

**TINJAUAN PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP RESEP
MINUMAN KOPI “ORIGINALE” NARKOPIKA (STUDI
KASUS DI *COFFEE SHOP* NARKOPIKA
KOTA PONTIANAK)**

SKRIPSI

EVIRA ESTER
A1011211054

PROGRAM SARJANA PROGRAM STUDI HUKUM



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
FAKULTAS HUKUM
PONTIANAK**

2025

**TINJAUAN PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP RESEP
MINUMAN KOPI “ORIGINALE” NARKOPIKA (STUDI
KASUS DI *COFFEE SHOP* NARKOPIKA
KOTA PONTIANAK)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

EVIRA ESTER
A1011211054

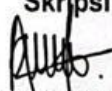
PROGRAM SARJANA PROGRAM STUDI HUKUM



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
FAKULTAS HUKUM
PONTIANAK
2025**

**TINJAUAN PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP RESEP
MINUMAN KOPI "ORIGINALE" NARKOPIKA (STUDI
KASUS DI COFFEE SHOP NARKOPIKA
KOTA PONTIANAK)**

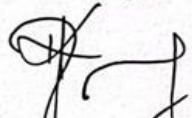
Skripsi


EVIRA ESTER
A1011211054

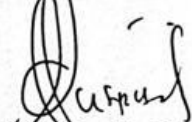
Penelitian Program Sarjana Program Studi Hukum

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I


Dina Karlina, S.H., M.Hum.
NIP. 197308062000122001

Pembimbing II


Devina Puspita Sari, S.H., M.H.
NIP. 198912152022032008

Disahkan Oleh :


Dekan

Dr. Hj. Sri Ismawati, S.H., M.Hum
NIP. 196610291992022001

Tanggal Lulus : 16 April 2025

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
FAKULTAS HUKUM
PONTIANAK
2025**

Tim Penguji

Jabatan	Nama dan NIP	Pangkat/ Golongan	Tanda Tangan
Ketua Penilai	Dina Karlina, S.H., M. Hum. NIP. 197308062000122001	Penata Tingkat I / III d	
Sekretaris Penilai	Devina Puspita Sari, SH.M.H. NIP. 198912152022032008	Penata Muda Tingkat I / III b	
Pembahas I	Hj. Ismawartati, SH.,MH NIP. 196107251990022001	Pembina Tingkat I / IV b	
Pembahas II	Dr. Siti Rohani, SH.,M.Hum. NIP. 197509232000032001	Pembina / IV a	

**Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Hukum
Universitas Tanjungpura
Pontianak**

**Nomor : 1410/UN22.1/DT.00.10/2025
Tanggal: 27 Maret 2025**

PERNYATAAN

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

Pontianak, 20 April 2025



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

”Berdasarkan kasih karunia yang dianugerahkan kepadaku, aku berkata kepada setiap orang di antara kamu: Janganlah kamu memikirkan hal-hal yang lebih tinggi dari pada yang patut kamu pikirkan, tetapi hendaklah kamu berpikir begitu rupa, sehingga kamu menguasai diri menurut rukun iman, yang di karuniakan Allah kepada kamu masing-masing.” (Roma 12:3)

”Kalau kamu tetap bertahan, kamu akan memperoleh hidupmu.” (Lukas 21:19)

”Karena masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang.” (Amsal 23:18)

PERSEMBAHAN

Tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan, laporan skripsi saya ini saya persembahkan untuk:

