¹ Muhammad Abdulkadir, *Hukum Perusahaan Indonesia*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1999), Hlm. 336.

⁵² *Ibid.*, Hlm. 337.

waralaba, mengembangkan informasi dan inovasi teknologi di bidang usaha restoran, terutama mengenai teknologi makanan, peralatan masak, kemasan, kesehatan dan gizi, pengawetan dan manajemen pelayanan.

2.4 Definisi Perjanjian Waralaba

Perjanjian waralaba adalah perjanjian secara tertulis antar pemberi waralaba dan penerima waralaba yang menjelaskan segala hal yang boleh dan tidak boleh dilakukan. Perjanjian tersebut mencantumkan kewajiban dan tanggung jawab setiap pihak. Hal-hal dalam perjanjian waralaba mencakup seperti biaya, persyaratan, kewajiban dua belah pihak, kondisi-kondisi yang menentukan penghentian waralaba dan keterbatasan waralaba. Perjanjian waralaba termasuk perjanjian tidak bernama (*innominaat*) sebagaimana diatur dalam Pasal 1319 KUHPerdara yang menyatakan bahwa semua persetujuan, baik yang mempunyai suatu nama khusus, maupun yang tidak terkenal dengan suatu nama tertentu, tunduk pada peraturan umum yang termuat dalam bab ini (tentang perikatan-perikatan yang dilahirkan dari kontrak atau persetujuan) dan bab lalu (tentang perikatan-perikatan umumnya).

Adapun syarat untuk dapat dikatakan sebagai suatu waralaba tercantum dalam Pasal 3 PP No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba yang mengatakan bahwa “Waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. memiliki ciri khas usaha;
- b. terbukti sudah memberikan keuntungan;
- c. memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis;
- d. mudah diajarkan dan diaplikasikan;
- e. adanya dukungan yang berkesinambungan; dan
- f. Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar.”

Selain itu, berdasarkan Pasal 5 PP No.42 Tahun 2007 tentang Waralaba, perjanjian waralaba minimal harus memuat klausula paling sedikit sebagai berikut:

- a. nama dan alamat para pihak;
- b. jenis Hak Kekayaan Intelektual;

- c. kegiatan usaha;
- d. hak dan kewajiban para pihak;
- e. bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan, dan pemasaran yang diberikan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba;
- f. wilayah usaha;
- g. jangka waktu perjanjian;
- h. tata cara pembayaran imbalan;
- i. kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris;
- j. penyelesaian sengketa; dan
- k. tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian.

Suatu perjanjian waralaba harus mempertimbangkan suatu hubungan bisnis jangka panjang, oleh karena itu dalam perjanjian waralaba harus mencakup aspek-aspek utama sebagai berikut.⁵³

- a. *Form of doing business;*
- b. *Trademarks and tradename;*
- c. *Quality controls;*
- d. *Fees;*
- e. *Premises (site selection);*
- f. *Working capital;*
- g. *Insurance;*
- h. *State and local taxes;*
- i. *Protection of trade secrets;*
- j. *Transfer of the franchise;*
- k. *Disputes;*
- l. *Termination;*
- m. *Contract modification.*

Perjanjian waralaba bukan merupakan perjanjian lisensi, akan tetapi terdapat persamaan antara perjanjian waralaba dengan perjanjian lisensi antara lain:

- a. Yang dipasarkan adalah produk-produk dengan merek dagang milik *licensor* atau pemberi waralaba.

⁵³ David C. Hjermfelt, *Understanding Franchise Contract*, (London: Pilot Industries, Inc., 1984), Hlm. 11-16.

- b. Melalui perjanjian lisensi atau waralaba, terjadi alih teknologi atau *know-how* dari *licensor* atau pemberi waralaba kepada *licensee* atau penerima waralaba
- c. Hak atas merek dan hak paten atas *know-how*, tetap dimiliki oleh *licensor* atau pemberi waralaba.

Adapun perbedaan mendasar antara perjanjian waralaba dengan perjanjian lisensi antara lain adalah bahwa dalam perwaralabaan terdapat pengawasan pelaksanaan usaha, metode dan produksi, serta pensuplaian kebutuhan untuk menunjang usaha penerima waralaba. Sedangkan pada perjanjian lisensi yang terjadi hanyalah sekedar pemberian izin penggunaan merek, teknologi dan *know-how*, tanpa adanya pengawasan yang terus menerus atas pelaksanaan itu.⁵⁴

Selain itu, berdasarkan “Buku Pedoman Waralaba (*franchise*)” yang diterbitkan oleh Departemen Perdagangan, menyebutkan bahwa:⁵⁵ “Perjanjian waralaba bukan sekedar pemberian lisensi merek, tetapi memiliki ruang lingkup yang lebih luas karena biasanya disertai ‘*technical assistance agreement*’ untuk jangka waktu tertentu”.

Oleh karena itu, umumnya perjanjian waralaba disertai perjanjian lain seperti:⁵⁶

a. Bentuk Penerima Waralaba

Penerima waralaba dapat berupa perusahaan atau perseorangan. Dalam hal perusahaan, pemberi waralaba harus mendapat jaminan dari semua pemegang saham, sedangkan dalam hal perseorangan, penerima waralaba diberi hak untuk mengubah usahanya menjadi perusahaan, tetapi tidak membebaskannya dari tanggung jawab secara pribadi kepada pemberi waralaba.

b. Pernyataan (*recitals*)

Sebagai pengenalan ke dalam hubungan waralaba dimana biasanya diterangkan bahwa pemberi waralaba telah membangun nama baik (*goodwill*) berupa merek tertentu dan sistem usaha. Pernyataan sering kali digunakan untuk

⁵⁴ Iman Sjahputra Tunggal, *Op. Cit.*, Hlm. 51.

⁵⁵ Direktorat Pengadaan dan Penyaluran Hasil Industri dan Pertambangan, Direktorat Jendral Perdagangan Dalam Negeri, Departemen Perdagangan, *Pedoman Waralaba (Franchise)*, (Jakarta: Departemen Perdagangan, 1995), Hlm. 32-37.

⁵⁶ Iman Sjahputra Tunggal, *Op. Cit.*, Hlm. 21-25.

menjelaskan istilah-istilah seperti nama dan merek dagang beserta logo dan tanda-tanda yang dirancang pemberi waralaba; sistem usaha yang dibangun pemberi waralaba; citra, seperti penampilan interior maupun eksterior sebagai bagian dari sistem usahanya.

c. Jaminan

Pemberi waralaba memberikan jaminan kepada penerima waralaba berupa:

- Hak untuk menggunakan sistem usaha pemberi waralaba pada lokasi, jangka waktu, standar, dan spesifikasi tertentu.
- Hak untuk menggunakan nama dan merek di lokasi penerima waralaba sehubungan dengan usaha yang dikelola penerima waralaba.

d. Jangka Waktu

Jangka waktu perjanjian dapat berlangsung singkat atau panjang dan dapat diperpanjang apabila dikehendaki oleh kedua belah pihak. Bilamana pemberi waralaba menyewakan (*leasing*) tempat kepada penerima waralaba, maka jangka waktu perjanjian mengikuti waktu penyewaan.

e. Wilayah

Pemberi waralaba dapat membantu penerima waralaba dalam mencari tempat usaha yang strategis dengan cara menyewa atau membeli tempat dan penerima waralaba dapat memintakan perlindungan wilayah apabila pemberi waralaba akan mengembangkan sistem usahanya.

f. Tempat Usaha

Terhadap pemberi waralaba yang mensyaratkan bentuk bangunan yang khas, sesuai dengan yang ditetapkan dalam perjanjian waralaba, maka dalam perjanjian harus jelas dinyatakan pihak yang akan bertanggung jawab untuk melaksanakan dan membayar setiap tahap dalam proses pembangunan. Jika tempat usaha dibangun oleh penerima waralaba, maka pemberi waralaba harus menyediakan rancangan bangunan dan spesifikasinya serta mengharuskan penerima waralaba mengikutinya.

g. Perlengkapan

Pemberi waralaba mensyaratkan bahwa alat-alat yang akan digunakan oleh penerima waralaba dibeli atau disewa oleh pembeli waralaba.

h. Sumber Daya Manusia

Pemberi waralaba dapat memberi bantuan dalam memilih karyawan, pendidikan dan latihan khusus bagi karyawan. Dalam perjanjian perlu dinyatakan biaya yang harus ditanggung oleh penerima waralaba.

i. Petunjuk Pelaksanaan

Pemberi waralaba membuat petunjuk pelaksanaan bagi penerima waralaba sebagai standar operasi yang harus diikuti penerima waralaba. Petunjuk pelaksanaan bersifat rahasia (dijaga kerahasiaannya) dan dikembalikan kepada pemberi waralaba pada akhir dari kerjasama waralaba.

j. Bantuan Pelaksanaan

Perjanjian waralaba juga memuat bantuan operasi yang diberikan pemberi waralaba selama berlangsungnya kerjasama, dapat berupa:

- Teknik menjual;
- Pelatihan karyawan;
- Personalia;
- Produk dan pelayanan;
- Pembukaan, persediaan dan sistem akuntansi;
- Iklan dan program promosi.

k. Perjanjian Hutang Piutang

Berisi jumlah dan waktu pembayaran awal dan pembayaran berkala, dengan menyebutkan dasar pembayaran secara rinci.

l. Pelaporan

Perlu disebutkan jenis laporan dan jangka waktu pelaporan

m. Pemeriksaan dan Audit

Pemberi waralaba mempunyai hak mengaudit laporan usaha penerima waralaba dan penerima waralaba wajib menyiapkan laporan usaha dan membantu selama proses pemeriksaan. Selain itu pemberi waralaba juga berhak memeriksa tempat usaha dan juga menempatkan wakilnya di kantor penerima waralaba guna mempelajari kegiatan operasinya.

n. Promosi

Perlu disebutkan jenis promosi yang perlu dilakukan dan peran serta penerima waralaba dalam program promosi yang diselenggarakan pemberi waralaba.

o. **Pemutusan Hubungan**

Perjanjian waralaba harus menyediakan mekanisme pemutusan hubungan oleh penerima waralaba bilamana pemberi waralaba ingkar janji. Perlu pula disebutkan akibat dari habisnya masa berlaku atau pemutusan hubungan kontrak.

Dilihat dari bentuk perjanjiannya, terdapat beberapa tipe waralaba antara lain adalah sebagai berikut:⁵⁷

a. *Product franchising (trade-name franchising).*

Dalam pengaturan ini, *dealer* diberi hak untuk mendistribusikan produk untuk pabrikan (*manufacturer*). Untuk hak tersebut, *dealer (franchisee/ penerima waralaba)* membayar *fee* untuk hak menjual kepada produsen (*franchisor/ pemberi waralaba*). Praktikanya dapat ditemukan dalam mesin jahit *Singer Corporation* yang kemudian menjadi umum dalam pompa bensin (Exxon, Sunoco, Texaco) dan industri otomotif (Chevrolet, Oldsmobile, Chrysler)

b. *Manufacturing franchising (Product – distribution franchising)*

Dalam jenis ini, pemberi waralaba memberi *dealer* hak eksklusif memproduksi dan mendistribusikan produk di daerah tertentu. Praktikanya sering digunakan dalam industri minuman ringan (Pepsi Cola, Coca-cola).

c. *Business-format franchising (Pure / Comprehensive Franchising)*

Yaitu suatu pengaturan dimana pemberi waralaba menawarkan serangkaian jasa yang luas kepada penerima waralaba, mencakup pemasaran, advertensi perencanaan strategik, pelatihan, produksi dari manual dan standar operasi serta pedoman pengendalian mutu. Tipe ini merupakan bentuk waralaba yang paling populer sekarang ini.

Dalam perjanjian waralaba, pemberi dan penerima waralaba mempunyai hak dan kewajiban. Hak pemberi waralaba antara lain adalah:⁵⁸

- Menerima setoran dari penerima waralaba
- Menerima laporan secara berkala
- Memeriksa pembukuan penerima waralaba

⁵⁷ *Ibid.*, Hlm. 16.

⁵⁸ *Ibid.*, Hlm. 45-47.

- Memeriksa usaha penerima waralaba memutuskan hubungan kemitraan karena pelanggaran oleh penerima waralaba
- Membeli kembali waralaba pada saat pemutusan hubungan kemitraan
- Membeli kembali waralaba pada saat dijual oleh penerima waralaba.

Kewajiban pemberi waralaba antara lain adalah:

- Membantu memilih lokasi usaha
- Membantu pengembangan usaha
- Menyediakan *operation manual* usaha
- Membantu mengembangkan kampanye promosi pengembangan usaha
- Menyediakan program pelatihan bagi penerima waralaba
- Memberikan bimbingan dan petunjuk untuk mengurus pendaftaran dan izin usaha
- Menyediakan staf yang mensupervisi masa awal berdirinya waralaba
- Memberikan materi promosi
- Memberikan hak penggunaan nama, cap dagang, rancangan dan logo kepada penerima waralaba.

Sedangkan hak penerima waralaba antara lain adalah:

- Memperoleh petunjuk dan bantuan
- Menggunakan nama, citra dan sistem
- Memperoleh persediaan produk
- Menjual waralaba kepada pembeli yang disetujui
- Memutuskan hubungan jika perjanjian waralaba dilanggar oleh pemberi waralaba.

Kewajiban penerima waralaba antara lain adalah:

- Memberi informasi posisi keuangan yang akurat
- Memberi izin pemeriksaan usaha
- Menghadiri program pelatihan awal
- Mengembangkan waralaba sesuai standar yang ditentukan
- Membayar biaya-biaya waralaba
- Hanya menjual produk dan jasa yang telah disetujui
- Membeli persediaan bahan dan tingkat persediaannya, sesuai standar
- Menggunakan bahan promosi, manual operasi usaha sesuai standar.

2.5 Kelebihan dan Kelemahan Waralaba

Kelebihan dan kelemahan waralaba dapat dilihat dari berbagai sudut pandang seperti dari sudut pemberi waralaba, penerima waralaba, pemerintah bahkan dari masyarakat.⁵⁹

Pertama dilihat dari sudut pemberi waralaba, sistem waralaba memiliki kelebihan antara lain sebagai berikut:

- Sistem usaha dapat berkembang dengan cepat dengan menggunakan modal dan motivasi penerima waralaba
- Dengan nama dan citra pemberi waralaba yang baik maka pasar dapat meluas dengan cepat melalui unit-unit usaha waralaba
- Modal untuk perluasan usaha lebih kecil karena sebagian besar biaya untuk mendirikan unit usaha baru dipikul oleh penerima waralaba
- Penerima waralaba yang juga pemilik, mempunyai motivasi yang tinggi untuk memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan
- Pemberi waralaba tidak banyak membutuhkan karyawan dibanding perusahaan yang memiliki jaringan cabang-cabang milik sendiri
- Daya beli kelompok usaha secara keseluruhan meningkat setiap kali dibuka satu unit usaha waralaba yang baru
- Secara keseluruhan kelompok usaha mempunyai kekuatan di pasar. Selain itu banyak dana yang dapat dihemat karena promosi dan periklanan dapat dilakukan sebagai suatu kelompok
- Pengembalian investasi yang tinggi dalam jangka panjang

Akan tetapi, sistem waralaba juga memiliki kelemahan dilihat dari sudut pemberi waralaba antara lain sebagai berikut:

- Pemberi waralaba tidak dapat mendikte penerima waralaba tetapi harus berusaha memotivasi penerima waralaba agar mau menerima perubahan
- Pemberi waralaba tidak dapat mengadakan perubahan dengan cepat karena penerima waralaba akan cenderung menentang perubahan terutama jika melibatkan tambahan biaya

⁵⁹ *Ibid.*, Hlm. 52-55.

- Pemberi waralaba harus berhati-hati memilih penerima waralaba karena pilihan yang tidak tepat akan merugikan kelompok usaha secara keseluruhan
- Citra kelompok secara keseluruhan tergantung dari prestasi masing-masing penerima waralaba
- Sistem waralaba adalah ikatan jangka panjang bagi kedua belah pihak, pemberi waralaba tidak dapat mengakhiri begitu saja kegiatan waralaba.

Kedua dilihat dari sudut penerima waralaba, sistem waralaba memiliki kelebihan sebagai berikut:

- Kemungkinan untuk berhasil yang lebih besar jika dibanding dengan memulai usaha dengan tenaga sendiri
- Penerima waralaba sebagai pemilik unit usaha bersangkutan bebas berkarya dalam lingkungan yang telah rapi dan stabil
- Penerima waralaba membeli sediaan sebagai anggota dari kelompok yang besar, sehingga kemungkinan dapat memperoleh harga sediaan yang murah
- Penerima waralaba dapat memanfaatkan produk baru yang dikembangkan oleh pemberi waralaba
- Penerima waralaba menerima pelayanan berupa petunjuk di bidang keuangan dan manajemen
- Penerima waralaba dapat memanfaatkan periklanan kantor pusat, dengan mutu yang lebih tinggi
- Penerima waralaba sebagai anggota kelompok usaha, turut menikmati reputasi, kekuatan dan nama baik merek dagang terkenal sehingga tidak perlu bersusah payah membangun citra sendiri
- Penerima waralaba mendapat latihan yang diperlukan sehingga tidak perlu menjalankan usaha secara 'coba-coba'.

Akan tetapi, sistem waralaba juga memiliki kelemahan dilihat dari sudut penerima waralaba antara lain sebagai berikut:

- Jenis produk yang dapat ditawarkan penerima waralaba bergantung pada pemberi waralaba
- Biaya yang harus dikeluarkan untuk menjadi penerima waralaba pada umumnya tinggi

- Penerima waralaba tidak bebas untuk menjalankan usaha karena harus mematuhi pedoman dan produser yang telah ditetapkan pemberi waralaba
- Penerima waralaba terkadang dituntut untuk mencapai tingkat prestasi tertentu.

Ketiga bagi pemerintah, sistem waralaba mempunyai kelebihan antara lain sebagai berikut:

- Meningkatkan penciptaan lapangan kerja baru karena umumnya setiap *outlet* waralaba menyerap banyak tenaga kerja
- Berkembangnya kerjasama dan kemitraan usaha antar pengusaha besar/menengah dengan pengusaha kecil
- Memberi kontribusi bagi terciptanya sistem distribusi nasional yang efektif dan efisien, karena waralaba sebagai suatu usaha sistem distribusi (pemasaran) memang dirancang untuk dapat dioperasikan secara efektif dan efisien
- Berkembangnya kewirausahaan karena waralaba memberikan kesempatan bagi calon wirausaha baru untuk mengelola usaha secara mandiri. Selain itu menurunkan tingkat kegagalan berusaha karena sistem usaha yang ditawarkan telah teruji
- Berkembangnya dampak keterkaitan ke belakang (*backward linkage*), karena peningkatan pemasaran produk akhir di *outlet* waralaba pada gilirannya mendorong munculnya industri lokal yang memasok kebutuhan waralaba tersebut
- Dapat menjadi potensi penerimaan devisa Negara lewat ekspor waralaba ke manca negara.

Keempat dilihat sudut masyarakat, sistem waralaba memiliki kelebihan antara lain sebagai berikut:

- Mampu memberikan pemerataan kesempatan berusaha. Perwaralabaan memberi kesempatan mereka yang tidak berlatar belakang wirausaha atau dagang untuk menjadi pengusaha, khususnya di dunia perdagangan
- Menambah kesempatan kerja dengan cepat
- Mendukung pemerataan distribusi barang dan jasa dimana sistem waralaba menyajikan adanya keseragaman tersedianya produk dan jasa yang standar di banyak lokasi.

Adapun kelemahan sistem waralaba dilihat dari sudut masyarakat antara lain sebagai berikut:

- Perwaralabaan adalah suatu sistem anti kompetisi di dalamnya
- Perjanjian waralaba lebih condong memihak yang kuat, yaitu penerima waralabanya
- Pemberi waralaba seringkali menggunakan cara yang tidak etis dalam menjaring penerima waralaba.

