

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman menjadi pendorong utama bagi kemajuan di berbagai sektor kehidupan, terutama meningkatnya kemajuan pada salah satu sektor kehidupan di bidang ekonomi, khususnya dalam bidang bisnis yang berawal dari sistem barter sederhana hingga era digital saat ini. Bisnis merupakan usaha yang didirikan oleh seseorang (*one person*) atau beberapa orang (*organization*) untuk menjual, membeli, menciptakan suatu nilai (*creative Value*) pada penciptaan jasa dan barang (*create of good and service*) dengan bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat dan mendapatkan keuntungan pada transaksi.¹

Dalam ranah bisnis, persaingan usaha yang tidak sehat atau tindakan curang antara pengusaha lain dengan pengusaha, atau pengusaha dengan pekerja, atau mantan pekerjanya, masih merupakan potensi yang dapat terjadinya hal tersebut. Perilaku tersebut dapat mengungkapkan informasi rahasia tanpa izin, yang berpotensi menimbulkan kerugian bagi pemilik informasi. Untuk itu pemerintahan Republik Indonesia dengan segala konsideran menimbang huruf a Undang-Undang Republik Indonesia No.30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang yang menjelaskan bahwa :²

¹ Hadion Wijoyo dan Denok Sunarsi, Pengantar Bisnis, (Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2021), hal. 1.

² Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2000 Nomor 242 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4044.

Untuk memajukan industri yang mampu bersaing dalam lingkup perdagangan nasional dan internasional perlu diciptakan iklim yang mendorong kreasi dan inovasi masyarakat dengan memberikan perlindungan hukum terhadap rahasia dagang sebagai bagian dari sistem hak kekayaan intelektual.

Pengertian Rahasia Dagang telah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang (selanjutnya disebut UU RI No.30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang). Menurut Pasal 1 Angka 1 UU RI No.30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang diatur sebagai berikut :³

“Dalam Undang-Undang ini yang dimaksud dengan:

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.”

Rahasia dagang menurut Ahmad Ramli merupakan segala informasi yang diketahui oleh orang tertentu saja dan tidak diketahui oleh umum dalam suatu bidang perdagangan, informasi tersebut bersifat strategis yang memiliki potensi serta nilai ekonomi yang tinggi sehingga dapat digunakan oleh pemilik untuk bersaing dengan para pesaing dan menguntungkannya.⁴

Dari pengertian rahasia dagang tersebut, bisa ditarik kesimpulan bahwasannya landasan hukum yang kokoh untuk melindungi informasi strategis dapat berguna dalam kegiatan usaha atau perdagangan yang hanya diketahui oleh pemilik rahasia dagang atau orang tertentu yang mempunyai hak dapat disebut sebagai rahasia dagang. Oleh karena itu, informasi yang bersifat rahasia

³ Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang.

⁴ Tommi Riccki Rosandy, “Perlindungan Rahasia Dagang Perusahaan Niela Sary, Kaitannya Dengan Kewajiban Karyawan,” Tesis Ilmu Hukum, Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, 2012, hal. 30-31.

tersebut sangatlah berharga bagi pemilik atau perusahaan. Informasi tersebut harus tetap terjaga agar menciptakan lingkungan persaingan yang sehat, sehingga dapat memiliki keuntungan ekonomis hanya bagi para pemilik dan perusahaan.

Dalam suatu bisnis, terdapat banyak informasi yang sangat penting bernilai komersial, dengan secara langsung maupun secara tidak langsung, seperti informasi pendapatan atau keuangan atau daftar harga yang menunjukkan margin laba, teknik negosiasi dengan buyer, data administratif, daftar pelanggan, *quality control*, informasi pemasok barang (*supplier*), strategi pemasaran produk, konsep yang mendasari pengiklanan atau pemasaran hingga metode produksi. Akan menjadi suatu permasalahan apabila rahasia dagang yang memiliki nilai komersial tersebut, diketahui secara umum oleh masyarakat sehingga berdampak pada kerugian ekonomis yang seharusnya dapat diperolehnya. Oleh karena itu, informasi, ide, atau gagasan dalam bidang bisnis adalah hal yang sangat penting, terutama ketika hal tersebut menjadi inti dari perencanaan bisnis yang sedang dikembangkan atau yang akan datang.⁵

Mengenai konsep perencanaan bisnis tersebut, termasuk dengan rahasia dagang telah diatur dalam UU RI No.30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang yang memberikan kerangka hukum penting dalam mengatur dan melindungi rahasia dagang agar berguna dalam menjaga dan melindungi kerahasiaan informasi yang menjadi keunggulan kompetitif suatu perusahaan. Tetapi dalam

⁵ Michael Risch, "Why Do We Have Trade Secrets," Jurnal 11 Marquette Intellectual Property Law Review, Vol. 1, No. 15 Mei 2007, hal.13.

keberhasilan perencanaan bisnis juga bergantung pada pengembangan bisnis, inovasi baru, kepatuhan etika, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan kondisi ekonomi.