1. Pertama, untuk kedua orang tua saya, Alm. Bapak Akhong dan Ibu Kua Pui Khim yang sangat berjasa dalam hidup saya, dua orang hebat yang selalu mengusahakan pendidikan yang layak untuk anak bungsunya. Kepada bapak, saya berterima kasih untuk setiap cucuran keringat dan kerja keras yang engkau tukarkan menjadi sebuah nafkah demi anakmu bisa sampai pada tahap ini, meskipun pada akhirnya anak bungsumu ini harus melewati perjalanan tanpa di temani, tapi itu semua tidak mengurangi rasa bangga dan terimakasih atas kehidupan yang bapak berikan. Kepada Ibu, terimakasih untuk didikan dan ajaran keras yang selalu mengharuskan mampu berdiri di kaki sendiri tanpa meminta belas kasihan kepada orang lain, terimakasih untuk doa, pesan, harapan dan motivasi yang selalu mendampingi setiap langkah anak bungsumu untuk menjadi seorang yang berpendidikan, terimakasih atas pengorbanan yang selalu mengiringi perjalanan hidup saya. Terakhir, terima kasih atas segala hal yang kalian berikan yang tak terhitung jumlahnya.
2. Kedua, untuk saudara kandung saya, Elliza Goretha, S.H. Terimakasih untuk semangat dan doa baik yang selalu di berikan kepada penulis. Tumbuh dan hiduplah dengan layak, menjadi versi paling hebat, kakak.
3. Ketiga, kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, yang penulis tidak bisa sebutkan namanya. Terimakasih sudah menjadi salah satu sumber motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, terimakasih karena telah bersedia meluangkan waktu, mendukung serta memberi semangat untuk terus maju dan maju dalam segala hal untuk meraih apa yang menjadi impian.
4. Terakhir, diri saya sendiri, Evira Ester. Terimakasih karena telah bersedia menyelesaikan skripsi ini hingga akhir penulisan, Terimakasih karena sudah berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri walaupun banyak tekanan dari luar keadaan dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan pada Tuhan Yang Maha Kuasa karena telah melimpahkan karunia dan kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan maksud untuk mengetahui tentang “Tinjauan Perlindungan Hukum terhadap Resep Minuman Kopi “Originale” Narkopika (Studi Kasus di *Coffee Shop* Narkopika Kota Pontianak)”. Selama penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, saran dan masukan yang berharga sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Garuda Wiko, S.H., M.Si., FCBArb. selaku Rektor Universitas Tanjungpura Pontianak.
2. Dekan Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura Pontianak beserta jajarannya.
3. Ibu Dr. Evi Purwanti, S.H., LL.M. selaku Ketua Prodi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura.
4. Ibu Dr. Siti Rohani, S.H., M.Hum. selaku Ketua Bagian Hukum Ekonomi Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura.
5. Ibu Dina Karlina, S.H., M.Hum. selaku Dosen Pembimbing Pertama yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penulisan skripsi ini.
6. Ibu Devina Puspita Sari, S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penulisan skripsi ini.
7. Bapak Haryadi, S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama masa perkuliahan.

8. Sahabat-sahabat saya, teman-teman satu angkatan dan seluruh civitas akademika Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura Pontianak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang selama masa studi telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis.
9. Saudara Jeffry Hartanto selaku Pemilik *Coffee Shop* Narkopika Pontianak beserta karyawan yang telah bersedia memberikan informasi untuk kepentingan penelitian.
10. Para informan yang telah bersedia memberikan informasi untuk kepentingan penulisan skripsi ini.
11. Kedua orang tua saya yang telah memberikan doa dan dukungan baik moril maupun materil dalam penyusunan skripsi ini.
12. Saudara-saudara saya yang telah memberikan motivasi dan semangat selama penulisan skripsi ini.
13. Tak lupa pada kedua sahabat terdekat saya, Aulia Marshanda Yuvi dan Debora Priscila. Terimakasih atas kebersamaan, baik dalam suka maupun duka.

Skripsi yang penulis susun ini tentunya tidak lepas dari segala keterbatasan dan kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca, khususnya bagi Mahasiswa Program Studi Hukum Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura Pontianak.