2.6 Pengertian Rahasia Dagang

Ada beberapa istilah yang digunakan untuk menyebut istilah rahasia dagang (*trade secrets*), antara lain informasi yang dirahasiakan (*undisclosed information*), informasi yang tidak diketahui, atau *know-how*.⁶⁰

Dalam *Section 7 : Protection of Undisclosed Information Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPs)* tepatnya di pasal 39 ayat (2) menyatakan bahwa *undisclosed information* (rahasia dagang) merupakan informasi yang memiliki ciri-ciri:

- (a) *is secret in the sense that it is not, as a body or in the precise configuration and assembly of its components, generally known among or readily accessible to persons within the circles that normally deal with the kind of information in question;*
- (b) *has commercial value because it is secret; and*
- (c) *has been subject to reasonable steps under the circumstances, by the person lawfully in control of the information, to keep it secret.*

United States Uniform Trade Secret Act (UTSA) mendefinisikan rahasia dagang sebagai berikut:

“... Information including a formula, pattern, compilation, program, device, method, technique or process that derives independent economic value, actual or potential, from not being generally known to, and not being readily ascertainable by proper means by, other persons ...”

⁶⁰ Berdasarkan EC technology transfer block exemption (Regulation 772/2004) *know how* didefinisikan sebagai *“a package of non-patented practical information, resulting from experience and testing which is...secret...substantial...and identified...”*

Economic Espionage Act of 1996, 18 U.S.C. § 1839 (3) memberikan definisi rahasia dagang sebagai berikut:

“All forms and types of financial, business, scientific, technical, economic, or engineering information, including patterns, plans, compilations, programmed devices, formulas, designs, prototypes, methods, techniques, processes, procedures, programs, or codes, whether tangible or intangible, and whether or how stored, compiled, or memorialized physically, electronically, graphically, photographically, or in writing.”

Restatement of Torts (Section 757, cmt.b) memberikan 6 faktor untuk mengidentifikasi suatu informasi yang mengandung rahasia dagang:

- (1) the extent to which the information is known outside of the business,*
- (2) the extent to which it is known by the employees and others involved in the business,*
- (3) the extent of measures taken to guard the secrecy of the information,*
- (4) the value of the information to the business and to competitors,*
- (5) the amount of effort or money expended in developing the information, and*
- (6) the ease or difficulty with which the information could be properly acquired or duplicated by others*

Undang-Undang No. 30 Tahun 2009 tentang Rahasia Dagang tepatnya di Pasal 1 angka (1) mendefinisikan rahasia dagang sebagai suatu 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.

Melihat unsur-unsur yang termaktub dalam definisi rahasia dagang tersebut, maka dapat ditarik karakteristik hukum rahasia dagang yakni:⁶¹

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

⁶¹ OK. Saidin, *Aspek Hukum Kekayaan Intelektual*, Cet. 7, (Jakarta: PT. RajaGrafinndo Persada, 2010), Hlm.452-453.

Terdapat 3 perbedaan pokok antara rahasia dagang dengan bentuk Hak kekayaan intelektual (HKI) lain seperti hak cipta⁶², paten⁶³ dan merek⁶⁴. Ketiga perbedaan itu dapat diuraikan sebagai berikut:⁶⁵

1. Bentuk HKI lain tidak bersifat rahasia. Bentuk HKI lain mendapat perlindungan karena merupakan sejenis kekayaan yang dimiliki orang lain. Terkecuali kalau informasi mengenai suatu penemuan diungkapkan, perlindungan paten tidak dapat diperoleh dari Negara. Demikian dengan karya-karya yang dilindungi hak cipta atau sebuah merek tidak digunakan secara umum, maka tidak ada nilai komersialnya. Rahasia dagang mendapat perlindungan karena sifat rahasianya menyebabkan informasi itu bernilai. Rahasia dagang terdiri dari informasi yang hanya bernilai komersial kalau kerahasiannya tidak hilang.
2. Rahasia dagang mendapat perlindungan meskipun tidak mengandung nilai kreativitas atau pemikiran baru. Yang penting adalah rahasia dagang tersebut tidak diketahui secara umum. Misalnya, sebuah sistem kerja yang efektif, barangkali tidak begitu kreatif, tetapi keefektifan dan kerahasiannya menyebabkan informasi itu bernilai komersial.
3. Bentuk HKI lain selalu berupa bentuk tertentu yang dapat ditulis, digambar atau dicatat secara persis sesuai dengan syarat pendaftaran yang ditetapkan instansi pemerintah. Rahasia dagang tidak semestinya ditulis. Yang penting, bukan bentuk tulisan atau pencatatan informasi yang persis, tetapi penggunaan

⁶² Hak Cipta adalah hak eksklusif bagi pencipta atau penerima hak untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaanya atau memberikan izin untuk itu dengan tidak mengurangi pembatasan-pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku. Lihat Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta, Pasal 1 ayat (1).

⁶³ Paten merupakan hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada Inventor atas hasil Inveninya di bidang teknologi, yang untuk selama waktu tertentu melaksanakan sendiri invensinya tersebut atau memberikan persetujuannya kepada pihak lain untuk melaksanakannya. Lihat Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2001 Tentang Paten, Pasal 1 ayat (1).

⁶⁴ Merek merupakan tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Lihat Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek, Pasal 1 ayat (1).

⁶⁵ Tim Lindsey, et. al, *Hak Kekayaan Intelektual: Suatu Pengantar*, (Bandung: PT. Alumni, 2006), Hlm. 238-239

konsep, ide atau informasinya sendiri yang dapat diberikan kepada pihak lain secara lisan. Hal ini berbeda dengan hak paten atau merek.

Perbedaan mendasar lainnya adalah bahwa dalam rahasia dagang tidak terdapat unsur hak kebendaan seperti bentuk HKI lainnya.⁶⁶ Rahasia dagang merupakan '*chose in action*' yang timbul demi keadilan dimana oleh karena sifatnya yang *intangible*, menyebabkan satu-satunya cara untuk melindungi nilai komersialnya adalah menyimpannya sebagai suatu rahasia.⁶⁷

Ada hubungan tumpang tindih antara rahasia dagang dengan paten meskipun terdapat perbedaan diantara keduanya. Jika perusahaan mempunyai suatu invensi, mereka dapat memilih untuk menjaga kerahasiaan dari prinsip yang mendasari invensi tersebut atau mempatenkan invensi tersebut. Jika perusahaan tersebut lebih memilih untuk menjaga kerahasiaan invensinya, informasi tersebut mendapat perlindungan hukum selama kerahasiaannya tidak hilang. Jika sifat kerahasiannya sudah hilang, maka tidak ada perlindungan yang dapat diperoleh inventor. Namun, kalau perusahaan tersebut lebih memilih untuk mempatenkan invensinya, maka sifat kerahasiaannya telah hilang, tetapi perusahaannya memperoleh perlindungan paten selama jangka waktu tertentu. Setelah masa berlaku paten berakhir, perlindungan untuk invensi tersebut juga hilang.⁶⁸

Berdasarkan hal tersebut, maka sebaiknya untuk invensi yang mudah dibongkar atau di analisis dan diproduksi ulang, perlindungan paten adalah jenis perlindungan yang lebih aman, meskipun jangka waktu perlindungannya terbatas. Akan tetapi, apabila invensi yang sulit untuk dibongkar atau di analisis dan diproduksi ulang, maka rahasia dagang adalah jenis perlindungan yang lebih tepat, agar informasi tersebut tetap aman.⁶⁹

⁶⁶ O.K Saidin, *Op. Cit.*, Hlm.451.

⁶⁷ Christina Demetriades, ed., *Intellectual Property Issues in Commercial Transactions*, (London: Sweet & Maxwell, 2008), Hlm. 4.

⁶⁸ Tim Lindsey, et. al., *Op, Cit.*, Hlm. 239.

⁶⁹ *Ibid.*

BAB 3

URGENSI PERLINDUNGAN RAHASIA DAGANG DALAM PERJANJIAN WARALABA

3.1 Perlindungan Rahasia Dagang

Manusia memiliki kelebihan yang istimewa yaitu kemampuannya dalam menalar, merasa dan mengindra. Melalui kelebihan tersebut manusia mampu mengembangkan ilmu pengetahuannya, dan hal inilah yang menjadi *furqon* (pembeda) manusia dengan makhluk lainnya, bahkan menjadi pembeda kualitas antar manusia itu sendiri. Kemampuan ini pada gilirannya akan berimplikasi pada peningkatan taraf kehidupan manusia, karena dapat mendatangkan manfaat secara langsung. Selain itu, kemampuan yang berlandaskan intelektualitas ini melahirkan kesadaran akan adanya hak baru di luar kebendaan atau barang. Hal inilah yang disebut dengan Hak Kekayaan Intelektual.⁷⁰

HKI pada awalnya hanya dianggap sebagai hal biasa yang eksistensinya tidak perlu dilindungi oleh peraturan perundang-undangan (*Gesetz*).⁷¹ *Corpus Juris* adalah yang pertama kali menyadari kehadiran hak milik baru yang merupakan ciptaan dalam bentuk tulisan atau lukisan di atas kertas. Namun demikian, pendapatnya belum sampai kepada pembeda antara benda nyata (*Materielles Eigentum*) dan benda tidak nyata (*Immaterielles Eigentum*) yang merupakan produk kreatifitas manusia. Istilah *Immaterielles Eigetum* inilah yang sekarang disebut dengan HKI yang merupakan terjemahan dari kata "*geistiges eigentum*", atau "*intellectual property right (IPR)*".⁷²

Aset-aset hak kekayaan intelektual (HKI) sama seperti aset hak kebendaan lainnya memerlukan perlindungan hukum agar jelas diketahui siapa pemilik dari aset tersebut. Seperti halnya dalam membeli tanah, sertifikat diperlukan untuk membuktikan secara hukum kepemilikan tanah tersebut begitu juga halnya dengan kepemilikan hak kekayaan intelektual, kepemilikan yang diakui oleh

⁷⁰ Muhammad Citra Ramadhan, *Hak Cipta Lagu atau Musik: Tinjauan Khusus Mengenai Royalti Pencipta Karya Lagu atau Musik pada Hak Mengumumkan*, (Medan: Usu Press, 2010), Hlm. 1.

⁷¹ Syafrinaldi, *Hukum Tentang Perlindungan Hak Milik Intelektual dalam Menghadapi Era Global*, Cet. 1, (Riau: UIR Press, 2001), Hlm. 1.

⁷² Muhammad Citra Ramadhan, *Op. Cit.*, Hlm. 2.

hukum diperlukan terhadap invensi-invensi yang ditemukan agar bisa dieksploitasi, dilisensi, atau dijual ke pihak ketiga oleh pemiliknya. Dalam hal perlindungan HKI, terdapat alasan lain selain pengeksplotasian hak saja, perlindungan HKI dapat mencegah kompetitor bisnis untuk membuat atau menjual produk yang sama sehingga menciptakan suatu *'technical entry barrier'* yang dapat menjaga kestabilan ataupun meningkatkan pangsa pasar dan margin keuntungan dalam bisnis.

HKI dalam bingkai regulasi, dipelopori oleh perjanjian internasional tentang aspek-aspek perdagangan dari HKI (*the TRIPs Agreement*). Namun, dalam perjanjian internasional tersebut tidak ada memberikan definisi mengenai HKI, tetapi Pasal 1.2 menyatakan bahwa HKI terdiri dari :⁷³

1. Hak Cipta dan Hak Terkait;
2. Merek dagang;
3. Indikasi geografis;
4. Desain industri;
5. Paten;
6. Tata letak (topografi) sirkuit terpadu;
7. Perlindungan informasi rahasia;
8. Kontrol terhadap persaingan praktek persaingan usaha tidak sehat dalam perjanjian lisensi.

Jadi, HKI pada umumnya berhubungan perlindungan penerapan ide dan informasi yang memiliki nilai komersial.⁷⁴ Terkait mengenai informasi dalam hukum rahasia dagang sebagaimana yang akan menjadi fokus pada pembahasan ini, terbentuk dari kasus yang mengandung elemen kontrak, kejujuran kekayaan, kewajiban berdasarkan kepercayaan dan itikad baik.⁷⁵

Hukum rahasia dagang mulai dikembangkan pada abad kesembilan belas. Satu kasus penting terkait rahasia dagang, yaitu kasus *Prince Albert v. Strange*. Kasus yang terjadi pada tahun 1849 yang pada intinya; Ratu Victoria dan

⁷³ Tim Lindsey, et. al., *Op. Cit.*, Hlm. 3-4.

⁷⁴ *Ibid.*, Hlm. 4.

⁷⁵ Suyud Margono, *Aspek Hukum Komersialisasi Aset Intelektual*, (Bandung: Nuansa Aulia, 2009), Hlm. 25.

Pangeran Albert memiliki kegemaran membuat lukisan-lukisan pada logam. Ratu dan suaminya membuat lukisan-lukisan pada logam tersebut sebagai hobi dan kesenangan mereka yang hanya diperuntukkan bagi kepentingan pribadi mereka semata-mata, meskipun kadang-kadang lukisan itu mereka berikan sebagai kenang-kenangan bagi teman-teman dekat mereka. Suatu saat lukisan itu diserahkan kepada seorang ahli cetak untuk digravir dan ahli gravir itu secara diam-diam membuat tiruan-tiruan yang kemudian diserahkan kepada tergugat (*Strange*) yang berniat memamerkan karya-karya tersebut dalam suatu pameran yang terbuka untuk umum yang penyelenggaraannya dikomersialkan. Pengadilan memutuskan untuk melarang penyelenggaraan pameran tersebut karena kepemilikan atas lukisan-lukisan itu diperoleh berdasarkan pelanggaran atas kepercayaan yang telah diberikan dan kerahasiaan yang terangkum dalam suatu kontrak.⁷⁶

Terkait dengan pengaturannya, di Indonesia sendiri seseorang yang membocorkan rahasia dagang yang wajib dirahasiakannya diancam dengan hukuman pidana dan dapat dituntut secara perdata pula.

Ancaman hukuman pidananya dapat ditemukan dalam Pasal 323 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHPidana) yang mengatakan bahwa barangsiapa yang dengan sengaja memberitahukan hal-hal khusus tentang suatu perusahaan dagang, kerajinan atau pertanian, dimana ia bekerja, atau dahulu bekerja, yang harus dirahasiakannya, diancam dengan pidana penjara paling lama sembilan bulan atau denda paling banyak sembilan ribu rupiah dimana kejahatan ini hanya dapat dituntut atas pengaduan pengurus perusahaan itu.⁷⁷

Namun secara khusus dalam Undang-undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang, tepatnya pada Bab IX secara imperatif mengatur ketentuan pidana yang lebih ekstrim, yaitu barang siapa yang melakukan pelanggaran⁷⁸ rahasia dagang, maka diancam dengan hukuman pidana penjara paling lama 2

⁷⁶ Rahmadi Usman, *Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual: Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*, (Bandung: PT. Alumni, 2003) Hlm. 381.

⁷⁷ *Ibid.*, Hlm. 382.

⁷⁸ Pada negara-negara *anglo saxon system*, informasi dianggap kekayaan dan pelanggaran diklasifikasikan sebagai perbuatan melawan hukum yang disebut *The action for breach of confidence*. Sedangkan pada negara-negara *civil law system* pelanggaran serupa itu hanya dianggap sebagai perbuatan melawan hukum biasa. Lihat Suyud Margono, *Op. Cit.*, Hlm. 26.

(dua) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah). Yang mana tindak pidana ini adalah delik aduan.

Sedangkan tuntutan secara perdata dapat menggunakan pasal 1365 KUHPerdata yang mengatur tentang perbuatan melawan hukum. Kasus *Cohen v. Lendebaum* merupakan kasus rahasia dagang yang menerapkan Pasal 1365 KUHPerdata ini, yang menguraikan masalah perlindungan data. Dalam kasus ini diputuskan bahwa apabila karyawan dari suatu perusahaan dagang dibajak oleh perusahaan sebagai konkurennya dengan maksud agar dapat diketahui segala rahasia perusahaannya, perbuatan itu dikategorikan sebagai perbuatan melanggar hukum atau perbuatan yang tercela.⁷⁹

Secara konsep rahasia dagang merupakan suatu informasi yang mencakup formula, pola, kumpulan data/informasi, program, alat, metode/cara, teknik, proses yang memiliki nilai ekonomis karena tidak diketahui oleh umum dan telah diupayakan tetap dijaga kerahasiannya. Sedangkan dari segi tujuannya, perlindungan rahasia dagang dimaksudkan untuk memacu investasi dan pemanfaatan informasi yang menjamin keuntungan dalam waktu lama sebaik keuntungan dalam jangka pendek.⁸⁰ Adapun dasar filosofis perlindungan informasi yang dirahasiakan itu adalah karena informasi tersebut merupakan informasi yang diperoleh pemiliknya dengan jerih payah dan memerlukan keahlian khusus, menghabiskan banyak waktu dan biaya, sama seperti perlindungan HKI lainnya, meskipun tidak selamanya demikian.

Dasar pemikiran untuk perlindungan informasi rahasia dagang di bawah persetujuan TRIPs kiranya sama dengan dasar pemikiran untuk perlindungan bentuk HKI yang lain, seperti hak cipta, paten, desain, atau merek. Yaitu untuk menjamin pihak yang melakukan investasi untuk mengembangkan konsep, ide, dan informasi yang bernilai komersial dapat memperoleh manfaat dari investasi itu dengan memperoleh hak eksklusif untuk menggunakan konsep atau informasi, maupun untuk mencegah pihak lain menggunakannya atau mengungkapkannya

⁷⁹ Rahmadi Usman, *Op. Cit.*, Hlm. 383.

⁸⁰ Suyud Margono, *Op. Cit.*, Hlm. 25

tanpa izin.⁸¹ Perlindungan rahasia dagang pada intinya dimaksudkan untuk mencegah adanya praktek perdagangan yang tidak sehat dan mencegah terjadinya pencurian rahasia.

Adapun dalam TRIPs, perlindungan rahasia dagang didasari oleh pasal 10bis Paris Convention (1967), dimana rahasia dagang dilindungi demi mencegah adanya praktek perdagangan tidak sehat. Adapun bunyi dari pasal 10bis (*Unfair Competition*) Paris Convention tersebut adalah:

- (1) *The countries of the Union are bound to assure to nationals of such countries effective protection against unfair competition.*
- (2) *Any act of competition contrary to honest practices in industrial or commercial matters constitutes an act of unfair competition.*
- (3) *The following in particular shall be prohibited:*
 1. *all acts of such a nature as to create confusion by any means whatever with the establishment, the goods, or the industrial or commercial activities, of a competitor;*
 2. *false allegations in the course of trade of such a nature as to discredit the establishment, the goods, or the industrial or commercial activities, of a competitor;*
 3. *indications or allegations the use of which in the course of trade is liable to mislead the public as to the nature, the manufacturing process, the characteristics, the suitability for their purpose, or the quantity, of the goods.*

Sedangkan pengaturan perlindungan rahasia dagang dalam TRIPs diatur dalam *Section 7 : Protection of Undisclosed Information*, pasal 39 TRIPs Agreement yang berbunyi:

1. *In the course of ensuring effective protection against unfair competition as provided in Article 10bis of the Paris Convention (1967), Members shall protect undisclosed information in accordance with paragraph 2 and data submitted to governments or governmental agencies in accordance with paragraph 3.*
2. *Natural and legal persons shall have the possibility of preventing information lawfully within their control from being disclosed to, acquired by, or used by others without their consent in a manner contrary to honest commercial practices so long as such information:*
 - (a) *is secret in the sense that it is not, as a body or in the precise configuration and assembly of its components, generally known among or readily accessible to persons within the circles that normally deal with the kind of information in question;*
 - (b) *has commercial value because it is secret; and*

⁸¹ Tim Lindsey, et. al, *Op. Cit.*, Hlm. 238.