Apabila informasi yang dimiliki oleh seseorang atau badan hukum, yang bersifat rahasia bagi pemilik informasi tersebut, namun pemilik atau pihak-pihak yang menguasai informasi tersebut tidak memiliki beberapa unsur penting yang mengacu pada ketentuan Pasal 3 Ayat (1) UU RI No.30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang maka tidak mendapatkan perlindungan, seperti pada pasal tersebut menjelaskan bahwa :⁶ “Rahasia Dagang mendapat perlindungan apabila informasi tersebut bersifat rahasia, mempunyai nilai ekonomi, dan dijaga kerahasiaannya melalui upaya sebagaimana mestinya.”

Dari pengertian tersebut yang diartikan “upaya sebagaimana mestinya” ini merupakan semua langkah yang memuat ukuran kelayakan, kepatutan, kewajaran atau sebagaimana mestinya yang harus dilakukan dalam menjaga kerahasiaannya, maka informasi rahasia dagang tersebut tidak mendapatkan suatu perlindungan hukum.⁷

Misalkan dalam perusahaan wajib memiliki mekanisme baku sesuai dengan praktek umum yang digunakan dalam ketentuan internal perusahaan hal yang sama juga diberlakukan dalam ketentuan internal organisasi karena bisa ditentukan sebagaimana kebijakan kerahasiaan dagang harus dilindungi dan

⁶ Pasal 3 Ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang.

⁷ Sudargo Gautama dan Rizawanto Winata, Komentar Atas Undang-Undang Rahasia Dagang Tahun 2000, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), hal. 39.

kewajiban seseorang yang memiliki tanggung jawab untuk menjaga kerahasiaan tersebut.

Rahasia dagang telah mendapatkan perlindungan hukum meskipun tidak terdaftar di Direktorat Jenderal kekayaan intelektual dikarenakan undang-undang tersebut dengan otomatis melindungi rahasia dagang, jika informasi itu berisi ruang lingkup rahasia dagang dan dalam pendaftaran akan mensyaratkan pengungkapan informasi yang tentu saja bertentangan dengan prinsip kerahasiaan informasi, tetapi pemilik hak rahasia dagang atau pemiliknya harus menjaga dengan baik rahasia dagang tersebut.⁸

Konsep dari rahasia dagang yaitu memberikan perlindungan terhadap hak kepemilikan dari perbuatan pihak lainnya yang menyalahgunakannya dan tidak mempunyai hak. Konsep hak milik (*property*) secara umum mengacu pada hak kepemilikan atas benda dengan sifat kelangkaan sebab keterbatasan jumlah dan bisa dimiliki secara fisik. Oleh sebab itu, dalam Pasal 4 UU RI No.30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang menjelaskan bahwa :⁹

Pemilik rahasia dagang memiliki hak untuk :

- a. Menggunakan sendiri Rahasia Dagang yang dimilikinya;
- b. Memberikan Lisensi kepada atau melarang pihak lain untuk menggunakan Rahasia Dagang atau mengungkapkan Rahasia Dagang itu kepada pihak ketiga untuk kepentingan yang bersifat komersial.

Hak yang melarang orang lain untuk memiliki atau menggunakan hak yang sudah di miliki oleh seseorang, sangat penting didalam konsep hak milik tersebut. Secara prinsipal, suatu benda dapat di artikan sebagai hak milik

⁸ Rivaldo Avianto dan Ni Luh Mahendrawati, "Perlindungan Hukum Rahasia Dagang atas Informasi Bisnis dalam Perjanjian Kerja di Kota Denpasar," Jurnal Analogi Hukum, Vol. 4, No. 3 Maret 2002, hal. 239.

⁹ Pasal 4 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang.

sesorang ketika benda tersebut berada di tangan pertama (*first possession*) atau dapat terjadi apabila kepemilikan suatu benda di serahkan kepada orang tertentu.

Hak rahasia dagang bisa berpindah atau dipindahkan untuk orang lain yang sebagaimana dalam Pasal 5 Ayat (1) UU RI No.30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang menyebutkan beberapa cara, yakni dengan :¹⁰

- a. Pewarisan;
- b. Hibah;
- c. Wasiat;
- d. Perjanjian tertulis; atau
- e. Sebab-sebab lain yang telah dibenarkan oleh peraturan perundang undangan.