Pontianak, 20 April 2025
Penulis

Evira Ester
NIM. A1011211054

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Keaslian Penelitian	11
F. Kerangka Teori.....	14
G. Kerangka Konsep	24
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	27
A. Tinjauan Pustaka	27
1. Rahasia Dagang	27
2. Kopi	36
3. Usaha <i>Coffee Shop</i>	37
B. Landasan Teori	42
1. Perlindungan Hukum	42
2. Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Rahasia Dagang.....	46
BAB III. METODE PENELITIAN.....	52
A. Jenis dan Sifat Penelitian	52
1. Jenis Penelitian	52
2. Sifat Penelitian	52
B. Jenis Data.....	53

1. Data Primer	53
2. Data Sekunder	53
C. Cara Pengumpulan Data	54
1. Wawancara	54
2. Observasi	54
3. Dokumentasi	55
D. Populasi dan Sampel.....	55
1. Populasi.....	55
2. Sampel	56
E. Analisis Data.....	56
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
A. Profil <i>Coffe Shop</i> Narkopika Pontianak.....	58
B. Hal-hal yang Perlu Dilakukan oleh Pemilik <i>Coffee Shop</i> Narkopika untuk Menjaga Rahasia Dagang.....	59
C. Perlindungan Hukum terhadap Informasi Rahasia Dagang untuk Resep Minuman Kopi “ <i>Originale</i> ” di <i>Coffee Shop</i> Narkopika	67
BAB V. PENUTUP	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi Penelitian	80
--	----

TINJAUAN PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP RESEP MINUMAN KOPI “ORIGINALE” NARKOPIKA (Studi Kasus di *Coffee Shop* Narkopika Kota Pontianak)

ABSTRAK

Informasi rahasia dagang dalam *coffee shop* memiliki nilai jual tinggi dikarenakan dapat memberikan keuntungan yang lebih besar dari hasil penjualannya. Situasi ini menimbulkan kekhawatiran yang mendalam bagi pemilik, yang menyadari bahwa tanpa adanya perlindungan hukum yang jelas, rahasia dagang yang dimiliki dapat dengan mudah disalahgunakan oleh pihak lain. Oleh karena itu, pemilik berpendapat bahwa sangat penting untuk segera menerapkan langkah-langkah perlindungan hukum yang sesuai, seperti yang diatur dalam Undang-Undang Rahasia Dagang, untuk melindungi inovasi dan aset intelektual yang menjadi keunggulan kompetitif bisnisnya. Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai Tinjauan Perlindungan Hukum terhadap Resep Minuman Kopi “Originale” Narkopika (Studi Kasus di *Coffee Shop* Narkopika Kota Pontianak).

Jenis penelitian ini adalah penelitian yuridis empiris. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapatkan dengan metode wawancara secara langsung dengan pihak terkait dan data sekunder yang diperoleh dari bahan-bahan hukum primer dan sekunder. Data-data yang diperoleh dianalisis dengan teknik analisis kualitatif.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa, dalam klausul perjanjian kontrak kerja, pemilik *Coffee Shop* Narkopika harus mencantumkan secara tertulis, jelas dan tegas mengenai kewajiban karyawan untuk menjaga rahasia dagang minuman kopi “*Originale*” Narkopika berupa resep, bahan, peracikan, takaran dan penyajian dari setiap menu yang ada di *Coffee Shop* Narkopika, termasuk langkah hukum yang dapat diambil pemilik terkait adanya dugaan bocornya rahasia dagang tersebut. Kemudian, melakukan perekrutan karyawan yang sudah memiliki pengalaman, khususnya pada posisi barista. Dengan pengalaman yang dimiliki, barista dapat dengan mudah memahami cita rasa minuman dan memprediksi bahan, takaran serta cara meracik minuman hanya melalui sampel, tanpa harus memperoleh informasi secara detail. Dengan demikian, resep minuman yang menjadi rahasia dagang tetap dapat terjaga. Perlindungan hukum terhadap informasi rahasia dagang untuk resep minuman kopi “*Originale*” Narkopika yang menjadi ciri khas *Coffee Shop* Narkopika adalah perlindungan hukum preventif, yaitu dengan cara melakukan sosialisasi dan seminar bagi para pelaku usaha kedai kopi terkait dengan persaingan usaha yang sehat dan menciptakan produk hukum berupa peraturan daerah mengenai persaingan usaha kuliner. Perlindungan hukum represif dapat dilakukan apabila kecurigaan pemilik dapat dibuktikan secara sah dan meyakinkan. Dalam hal ini, sanksi atau denda yang dikenakan pada pelaku ialah yang diatur dalam Pasal 17 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Resep Minuman, Kopi