- (c) has been subject to reasonable steps under the circumstances, by the person lawfully in control of the information, to keep it secret.
3. Members, when requiring, as a condition of approving the marketing of pharmaceutical or of agricultural chemical products which utilize new chemical entities, the submission of undisclosed test or other data, the origination of which involves a considerable effort, shall protect such data against unfair commercial use. In addition, Members shall protect such data against disclosure, except where necessary to protect the public, or unless steps are taken to ensure that the data are protected against unfair commercial use.

Berdasarkan ketentuan Pasal 39 tersebut, TRIPs hanya memberikan aturan yang sangat umum mengenai perlindungan atas rahasia dagang. Oleh karena itu, TRIPs membebankan kewajiban kepada para anggota WTO untuk melindungi rahasia dagang dengan maksud untuk menghindari adanya praktek perdagangan tidak sehat dengan cara mencuri atau memperoleh informasi rahasia secara tidak benar, ataupun dengan cara memanfaatkannya untuk kepentingan perdagangan. Ketentuan ini memberikan konsekuensi kepada negara anggota WTO untuk membentuk undang-undang perlindungan rahasia dagang yang harus disesuaikan dan diselaraskan dengan standar minimal yang diatur dalam TRIPs. Dengan demikian, masih dimungkinkan untuk menerapkan ketentuan-ketentuan yang tidak mengabaikan kepentingan nasional.

Di Indonesia sendiri, sebagai negara yang telah meratifikasi *Agreement Establishing the World Trade Organization* (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia) yang mencakup *Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* (Persetujuan TRIPs) dengan Undang-undang No. 7 Tahun 1994 telah memiliki pengaturan tersendiri mengenai rahasia dagang yaitu melalui Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang. Dalam Pasal 3 ayat (1) Undang-undang No. 30 Tahun 2000 tersebut dikatakan bahwa Rahasia Dagang mendapat perlindungan apabila informasi tersebut bersifat rahasia, mempunyai nilai ekonomi, dan dijaga kerahasiaannya melalui upaya sebagaimana mestinya. Adapun yang dimaksud dengan ‘upaya-upaya sebagaimana mestinya’ dijelaskan dalam penjelasan Undang-undang No. 30 Tahun 2000 sebagai semua langkah yang memuat ukuran kewajaran, kelayakan dan kepatutan yang harus dilakukan, misalnya, di dalam suatu perusahaan harus ada prosedur baku berdasarkan praktik umum yang berlaku di tempat-tempat lain

Universitas Indonesia

dan/atau yang dituangkan ke dalam ketentuan internal perusahaan itu sendiri. Demikian pula dalam ketentuan internal perusahaan dapat ditetapkan bagaimana rahasia dagang itu dijaga dan siapa yang bertanggung jawab atas kerahasiaan itu.

Perlindungan rahasia dagang didasarkan atas beberapa teori yaitu sebagai berikut:⁸²

a. Teori Hak Milik

Teori Hak Milik merupakan salah satu dasar perlindungan rahasia dagang. Rahasia dagang dapat disejajarkan sebagai satu bentuk hak milik yang identik dengan aset atau investasi bagi perorangan atau perusahaan. Rahasia dagang merupakan hak milik yang bersifat eksklusif dan dapat dipertahankan terhadap siapapun yang berupaya menyalahgunakannya atau membajaknya. Prinsip tentang hak milik ini juga dikenal dalam hukum Indonesia sebagaimana Pasal 570 KUHPerdara menyatakan: “Hak Milik adalah hak untuk menikmati kegunaan sesuatu kebendaan dengan leluasa, dan untuk berbuat bebas terhadap kebendaan itu dengan kedaulatan sepenuhnya, asal tidak bersalahan dengan Undang-Undang atau peraturan umum yang ditetapkan oleh suatu kekuasaan yang berhak menetapkannya, dan tidak mengganggu hak-hak orang lain; kesemuanya itu dengan tidak mengurangi kemungkinan akan pencabutan hak itu demi kepentingan umum berdasarkan atas ketentuan undang-undang dan dengan pembayaran ganti rugi”. Pasal 570 KUHPerdara ini menunjukkan bahwa hak milik adalah hak yang paling utama dimana pemilik dapat menguasai benda itu sebebaskan-bebasnya dalam arti dapat melakukan perbuatan hukum atas benda itu secara eksklusif disamping itu pemilik dapat pula melakukan perbuatan-perbuatan materiil atas benda itu. Namun demikian, sifat eksklusif atas hak milik untuk benda-benda berwujud tampaknya sudah mengalami pergeseran karena munculnya berbagai norma kemasyarakatan yang membatasi hak milik. Rahasia dagang dan HKI pada umumnya, yang pada prinsipnya harus dapat dibatasi jika bersentuhan dengan kepentingan masyarakat luas.

⁸² Gunawan Widjaja, *Pemilik Rahasia Dagang dan Pemegang Rahasia Dagang*, (*Business News*, 2001), Hlm. 120.

b. Teori Kontrak

Teori kontrak merupakan dasar yang paling sering dikemukakan dalam proses peradilan mengenai rahasia dagang, khususnya di Amerika. Di Indonesia sendiri yang mengadopsi Sistem Hukum Eropa Kontinental, ketentuan tentang prinsip kontrak ini diatur dalam KUHPerdara. Dalam Pasal 1233 KUHPerdara dinyatakan bahwa tiap-tiap perikatan dilahirkan baik karena perjanjian, maupun undang-undang. Prinsip perlindungan berdasarkan hukum kontrak ini sangat relevan dengan bentuk perlindungan berdasarkan sistem hukum perburuhan atau hukum ketenagakerjaan. Hubungan antara pengusaha dan karyawan merupakan salah satu masalah penting berkenaan dengan rahasia dagang. Tingginya tingkat keluar masuk karyawan dari suatu perusahaan ke perusahaan yang lain menyebabkan perlunya pengaturan rahasia dagang ini diintegrasikan dengan Undang-Undang Ketenagakerjaan. Teori inipun terkait dengan masalah kedudukan 'orang dalam' perusahaan (*insider trading*). Perlu dibuat perjanjian kerja oleh perusahaan dengan karyawannya yang isinya melarang penggunaan teknologi atau informasi yang telah diketahui secara umum atau merupakan *public domain* karena ini merupakan suatu tindakan yang dianggap sebagai perbuatan cacat hukum. Teori kontrak inilah yang diadopsi kedalam perjanjian waralaba dalam melindungi rahasia dagang usaha waralaba.

c. Teori Perbuatan Melawan Hukum

Perlindungan atas rahasia dagang juga dapat dilakukan berdasarkan teori perbuatan melawan hukum. Hal ini merupakan salah satu jalan keluar sebagai konsekuensi perlindungan atas HKI yang tidak didaftarkan seperti halnya rahasia dagang ini. Prinsip semacam ini banyak diterapkan diberbagai negara untuk mengatasi kegiatan persaingan tidak sehat yang dilakukan oleh kompetitor yang tidak beritikad baik. Seseorang dianggap telah melakukan perbuatan melawan hukum apabila secara mempergunakan informasi dengan cara yang:

- (1) Diperoleh melalui tata cara yang tidak lazim; atau

- (2) Pengungkapan atau penggunaannya mengakibatkan dilanggarnya kerahasiaan yang diperolehnya dari orang lain yang mengungkapkan rahasia itu kepadanya; atau
- (3) Orang tersebut mempelajari rahasia tersebut dari orang ketiga yang memperoleh informasi tersebut secara tidak patut atau pengungkapan pihak ketiga ini merupakan pelanggaran juga; atau
- (4) Orang tersebut mempelajari rahasia tersebut dan kemudian mengungkapkannya dengan menyatakan bahwa hal tersebut merupakan pembukaan rahasia dengan sengaja, dalam hukum Indonesia hal ini diatur dalam Pasal 1365 KUHPerdara.

Berdasarkan teori-teori tersebut, perlindungan rahasia dagang dalam suatu bisnis waralaba dapat diberikan atau dilaksanakan berdasarkan :⁸³

1. *Contract Law*

Yaitu perjanjian yang menyepakati untuk melindungi rahasia dagang, misalnya perjanjian *non-disclosure agreement*.

2. *Principle of Tort / Unfair Competition*

Seperti halnya penyalahgunaan rahasia dagang oleh kompetitor bisnis yang tidak mempunyai hubungan kontrak dimana rahasia dagang tersebut diperoleh misalnya dengan cara pencurian, espionase, subvervi karyawan

3. *Criminal Laws*

Seperti misalnya pencurian rahasia dagang oleh karyawan dari suatu perusahaan, pembajakan, pencurian, espionase elektronik, dan lain sebagainya.

4. *Specific Trade Secret Laws*

Yaitu perlindungan yang diberikan oleh peraturan-peraturan mengenai rahasia dagang, misalnya Undang-undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang, Uniform Trade Secrets Act, Economic Espionage Act, dan lain sebagainya.

⁸³ SMEs Division WIPO, Keeping Confidence: Managing Trade Secret as a Business Strategy, (bahan ajar diberikan dalam seminar A business-Oriented Overview of IP for Law and Management Students, Geneva, 29-31 Mei 2007), diunduh dari http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sme/en/wipo_smes_ge_07/wipo_smes_ge_07_www_81574.ppt pada 30 Oktober 2011.

Rahasia dagang dilindungi oleh undang-undang dan tidak memerlukan prosedur pendaftaran bagi perlindungannya oleh karena sifat informasi yang rahasia dimana apabila dilakukan pendaftaran maka akan memerlukan pengungkapan informasi. Rahasia dagang dapat dicatatkan apabila terjadi pengalihan atau lisensi kepada pihak lain. Pencatatan ini hanya berkaitan dengan data administratif lisensi atau pengalihan hak tanpa perlu mengungkapkan isi dari informasi rahasia tersebut.

3.2 Rahasia Dagang dalam Bisnis Waralaba

Suatu sistem, metode atau format yang unik atau memiliki ciri khas tertentu seringkali menjadi inti dari kesuksesan dalam melakukan bisnis waralaba. Ciri khas tersebut menjadi hal yang dicari-cari oleh konsumen sehingga konsumen memilih untuk membeli produk tersebut. Dalam bisnis waralaba, keunikan atau ciri khas tersebut dijaga kerahasiaannya sedemikian rupa oleh karena informasi akan hal tersebut memiliki nilai ekonomis dan menyangkut produk yang dihasilkan.

Pemilik waralaba dalam hal melakukan perjanjian waralaba sudah sewajarnya berusaha keras untuk menjaga kerahasiaan dagang miliknya. Akan tetapi dalam praktiknya, penyalahgunaan kerahasiaan dagang seringkali terjadi dalam bisnis waralaba. Sebagai contoh praktik yang sering terjadi melibatkan mantan penerima waralaba atau mantan pekerja yang membuka bisnis baru yang bersaing dengan bisnis pemilik waralaba dan memiliki banyak kesamaan seperti komponen, produk, servis, maupun standar operasi yang dimiliki oleh pemilik waralaba. Sengketa-sengketa seperti contoh tersebut seringkali terjadi sehingga untuk mengatasi hal tersebut, pengadilan di Amerika dalam hal ini mengenal beberapa hal yang memiliki potensi menjadi rahasia dagang dalam bisnis waralaba antara lain sebagai berikut:⁸⁴

- (1) *business systems, formats, or methods;*
- (2) *franchise manuals;*
- (3) *business plans and strategic information;*
- (4) *product information, recipes, and formulas;*

⁸⁴ Mark S. Vanderbroek dan Christian B. Turner, *Op. Cit.*, Hlm. 192.

- (5) *customer and supplier information;*
- (6) *prospective franchisee information;*
- (7) *new product development plans; and*
- (8) *proprietary computer software and technology.*

Akan tetapi dalam praktiknya, kriteria-kriteria tersebut untuk dapat dikatakan sebagai suatu rahasia dagang masih bergantung kepada yurisdiksi dan hukum yang berlaku di suatu negara dimana diperlukan pembuktian dalam menentukan suatu rahasia dagang. Hal ini menyebabkan kekuatan atau kelemahan pemilik rahasia dagang dalam membuktikan bahwa kriteria-kriteria tersebut tergolong kepada rahasia dagangnya menjadi sangat penting.

Dalam suatu praktek bisnis, informasi-informasi yang dapat di kelompokkan ke dalam rahasia dagang terdiri dari 4 kelompok yaitu sebagai berikut:⁸⁵

1. *Financial Information*

Misalnya : *Internal cost structure; pricing information; salary and compensation plans; price list*

2. *Commercial Information*

Misalnya : *Commercial list; business plan; marketing strategy; supplier arrangements; customer buying preferences and requirements; consumer profiles; sales methods.*

3. *Technical & Scientific Information*

Misalnya : *biological inventions; designs; drawings; patterns; motifs; test data; laboratory notebooks; formulas (chemical, food, cosmetics); photographic processes; odors.*

4. *Negative Information*

Misalnya : *details of failed effort to remedy problems in the manufacture of certain products; dead-ends in research; unsuccessful attempts to interest customers in purchasing a product.*

⁸⁵ SMEs Division WIPO, *Op. Cit.*

Adapun berdasarkan bahan ajar *World Intellectual Property Organization* (WIPO), rahasia dagang yang terdapat dalam suatu bisnis waralaba dapat meliputi hal-hal sebagai berikut:⁸⁶

“Financial; technical; structural; marketing; engineering; distribution techniques/documents; recipes; business formats and plans; operations manuals; customer list and pricing techniques are all candidates for protection as trade secrets.

Franchisors develop, use and license confidential and proprietary computer software in their system.

And also any improvements or enhancements to the business, generate valuable data that may be developed by the Franchisee”.

3.3 Langkah Perlindungan Rahasia Dagang dalam Bisnis Waralaba

Melihat pentingnya rahasia dagang dalam suatu bisnis dengan sistem waralaba dan juga besarnya potensi kehilangan rahasia dagang dalam bisnis tersebut yang dapat diakibatkan oleh kurang atau tidak adanya tindakan pencegahan dari penerima waralaba dalam mempertahankan rahasianya, mengakibatkan pemberi dan penerima waralaba harus mengambil tindakan pencegahan untuk melindungi rahasia dagang dalam sistem waralabanya. Perlindungan rahasia dagang dalam bisnis waralaba dilaksanakan berdasarkan perjanjian waralaba dimana biasanya dalam perjanjian waralaba dinyatakan bahwa setiap kekayaan intelektual yang berasal dari pemberi waralaba, penerima waralaba ataupun karyawan dalam bisnis waralaba merupakan hak dari si pemberi waralaba dan penerima waralaba berkewajiban untuk tidak membeberkannya atau melanggar hak-hak kekayaan intelektual dari si pemberi waralaba yang dilindungi oleh hukum.⁸⁷

Dalam melaksanakan perlindungan rahasia dagang yang menjadi tanggung jawab dari pemberi dan penerima waralaba, terdapat 2 hal pokok yang dapat

⁸⁶ Guribal Singh Jaiya, *Managing Trade Secrets in A Franchising Arrangement*, (bahan ajar diberikan dalam National Seminar on Intellectual Property and Development of the Franchising Sector in Pakistan, Lahore, Pakistan, 17-18 Desember 2007), diunduh dari http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sme/en/wipo_smes_lhe_2_07/wipo_smes_lhe_2_07_topic04.pdf pada 3 November 2011

⁸⁷ *Ibid.*

dilakukan oleh pemberi dan penerima waralaba untuk mencegah terjadinya pelanggaran rahasia dagang yaitu:⁸⁸

1. Membangun pengetahuan akan pentingnya rahasia dagang

Membangun pengetahuan akan pentingnya rahasia dagang dalam suatu bisnis waralaba dapat dilakukan melalui pendidikan. Pendidikan merupakan cara yang paling sederhana dan efektif dalam mencegah terjadinya pelanggaran rahasia dagang. Pemberi waralaba wajib mendidik para penerima waralaba dalam mengidentifikasi rahasia dagang, pentingnya rahasia dagang dalam bisnis waralaba serta perlindungan hukum yang diberikan kepada rahasia dagang terhadap penyalahgunaan dan pencurian rahasia dagang. Selain itu, pemberi waralaba wajib memastikan karyawan-karyawannya mengetahui kapan mereka menangani informasi yang terbatas sebagai sesuatu yang dirahasiakan.

2. Kerangka kerja yang komprehensif

Dalam bisnis waralaba, pemberi waralaba memberikan semua informasi yang relevan mengenai cara-cara melakukan bisnisnya kepada penerima waralaba. Apabila pemberi waralaba tidak berhati-hati dalam memberikan informasi, dapat mengakibatkan ditirunya produk-produk maupun metode-metode bisnis waralaba milik pemberi waralaba oleh penerima waralaba maupun karyawan-karyawannya untuk membuat bisnis serupa yang bersaing dengan bisnis pemberi waralaba. Untuk mencegah terjadinya hal seperti itu, diperlukan suatu kerangka kerja yang komprehensif dalam suatu bisnis waralaba kiranya mencakup hal-hal antara lain:

- Adanya identifikasi informasi dan hal-hal lain yang berpotensi menjadi rahasia dagang

Pemilik bisnis yang akan mewaralabakan bisnisnya itu harus mengetahui informasi-informasi, metode pengoperasian, pengendalian mutu, dan lain sebagainya yang memiliki nilai komersial tinggi sebagai rahasia dagang sebagai langkah awal untuk melindunginya. Setelah itu, pemberi waralaba juga harus mengidentifikasi dan menginformasikan rahasia dagang yang di

⁸⁸ *Ibid.*

lisensikan kepada penerima waralaba sehingga penerima waralaba mengetahui dan menjaga kerahasiaan dari rahasia dagang tersebut.

- Pembuatan perjanjian waralaba yang komprehensif

Perjanjian waralaba harus memuat persetujuan untuk melindungi rahasia dagang. Perjanjian perlindungan rahasia dagang dalam bisnis waralaba harus berlaku tidak semasa perjanjian saja akan tetapi juga setelah perjanjian berakhir selama waktu tertentu untuk mencegah adanya bisnis saingan dari penerima waralaba terdahulu. Perlindungan rahasia dagang dalam perjanjian waralaba harus bisa mengikat para pihak secara eksplisit tertulis dalam perjanjian maupun secara implisit yaitu dengan adanya kewajiban menjaga rahasia dagang yang dilindungi hukum (*duty of confidentiality*). Selain itu juga membuat perjanjian kerja dengan karyawan yang mengatur secara tegas bahwa karyawan tidak boleh mengungkapkan rahasia dagang perusahaan diluar tugasnya.

- Perlindungan internal

Pemberi dan penerima waralaba harus melakukan tindakan-tindakan pencegahan seperti menggunakan kata kunci dalam mengakses komputer perusahaan, menyimpan dokumen-dokumen penting dalam brankas, memberikan tanda rahasia pada dokumen-dokumen tersebut, mengontrol akses karyawan terhadap dokumen-dokumen dan mesin-mesin, membuat tanda pengenal bagi karyawan-karyawan, dan lain sebagainya.

Perlindungan rahasia dagang dalam suatu bisnis waralaba adalah tanggung jawab bersama daripada pemberi waralaba, penerima waralaba serta karyawan-karyawan dalam bisnis tersebut. Untuk mencegah adanya pelanggaran atau pencurian terhadap rahasia dagang itu, diperlukan langkah-langkah pencegahan agar pemberi waralaba maupun penerima waralaba dapat melakukan kegiatan bisnisnya tanpa perlu khawatir akan kehilangan rahasianya dan terhindar dari persaingan usaha tidak sehat dari pesaing bisnis.