Segala peralihan hak atas rahasia dagang harus dilaksanakan dalam bentuk tulisan dan harus tercatat ke dalam DJKI, serta melalui adanya bukti dokumen peralihan. Kemudian proses peralihan akan diberitakan berdasarkan berita resmi rahasia dagang, namun rahasia dagang tetap tidak boleh diungkapkan. Peralihan hak tersebut harus memiliki sifat limitatif tidak dengan sifat memberikan hak dalam hal menggunakannya dalam periode tertentu dan tidak boleh memuat klausula time constraint misalnya tukar menukar, transaksi jual beli maupun kontrak lainnya dengan sifat final atau tidak terbatas waktu.¹¹

Pemilik informasi dagang yang dirahasiakan mempunyai hak memanfaatkan secara pribadi dan juga memberi lisensi untuk individu lainnya berdasarkan perjanjian Lisensi untuk melaksanakan hak eksklusif yang dimilikinya dan pemilik rahasia dagang juga berhak untuk tidak

¹⁰ Pasal 5 Ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang.

¹¹ Gunawan Widjaja, Seri Hukum Bisnis Rahasia Dagang, (Jakarta: P.T. RajaGrafindo Persada, 2001), hal. 87.

memperbolehkan individu lainnya memakai atau memberitahukan kepada pihak lainnya atas dasar kepentingan bisnis. Lisensi diatur dalam Pasal 6 UU RI No.30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang yang menyebutkan bahwa :¹² “Pemegang hak Rahasia Dagang berhak memberikan Lisensi kepada pihak lain berdasarkan perjanjian Lisensi untuk melaksanakan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4, kecuali jika diperjanjikan lain.”

Pembuatan perjanjian lisensi rahasia dagang juga harus tertulis dan telah didaftarkan di DJKI. Pencatatan yang didaftarkan hanya terkait peralihan dan pemberian lisensi untuk pihak lainnya. Pencatatan hanya terhadap informasi administrasi terkait lisensi yang tidak mengungkapkan secara detail dan terperinci mengenai muatan rahasia dagang.

Pelanggaran terhadap pembocoran rahasia dagang adalah suatu pelanggaran yang dapat menimbulkan tuntutan hukum baik dalam ranah perdata maupun pidana sekalipun yang bersifat rahasia tersebut terkait dengan hukum perdata antara pemilik dengan penerima rahasia yang memperoleh melalui lisensi rahasia dagang dengan pihak ketiga yang mana tidak mempunyai hak dalam mengambil perbuatan hukum atas informasi dagang. Pemanfaatan rahasia dagang secara komersial merupakan kategori pelanggaran seperti pemberian informasi rahasia bisnis secara tidak jujur atau perolehannya melalui cara yang bertentangan dengan hukum.¹³

¹² Pasal 6 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang.

¹³ Rachmadi Usman, Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual Perlindungan dan Dimensinya di Indonesia, (Bandung: P.T.Alumni, 2003), hal. 406.

Salah satu kasus pelanggaran dalam pembocoran informasi rahasia dagang terjadi di UD Mebel Indah Pasuruan, Jawa Timur (selanjutnya disebut UD Mebel Indah). Mebel tersebut merupakan usaha yang sukses dan sebagai salah satu usaha yang menjadi tempat favorit bagi sebagian besar masyarakat dalam Kota, maupun luar Kota, bahkan luar Jawa. Namun mebel tersebut harus menghadapi permasalahan yang serius, terkait terjadinya tindakan pembocoran rahasia dagang yang dilakukan oleh karyawan yang bertanggung jawab sebagai admin di UD Mebel Indah.

Berawal dari kepercayaan yang diberikan oleh pemilik usaha, mengingat juga admin tersebut telah bekerja di UD Mebel Indah yang sesuai dengan berdasarkan perjanjian kerja No. 011/PKWT/REG/11/01/2021 selama waktu yang signifikan dan secara konsisten menunjukkan kinerja yang baik. Admin yang memiliki akses ke data harga dan kebijakan penetapan harga perusahaan, justru dengan sengaja membocorkan data administrasi harga beli dari supplier dengan mencantumkan nama-nama supplier yang menyuplai stok perusahaan dan juga harga customer yang berbeda-beda kepada beberapa pelanggan tertentu tanpa seizin dari pemilik perusahaan.

Tindakan pembocoran informasi rahasia ini diketahui oleh pelaku usaha saat menerima laporan dari pelanggan yang mengetahui informasi tersebut dan juga rekan karyawan UD Mebel Indah lainnya yang menerima informasi yang sama. Pembocoran informasi rahasia perusahaan ini menimbulkan komplain yang signifikan dari para pelanggan yang merasa tidak adil karena ada beberapa pelanggan lain yang mendapatkan harga yang murah sehingga meminta harga

husus kepada pelaku usaha. Sehingga bocornya informasi tersebut merugikan keuangan perusahaan, kepercayaan pelanggan dan juga citra bisnis UD Mebel Indah.