**REVIEW OF LEGAL PROTECTION FOR NARKOPIKA
"ORIGINALE" COFFEE DRINK RECIPE
(Case Study at Narkopika Coffee Shop, Pontianak City)**

ABSTRACT

Trade secret information in coffee shops has a high selling value because it can provide greater profits from the sales results. This situation raises deep concerns for the owners, who realize that in the absence of clear legal protection, their trade secrets can be easily misused by other parties. Therefore, the owner is of the opinion that it is very important to immediately implement appropriate legal protection measures, such as those stipulated in the Trade Secrets Act, to protect the innovations and intellectual assets that are the competitive advantage of his business. Based on the description above, the author is interested in researching the Review of Legal Protection of Narkopika "Originale" Coffee Drink Recipe (Case Study at Narkopika Coffee Shop, Pontianak City).

This type of research is empirical juridical research. The data used in this study are primary data obtained by direct interview methods with related parties and secondary data obtained from primary and secondary legal materials. The data obtained were analyzed by qualitative analysis techniques.

The results of this study conclude that, in the clause of the employment contract agreement, the owner of the Narkopika Coffee Shop must state in writing, clearly and expressly the employee's obligation to maintain the trade secret of "Originale" Narkopika coffee drinks in the form of recipes, ingredients, compounding, dosage and presentation of each menu in the Coffee Shop Narcotics, including legal steps that can be taken by the owner regarding the alleged leakage of trade secrets. Then, recruit employees who already have experience, especially in the position of barista. With their experience, baristas can easily understand the taste of drinks and predict ingredients, dosages and how to mix drinks only through samples, without having to obtain detailed information. Thus, beverage recipes that are trade secrets can still be maintained. Legal protection of trade secret information for the "Originale" Narkopika coffee drink recipe that is characteristic of Narkopika Coffee Shop is preventive legal protection, namely by conducting socialization and seminars for coffee shop business actors related to healthy business competition and creating legal products in the form of regional regulations regarding culinary business competition. Repressive legal protection can be carried out if the owner's suspicion can be proven legally and convincingly. In this case, the sanctions or fines imposed on the perpetrators are regulated in Article 17 of Law Number 30 of 2000 concerning Trade Secrets.

Keywords: *Legal Protection, Beverage Recipes, Coffee*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia mengalami pertumbuhan pesat dalam industri *Coffee Shop* beberapa tahun terakhir ini. Munculnya berbagai jenis minuman kopi kekinian telah menarik perhatian masyarakat terutama kalangan muda. Persaingan yang semakin ketat di sektor ini mendorong setiap pelaku usaha untuk menciptakan produk yang unik dan menarik salah satunya melalui pengembangan resep rahasia yang berkualitas. Resep ini tidak hanya menjadi penentu cita rasa, tetapi merupakan aset berharga yang memiliki nilai ekonomis tinggi bagi masing-masing pemilik *coffee shop*. Pertumbuhan industri kopi global telah membuka peluang bisnis yang menjanjikan, menarik perhatian para pengusaha untuk berinvestasi dan menciptakan konsep yang unik dalam dunia perkopian.

Bisnis merupakan aktivitas komersial yang dilakukan oleh individu atau organisasi untuk menghasilkan barang atau jasa demi memperoleh keuntungan. Bisnis sangat berkaitan dengan persaingan dan seringkali terjadi persaingan usaha yang tidak sehat. Persaingan usaha tidak sehat adalah praktik bisnis yang dilakukan oleh perusahaan atau pelaku usaha untuk memperoleh keuntungan dengan cara yang tidak etis atau melanggar peraturan perundang-undangan. Tindakan ini di anggap dapat memonopoli posisi dengan mencegah calon pesaing dan menyingkirkan pesaing secara tidak wajar, mereka beranggapan jika

semakin banyak pelaku usaha yang terlibat dalam proses persaingan maka keuntungan bagi pelaku usaha itu semakin berkurang.¹