BAB 4

PERLINDUNGAN HUKUM RAHASIA DAGANG DALAM PERJANJIAN WARALABA

4.1 Perjanjian Waralaba

Perjanjian waralaba sebagai suatu perjanjian *innominaat* sebagaimana pasal 1319 KUHPerdota pada dasarnya berdasarkan kepada asas kebebasan berkontrak. Segala perjanjian tentunya terikat pada ketentuan syarat sah perjanjian sebagaimana pasal 1320 dan juga pasal 1338 KUHPerdota. Selain KUHPerdota, pengaturan mengenai perjanjian waralaba juga terdapat dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Pengaturan perjanjian waralaba berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba memberikan pengaturan sebagai berikut:

- Memberikan prospektus penawaran waralaba paling singkat 2 minggu serta mendaftarkannya sebelum penandatanganan perjanjian waralaba yang paling sedikit berisikan: data identitas pemberi waralaba; legalitas usaha waralaba; sejarah kegiatan usaha; struktur organisasi pemberi waralaba; laporan keuangan 2 tahun terakhir; jumlah tempat usaha; daftar penerima waralaba; serta hak dan kewajiban pemberi dan penerima waralaba.
- Perjanjian waralaba merupakan perjanjian tertulis dengan memperhatikan hukum Indonesia dan dituliskan (diterjemahkan) dalam bahasa Indonesia;
- Perjanjian waralaba memuat klausula paling sedikit berisikan: nama dan alamat para pihak; jenis Hak Kekayaan Intelektual; kegiatan usaha; hak dan kewajiban para pihak; bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan, dan pemasaran yang diberikan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba; wilayah usaha; jangka waktu perjanjian; tata cara pembayaran imbalan; kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris; penyelesaian sengketa; tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian; dan jaminan dari pihak

pemberi waralaba untuk tetap menjalankan kewajiban-kewajibannya kepada penerima waralaba.

- Mendaftarkan perjanjian waralaba dan mendapatkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) yang berlaku untuk jangka waktu 5 tahun.
- Kewajiban melakukan *clean break* atau dalam jangka waktu paling lambat 6 bulan sebelum menunjuk penerima waralaba yang baru untuk wilayah yang sama terhadap pemutusan perjanjian secara sepihak oleh penerima waralaba.
- Kewajiban mengutamakan penggunaan barang dan/atau jasa hasil produksi dalam negeri serta 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.

Selain dalam Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba, batasan terhadap perjanjian waralaba juga terdapat dalam Keputusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor: 57/KPPU/Kep/III/2009 tentang Pedoman Pelaksanaan Ketentuan Pasal 50 Huruf (b) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Terhadap Perjanjian yang Berkaitan dengan Waralaba.

Pasal 50 huruf (b) Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat mengatakan bahwa perjanjian waralaba dikecualikan dari ketentuan-ketentuan yang terdapat dalam undang-undang ini, seperti misalnya ketentuan dalam pasal 15 undang-undang tersebut yang melarang membuat perjanjian tertutup (*tying agreement*) dimana dalam perjanjian waralaba ketentuan perjanjian tertutup sering digunakan untuk menjaga standar mutu barang sehingga ketentuan ini dikecualikan terhadap perjanjian waralaba.

Akan tetapi, dalam prakteknya, Komisi Pengawas Persaingan Usaha berpendapat bahwa terdapat perjanjian yang terkait dengan waralaba yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat sehingga ketentuan pengecualian dalam Pasal 50 huruf (b) Undang-Undang

Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, perlu diterapkan secara hati-hati dan bijaksana agar tidak menyimpang dari tujuan pembentukan undang-undang tersebut.

Oleh karena itu, dengan keputusan KPPU No.57/KPPU/Kep/III/1990, KPPU memberikan klarifikasi dan kejelasan kepada pemberi waralaba dan penerima waralaba serta pihak-pihak yang berkepentingan dalam memahami ketentuan Pasal 50 huruf (b) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, sehingga berhati-hati dalam merumuskan suatu perjanjian yang berkaitan dengan waralaba yang dibuatnya, agar tidak mengakibatkan praktek monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat, karena bila hal tersebut terjadi, maka ketentuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dapat diterapkan.

Adapun dalam keputusan KPPU No. 57/KPPU/Kep/III/2009 tentang Pedoman Pelaksanaan Ketentuan Pasal 50 Huruf (b) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Terhadap Perjanjian yang Berkaitan dengan Waralaba, KPPU memberikan batasan-batasan terhadap klausula perjanjian waralaba yang tidak dikecualikan dari Undang-undang No. 5 tahun 1999 sebagai berikut:⁸⁹

- Terhadap klausul mengenai penetapan harga jual (*resale price maintenance*)
Pemberi dan penerima waralaba dilarang membuat perjanjian yang menetapkan harga jual yang harus diikuti penerima waralaba oleh karena pada dasarnya penerima waralaba merupakan pelaku usaha mandiri yang memiliki kebebasan untuk menetapkan harga jual. Selain itu, perjanjian penetapan harga akan mematikan persaingan harga antara penerima waralaba sehingga konsumen dihadapkan pada harga yang seragam pula. Akan tetapi, pemberi waralaba untuk menjaga nilai ekonomis dari usaha waralaba, maka pemberi waralaba diperbolehkan membuat rekomendasi harga jual kepada penerima waralaba, sepanjang harga jual tersebut tidak mengikat penerima waralaba.

⁸⁹ Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Keputusan tentang Pedoman Pelaksanaan Ketentuan Pasal 50 Huruf (b) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Terhadap Perjanjian yang Berkaitan dengan Waralaba, Keputusan No. 57/KPPU/Kep/III/2009.

- Terhadap klausul mengenai persyaratan untuk membeli pasokan barang dan/atau jasa hanya dari pemberi waralaba atau pihak lain yang ditunjuk oleh pemberi waralaba.

Dalam suatu perjanjian waralaba, pemberi waralaba diperbolehkan membuat perjanjian yang mengharuskan penerima waralaba untuk membeli pasokan barang dan/atau jasa hanya dari pemberi waralaba atau pihak lain yang ditunjuk oleh pemberi waralaba sepanjang hal ini dilakukan untuk mempertahankan identitas dan reputasi dari waralaba yang biasanya dimaksudkan untuk menjaga konsep waralaba yang telah diciptakan oleh pemberi waralaba. Akan tetapi, pemberi waralaba tidak diperbolehkan untuk melarang penerima waralaba membeli pasokan barang dan/atau jasa dari pihak lain sepanjang barang dan/atau jasa yang dibeli dari pihak lain tersebut memenuhi standar kualitas yang disyaratkan oleh pemberi waralaba. Jadi yang tidak boleh diperjanjikan adalah penetapan mutlak akses pembelian pasokan barang dan/atau jasa yang diperlukan oleh penerima waralaba untuk memasok barang dan/atau jasa yang memenuhi standar mutu usaha waralabanya.

- Terhadap klausul mengenai pembelian barang dan/atau jasa lain di luar keperluan bisnis waralaba dari pemberi waralaba

Klausula perjanjian waralaba yang mengharuskan penerima waralaba membeli produk lain dari pemberi waralaba tidak dipandang sebagai pelanggaran persaingan usaha, apabila pembelian tersebut dimaksudkan untuk mempertahankan identitas dan reputasi waralaba. Akan tetapi, kewajiban pembelian produk lain yang bukan menjadi bagian dari paket waralaba tidak diperbolehkan dan merupakan pelanggaran terhadap Undang-Undang No. 5 Tahun 1999.

- Terhadap klausul pembatasan wilayah usaha

Klausul pembatasan wilayah usaha yang diperuntukkan membentuk dan mengatur sistem jaringan waralaba diperbolehkan untuk diperjanjikan. Akan tetapi, pengaturan pembatasan wilayah yang tidak diperuntukkan membentuk sistem jaringan waralaba melainkan untuk membatasi pasar dan konsumen tidak diperbolehkan karena merupakan pelanggaran terhadap Undang-Undang No. 5 Tahun 1999.

- Terhadap klausul *non-compete agreement*

Klausul *non-compete agreement* boleh diperjanjikan sepanjang hal itu dimaksudkan untuk melindungi HKI pemberi waralaba atau untuk menjaga identitas dan reputasi usaha waralaba. Akan tetapi, persyaratan tersebut dalam jangka waktu lama kiranya dapat menghambat persaingan dan kemajuan teknologi. Oleh karena itu, persyaratan *non-compete agreement* dalam jangka waktu yang lama tidak diperbolehkan. Terkait pertimbangan lamanya jangka waktu yang dipandang berpotensi melanggar Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, KPPU memperhatikan berbagai hal diantaranya adalah teknologi produk waralaba, biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk waralaba, dan sifat produk waralaba (apakah sudah menjadi *public domain* atau tidak).

4.2 Perlindungan Rahasia Dagang Selama Perjanjian Berlangsung

Dalam suatu bisnis dengan sistem waralaba, perlindungan rahasia dagang dapat difasilitasi dalam perjanjian waralaba. Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba mengisyaratkan bahwa perjanjian waralaba merupakan suatu perjanjian yang tertulis. Selain itu, perjanjian waralaba merupakan perjanjian tidak bernama (*inominat*) sebagaimana diatur dalam Pasal 1319 KUHPerdara yang menyatakan bahwa semua persetujuan, baik yang mempunyai suatu nama khusus, maupun yang tidak terkenal dengan suatu nama tertentu, tunduk pada peraturan umum yang termuat dalam bab tentang perikatan-perikatan yang dilahirkan dari kontrak atau persetujuan dan bab tentang perikatan-perikatan pada umumnya. Jadi terhadap perjanjian waralaba berlaku juga ketentuan pasal 1320 dan 1338 KUHPerdara.

Secara umum, terkait dengan perlindungan HKI dalam perjanjian waralaba, perjanjian waralaba harus memuat klausula yang menyatakan bahwa semua hak kekayaan intelektual (HKI), dimana HKI tersebut dikembangkan oleh pemberi waralaba, penerima waralaba dan/atau karyawan yang dikembangkan untuk kepentingan bisnis waralaba ini, merupakan milik dari pemberi waralaba sepanjang waktu dan penerima waralaba dilarang mengungkapkan tanpa izin atau melanggar hak-hak intelektual milik pemberi waralaba.

Adapun lebih spesifiknya terkait rahasia dagang, perlindungan rahasia dagang dalam perjanjian waralaba dapat dilakukan dengan memasukkan klausula *confidentiality agreement* atau *non-disclosure agreement* dalam perjanjian waralaba.

Dalam perjanjian waralaba harus memuat klausula *confidential information* yang menentukan hal-hal apa saja yang termasuk ke dalam informasi yang dirahasiakan. Objek dari informasi yang dirahasiakan tersebut tidak hanya terbatas pada data dan informasi yang termasuk kategori rahasia dagang tetapi juga hal-hal lain seperti pengalaman teknik yang berkenaan dengan proses pengolahan, bahan-bahan, tata cara pengoperasian, pengendalian mutu, dan informasi mengenai formula yang memiliki nilai komersial.

Non-disclosure agreement merupakan kesepakatan suatu pihak untuk tidak mengungkapkan informasi rahasia (*confidential and proprietary information*) milik pihak lainnya. *Non-disclosure agreement* biasanya digunakan untuk melindungi informasi-informasi rahasia yang tidak boleh diketahui oleh umum seperti rahasia dagang, *customer list*, rencana strategi bisnis dan pemasaran dan informasi finansial sehingga informasi-informasi rahasia tersebut tidak diketahui oleh pesaing bisnis atau oleh umum.⁹⁰

Non-disclosure agreement dalam perjanjian waralaba harus dapat memberikan keamanan maksimum yang konsisten terhadap rahasia dagang. Klausula *non-disclosure agreement* tersebut harus dapat memfasilitasi ketentuan yang menyatakan bahwa penerima waralaba mengakui bahwa pemberi waralaba merupakan pemilik dari semua hak milik intelektual atas sistem dan manual bisnis serta perubahan-perubahannya. Penerima waralaba juga mengakui bahwa semua informasi yang terkandung dalam manual kerja adalah informasi rahasia dan penerima waralaba harus mempertahankan kerahasiaannya dengan usaha yang sewajarnya. Penerima waralaba tidak dapat menyalin, menggandakan, merekam atau mereproduksi dalam hal bagaimanapun terhadap informasi-informasi yang dirahasiakan tanpa izin tertulis dari pemberi waralaba. Selain itu, penerima

⁹⁰ Raymond McKenzie, "What are the Differences between a Non-Compete Agreement, Non-Disclosure Agreement and Non-Solicitation Agreement", diunduh dari <http://www.marylandlawblogger.com/2009/06/what-are-the-differences-between-a-“non-competee-agreement”-“non-disclosure-agreement”-and-“non-solicitation-agreement”/>, pada 15 Desember 2011.

waralaba melalui perjanjian ini wajib secara ketat membatasi akses karyawan-karyawannya terhadap informasi-informasi yang dirahasiakan dimana pemberi waralaba diberi kewenangan untuk menentukan karyawan penerima waralaba mana yang boleh mengakses informasi rahasia itu.⁹¹

Adapun klausula-klausula lain yang tidak secara langsung turut berfungsi dalam menjaga kerahasiaan rahasia dagang dalam perjanjian waralaba antara lain adalah klausul mengenai kewajiban pasokan. Dalam perjanjian waralaba, pemberi waralaba dapat mewajibkan penerima waralaba untuk memasok hanya dari pemberi waralaba atau pihak tertentu saja. Klausula dapat diterapkan apabila terkait dengan menjaga standar kualitas produk waralaba dimana adanya jaminan standar minimum terhadap kualitas produk menjadi hal yang penting dalam bisnis waralaba. Selain itu, kewajiban memasok pasokan dari penerima waralaba atau pihak tertentu turut serta berperan melindungi HKI yang terdapat dalam bisnis waralaba tersebut dimana dalam hal ini klausula ini turut berperan melindungi rahasia dagang pemilik waralaba.

4.3 Perlindungan Rahasia Dagang Setelah Berakhirnya Perjanjian Waralaba

Perjanjian waralaba idealnya harus dapat memberikan perlindungan yang maksimal terhadap rahasia dagang mengingat mudahnya pemilik waralaba kehilangan rahasianya dalam melakukan bisnis waralabanya. Perlindungan yang maksimal ini maksudnya adalah bahwa perjanjian waralaba dapat melindungi rahasia dagang selama perjanjian waralaba berlangsung dan juga setelah berakhirnya masa perjanjian waralaba.

Mengingat tujuan dari perlindungan rahasia dagang adalah untuk mencegah pencurian (*theft*) dan persaingan usaha yang tidak sehat, perlindungan rahasia dagang setelah berakhirnya perjanjian waralaba menjadi hal yang penting dalam mencegah terjadinya kedua hal tersebut. Pemberi waralaba dalam mewaralabakan bisnisnya mengungkapkan sebagian ataupun keseluruhan rahasia dagang miliknya yang terkait dengan bisnis waralabanya kepada penerima waralaba maupun karyawannya. Berdasarkan hal tersebut, untuk mencegah adanya persaingan usaha

⁹¹ Guribal Singh Jaiya, *Op. Cit.*

yang tidak sehat, dimana adanya kemungkinan rahasia dagang yang dikemukakan oleh pemberi waralaba digunakan oleh mantan penerima waralaba ataupun mantan karyawannya untuk menyaingi usaha waralaba miliknya setelah berakhirnya perjanjian waralaba, perlu dilakukan suatu langkah untuk melindungi rahasia dagang tersebut dimana perlindungan ini dapat difasilitasi dalam perjanjian waralaba antara pemberi dan penerima waralaba yang terkait.

Perlindungan rahasia dagang setelah berakhirnya perjanjian waralaba dapat difasilitasi melalui klausula dalam perjanjian waralaba yang mengikat para pihak dalam jangka waktu tertentu setelah berakhirnya perjanjian waralaba tersebut seperti klausula *non-compete agreement*. Klausula *non-compete agreement* merupakan suatu klausula dimana suatu pihak setuju untuk tidak menyaingi usaha pihak lain dalam suatu usaha bisnis yang spesifik, dalam jangka waktu tertentu dan di wilayah geografis tertentu. *Non-compete agreement* biasanya ditemukan dalam perjanjian waralaba maupun perjanjian kerja karyawan dimana klausula ini baru berlaku setelah berakhirnya perjanjian.⁹²

Adapun dalam perjanjian waralaba maupun perjanjian kerja, klausula *non-compete agreement* tersebut kiranya harus dapat memfasilitasi ketentuan yang menyatakan bahwa penerima waralaba dalam jangka waktu 1 tahun, dimulai setelah tanggal berakhirnya perjanjian waralaba, dengan alasan apapun dilarang untuk bertindak, secara langsung maupun tidak langsung, sebagai pemilik, manager, operator, konsultan, atau karyawan dalam bisnis apapun atau aktivitas bisnis apapun yang berjalan dalam menyediakan jasa yang serupa dengan bisnis usaha pemberi waralaba ataupun menjalankan usaha-usaha yang kompetitif/menyaingi bisnis usaha pemberi waralaba.⁹³

Dilihat dari sisi perlindungan rahasia dagang, klausula *non-compete agreement* dalam perjanjian waralaba dapat mencegah digunakannya rahasia dagang milik pemberi waralaba oleh mantan penerima waralaba ataupun mantan karyawan untuk membuka usaha ataupun melakukan usaha yang serupa dengan usaha penerima waralaba dimana hal ini dapat mencegah terjadinya persaingan usaha tidak sehat.

⁹² Robert McKenzie, *Op. Cit.*

⁹³ *Ibid.*

Adapun terkait dengan pencegahan persaingan usaha tidak sehat, terdapat juga klausula *non-solicitation agreement* dimana klausula *non-solicitation agreement* memfasilitasi ketentuan yang mengatakan bahwa penerima waralaba setelah tanggal berakhirnya perjanjian waralaba, dengan alasan apapun dilarang bertindak secara langsung ataupun tidak langsung untuk membujuk, mencoba membujuk, mendorong, mempengaruhi atau memberikan jasa kepada setiap pelanggan atau klien perusahaan, anak perusahaan, atau afiliasinya untuk berhenti melakukan bisnis dengan perusahaan, atau dengan cara mengganggu hubungan antara perusahaan dan setiap pelanggan atau klien perusahaan.

Non-compete agreement dan *non-solicitation agreement* dapat mencegah terjadinya kerjasama antara para penerima waralaba ataupun mantan penerima waralaba untuk secara bersama membuka usaha bisnis yang serupa dengan bisnis pemberi waralaba dengan menggunakan keahlian-keahlian ataupun informasi-informasi rahasia yang didapatnya ketika perjanjian waralaba berlangsung untuk menyaingi usaha bisnis milik pemberi waralaba.

Perlindungan rahasia dagang setelah berakhirnya perjanjian juga dapat difasilitasi dengan klausula perjanjian waralaba yang mewajibkan penerima waralaba untuk mengembalikan kepada pemberi waralaba dalam waktu sesingkatnya semua informasi rahasia milik pemberi waralaba dan semua benda yang diberi label rahasia (*confidential*), dimana penerima waralaba tidak memiliki hak atas segala informasi rahasia dan benda yang diberi label rahasia tersebut.

4.4 Realitas Penerapan Perlindungan Rahasia Dagang Dalam Perjanjian Waralaba di Indonesia

Penerapan perlindungan rahasia dagang dalam perjanjian waralaba di Indonesia dapat dilihat melalui putusan-putusan pengadilan terhadap kasus yang ada di Indonesia. Seperti misalnya, Putusan Pengadilan Negeri Bekasi Nomor: 202/Pdt.G/PN/Bks mengenai gugatan perbuatan melawan hukum antara PT. Aneka Harapan Realindo sebagai pemegang/pemilik hak waralaba Ray White Harapan Indah Bekasi (Penggugat) melawan Fitriyani, mantan *marketing executive* (ME) Ray White Harapan Indah Bekasi (Tergugat-I) dan Martalina Gunawan, mantan manager Ray White Harapan Indah Bekasi (Tergugat-II).