Perbuatan yang dilakukan oleh karyawan tersebut merupakan suatu pelanggaran rahasia dagang yang berdasarkan Pasal 13 UU RI No.30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang yang menjelaskan bahwa :¹⁴ “Pelanggaran Rahasia Dagang juga terjadi apabila seseorang dengan sengaja mengungkapkan Rahasia Dagang, mengingkari kesepakatan atau mengingkari kewajiban tertulis atau tidak tertulis untuk menjaga Rahasia Dagang yang bersangkutan.”

Kenyataannya UD Mebel Indah memutuskan dalam penyelesaian permasalahan ini secara musyawarah mufakat atas pembocoran informasi rahasia dagang, dikarenakan admin tersebut telah mengakui kesalahannya dan bersedia untuk bertanggung jawab. Sebagai pertanggungjawabannya, admin membayar ganti kerugian yang disepakati dalam PKWT dan pemberhentian hubungan kerja dengan menggunakan landasan hukum mencakup peraturan perusahaan yang menetapkan aturan dan konsekuensi terkait pelanggaran kerahasiaan.

Maka dari itu, penulis tertarik membahas lebih lanjut mengenai pembocoran rahasia dagang yang terjadi di UD Mebel Indah dengan judul **“PENYELESAIAN SENGKETA PEMBOCORAN RAHASIA DAGANG SEBAGAI PERTANGGUNGJAWBAN KARYAWAN UD MEBEL LINDAH PASURUAN.”**

¹⁴ Pasal 13 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang.

B. Identifikasi dan Rumusan Masalah

Pada latar belakang yang telah dicantumkan pada skripsi ini, maka penulis merumuskan permasalahannya seperti sebagai berikut:

1. Apakah penyelesaian sengketa pembocoran Rahasia Dagang yang terjadi di UD Mebel Indah Pasuruan sudah memenuhi tujuan hukum ?
2. Apa dampak hukum dan bagaimana kekuatan hukum Rahasia Dagang yang telah dibocorkan oleh karyawan ?

C. Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah diatas penulis memiliki beberapa tujuan dalam skripsi ini seperti berikut :

1. Menganalisis penyelesaian sengketa pembocoran rahasia dagang yang terjadi di UD Mebel Indah Pasuruan apakah sudah sesuai dengan tujuan hukum.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis dampak hukum dan kekuatan hukum rahasia dagang yang telah dibocorkan oleh karyawan UD Mebel Indah.

D. Kegunaan Penelitian

Penulis mengharapkan adanya studi ini bisa membawa manfaat atau kegunaan bagi pembaca baik secara teoritis atau secara praktis.

1. Kegunaan Akademis

Dengan adanya hasil penelitian ini, diharapkan akan berguna dalam meningkatkan pemahaman serta mengembangkan pola pikir kritis bagi penulis dan juga diharapkan dapat menunjukkan menunjukkan tingkat

kompetensi dan kapasitas penulis untuk menganalisis serta mengimplementasikan keilmuan yang diperoleh. Selain itu, diharapkan juga menjadi referensi untuk perkembangan ilmu hukum dan menambah pemahaman melalui kajian rahasia dagang. Penelitian yang dilakukan penulis juga merupakan persyaratan mendapatkan gelar dengan menempuh program strata satu di Universitas Merdeka Pasuruan.

2. Kegunaan Sosial

Dalam kegunaan sosial diharapkan dapat memberikan informasi dan kontribusi kepada masyarakat terkait dampak dari pembocoran informasi Rahasia Dagang. Analisis mengenai bagaimana tindakan ini mempengaruhi hubungan antar karyawan, kepercayaan masyarakat terhadap suatu perusahaan, dan citra perusahaan di mata publik akan menjadi bagian integral. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi suatu pemahaman komprehensif terkait implikasi sosial dari tindakan pelanggaran kepercayaan tersebut.

3. Kegunaan Kelembagaan

Kegunaan kelembagaan pada penelitian ini, diharapkan bahwa hasil temuan dan rekomendasi yang disajikan akan memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan kebijakan internal UD Mebel Indah dalam mencegah dan menangani pelanggaran informasi rahasia dagang. Diharapkan penelitian ini juga memberikan pandangan yang luas bagi lembaga-lembaga terkait dalam meningkatkan efektivitas penegakan hukum dan penyelesaian sengketa di bidang ini.