Potensi adanya persaingan usaha yang tidak sehat menjadikan Pemerintahan Indonesia menciptakan instrumen hukum yang dapat memberikan perlindungan hukum terhadap para pelaku usaha. Tujuannya ialah memberikan kepastian hukum dan mencegah jika terjadi persaingan yang curang khususnya yang terkait informasi rahasia dagang dalam sebuah bisnis. Ditegaskan dalam Pasal 1 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang bahwa, “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”.² Dalam pengertian ini dapat dipahami bahwa yang dimaksud dengan rahasia dagang adalah informasi yang bernilai ekonomis dan berguna untuk kegiatan usaha, sehingga dijaga kerahasiaannya oleh pemilik usaha.

Selanjutnya, pada Pasal 2 disebutkan bahwa, “Lingkup perlindungan Rahasia Dagang meliputi metode produksi, metode pengolahan, metode penjualan, atau informasi lain di bidang teknologi dan/atau bisnis yang memiliki nilai ekonomi dan tidak diketahui oleh masyarakat umum”.³ Artinya, semua hal yang dilakukan pelaku usaha dalam menjalankan usahanya, berhak dirahasiakan oleh pelaku usaha, apabila merasa informasi tersebut bernilai ekonomis dan

¹ Meitha Fadhilah. 2019. Penegakan Hukum Persaingan Usaha Tidak Sehat oleh Komisi Pengawas Persaingan (KPPU) dalam Kerangka Ekstrateritorial, *Jurnal Wawasan Yuridika*, Vol. 3(1), hal. 61.

² Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang, Pasal 1.

³ Ibid, Pasal 2.

menjadi ciri khas usahanya, serta berpotensi mengganggu kelangsungan usahanya apabila bocor atau tersebar ke pihak lain.

Rahasia dagang bagi pelaku usaha dapat berupa rahasia terkait dengan manajemen, yaitu tentang pengelolaan usaha, pengelolaan sumber daya dan personalia dan strategi pemasaran yang dilakukan. Informasi mengenai proses produksi dan daftar klien/konsumen (jika ada) perlu pula dirahasiakan oleh pemilik usaha. Pada aspek ini, apabila pelaku usaha memiliki cabang usaha di tempat yang lain, maka rahasia dagang berupa keberhasilannya dalam usahanya perlu dijaga, karena di dalamnya tentu terdapat aspek pengelolaan dan pengolahan yang menjadi kunci suksesnya dalam berbisnis.

Sementara pada aspek merek dagang, sudah tentu menjadi identitas pemilik usaha yang tidak dibenarkan untuk digunakan oleh orang lain. Hal ini secara jelas dan tegas diatur dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang yang menjelaskan bahwa pengalihan hak lisensi hanya dapat dilakukan melalui, “Pewarisan, hibah, wasiat, perjanjian tertulis dan sebab-sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan”.⁴ Artinya, selain penyebab sebagaimana yang diatur dalam peraturan perundang-undangan di atas, pihak lain tidak dibenarkan untuk menggunakan lisensi atau merek usaha.

Indonesia merupakan negara berkembang yang perlu mengupayakan adanya persaingan yang tangguh di kalangan dunia usaha termasuk dalam industri *coffee shop*. Hal itu sejalan dengan kondisi global di bidang perdagangan

⁴ Ibid, Pasal 5

dan investasi, di mana sektor kuliner, khususnya kopi mengalami pertumbuhan yang signifikan. Daya saing yang kuat dalam industri *coffee shop* dapat memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian lokal.⁵ Dalam konteks ini, rahasia dagang biasanya mengenai suatu resep masakan atau resep minuman yang dimana makanan dan minuman tersebut memiliki nilai ekonomis yang sangat tinggi dan dapat meningkatkan perekonomian dari si pemilik inovasi tersebut. Resep minuman yang menjadi ciri khas menjadi salah satu aset penting bagi para pelaku usaha *coffee shop*.