Adapun pokok sengketa dalam perkara perdata ini adalah gugatan Penggugat terhadap para Tergugat akibat perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh para Tergugat dengan dasar adanya pelanggaran yang dilakukan oleh para Tergugat terhadap kesepakatan kerja/*employment agreement* antara Penggugat dengan para Tergugat tertanggal 1 Maret 2008 dengan Tergugat-I, dan tanggal 3 September 2007 dengan Tergugat-II yang dituangkan dalam Perjanjian waralaba perusahaan dengan Ray White. Adapun dalam perjanjian waralaba perusahaan dengan pemilik waralaba Ray White tersebut pada pokoknya mengharuskan:

- Untuk mengikuti peraturan dalam perjanjian waralaba perusahaan dan panduan kebijakan dan tata kerja pemberi waralaba dalam segi pelaksanaan di bidang Real Estate;
- Segala bentuk *listing* yang didapat selama masa kerja dengan Perusahaan adalah atas nama dan kepemilikan secara eksklusif dari Perusahaan;
- Segala bentuk *listing*, baik *Exclusive Listing* dan *Open Listing* yang diperoleh sebelum dan sampai saat terjadinya pemutusan sesuai dengan perjanjian ini adalah sepenuhnya milik Perusahaan dan ME tidak akan berbuat sesuatu yang akan menyebabkan agen Real Estate lain mendapatkan atau menggunakan *listing-listing* tersebut untuk jangka waktu 6 (enam) bulan setelah terjadinya pemutusan hubungan kerja ini;
- Tidak akan mengganggu atau berusaha untuk menarik rekan kerja sesama ME di Kantor Perusahaan selama jangka waktu 12 bulan setelah terjadinya pembatalan perjanjian kerja ini;
- Tidak bekerja pada perusahaan lain yang sejenis (broker properti lain/kompetitor) dalam jangka waktu 12 (dua belas) bulan setelah terjadinya pembatalan perjanjian kerja ini. Pelanggaran terhadap pasal ini mengakibatkan dapat tuntutan hukum terhadap ME yang bersangkutan;

Sengketa mulai terjadi setelah berakhirnya perjanjian kerja antara Penggugat dengan para Tergugat. Tergugat-I setelah berakhirnya perjanjian kerja ternyata menarik Tergugat-II untuk sama-sama bekerja dengan perusahaan lain sejenis (broker properti) yang diberi nama *Active Home*. Dimana dalam hal ini, Tergugat-II juga turut melakukan perbuatan melawan hukum dengan bekerja didalam

perusahaan sejenis yang bernama *Active Home* tersebut. Penggugat juga beranggapan bahwa perbuatan para Tergugat tersebut telah merugikan dan/atau setidak-tidaknya berpotensi merugikan hak-hak Penggugat dalam segala bentuk *Listing*, baik *Exclusive Listing* dan *Open Listing* (rahasia dagang) yang merupakan milik eksklusif Penggugat; juga menjadi kerugian hak-hak waralaba Penggugat lainnya berupa prospek dan sistem bisnis dengan ciri usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan.

Dalam jawabannya, para Tergugat menolak secara tegas dalil-dalil yang dikemukakan Penggugat kecuali yang secara tegas diakui oleh para Tergugat. Para Tergugat dalam jawabannya mengatakan bahwa para Tergugat hanya memiliki tanggung jawab dengan perjanjian kerja dan tidak secara sertamerta menjadi bertanggung jawab dengan perjanjian waralaba perusahaan. Penggugat sebagai pihak yang menandatangani perjanjian waralaba dengan pemilik waralaba Ray White tersebut-lah yang bertanggung jawab atas pelaksanaannya. Para Tergugat juga berpendapat bahwa mereka tidak melakukan perbuatan melawan hukum oleh karena *Open Listing; Exclusive Listing* serta prospek dan sistem bisnis bukan merupakan rahasia dagang milik Penggugat. Selain itu, para Tergugat juga beranggapan bahwa apabila benar Tergugat-I dan II telah menyalahi perjanjian kerja, maka yang seharusnya berlaku adalah telah terjadi wanprestasi terhadap perjanjian, bukanlah perbuatan melawan hukum;

Majelis hakim dalam rapat permusyawaratannya pada tanggal 17 Januari 2011 memutuskan bahwa gugatan penggugat tidak dapat diterima (*Niet Onvankleike verklaard*) oleh karena Penggugat dalam proses pembuktian tidak dapat membuktikan bahwa Penggugat adalah sebagai pemegang/pemilik hak waralaba "Ray White Harapan Indah Bekasi".

Dari paparan kasus tersebut, terdapat peristiwa hukum yang dapat ditelaah dimana ternyata dalam prakteknya, selain terhadap perjanjian waralaba, dalam menjaga kerahasiaan rahasia dagang, *non-disclosure agreement* juga harus diterapkan dalam perjanjian kerja dengan karyawan/*contract of employment*. Klausula *non-disclosure agreement* dalam perjanjian kerja kiranya harus dapat memfasilitasi ketentuan yang menyatakan bahwa karyawan mengakui bahwa

dalam masa kerjanya perusahaan akan menyediakan akses bagi karyawan kepada rahasia dagang perusahaan, daftar pelanggan, rencana pemasaran, informasi keuangan dan informasi rahasia lainnya yang terkait dengan usaha perusahaan, termasuk akses kepada manual kerja perusahaan. Karyawan dalam hal ini menyetujui untuk mempertahankan kerahasiaan informasi rahasia dan tidak menggunakan informasi rahasia tersebut atas nama sendiri atau mengungkapkan informasi rahasia tersebut kepada pihak ketiga selama atau pada waktu setelah masa kerja karyawan tanpa izin tertulis dari perusahaan.⁹⁴

Selain klausula *non-disclosure agreement*, klausula *non-compete* dan *non-solicitation agreement* dalam perjanjian kerja dengan karyawan juga menjadi suatu klausula yang penting untuk melindungi rahasia dagang dimana dalam kasus, oleh karena tidak difasilitasinya klausul-klausul tersebut dalam perjanjian kerja mengakibatkan terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat yang dilakukan oleh mantan karyawan Penggugat dengan melakukan bisnis yang serupa dengan bisnis Penggugat dan menggunakan informasi-informasi rahasia miliknya. Ketiadaan klausul-klausul tersebut mengakibatkan Penggugat dalam memajukan gugatannya mendalilkan perbuatan melawan hukum dengan dasar adanya pelanggaran yang dilakukan oleh para Tergugat terhadap perjanjian waralaba yang diproyeksikan kedalam kesepakatan kerja antara Penggugat dengan Tergugat.

Selain itu, dalam perjanjian waralaba juga harus dimasukkan klausula-klausula yang memuat sanksi terhadap pelanggaran klausula *non-disclosure*, *non-compete*, dan *non-solicitation agreement* tersebut agar klausul-klausul tersebut nantinya tidak menjadi klausul-klausul belaka tetapi dapat ditegaskan keberlakuannya.

⁹⁴ *Ibid.*

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut:

1. Rahasia dagang memiliki posisi yang sangat penting dalam suatu bisnis dengan sistem waralaba, karena rahasia dagang menjadi unsur pembeda antara suatu bisnis waralaba dengan bisnis waralaba lainnya. Unsur pembeda yang dimiliki oleh suatu bisnis waralaba inilah yang membentuk ciri khas tertentu dari bisnis waralaba, dimana ciri khas tersebutlah yang dapat memikat konsumen. Hal inilah yang kemudian disebut bahwa rahasia dagang memiliki nilai ekonomis yang dipandang selayaknya sebuah aset. Sehingga perlindungan rahasia dagang ini juga berkaitan erat dengan kelangsungan bisnis waralaba yang dimiliki pemegang hak.

Nilai ekonomis dimaksud tentunya akan terwujud apabila pemilik hak rahasia dagang memberikan penggunaan hak kepada pihak lain. Hubungan hukum yang demikian itulah yang secara formal ditandai dengan adanya perjanjian waralaba. Melalui hubungan hukum ini, potensi kehilangan rahasia dagang semakin besar, karena pemilik waralaba harus mengungkapkan sebagian ataupun keseluruhan rahasia dagang miliknya kepada penerima waralaba.

Pentingnya perlindungan rahasia dagang dalam suatu bisnis waralaba mengakibatkan pemberi dan penerima waralaba harus mengambil tindakan pencegahan untuk melindungi rahasia dagang dalam bisnis waralabanya. Langkah-langkah yang dapat dilakukan antara lain meliputi, membangun pengetahuan akan pentingnya rahasia dagang dan membangun kerangka kerja yang komprehensif dalam suatu bisnis waralaba seperti pengidentifikasian rahasia dagang yang dimiliki, pembuatan perjanjian waralaba yang komprehensif, serta perlindungan internal dalam perusahaan.

2. Perlindungan hukum rahasia dagang dalam suatu bisnis waralaba dapat dilaksanakan melalui perjanjian waralaba. Perjanjian waralaba merupakan perjanjian *innominaat* sebagaimana pasal 1319 KUHPerdara dan tunduk pada

pengaturan pasal 1320 dan 1338 KUHPPerdata. Pengaturan perjanjian waralaba juga terdapat dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Selain itu, terdapat juga keputusan KPPU No. 57/KPPU/Kep/III/2009 tentang Pedoman Pelaksanaan Ketentuan Pasal 50 Huruf (b) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Terhadap Perjanjian yang Berkaitan dengan Waralaba yang memberikan batasan-batasan terhadap klausula perjanjian waralaba.

Perlindungan rahasia dagang dalam suatu bisnis waralaba dapat terjamin, jika perjanjian waralaba dibuat secara komprehensif. Perjanjian tersebut haruslah mencakup dua hal, *Pertama*, perlindungan selama perjanjian berlangsung, *Kedua*, juga setelah perjanjian berakhir.

Pertama, demi terjaminnya perlindungan rahasia dagang selama perjanjian berlangsung, maka hendaknya suatu perjanjian waralaba harus memiliki klausul *confidential information* untuk mengidentifikasi hal-hal apa saja yang termasuk ke dalam rahasia dagang yang dimiliki pemilik waralaba. Selain itu, perjanjian waralaba juga harus memiliki klausula *non-disclosure agreement* yang merupakan kesepakatan suatu pihak untuk tidak mengungkapkan informasi rahasia milik pihak lainnya.

Kedua, demi terjaminnya perlindungan rahasia dagang setelah perjanjian berakhir, maka suatu perjanjian waralaba harus memiliki klausul *non-compete agreement* yang merupakan larangan untuk menyaingi usaha pemberi waralaba dalam suatu usaha bisnis yang spesifik, dalam jangka waktu tertentu dan di wilayah geografis tertentu. Perjanjian waralaba juga harus memiliki klausula *non-solicitation agreement* yang merupakan larangan penghasutan terhadap pelanggan maupun karyawan pemberi waralaba. Selain itu, dalam perjanjian waralaba juga harus dimasukkan klausul-klausul yang memuat sanksi terhadap pelanggaran klausula *non-disclosure*, *non-compete*, dan *non-solicitation agreement* tersebut agar klausul-klausul tersebut nantinya tidak menjadi klausul-klausul belaka tetapi dapat ditegaskan keberlakuannya.

5.2 Saran

Melihat pentingnya rahasia dagang dalam suatu bisnis waralaba sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya, maka saran yang dapat diajukan sebagai berikut:

1. Tindakan antisipatif juga harus meliputi para karyawan dari pemberi dan penerima waralaba. Untuk itu, tanggung jawab pemberi dan penerima waralaba sangatlah diperlukan, karena masing-masing pihak haruslah melakukan hal-hal seperti:
 - a. Membangun pengetahuan penerima waralaba dan karyawan akan pentingnya rahasia dagang dalam bisnis waralaba, pemberian label rahasia kepada dokumen-dokumen rahasia, memperketat akses computer perusahaan dan sebagainya.
 - b. Memasukkan klausula *non-disclosure*, *non-compete*, dan *non-solicitation agreement* dalam perjanjian kerja dengan karyawan, agar para karyawan merasa mempunyai kepentingan untuk menjaga rahasia dagang dimaksud.
 - c. Memasukkan klausul-klausul yang memuat sanksi terhadap pelanggaran klausula *non-disclosure*, *non-compete*, dan *non-solicitation agreement* tersebut agar klausul-klausul tersebut nantinya tidak menjadi klausul-klausul belaka tetapi dapat ditegaskan keberlakuannya.
 - d. Melakukan pertemuan dan pengawasan secara periodik dengan penerima waralaba serta karyawan-karyawannya untuk bertanggung jawab melindungi rahasia dagang.
2. Adanya pengaturan yang jelas mengenai batasan-batasan rahasia dagang mana yang wajib diungkapkan pemberi waralaba kepada penerima waralaba dalam hal menjaga nama dan citra bisnis waralabanya dan rahasia dagang mana yang boleh hanya diketahui oleh pemilik waralaba demi melindungi rahasia dagang dan nilai ekonomis yang terdapat di dalamnya tanpa mengurangi kualitas dari bisnis waralaba penerima waralaba. Adapun pengaturan terhadap batasan-batasan ini belum terdapat dalam peraturan-peraturan mengenai waralaba yang ada di Indonesia, dimana pengaturan tersebut kiranya harus diatur dalam hukum positif yang ada mengenai waralaba di Indonesia agar jelas

pengaturannya serta memberikan kepastian hukum akan perlindungan rahasia dagang kepada pemilik waralaba yang terdapat di Indonesia.

3. Selain itu, pada saat ini tindakan pengungkapan rahasia dagang digolongkan ke dalam tindakan pelanggaran, sehingga pelaku disebut pelanggar. Hendaknya dalam Undang-undang Rahasia Dagang tindakan ini digolongkan kedalam tindakan kejahatan, sehingga pelakunya disebut sebagai penjahat. Hal ini sangatlah berguna, mengingat sanksi yang efektif di Indonesia adalah sanksi moral, dan menyangkut hal ini sanksi morallah yang lebih besar terhadap pelaku tindakan kejahatan daripada pelaku tindakan pelanggaran.



DAFTAR REFERENSI

BUKU

Abdulkadir, Muhammad. *Hukum Perusahaan Indonesia*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti. 1999.

Apeldorn, L.J. Van. *Pengantar Ilmu Hukum*. Cet. 28. Jakarta: Pranya Paramita. 2000.

Demetriades, Christina. ed. *Intellectual Property Issues in Commercial Transactions*. London: Sweet & Maxwell. 2008.

Eutrecht, E. *Pengantar Hukum Indonesia*. Cet. 7. Jakarta: Ichtiar. 1962.

Hakim, Lukman. *Info Lengkap Waralaba*. Yogyakarta: Media Pressindo. 2008.

Hjemfelt, David C. *Understanding Franchise Contract*. London: Pilot Industries, Inc. 1984.

Karamoy, Amir; J.B Bicololong dan Ponco Sulistiyo. *Sukses Usaha Lewat Waralaba (Tanya Jawab Berbagai Aspek Waralaba)*. Cet.1. Jakarta: PT. Jurnalindo Aksara Grafika. 1996.

Lindsey, Tim. et. al. *Hak Kekayaan Intelektual: Suatu Pengantar*. Cet. 5. Bandung: PT. Alumni. 2006.

MA, Henry Campbell Black. *Black's Law Dictionary VI*. St.Paul Minnesota: West Publishing Co. 1991.

Mamudji, Sri. et. al. *Metode Penelitiandan Penulisan Hukum*. Depok: Badan Penerbit Fakultas Hukum Universitas Indonesia. 2005.

Mandelson, Martin. *The Guide To Franchising*. Oxford: Pergamon Press. 1986.

----- . *Franchising*, Cet. 2. Jakarta: PT. Ikrar Mandiri Abadi. 1997.

- Margono, Suyud. *Aspek Hukum Komersialisasi Aset Intelektual*. Bandung: Nuansa Aulia. 2009.
- Muljadi, Kartini dan Gunawan Widjaja. *Perikatan yang Lahir dari Perjanjian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2003.
- Projodikoro, Wirjono. *Asas-Asas Hukum Perjanjian*. Bandung: Sumur Batu. 1981.
- Ramadhan, Muhammad Citra. *Hak Cipta Lagu atau Musik: Tinjauan Khusus Mengenai Royalti Pencipta Karya Lagu atau Musik pada Hak Mengumumkan*. Medan: Usu Press. 2010.
- Saidin, O.K. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Cet. 7. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada. 2010
- Setiawan, R. *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*. Cet. 5. Bandung: Binacipta. 1994.
- Soekanto, Soerjono. *Pengantar Penelitian Hukum*. Cet. 3. Jakarta: UI Press. 1986.
- dan Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Cet. 8. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2004.
- Subekti, R. *Hukum Perjanjian*. Cet. 20. Jakarta: PT. Intermasa. 2004.
- Syafrinaldi. *Hukum Tentang Perlindungan Hak Milik Intelektual dalam Menghadapi Era Global*. Cet. 1. Riau: UIR Press. 2001.
- Tunggal, Iman Sjahputra. *Franchising: Konsep & Kasus*. Jakarta: Harvarindo. 2004.
- Widjadja, Gunawan. *Waralaba*, Cet.2. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2001.

JURNAL, MAKALAH DAN INTERNET

Direktorat Pengadaan dan Penyaluran Hasil Industri dan Pertambangan, Direktorat Jendral Perdagangan Dalam Negeri dan Departemen Perdagangan. *“Pedoman Waralaba (Franchise)”*. Jakarta: Departemen Perdagangan. 1995.

Jaiya, Guribal Singh. 2007. *“Managing Trade Secrets in A Franchising Arrangement”*. Bahan ajar diberikan dalam National Seminar on Intellectual Property and Development of the Franchising Sector in Pakistan, Lahore, Pakistan. (17-18 Desember 2007), diunduh dari http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sme/en/wipo_smes_lhe_2_07/wipo_smes_lhe_2_07_topic04.ppt pada 3 November 2011.

McKenzie, Raymond. *“What are the Differences between a Non-Compete Agreement, Non-Disclosure Agreement and Non-Solicitation Agreement”*. diunduh dari <http://www.marylandlawblogger.com/2009/06/what-are-the-differences-between-a-“non-compete-agreement”-“non-disclosure-agreement”-and-“non-solicitation-agreement”/>, pada 15 Desember 2011.

Purba, Ahmad Zen Umar. *“Penegakan Hukum di Bidang HKI”*. Makalah disampaikan pada WIPO-National Roving Seminars on Enforcement of Intellectual Property Rights yang diselenggarakan dengan kerja sama antara WIPO dan DJHKI, Departemen Kehakiman dan HAM RI. (Jakarta, 19 Oktober 2000).

Rajagukguk, Erman. *“Globalisasi Hukum dan Kemajuan Teknologi: Implikasinya Bagi Pendidikan Hukum dan Pembangunan Hukum Indonesia”*. Jurnal Hukum Universitas Sumatera Utara. (Vol. 1, No.1 Tahun 2005).

Suharnoko. *“Pemutusan Perjanjian dan Perlindungan Hukum bagi Franchise”*. Hukum dan Pembangunan XXVI. (6 Desember 1996).

Vanderbroek, Mark S. dan Christian B. Turner. “*Protecting and Enforcing Franchise Trade Secrets*”. Franchise Law Journal. (Spring 2006, Volume 25, No. 4).

Widjaja, Gunawan. “*Pemilik Rahasia Dagang dan Pemegang Rahasia Dagang*” Business News. (Edisi 2001).

WIPO, SMEs Division. “*Keeping Confidence: Managing Trade Secret as a Business Strategy*”. Bahan ajar diberikan dalam Seminar *A business-Oriented Overview of IP for Law and Management Students*. (Geneva, 29-31 Mei 2007), diunduh dari http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sme/en/wipo_smes_ge_07/wipo_smes_ge_07_www_81574.ppt pada 30 Oktober 2011.

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Kitab Undang-Undang HukumPerdata [Burgerlijk Wetboek]. Diterjemahkan oleh R.Subekti dan R. Tjitrosudibio. Cet. 40. Jakarta: Pradnya Paramita, 2009.

Indonesia. Undang-Undang Tentang Rahasia Dagang. UU No. 30 Tahun 2000, LN No. 242 Tahun 2000, TLN No. 4044

----- . Undang-Undang Tentang Paten. UU No. 14 Tahun 2001, LN No. 109 Tahun 2001, TLN No. 4130.

----- . Undang-Undang Tentang Merek. UU No. 15 Tahun 2001, LN No. 110 Tahun 2001, TLN No. 4131.