Rahasia Dagang didefinisikan sebagai informasi yang tidak diketahui umum dibidang teknologi atau bisnis, memiliki nilai ekonomi karena bersifat rahasia, dan dijaga kerahasiaannya oleh pemilik informasi tersebut. Informasi yang dapat dianggap sebagai rahasia dagang mencakup cara, metode, proses produksi, sistem distribusi, atau informasi lain di bidang teknologi atau bisnis. Rahasia dagang merupakan bagian HaKI.⁶ Dasar pemikiran untuk perlindungan informasi rahasia di bawah persetujuan TRIPs adalah sama dengan dasar pemikiran untuk perlindungan bentuk HAKI yang lain, seperti hak cipta, paten, desain, merek.⁷ Untuk menjamin pihak yang melakukan investasi mengembangkan konsep, ide dan informasi yang bernilai komersial dan dapat bermanfaat dari investasi itu dengan memperoleh hak eksklusif untuk

⁵ Ibid, Penjelasan Umum.

⁶ Syahriyah Semaun. 2011. Perlindungan Hukum Terhadap Rahasia Dagang, *Jurnal Hukum Diktum*, Vol. 9 (1), hal. 31.

⁷ Setyoningsih. 2021. "Apa itu Trips Agreement?" Tersedia pada: <https://journal.umy.ac.id/index.php/jphk/article/view/11749>. (Diakses 16 November 2024)

menggunakan konsep informasi, maupun mencegah pihak lain menggunakannya atau mengungkapkannya tanpa izin.

Rahasia dagang tidak harus diatur dalam satu Undang-Undang yang bersifat khusus, namun dapat pula diatur dalam suatu Undang-Undang umum yang terkait dengan perlindungan Rahasia Dagang seperti tercantum dalam Pasal 1338 KUHPerdata dimana semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku bagi mereka yang membuatnya dan harus dilaksanakan dengan itikad yang baik, Pasal 1365 KUHPerdata, Pasal 322 ayat (1) KUHP dan Pasal 323 ayat (1) KUHP dimana di dalam Undang-Undang tersebut juga telah mengatur perlindungan rahasia dagang dan sanksi bagi yang melanggarnya.

Indonesia ialah negara yang sudah melakukan ratifikasi terhadap “*Agreement Establishing the World Trade Organization*” yang di dalamnya mencakup “*Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights*” (Persetujuan TRIPs) dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994, yang mana setelah melakukan ratifikasi, akhirnya dapat melahirkan sebuah pengakuan akan rahasia dagang dengan diundangkannya Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang (disebut UU RD) pada tanggal 20 Desember 2000. Lahirnya UUD RD ialah bentuk perlindungan oleh negara terhadap hasil karya ataupun ide masyarakat Indonesia. Dibuatnya Undang-Undang ini dilatar belakangi oleh terjadinya persaingan para pengusaha yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan pengusaha guna memperoleh keuntungan. Untuk mendapatkan keuntungan tersebut sering kali pengusaha melakukan berbagai upaya curang guna memenangkan persaingan usaha.

Tidak adanya suatu perlindungan yang diberikan terhadap informasi yang dianggap Rahasia Dagang memiliki efek negatif bagi suatu bisnis yang telah dijalani oleh pelaku usaha tersebut, dikarenakan apabila di kemudian hari terhadap suatu kecurangan atau persaingan usaha yang tidak sehat maka ditakutkan pemilik usaha tersebut yang merasa dirugikan tidak dapat mempertahankan ekstitensi bisnis yang ia geluti di dalam usaha tersebut. Apabila informasi tersebut tidak dilindungi dikhawatirkan terjadi suatu pembocoran dan pencurian terhadap informasi yang dirahasiakan dan timbul kecurangan di dalam persaingan usaha, dikarenakan pemilik informasi tersebut ialah ia yang memiliki hak atas informasi yang ia miliki dan tidak ada satu orang pun yang boleh menggunakan informasi tersebut. Jadi, informasi tersebut dalam bidang dunia bisnis harus mendapatkan suatu perlindungan hukum agar terciptanya kepastian hukum bagi pemilik informasi tersebut.⁸