----- . Undang-Undang Nomor Tentang Hak Cipta. UU No. 19 Tahun 2002, LN No. 85 Tahun 2002, TLN No. 4220.

----- . Peraturan Pemerintah Tentang Waralaba. PP No. 42 Tahun 2007, LN No. 90 Tahun 2007, TLN No. 4742

Menteri Perdagangan Republik Indonesia. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Tentang Penyelenggaraan Waralaba. Permendag RI No. 31/M-DAG/PER/8/ 2008.

Universitas Indonesia

Tinjauan Yuridis..., Muhammad Faisal, FHUI, 2012

Tinjauan yuridis..., Muhammad Faisal, FH UI, 2012

Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Keputusan Tentang Pedoman Pelaksanaan Ketentuan Pasal 50 Huruf (b) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Terhadap Perjanjian yang Berkaitan dengan Waralaba. Keputusan KPPU No. 57/KPPU/Kep/III/2009.





P U T U S A N

Nomor : 202 /Pdt.G/2010/PN/Bks.

"DEMI KEADILAN BERDASARKAN KETUHANAN YANG MAHA ESA"

Pengadilan Negeri Bekasi yang memeriksa dan mengadili perkara perdata dalam tingkat pertama telah menjatuhkan putusan seperti tersebut dibawah ini dalam perkara antara :

PT. ANEKAHARAPAN REALINDO, selaku pemegang/pemilik hak Waralaba

Francise) keagenan property atau real estate dari dan oleh karena itu disebut juga sebagai RAY WHITE HARAPAN INDAH BEKASI, dalam hal ini diwakili oleh WILSON HO dalam jabatannya selaku Direktur Utama PT. Aneka Harapan Realindo atau selaku Principal Ray White Harapan Indah Bekasi, beralamat di Kompleks Sentra Niaga, Bulevar Hijau Blok C No. 19, Medan Satria, Kota Harapan Indah, Bekasi Barat 17132, dalam hal ini memberikan kuasa kepada NIKOLAS SIMANJUNTAK, SH.MH, pekerjaan Adcokat, berdasarkan Surat Kuasa Khusus tanggal 22 Mei 2010, selanjutnya disebut sebagai

PENGGUGAT ;

M E L A W A N

1. FI T RI Y A N I, PekerjaanSwasta, mantan Marketing Executive (ME)

Ray White Harapan Indah Bekasi, beralamat menurut SIM A di Harapan Indah II HM 5/5 RT.10/17, Pejuang, Medan Satria Bekasi,selanjutnyadisebut sebagai

..... TERGUGAT I;

2. LINA aliasMARTALINAGUNAWAN,PekerjaanSwasta,mantan Marketing

Hal 1Putusan No .202/Pdt.G/2010/PN.Bks



Direktori Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia

putusan.mahkamahagung.go.id

Executive (ME) Ray White Harapan Indah Bekasi,
dahulu beralamat di Summagung III- X-2/15, RT.003
RW.019 Kelurahan/Kecamatan Kelapa Gading, Jakarta
Utara, sekarang beralamat diHarapan Indah II
Cluster Taman Sari Blok HN.9 no.22 Bekasi 17132,
selanjutnya disebut
sebagai TERGUGAT II ;

Dan dalam hal ini baik Tergugat I dan Tergugat II diwakili
oleh Kuasanya Anugrah Trinanto, SH dkk.dari kantor Hukum
Bintang & Parners beralamat di Jl.Prof.Joko Sutono, SH.
No.7 Kebayoran Baru Jakarta Selatan, berdasarkan Surat
kuasa khusus tanggal 16 Juli 2010 ;

Pengadilan Negeri tersebut ;

Telah membaca Surat penetapan Ketua Pengadilan
Negeri Bekasi
No.202/Pen.Pdt.G/2010/PN.Bks., tanggal 1 Juni
2010 Tentang Penunjukan Majelis Hakim untuk
memeriksa dan mengadili perkara ini ;

Telah membaca Surat Penetapan Ketua Majelis
Hakim Pengadilan Negeri Bekasi
No.202/Pen.Pdt.G/2010/PN.Bks., tanggal 2 Juni
2010 Tentang Penetapan hari sidang ;

Telah mendengar kedua belah pihak yang
berperkara ;

Telah memeriksa alat bukti berupa surat- surat
yang diajukan oleh kedua belah pihak yang
berperkara ;

TENTANG DUDUKNYA PERKARA :

Menimbang, bahwa Penggugat dalam surat Gugatannya
tertanggal 24 Mei 2010 yang telah didaftarkan di
Kepaniteraan Pengadilan Negeri Bekasi tanggal 24 Mei 2010
dengan register Nomor : 202/Pdt.G/2010/PN.Bks.pada pokoknya
mengemukakan hal- hal sebagai berikut :



Direktori Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia

putusan.mahkamahagung.go.id

1. Bahwa menurut Perjanjian Kerjasama atau Employment Agreement yang dibuat dan ditanda-tangani oleh Tergugat-I dan Tergugat-II dengan Penggugat (P-2;P-3), yang berlaku sah sebagai hukum yang mengikat bagi para Tergugat dan Penggugat, pada pokoknya menentukan agar Tergugat-I dan Tergugat-II mentaati dan mematuhi antara lain untuk :

- Mengikuti peraturan dalam Franchise Agreement Perusahaan dan Panduan kebijakan dan Tata Kerja Fanchisor dalam segi pelaksanaan di bidang Real Estate (butir 7.8) ;
- Segala bentuk listing yang didapat selama masa kerja dengan Perusahaan adalah atas nama dan kepemilikan secara eksklusif dari Perusahaan (butir 8.1) ;
- Segala bentuk listing, baik Exclusive Listing dan Open Listing yang diperoleh sebelum dan sampai saat terjadinya pemutusan sesuai dengan perjanjian ini adalah sepenuhnya milik Perusahaan. Dan ME tidak akan berbuat sesuatu yang akan menyebabkan agen Real Estate lain mendapatkan atau menggunakan listing-listing tersebut untuk jangka waktu 6 (enam) bulan setelah terjadinya pemutusan hubungan kerja ini (butir 8.5) ;
- Tidak akan mengganggu atau berusaha untuk menarik rekan kerja sesama Marketing Executive di Kantor Perusahaan selama jangka waktu 12 bulan setelah terjadinya pembatalan perjanjian kerja ini (butir 8.7)
- Tidak bekerja pada perusahaan lain yang sejenis (broker property lain/kompetitor) dalam jangka waktu 12 (dua belas) bulan setelah terjadinya pembatalan perjanjian kerja ini. Pelanggaran terhadap pasal ini mengakibatkan dapat tuntutan hukum terhadap Marketing Executive yang bersangkutan (butir 8.8) ;

2. Bahwa Tergugat-I dan Tergugat-II sudah memutuskan hubungan kerja sehingga efektif tidak lagi bekerja di Kantor Penggugat sejak awal dan pertengahan April 2010 (P-4;P-5), yang oleh karena itu masih memenuhi jangka

Hal 3Putusan No .202/Pdt.G/2010/PN.Bks



waktu dalam butir 8.5; 8.7; dan 8.8 menurut hukum yang berlaku bagi Penggugat dan Para Tergugat seperti yang tersebut diatas ;

3. Bahwa Tergugat-I telah melakukan perbuatan melawan hukum (onrechtmatige daads) yang merupakan pelanggaran terhadap butir 8.7 karena telah menarik Tergugat-II bekerja pada perusahaan lain sejenis (broker property) yang diberi nama Active Home (P-6), dan Tergugat-II sendiripun telah melakukan perbuatan melawan hukum berupa pelanggaran terhadap butir 8.8 karena bekerja didalam perusahaan sejenis yang bernama Active Home tersebut (P.7) ;
4. Bahwa akibat perbuatan melawan hukum Tergugat-I dan/atau Tergugat-II tersebut telah merugikan dan/atau setidaknya potensial merugikan hak-hak Penggugat dalam segala bentuk Listing, baik Exclusive Listing dan Open Listing yang merupakan milik eksklusif milik Penggugat (P.8, P.9,dst) ; berdasarkan dalam butir 7.8 dan 8.1 atau 8.5 dan juga menjadi kerugian hak-hak waralaba Penggugat lainnya berupa prospek dan sistim bisnis dengan ciri usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan (sebagaimana ketentuan pasal 1 butir 1 Peraturan Pemerintah RI No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba) ;
5. Bahwa kerugian yang timbul dan dialami oleh Penggugat akibat perbuatan melawan hukum dari Tergugat I dan/atau Tergugat II tersebut, meliputi kerugian materiil dan imateriil yang dapat diperinci antara lain sebagai berikut;
 - Kerugian materiil berupa harga pokok dari exclusive listing dan open listing yang ada dan/atau potensial akan ada tetapi menjadi lost sales diperkirakan dari sejumlah 100 listing dan prospek dalam 12 bulan dengan nilai perkiraan kurang lebih Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta) ;
 - Ongkos-ongkos perawatan dan penjagaan pasar prospek



bisnis property berupa biaya iklan, promosi, dan biaya-biaya pemasaran lainnya untuk mencegah tidak sampai hilangnya bisnis (lost sales) keagenan property di Harapan Indah Bekasi, diperkirakan selama setahun ini bernilai kurang lebih Rp.250.000.000,00 (dua ratus lima puluh juta), keuntungan yang diharapkan dari listing dan prospek bisnis waralaba ini diperkirakan bernilai kurang lebih Rp.250.000.000,- (dua ratus lima puluh juta) ; sehingga total kerugian materiil seluruhnya diperkirakan kurang lebih Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) ;

- Kerugian immateriil berupa biaya pemulihan martabat dan reputasi perusahaan bisnis property Ray White yang sudah dikenal secara Internasional dan nasional, yang seyogyanya tidak ternilai harganya dapat diperkirakan sepantasnya kurang lebih senilai dengan uang Rp.100.000.000.000,00 (seratus miliar rupiah) ;

6. Bahwa oleh karena Tergugat- I dan/atau Tergugat- II sudah pernah diingatkan/ditegor tentang betapa seriusnya perbuatan melawan hukum tersebut itu, yang disampaikan beberapa kali baik langsung maupun tidak langsung oleh pihak Penggugat sebelum gugatan ini diajukan, namun oleh para Tergugat tidak ditanggapi serius dan tegas untuk solusi secara baik-baik; maka patut dan layak serta beralasan hukum bagi Penggugat mohon putusan Provisionil agar: Tergugat- I baik sendiri maupun bersama-sama dengan Tergugat- II dan/atau semua orang/pihak lain atas suruhan/kerjasama dengannya segera pada kesempatan pertama menutup dan menghentikan segala kegiatan sistem bisnis property dengan atau tanpa nama Active Home di wilayah Bekasi, serta mengembalikan dalam keadaan berharga segala prospek bisnis dan listing yang exclusive maupun open listing kepada pihak Penggugat ;

7. Bahwa untuk menjaga nilai kerugian materiil dan immateriil dalam gugatan ini agar tidak menjadi hampa adanya dan lagi pula sudah nyata adanya kerugian yang



dialami oleh Penggugat, maka patut dan layak serta beralasan hukum mohon agar Pengadilan Negeri Bekasi berkenan meletakkan sita jaminan (conservatoir beslag) terhadap segala harta kekayaan yang ada maupun akan ada pada Tergugat-I dan Tergugat-II yang secara tanggung renteng senilai dengan tuntutan kerugian materiil dan immateriil dalam gugatan ini, khususnya terhadap :

- a. Rumah dan tanah serta segala hak di atasnya milik Tergugat-I, yang dikenal setempat terletak di: Harapan Indah II HM 5/5 RT.10/17, Pejuang, Medan Satria Bekasi, dan juga;
 - b. Rumah dan tanah serta segala hak di atasnya milik Tergugat-II, yang dikenal setempat terletak di: Summagung III- X-2/15, RT.003 RW.019 Kelurahan/Kecamatan Kelapa Gading, Jakarta Utara, serta juga;
 - c. Rumah toko (Ruko) dengan segala hak di atasnya yang dikenal setempat terletak sebagai Kantor Active Home atau PT. ACTIVE REALTY INDONESIA di Jalan Bulevar Hijau Raya Ruko Blok C 1 No. 38A Kota Harapan Indah Bekasi Barat 17131;
8. Bahwa oleh karena dasar dan alasan-alasan hukum yang tersebut dan diuraikan didalam gugatan ini didukung dengan alat-alat bukti yang kuat dan sah serta karena pelaksanaan tuntutan yang harus segera dilaksanakan agar tidak semakin memperbesar kerugian pihak Penggugat secara materiil dan immateriil, maka patut dan layak kiranya putusan dalam perkara ini dapat dilaksanakan serta-merta (uitvoerbaar bij voorraad) kendatipun ada banding dan kasasi ;
9. Bahwa oleh karena perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh Tergugat-I dan Tergugat-II tersebut adalah juga menyalahi etika profesi bisnis keagenan property, maka Tergugat-I dan Tergugat-II tersebut patut dihukum oleh Pengadilan sebagai orang yang tidak baik karena beritikad buruk dalam melaksanakan profesinya ;



Direktori Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia
putusan.mahkamahagung.go.id

Berdasarkan hal-hal yang tersebut dan diuraikan diatas itu, mohonlah Pengadilan Negeri Bekasi segera memanggil para pihak untuk bersidang dan berkenan memutuskan yakni :

DALAM PROVISIONIL:

- Memerintahkan Tergugat-I baik sendiri maupun bersama-sama dengan Tergugat-II dan/atau semua orang/pihak lain atas suruhan/kerjasama dengannya segera pada kesempatan pertama menutup dan menghentikan segala kegiatan sistem bisnis property dengan atau tanpa nama Active Home di wilayah Bekasi, serta mengembalikan dalam keadaan berharga segala prospek bisnis dan listing yang exclusive maupun open listing kepada pihak Penggugat ;
- Meletakkan sita jaminan (conservatoir beslag) terhadap segala harta kekayaan yang ada maupun akan ada pada Tergugat-I dan Tergugat-II yang secara tanggung-renteng senilai dengan tuntutan kerugian materiil dan immateril dalam gugatan ini, khususnya terhadap :
 - a. Rumah dan tanah serta segala hak di atasnya milik Tergugat-I, yang dikenal setempat terletak di: Harapan Indah II HM 5/5 RT.10/17, Pejuang, Medan Satria Bekasi, dan juga;
 - b. Rumah dan tanah serta segala hak di atasnya milik Tergugat-II, yang dikenal setempat terletak di: Summagung III- X-2/15, RT.003 RW.019 Kelurahan/Kecamatan Kelapa Gading, Jakarta Utara, serta juga;
 - c. Rumah toko (Ruko) dengan segala hak di atasnya yang dikenal setempat terletak sebagai Kantor Active Home atau PT. ACTVE REALTY INDONESIA di Jalan Bulevar Hijau Raya Ruko Blok C 1 No. 38A Kota Harapan Indah Bekasi Barat 17131;

DALAM POKOK PERKARA :

Hal 7 Putusan No .202/Pdt.G/2010/PN.Bks



1. Mengabulkan gugatan Penggugat untuk seluruhnya ;
2. Menyatakan sita jaminan yang diletakkan sah dan berharga ;
3. Menyatakan Tergugat- I baik sendiri maupun bersama-sama dengan Tergugat- II telah melakukan perbuatan melawan hukum ;
4. Menyatakan oleh karena itu kegiatan usaha keagenan property dengan nama Active Home atau nama lain yang dilakukan oleh Tergugat- I dan/atau Tergugat- II maupun orang lain atas suruhan atau kerjasama dengannya, ditutup karena tidak sah beroperasi sebagai usaha yang sejenis dengan Ray White selama sekurang-kurangnya selama 12 (dua belas bulan) sejak Mei 2010 sampai dengan Juni 2011 ;
5. Menghukum Tergugat- I dan Tergugat- II secara tanggung renteng untuk membayar tunai seluruh kerugian Penggugat, baik kerugian materiil senilai kurang-lebih Rp.100.000.000.000,00 (seratus miliar) ;
6. Menyatakan para Tergugat- I dan Tergugat- II adalah orang yang tidak baik;
7. Menyatakan putusan dalam perkara ini dapat dilaksanakan serta- merta (uitvoerbaar bij voorraad) kendatipun ada banding dan kasasi ;
8. Menghukum para Tergugat- I dan Tergugat- II secara tanggung- renteng untuk membayar segala biaya yang timbul dalam perkara ini ;

Menimbang, bahwa pada hari persidangan yang telah ditetapkan untuk itu, Penggugat hadir Kuasanya Nikolas Simanjuntak, SH.,MH berdasarkan Surat Kuasa Khusus tanggal 22 Mei 2010, dan Tergugat I, Tergugat II hadir Kuasanya Anugrah Trinanto, SH, berdasarkan Surat Kuasa Khusus tanggal 16 Juli 2010 ;

Menimbang, bahwa Majelis telah berupaya mendamaikan kedua belah pihak yang berperkara dengan menunjuk Hakim mediator, akan tetapi poin- poin kesepakatan yang dicapai



Direktori Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia

putusan.mahkamahagung.go.id

kedua belah pihak yang berperkara tidak sesuai dengan maksud dan tujuan Perma Nomor 1 tahun 2008 Tentang Prosedur Mediasi di Pengadilan, sebagaimana telah dipertimbangkan dalam Putusan Sela Pengadilan Negeri Bekasi No.202/Pdt.G/2010/PN/Bks., tanggal 12 Oktober 2010, oleh karena itu Majelis berpendapat tidak tercapai perdamaian ;

Menimbang, bahwa oleh karena perdamaian tidak tercapai, maka pemeriksaan perkara ini dimulai dengan membacakan gugatan Penggugat, dan atas pertanyaan Majelis hakim Penggugat menyatakan tetap pada gugatannya ;

Menimbang, bahwa atas gugatan Penggugat dimaksud, Tergugat I dan Tergugat II mengajukan jawaban dalam pokok perkara sebagaimana dalam surat jawaban dalam pokok perkara tertanggal 26 Oktober 2010 sebagai berikut:

DALAMPOKOK PERKARA

1. Bahwa bersama ini Tergugat I dan II memohon "Eksepsi" Tergugat I dan II dianggap masuk dalam satu kesatuan jawaban pada Pokok Perkara, menjadi bagian yang tidak terpisahkan secara Mutatis Muntadis ;
2. Bahwa Tergugat I dan II menolak secara tegas dalil- dalil yang dikemukakan Penggugat kecuali yang secara tegas diakui oleh Tergugat I dan Tergugat II ;

1. PARA TERGUGAT TIDAK BERTANGGUNG JAWAB ATAS FRANCHISE AGREEMENT YANG DILAKUKAN PENGGUGAT ;

3. - Tergugat tidak mengerti yang dimaksud Penggugat "Mengikuti peraturan dalam Franchise Agreement Perusahaan", (vide Gugatan halaman 1 nomor 1), karena selama bekerja dan sampai sekarang Tergugat I dan Tergugat II tetap patuh pada peraturan aquo. Kalau ada yang tidak sesuai dengan peraturan, perbuatan atau tindakan Tergugat I dan Tergugat II yang mana ;

Hal 9Putusan No .202/Pdt.G/2010/PN.Bks



- Bahwa Gugatan aquo adalah Gugatan Perbuatan Melawan Hukum, maka tuduhan Penggugat dalam dalilnya point 1 Gugatan seharusnya diperinci agar jelas ;
- 4. Bahwa Tergugat I dan II tidak mengerti secara jelas, dalil Penggugat nomor 1 gugatannya, mengenai perjanjian antara Penggugat dengan Tergugat I dan II yang disebut "Employment Agreement" dalam hal :

Francise Agreement Perusahaan, karena Tergugat I dan II tidak dengan sertamerta menjadi bertanggung jawab terhadap "Francise Agreement " tersebut, sejak menjadi karyawan freelance/lepas pada Penggugat ;

Penggugat yang menandatangani Francise Agreement yang tunduk pada aturan pemegang lisensi "Ray White" dalam perkara aquo, sehingga Policy/kebijakan untuk menjalankan usaha tersebut menjadi tanggung jawab Penggugat ;

Bahwa oleh karenanya Tergugat I dan II, tidaklah terikat dan bertanggung jawab tentang "Francise Agreement" baik terhadap Penggugat, apalagi terhadap pemegang lisensi "Ray White" dalam perkara aquo ;

II. EMPLOYMENT AGREEMENT ANTARA PARA TERGUGAT DENGAN PENGGUGAT TIDAK TERIKAT DENGAN FRANCHISE PENGGUGAT

- 5. - Bahwa apabila yang dimaksud Penggugat Perbuatan Melawan Hukum terhadap Perjanjian Kerja (Employment Agreement), maka Perjanjian Kerja (Employment Agreement) adalah pengikatan antara buruh dengan majikan, dan mengenai hal tersebut telah ada ketentuan khusus yang diatur melalui Undang-Undang Penyelesaian Perselisihan Hubungan Industrial No.2 tahun 2004. Oleh karenanya Kompetensi Absolut, Pengadilan Negeri Bekasi tidak berwenang memeriksa dan mengadili perkara aquo ;



Direktori Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia

putusan.mahkamahagung.go.id

6. - Bahwa sebagai karyawan lepas/Freelance, pada waktu bergabung dengan Perusahaan Penggugat, Tergugat I dan Tergugat II tidak memperoleh gaji akan tetapi berdasarkan komisi (Comission Basis) ;

- Bahwa atas hal tersebut tentunya adanya perbedaan antara karyawan tetap dengan karyawan lepas/Freelance, seperti Tergugat I dan II, seperti halnya Penggugat kepada Tergugat I, dan Tergugat II mengenai kerahasiaan perusahaan, termasuk yang disebutkan Penggugat yaitu : "Segala bentuk listing, baik Exclusive Listing dan Open Listing" ;

7. - Bahwa telah menjadi "kebiasaan" dan juga dialami oleh Tergugat I dan II sebagai karyawan lepas/Freelance di perusahaan Penggugat, justru Tergugat I dan II yang membawa "customer" ke perusahaan Penggugat, dan listing-listing yang diketahui oleh Tergugat I dan II kepada perusahaan Penggugat, sehingga Penggugat hanya menggunakan trade marknya "Ray White", dan memperoleh keuntungan dari transaksi yang dilakukan Tergugat I dan II dengan customer ;

- Bahwa ada kalanya baik customer atau listing salah satu tersebut milik Penggugat sedang lainnya dari Tergugat I dan II, sehingga terjadi transaksi properti tersebut, maka Tergugat I dan II sebagai bagian dari "Mix Maker" ;

- Bahwa pembagian hasil komispun lebih besar Penggugat, 62%, sedangkan Tergugat I atau Tergugat II 38%, belum dikurangi administrasi;

8. Bahwa adapun Penggugat mengikat Tergugat I dan II dalam "Employment Agreement" untuk menghindari adanya kecurangan transaksi yang disebut "Secret Selling", dan ini tidak pernah dilakukan baik Tergugat I maupun Tergugat II selama menjadi karyawan lepas/Freelance pada perusahaan Penggugat. Bukan dalam hal keterikatan dengan

Hal 11 Putusan No .202/Pdt.G/2010/PN.Bks



Franchise Agreement Penggugat dengan Pemegang Franchise Ray White asal. Dengan demikian tidak ada ikatan antara Tergugat I, dan II dengan Franchise Penggugat ;

III. PARA TERGUGAT TIDAK MELAKUKAN PERBUATAN MELAWAN HUKUM :

9. Bahwa Tergugat I, dan Tergugat II tidak merasa membuat perjanjian, oleh karenanya Mohon Akta, karena seharusnya Perjanjian, kedua belah pihak menerima Perjanjian tersebut tetapi dalam perkara ini tidak. Penggugatpun dalam gugatannya tidak menyebutkan kapan Perjanjian Kerjasama atau Employment Agreement dibuat dan ditandatangani, hal ini menandakan Perjanjian tersebut dibuat tanpa memenuhi syarat perjanjian, karena selama ini Tergugat I dan II diperlakukan selayaknya tanpa adanya Employment Agreement, atau sebagai Karyawan Lepas (Freelance) ;

10. Bahwa Penggugat mendalilkan kerugian akibat perbuatan Tergugat I dan II, dengan mendirikan usaha sejenis dalam bidang jasa penjualan property adalah karena dalam jangka waktu "tertentu" (vide Gugatan halaman 2 nomor 4), dianggap Tergugat I dan II telah "membawa" ;

- Open Listing;
- Exclusive Listing;
- Prospek dan sistem bisnis, hak-hak "waralaba" Penggugat ;

11. – Bahwa mengenai Open Listing pada era teknologi modern sekarang, dengan kemajuan teknologi, listing- listing dapat diperoleh melalui internet; media cetak; di selebaran perusahaan jasa properti sejenis, sehingga dapat dengan mudah diperoleh. Dan pengertian Open Listing pada Bidang Property Sales itu sendiri memang merupakan List (daftar) rumah-rumah yang oleh pemilik rumah tersebut ingin dijual. Jadi Open Listing itu sendiri didasari oleh Hak Pemilik Rumah ;

Bahwa menurut Pasal 3 ayat (1) UU Rahasia Dagang No.30



Direktori Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia

putusan.mahkamahagung.go.id

Tahun 2000: "Rahasia Dagang mendapat perlindungan apabila informasi tersebut bersifat rahasia, mempunyai nilai ekonomi, dan dijaga kerahasiaannya melalui upaya sebagaimana mestinya ;

Sedangkan ayat (2) nya menyebutkan : "Informasi dianggap bersifat rahasia apabila informasi tersebut hanya diketahui oleh pihak tertentu atau tidak diketahui secara umum oleh masyarakat ;

Dan ayat (3) nya menyebutkan : "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" ;

Bahwa secara jelas dan nyata, Listing diambil dari Internet, koran, selebaran, dan media-media lainnya, kemudian merupakan Hak Pemilik selaku "Masyarakat" untuk mendaftarkan rumahnya untuk dijual. Dengan demikian unsur tidak diketahui umum tidak terpenuhi, maka Listing tersebut tidak bersifat rahasia, dan tidak mendapatkan perlindungan ;

Bahwa secara jelas dan nyata, Listing tidak bersifat rahasia, kemudian tidak bernilai ekonomi karena yang mempunyai nilai ekonomis adalah si Calon Pembeli dimana rumah meski diiklankan sedemikian rupa, namun bila gagal dicari yang ingin membelinya, maka tidak akan menghasilkan nilai apapun ;

Bahwa selama ini, Tergugat I dan II lah yang mencarikan Listing untuk Penggugat, dan mencarikan Pembeli untuk Penggugat tersebut, sehingga Penggugat sangat diuntungkan oleh Tergugat I dan II, terutama pembagiannya Tergugat I dan II hanya mendapatkan 38% (tiga puluh delapan persen) dipotong administrasi dari setiap settlement. Kecuali hal tersebut, Tergugat I dan II pun saat berhenti dari Penggugat tidak membawa

Hal 13Putusan No .202/Pdt.G/2010/PN.Bks



dan/atau menggunakan Listing yang dimiliki Penggugat ;

12. Bahwa sedangkan "Exclusive Listing", yang dimaksud adalah daftar dari "Pemilik Properti" yang menginginkan propertinya ditawarkan oleh "seseorang", dalam kasus ini apakah itu Penggugat, Tergugat I atau Tergugat II, dengan jangka waktu tertentu (umumnya 1 bulan sampai dengan 3 bulan) tanpa pihak lain ikut menawarkan. Selama Tergugat I dan Tergugat II bergabung dengan Penggugat, tidak pernah Penggugat memberikan Exclusive Listing tersebut kepada Tergugat I dan II, akan tetapi justru sebaliknya Tergugat I atau Tergugat II yang memberikan pemilik property Exclusive Listing. Kalau Penggugat hanya menyebutkan property tersebut terletak dimana dan spesifikasinya, sedangkan pemiliknya, tidaklah mungkin disebutkan kepada Tergugat I atau Tergugat II. Dengan demikian tidak mungkin Tergugat I dan II membawa Exclusive Listing milik Penggugat, karena diketahui saja tidak ;

13. – Bahwa kerugian yang telah dan/atau setidaknya "Potensial" merugikan hak-hak waralaba Penggugat berupa "Prospek dan sistem bisnis", adalah mengada-ada ;

Bahwa Franchise atau Waralaba diatur sesuai dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 42 tahun 2007 tentang "Waralaba". Sedangkan secara jelas dan nyata tidak ada satu Pasal pun yang telah dilanggar oleh Tergugat I dan II, bahkan Penggugat juga pasti telah menyadari hal tersebut sehingga tidak menyebutkan Pasal mana yang dilanggar ;

Bahwa apabila dilihat dari sistim waralaba itu sendiri, perlindungan waralaba tentunya dikarenakan keterkaitannya dengan perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (d.h.i adalah Merek nama "Ray White", Logo, Lambang, dan semacamnya). Secara jelas dan nyata pula, Tergugat I dan Tergugat II tidak pernah selama



Direktori Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia

putusan.mahkamahagung.go.id

setelah berhenti dari Penggugat, menggunakan baik Merek nama, Logo, Lambang milik Penggugat, bahkan mirip pun tidak ;

Dengan demikian Tergugat I dan II tidak melakukan Perbuatan melawan Hukum apapun yang menimbulkan kerugian terhadap sistim bisnis Waralaba di Indonesia ;

14.- Bahwa pada dasarnya dalil Penggugat mengenai Tergugat I dan II telah melakukan perbuatan "Melawan Hukum (Onrecht Matige Daad)" adalah karena telah menandatangani Perjanjian Kerjasama atau Employment Agreement sangat tidak berdasar baik dari Yuridis Formal maupun Penafsirannya ;

Bahwa Perbuatan Melawan Hukum (Onrecht Matige Daad) sesuai dengan Pasal 1365 KUHPdata adalah tindakan yang bertentangan dengan Undang-Undang atau Peraturan-Peraturan ;

Bahwa sedangkan apabila ada "Employment Agreement" antara Penggugat dengan Tergugat I dan II, maka perjanjian tersebut hanya mengikat keduanya dan merupakan Perikatan berdasarkan Perjanjian ;

Bahwa apabila benar Tergugat I dan II telah menyalahi "Employment Agreement" quot non, maka yang seharusnya berlaku adalah telah terjadi "Wanprestasi" terhadap Perjanjian, bukanlah Perbuatan Melawan Hukum";

Bahwa dengan demikian haruslah dilihat bukti yang didalilkan oleh Penggugat mengenai "Employment Agreement" tersebut, apakah memuat sanksi- sanksi terhadap pihak- pihak yang melanggar secara "Imperatif, karena hal tersebut menyangkut ganti kerugian yang dituntut oleh Penggugat, baik pada Posita maupun Petitum gugatannya ;

15.- Bahwa Tergugat I dan II membuka usaha dengan pihak lain dengan nama "Active Home" sebagai Pengusaha,

Hal 15Putusan No .202/Pdt.G/2010/PN.Bks



mendukung program pemerintah untuk memerangi kemiskinan dengan membuka lapangan kerja ;

Bahwa status Tergugat I dan Tergugat II di perusahaan Actives Home bukan selaku pekerja, melainkan selaku Pengusaha/pemilik usaha baru, hal ini tentu terjadi perbedaan penafsiran ;

Bahwa oleh karenanya mengenai larangan bekerja selama 12 bulan di broker property tidak sesuai dengan kondisi/yang dimaksud Penggugat dalam perkara a quo. Dengan demikian terhadap "Wanprestasi"pun tidak terpenuhi, Mohon gugatan untuk ditolak ;

IV. TIDAK ADA KERUGIAN YANG TIMBUL

16. –Bahwa Penggugat mendalilkan dalam gugatannya, Tergugat I dan II : "...telah merugikan dan/atau setidaknya potensial merugikan hak-hak Penggugat dalam segala bentuk listing, baik Exclusive Listing dan Open Listing.." (vide gugatan halaman 2 nomor 4) ;

Bahwa dalil tersebut adalah tidak benar dan tidak beralasan, karena seperti telah disebutkan diatas, dengan era teknologi modern sekarang, dengan kemajuan teknologi, listing-listing dapat diperoleh melalui internet; media cetak; di selebaran perusahaan jasa properti sejenis, sehingga dapat dengan mudah diperoleh ;

Bahwa untuk usaha jasa properti seperti usaha Penggugat, yang diperlukan adalah "Customer" sebagai pembeli properti, yang justru kebanyakan diperoleh dan dibawa oleh Tergugat I dan II. Bahwa listing-listing baik Exclusive Listing maupun Open Listing, tidak mempunyai nilai "Ekonomis", dan tidak bersifat rahasia maupun dilindungi hukum. Adapun yang mempunyai nilai



Direktori Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia
putusan.mahkamahagung.go.id

ekonomi adalah Pemilik atau calon pembeli properti tersebut ;

Bahwa oleh karenanya, dalil Penggugat yang menyebutkan Tergugat I dan II telah merugikan atau potensial merugikan adalah tidak berdasar dan kasus ditolak ;

17. Bahwa mengenai customer yang akan dikhawatirkan berpindah dari tempat Penggugat apabila Tergugat I dan Tergugat II bekerja pada perusahaan yang sama, sebagaimana mestinya dalam perdagangan customer itu mengikuti services/pelayanan dari karyawan/salesnya. Oleh karena itu kekhawatiran Penggugat mengenai kerugian yang akan diderita tidak akan terjadi jika Penggugat meningkatkan pelayanan/servicenya ;

Dengan demikian apa yang dituntut dari kerugian materiil maupun immateriil Penggugat bukan merupakan kerugian potensial yang nyata, karena tergantung pelayanan service Penggugat ;

18. Bahwa Tergugat I dan Tergugat II pada waktu bergabung pada perusahaan Penggugat adalah termasuk karyawan lepas (Freelance) tidak menerima gaji kecuali komisi (comition basis), sehingga seharusnya Penggugat telah tahu, sebagaimana Pengusaha yang memegang waralaba terkenal "Ray White" dapat membedakan antara karyawan tetap dan karyawan lepas (freelance) menyangkut "resep dapur" perusahaan. Sebagai karyawan freelance tentunya dibatasi pengetahuan mengenai informasi "rahasia" perusahaan. Sebagaimana kebiasaan yang terjadi di perusahaan Bank, maupun bidang jasa lainnya. Karyawan lepas justru yang membawa customer maupun data ke perusahaan Penggugat bukan sebaliknya. Bahkan terhadap karyawan lepas sering terjadi ketidakadilan dimana karyawan lepas tidak diupah, namun apabila gagal memenuhi target dapat diputus begitu saja oleh perusahaan ;

Hal 17 Putusan No .202/Pdt.G/2010/PN.Bks



Direktori Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia

putusan.mahkamahagung.go.id

19.- Bahwa disebutkan oleh Penggugat, "kerugian materiil berupa harga pokok dari exclusive listing dan open listing yang ada/atau potensial akan ada tetapi menjadi lost sales diperkirakan sejumlah 100 listing dan prospek dalam 12 bulan ... ongkos-ongkos perawatan dan penjagaan pasar prospek bisnis property ... keuntungan yang diharapkan dari listing dan prospek bisnis waralaba ... sehingga total kerugian diperkirakan kurang-lebih Rp. 1.000.000,- (satu milyar rupiah) (vide gugatan halaman 2 nomor 5) ;

Bahwa seperti telah disebutkan diatas, Listing tidaklah bernilai ekonomis karena hanya berupa daftar, yang tidak akan menjadi bernilai tanpa adanya pembeli selaku customer. Apalagi apabila kerugian diambil dari harga pokok listing, sangatlah tidak masuk akal, karena listing adalah daftar, sedangkan pemilik (dhi penjual) rumahlah yang berhak atas hasil penjualan. Dengan demikian, perhitungan 100 (seratus) Listing yang dapat menimbulkan kerugian, harus secara rinci dijelaskan, apabila tidak adalah jelas gugatan kabur (Obscuur Libel). Atas hal tersebut, Tergugat I dan II "Mensomeer" Penggugat untuk membuktikan dalil- dalilnya yang menjadikan kerugian Penggugat ;

Bahwa perbuatan Tergugat I dan II, mendirikan perusahaan agen property baru, tidak merusak nama atau pasar prospek bisnis property, bahkan munculnya beberapa agen property menunjukkan bisnis property sedang menanjak, terutama di Harapan Indah Bekasi yang masih dalam tahap pengembangan oleh Developernya. Perbuatan Tergugat I dan II juga tidak menimbulkan buruknya nama Penggugat. Seperti yang telah dijelaskan diatas, pelanggan akan datang kepada perusahaan yang memberikan pelayanan terbaik, sehingga keuntungan potensial pun tidak dapat menjadi dasar mengakibatkan kerugian, karena prospeknya datang dari Penggugat



sendiri. Kemudian tentunya dalil Penggugat yang meminta Tergugat I dan II membayarkan biaya promosi Penggugat dengan alasan kerugian materil sungguh tidak masuk akal ;

Dengan demikian tidak ada Kerugian Materil yang terjadi, oleh karenanya dalil kerugian materil haruslah ditolak ;

20.- Bahwa selain hal tersebut juga kerugian immateriil berupa pemulihan martabat dan reputasi perusahaan bisnis property Ray White senilai Rp.100.000.000.000,- (seratus milyar rupiah) ;

Bahwa kerugian immateriil berupa pemulihan "martabat dan reputasi" Ray White adalah tidak masuk akal, karena bagaimana mungkin perusahaan "Ray White" yang nyata-nyata perusahaan besar dan terkenal baik nasional maupun internasional, yang juga diakui oleh Penggugat perlu pemulihan martabat dan reputasi, hanya karena berdirinya usaha "Active Home" oleh Tergugat I dan II, dan pemegang saham lainnya yang hanya mempunyai satu tempat usaha dan didirikan belum 6 (enam) bulan. Oleh karenanya, kerugian immateriil juga harus ditolak ;

21. Bahwa karena baik kerugian materil dan immateriil, yang dituntut Penggugat ditolak, maka Permohonan Penggugat Putusan Provisionil, terhadap sita jaminan (conservatoir beslag) terhadap :

- a. Rumah dan tanah serta segala hak di atasnya milik Tergugat I, yang dikenal setempat terletak di : Harapan Indah II HM 5/5 RT.10/17, pejuang, Medan Satria Bekasi, dan juga;
- b. Rumah dan tanah serta segala hak di atasnya milik Tergugat II, yang dikenal setempat terletak di : Summagung III- X-2/15, RT.003 RW.019



Direktori Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia

putusan.mahkamahagung.go.id

Kelurahan/Kecamatan Kelapa Gading, Jakarta Utara,
serta juga;

- c. Rumah toko (ruko) dengan segala hak di atasnya yang dikenal setempat terletak sebagai Kantor Active Home atau PT. Active realty Indonesia di Jalan Bulevar Hijau Raya Ruko Blok C 1 No. 38A Kota Harapan Indah Bekasi Barat 17131 ;

Juga harus ditolak, karena tidak beralasan (tidak berdasar) ;

V. TERJADINYA PENYALAHGUNAAN KEADAAN OLEH PENGGUGAT

22. Bahwa menurut ketentuan Peraturan Mahkamah Agung No 1 tahun 2008, tentang perdamaian (mediasi) yang gagal tidak bisa dijadikan bukti, walaupun Majelis Hakim dalam persidangan yang lalu mengatakan *draft* perdamaian sudah ditandatangani oleh Penggugat dan Tergugat I dan Tergugat II, namun bukan merupakan keputusan/dading. Bahkan Pasal 13 PerMa No. 1 tahun 2008 tersebut dengan tegas mengharuskan hasil perdamaian yang gagal untuk dimusnahkan ;

Mohon *draft* dikesampingkan dan tidak untuk menjadi pertimbangan, hal ini karena substansinya bertentangan yaitu, ada jaminan rumah Tergugat I, padahal tidak ada persetujuan dari suaminya sesuai dengan Undang – Undang Perkawinan (harta gono – gini) dan pembubaran Badan Hukum Active Home yang sebenarnya tunduk pada ketentuan Undang-Undang PT;

23. Bahwa hal ini terjadi karena kurang pengetahuan dan kurang pahaman Tergugat I dan Tergugat II mengenai



Hukum, dan inilah yang dimanfaatkan oleh Penggugat, yaitu penyalahgunaan keadaan (misbruik van omstandigheden), dengan adanya perlawanan dan dilanjutkan perkara aquo melalui Kuasa Hukumnya, membuktikan hal tersebut diatas ;

24. Bahwa bisa dipastikan apa yang menjadi gugatan Penggugat sehingga mempergunakan penyalahgunaan keadaan (misbruik van omstandigheden) dikarenakan baik Tergugat I maupun Tergugat II yang mempunyai kapabilitas melebihi karyawan lain di perusahaan Penggugat, seharusnya yang dilakukan Penggugat terhadap kedua Tergugat tersebut menarik menjadi karyawan tetap dengan jabatan di perusahaan, sehingga Tergugat I dan Tergugat II tidak menginginkan pendapatan yang lebih baik diluar perusahaan Penggugat ;

25. Namun yang terjadi adalah keadaan sebaliknya Para Tergugat diikat dengan perjanjian dan dianggap ikut perjanjian perusahaan Penggugat. Apabila ini (gugatan) dijalani, dibanding dengan loyalitas kedua Tergugat setelah seluruh potensinya dilakukan, maka menjadi "habis manis sepeh dibuang" ;

VI. TERDAPATNYA AKIBAT HUKUM TERHADAP PIHAK KETIGA (PT. ACTIVE REALTY INDONESIA)

26. Bahwa kuasa hukum Tergugat I dan Tergugat II pada era reformasi ini mengedepankan profesionalisme dalam upaya menegakan hukum dan sudah seharusnya yang bertentangan dengan rasa kepatutan dan keadilan diupayakan untuk dikembalikan keposisi yang sebenarnya ;

27. Bahwa Gugatan Penggugat telah salah sasaran (error in persona), Penggugat hanya menggugat Tergugat I dan Tergugat II dalam perkara aquo, tetapi Penggugat menuntut penutupan dan menghentikan segala kegiatan system bisnis property dengan atau tanpa nama Active Home dan Sita



Direktori Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia

putusan.mahkamahagung.go.id

Jaminan terhadap Kantor Active Home atau PT. Active Reality Indonesia ;

28. Bahwa Active Home adalah Badan Hukum yang sah dan berdiri sendiri, oleh karenanya Hak dan Kewajibannya diatur dan dilindungi oleh Hukum/Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 yaitu Pasal 142 ;

29. Bahwa Employment Agreement berakibat kepada pihak yang menandatangani, sehingga tidak dapat secara serta merta mengakibatkan larangan kepada pihak ketiga. Dengan demikian petitum Penggugat yang meminta "menyatakan kegiatan usaha keagenan dengan nama Active Home atau nama lain yang dilakukan oleh Tergugat A dan/atau Tergugat II maupun orang lain atas suruhan atau kerja sama dengannya, ditutup karena tidak sah beroperasi sebagai usaha yang sejenis dengan Ray White ..." adalah tidak masuk akal dan tidak berdasar, mohon untuk ditolak ;

30. Bahwa Putusan Serta Merta (Uitvoerbaar bij voorraad) dalam perkara ini dapat menimbulkan kerugian dan Pengadilan pada masa ini menghindari adanya kerugian dan proses berulang dikemudian hari, maka mohon terhadap Permintaan Putusan Serta Merta untuk dapat ditolak ;

31. Bahwa terhadap tuntutan Penggugat yang menyatakan Tergugat I dan Tergugat II adalah orang yang tidak baik (vide gugatan halaman 3 nomor 9)., tidak ada dasar hukumnya. Terhadap Tergugat I dan Tergugat II tidak pernah ada tuntutan secara pidana dan putusan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap ;

Berdasarkan uraian-uraian tersebut diatas, Tergugat I dan Tergugat II mohon kepada Yang Mulia Majelis Hakim Pengadilan Negeri Bekasi perkara No. 202/Pdt.G/2010/PN.Bks. berkenan memeriksa dan menyatakan memutuskan :

- Menolak Gugatan Penggugat Untuk seluruhnya ;
- Menghukum Penggugat membayar segala biaya yang timbul



dalam perkara a quo ;

Menimbang, bahwa atas jawaban Tergugat I dan II tersebut, Penggugat mengajukan Replik dalam pokok perkara tertanggal 02 November 2010, dan atas Replik tersebut, Tergugat I dan II mengajukan Duplik dalam pokok perkara tertanggal 09 November 2010 kesemuanya terlampir dalam Berita Acara Pemeriksaan perkara ini yang untuk singkatnya dianggap telah dimuat dalam putusan ini ;

Menimbang, bahwa dalam Jawaban Tergugat I dan II mengajukan eksepsi mengenai kompetensi absolut Pengadilan Negeri Bekasi, dan atas eksepsi ini Majelis telah menjatuhkan Putusan Sela No.202/Pdt.G/2010/PN.Bks., tanggal 12 Oktober 2010 yang pada pokoknya menolak eksepsi Tergugat I dan II tersebut, serta melanjutkan pemeriksaan dalam perkara ini ;

Menimbang, bahwa oleh karena gugatan penggugat disangkal oleh Tergugat I dan II, maka beban pembuktian (Beweijs last) dibebankan kepada Penggugat ;

Menimbang, bahwa untuk membuktikan dalil- dalil gugatannya, Penggugat telah mengajukan alat bukti berupa surat- surat yang diphoto copy dan telah diberi meterai cukup serta telah disesuaikan dengan aslinya dipersidangan yaitu :

1. P – 1 : Berita Negara No.25020 tahun 2008,
Tambahan Berita Negara RI
tgl. 25/11- 008 no. 95RI.

P – 1.A : Tanda Daftar Perusahaan PT. Aneka Harapan
Realindo ;

2. P – 2 : Employment Agreement/Perjanjian Kerjasama
hari Sabtu tanggal 01
Maret 2008 antara PT. Aneka Harapan
Realindo dengan Fitriyani ;

3. P – 3 : Employment Agreement/Perjanjian Kerjasama

Hal 23Putusan No .202/Pdt.G/2010/PN.Bks



hari Senin tanggal 03
September 2007 antara PT. Aneka
Harapan Realindo dengan

Martalina Gunawan ;

4. P – 4 : Surat tertanggal 27 Maret 2010 kepada Bapak Andreas dari Fitri ;
5. P – 5 : Surat tertanggal 05 April 2010 kepada Bpk. Andreas Hartoyo dari M. Lina ;
6. P – 6 : Publikasi kartu nama Tergugat I dengan atribut Property Consultant di Active Homes ;
7. P – 7 : Publikasi dalam terbitan "Info Property Rumah Kita" Edisi Mei 2010 Soft Opening Active Homes Real Estate Agent Harapan Indah ;
P – 7.A : Publikasi dalam terbitan "Info Bekasi Komunitas Kawasan" Edisi 12/11/ Juni 2010 yang mempromosikan gambar/foto Tergugat I, Tergugat II, dkk dengan atribut Active Homes ;
8. P – 8 : Daftar Report List Apartment Ray white Harapan Indah ;
9. P – 9 : Daftar Report List Apartment Ray white Harapan Indah ;
10. P – 10 : Print Foto contoh Rumah Toko dari Listing prospek bisnis
P – 10. A : Print Foto contoh Rumah Toko dari Listing prospek bisnis Penggugat
P – 10.B : Print Foto contoh Rumah Toko dari Listing prospek bisnis Penggugat
P – 10.C : Print Foto contoh Rumah Toko dari Listing prospek bisnis Penggugat
11. P – 11 : PRINT Foto Surat Tulisan Tangan bertanggal



Direktori Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia

putusan.mahkamahagung.go.id

Bekasi, 10 Mei 2010

yang ditanda tangani Fitri dan Lina ;

12.P - 12 : Perdamaian Perkara Perdata Nomor
202/Pdt.G/2010/PN.Bks ;

13.P - 13 : Total Gross Commissions Lina :
Rp.168.097.292 dan Fitri
Rp.214.526.084,- ;

Menimbang, bahwa Tergugat I dan Tergugat II untuk menguatkan dalil- dalil sangkalannya telah mengajukan alat bukti surat berupa photo copy surat- surat yang telah diberi meterai cukup serta telah disesuaikan dengan aslinya dipersidangan yaitu :

1. T - 1 : Keputusan Menteri Hukum dan HAM RI
No.AHU- 22508.AH.01.01.

Tahun 2010 tentang Pengesahan Badan Hukum
Perseroan PT.

Active Realty Indonesia ;

2. T - 2 : Surat Izin Usaha Perdagangan No.510/781-
BPPT/II/PM/V/2010

tanggal 11 Mei 2010 ;

3. T - 3 : Perjanjian Sewa (Kontrak) tanggal 15 April
2010 ;

4. T - 4 : Buku Nikah Istri KUA Kec. Hargeulis,
Indramayu ;

5. T - 5 : Akta Pendirian PT. Active Realty Indonesia No.
10 tanggal 31 Maret
2010 ;

6. T - 6 : Foto Rumah di Harapan Indah, Blok J3, No. 3 ;

7. T - 7.A : Print Out Melon Property, tanggal 28
November 2010 ;

T - 7.B : Foto Rumah di Duta Bumi, Blok 30-2 ;

8. T - 8.A : Potongan Koran Poskota Halaman 10A, hari
Minggu, 21 November
2010 ;

Hal 25 Putusan No .202/Pdt.G/2010/PN.Bks



Direktori Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia

putusan.mahkamahagung.go.id

T – 8.B : Foto Rumah di Boulevar Hijau, Blok F 2
-36 ;

9. T – 9.A : Potongan Koran Poskota Halaman 11A, Hari
Sabtu, 20 November

2010 ;

T – 9.B : Foto Rumah di Harapan Indah Blok TG 20 ;

10. T – 10 : Potongan Tabloid Harapan Indah Edisi
67/VI/September- Oktober

2010 halaman 8. Khususnya Rumah di
Harapan Indah Blok ST

Menimbang, bahwa baik penggugat maupun Tergugat I dan
Tergugat II tidak mengajukan alat bukti saksi dalam perkara
ini ;

Menimbang, bahwa kedua belah pihak yang berperkara
tidak mengajukan apa-apa lagi dalam perkara ini,
selanjutnya menyerahkan kesimpulannya masing-masing serta
mohon putusan dalam perkara ini ;

Menimbang, bahwa untuk mempersingkat uraian putusan
ini, segala sesuatu yang tertera dalam Berita Acara
Pemeriksaan perkara ini merupakan bagian tak terpisahkan
dari putusan ini dan dianggap telah dimasukkan dalam
putusan ini ;

TENTANG PERTIMBANGAN HUKUMNYA :

DALAM EKSEPSI :

Menimbang, bahwa Tergugat I dan Tergugat II dalam
jawaban pertama hanya mengajukan Eksepsi, yaitu eksepsi
mengenai kompetensi dan eksepsi lainnya ;

Menimbang, bahwa pasal 136 HIR berbunyi : Tangkisan-
tangkisan (Eksepsi- eksepsi) yang ingin Tergugat kemukakan,
kecuali mengenai ketidak wenangan Hakim, tidak boleh
diajukan dan dipertimbangkan sendiri-sendiri melainkan



Direktori Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia

putusan.mahkamahagung.go.id

diperiksa dan diputus bersama-sama dengan pokok perkara ;

Menimbang, bahwa berdasarkan ketentuan tersebut eksepsi mengenai kompetensi absolut yang diajukan oleh Tergugat I dan Tergugat II telah diputuskan dalam Putusan Sela Pengadilan Negeri Bekasi No.202/Pdt. GPN.Bks., tanggal 12 Oktober 2010 yang amarnya berbunyi sebagai berikut :

1. Menolak Eksepsi para Tergugat ;
2. Menyatakan Pengadilan Negeri Bekasi berwenang mengadili gugatan Penggugat ;
3. Melanjutkan pemeriksaan dalam perkara ini ;
4. Menanggungkan ongkos perkara dalam putusan sela ini sampai putusan akhir ;

Menimbang, bahwa eksepsi lainnya dari para Tergugat akan dipertimbangkan dalam putusan akhir ini ;

Menimbang, bahwa eksepsi para Tergugat dimaksud adalah

a. Gugatan Error In persona (Plurium litis consortium) karena Penggugat menuntut penutupan usaha Active Home namun tidak turut serta memasukkan pihak Active Home dalam hal ini PT.Active Realty Indonesia ;

b. Gugatan kabur (obscuur libel) karena :

1. Tidak jelasnya dasar hukum dalil gugatan ;
2. Tidak jelasnya objek sengketa ;
3. Petitum tidak jelas .

Menimbang, terhadap eksepsi para Tergugat yang mengemukakan gugatan Error In Persona karena menuntut penutupan usaha Active Home namun tidak turut serta memasukkan pihak Active Home dalam hal ini PT.Active Realty

Hal 27Putusan No .202/Pdt.G/2010/PN.Bks



Direktori Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia

putusan.mahkamahagung.go.id

Indonesia, Majelis berpendapat bahwa usaha Active Home adalah atribut atau merek dari usaha para Tergugat dalam PT.Active Realty Indonesia, sehingga tidak perlu mengikut sertakan PT.Active Realty Indonesia ;

Menimbang, bahwa eksepsi para Tergugat yang mengemukakan gugatan Penggugat kabur (obscuur libel) karena dalil gugatan tidak jelas dasar hukumnya, dan tidak jelas objek sengketa, serta petitum tidak jelas, setelah Majelis mencermati gugatan Penggugat, Majelis berpendapat bahwa dasar hukum dalil gugatan Penggugat adalah jelas yakni Perbuatan Melawan Hukum ; Demikian pula objek sengketanya adalah jelas yakni tuntutan Penggugat terhadap kesepakatan Penggugat dengan para Tergugat dalam Perjanjian Waralaba (Franchise) yang menurut Penggugat telah dilanggar oleh para Tergugat, serta petitum gugatan Penggugat juga menurut Majelis sudah jelas ;

Menimbang, bahwa dari pertimbangan-pertimbangan tersebut diatas, majelis berpendapat keseluruhan eksepsi para Tergugat harus ditolak ;

DALAM POKOK PERKARA :

Menimbang, bahwa maksud dan tujuan gugatan Penggugat adalah seperti tersebut diatas ;

Menimbang, bahwa yang merupakan pokok sengketa dalam perkara perdata ini adalah, Tuntutan Penggugat terhadap para Tergugat akibat Perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh para Tergugat dengan dasar adanya pelanggaran yang dilakukan oleh para Tergugat terhadap kesepakatan antara Penggugat dengan para Tergugat yang dituangkan dalam Perjanjian Franchise (waralaba) tertanggal 01 Maret 2008 dengan Tergugat I, dan tanggal 03 September 2007 dengan Tergugat II (Produk P-2 dan P-3) ;

Menimbang, bahwa Penggugat untuk membuktikan dalil-dalil gugatannya telah mengajukan alat bukti surat yang



Direktori Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia

putusan.mahkamahagung.go.id

diberi tanda P-1 sampai dengan P-13, dan Para Tergugat untuk menguatkan dalil- dalil sangkalannya telah mengajukan alat bukti surat yang diberi tanda T-1 sampai dengan T-10 ;

Menimbang, bahwa Majelis sebelum mempertimbangkan materi pokok sengketa, terlebih dahulu akan mempertimbangkan kapasitas Penggugat dalam mengajukan gugatan a quo ;

Menimbang, bahwa Penggugat dalam surat gugatannya mengemukakan, bahwa Penggugat dalam mengajukan gugatannya mempunyai kapasitas selaku Pemegang/Pemilik hak Waralaba (Franchise) keagenan property atau real estate "Ray White Harapan Indah Bekasi".

Menimbang, bahwa pengaturan waralaba (Franchise) di Indonesia hingga saat ini adalah Kitab Undang-Undang Hukum Perdata jo Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba jo Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.31/M-DAG/PER/8/2008 Tetang Penyelenggaraan Waralaba ;

Menimbang, bahwa dalam pasal 1 Peraturan Pemerintah No.42 tahun 2007 menyatakan : Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistim bisnis dengan cirikhas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan/digunakan oleh pihak lain berdasarkan Perjanjian Waralaba ;

Menimbang, bahwa seseorang atau suatu badan usaha yang menyatakan diri sebagai pemilik/pemegang hak waralaba mempunyai hak khusus atau hak eksklusif yang dilindungi oleh Undang-Undang ;

Menimbang, bahwa dari alat bukti yang diajukan oleh penggugat berupa surat –surat bukti yang diberi tanda P-1 sampai dengan P-13 tidak ada satu buktipun yang membuktikan bahwa Penggugat adalah sebagai Pemegang/Pemilik hak

Hal 29 Putusan No .202/Pdt.G/2010/PN.Bks



Direktori Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia

putusan.mahkamahagung.go.id

Waralaba "Ray White Harapan Indah Bekasi" ;

Menimbang, bahwa dengan demikian Majelis berpendapat bahwa Penggugat tidak mempunyai kapasitas mengajukan gugatan sebagai Pemegang/Pemilik Hak Waralaba "Ray white Harapan Indah Bekasi" ;

Menimbang, bahwa dari pertimbangan-pertimbangan tersebut diatas Majelis berpendapat bahwa gugatan Penggugat harus dinyatakan tidak dapat diterima (Niet Ontvankelijke verklaard) ;

Menimbang, bahwa oleh karena gugatan Penggugat tidak dapat diterima maka Penggugat berada pada pihak yang kalah, sehingga Penggugat dihukum untuk membayar ongkos yang timbul dalam perkara ini ;

Memperhatikan ketentuan hukum yang berkenaan ;

M E N G A D I L I :

DALAM EKSEPSI :

Menolak eksepsi dari Tergugat I dan Tergugat II ;

DALAM POKOK PERKARA :

Menyatakan Gugatan Penggugat tidak dapat diterima (Niet Ontvankelijke verklaard) ;

Menghukum Penggugat untuk membayar biaya perkara yang sampai hari ini ditaksir sebesar Rp.216.000,- (Dua ratus enam belas ribu rupiah) ;

DEMIKIANLAH diputuskan dalam rapat permusyawaratan Majelis Hakim pada hari : Senin, Tanggal 17 Januari 2011 oleh SYAMSUL BAHRI BORUT, SH.MH., sebagai Ketua Majelis, LIAN HENRY SIBARANI, SH.MH dan JAMALUDIN SAMOSIR, SH.MH masing-masing sebagai Hakim Anggota putusan mana diucapkan dalam sidang yang terbuka untuk umum pada hari SELASA Tanggal 25 JANUARI 2011 oleh Majelis Hakim tersebut dengan dibantu ETTY HARDIANA, SH, Panitera Pengganti pada



Direktori Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia

putusan.mahkamahagung.go.id

Pengadilan tersebut dengan dihadiri Kuasa Penggugat dan Kuasa Para Tergugat ;

HAKIM-HAKIM ANGGOTA,

KETUA MAJELIS,

LIAN HENRY SIBARANY, SH.MH. SYAMSUL BAHRI BORUT, SH.MH.

JAMALUDIN SAMOSIR, SH.MH

PANITERA PENGGANTI,

ETTY HARDIANA, SH.

PERINCIAN BIAYA PERKARA :

Pencatatan Gugatan Rp.
30.000,-

Panggilan
Rp.175.000,-

Redaksi
Rp. 5.000,-

Materai
Rp. 6.000,-

Jumlah ----- Rp.216.000,-

Hal 31Putusan No .202/Pdt.G/2010/PN.Bks



(Dua ratus enam belas ribu rupiah) ;