Kecurangan di dalam persaingan usaha tersebut tak jarang mengakibatkan terjadinya konflik atau problematika antar pengusaha, pengusaha dengan pekerja, maupun pengusaha dengan mantan pekerjanya.⁹ Semakin berkembangnya zaman membuat banyak pelaku usaha mengembangkan bisnisnya dalam usaha *franchise*. Model usaha ini yang sekarang paling diminati ialah *franchise food and beverge* (disebut *franchise f & B*). *Franchise* ini adalah salah satu usaha yang berpotensi tinggi mengalami kemajuan dan perkembangan. Biasanya *F & B* mengikuti perkembangan zaman di masyarakat,

⁸ Bella Putri, A. 2018. Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Rahasia Dagang Berupa Metode Pembuatan Barang. *Jurnal Hukum Untag*, 5. <http://repository.untag-sby.ac.id/1003/7/JURNAL.pdf>.

⁹ Chandrika Riandani Septian. 2019. Perlindungan Hukum Perjanjian Lisensi Rahasia Dagang di Indonesia, *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*. Vol. 2 (1), hal 9.

sehingga terjadi peningkatan secara terus-menerus terhadap F & B. Sama halnya dengan F & B di bidang *coffee shop*.¹⁰

Pada masa kini bisnis *coffee shop* sangat menjanjikan, maraknya usaha ini menyebabkan terjadinya persaingan yang sangat ketat. Saat ini *coffee shop* adalah tempat yang digemari oleh sebagian besar kaum muda. Dalam usaha *coffee shop*, barista adalah profesi yang paling diminati. Barista merupakan profesi yang saat ini mulai berkembang bagi masyarakat yang gemar meminum kopi. Barista pun semakin berkembang seiring dengan tersebarnya bisnis *coffee shop* di seluruh Indonesia. Tak jarang pula terdapat barista yang ingin memakai resep produk perusahaannya untuk bisnisnya sendiri, dikarenakan ia ingin membuka usaha *coffee shop*. Hal tersebut membuat barista melakukan pengungkapan Rahasia Dagang kepada pihak ketiga. Sehingga berpotensi merugikan tempat ia bekerja sebelumnya.

UU RD pada kenyataannya mengandung banyak kekosongan norma yang disebabkan minimnya informasi terkait pengaturan yang terdapat di dalamnya. Namun, pada Pasal 11 diungkapkan bahwa:

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

¹⁰ Vivianisa. 2024. "Apa itu F&B?" Tersedia pada <https://glints.com/id/lowongan/fnb-adalah/>. (Diakses 16 November 2024).

Artinya, tersedianya kesempatan pemilik rahasia dagang untuk melakukan gugatan merupakan suatu bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh Negara kepada pelaku usaha untuk melindungi rahasia dagangnya. Sekaligus memberikan peringatan bagi pihak-pihak lain yang berusaha menggunakan rahasia dagang orang lain, agar tidak melakukan perbuatan tersebut, karena dapat berakibat hukum.

Rahasia dagang pada bisnis *coffee shop* yaitu metode khusus pembuatan kopi, komposisi, resep, bahan biji kopi. Terkait dengan hal ini, rahasia dagang yang menjadi permasalahan adalah potensi kebocoran resep oleh mantan barista, yang memutuskan untuk bekerja pada *Coffee Shop* lain. Dapat diketahui bahwa pelaku usaha masih belum sepenuhnya mengetahui tentang UU Rahasia Dagang sehingga belum mempunyai upaya hukum dan kurangnya perlindungan hukum yang diberikan untuk metode-metode *coffee shop* yang dijalankan si pemilik rahasia dagang jika ada oknum yang ingin mencuri informasi rahasia dagangnya.¹¹

Tentunya informasi rahasia dagang dalam *coffee shop* memiliki nilai jual tinggi dikarenakan dapat memberikan keuntungan yang lebih besar dari hasil penjualannya. Dalam kenyataan hasil pra observasi yang penulis lakukan pada *Coffee Shop* Narkopika menunjukkan bahwa terjadinya kasus pembocoran resep asli pada minuman kopi “*Originale*” yang menjadi ciri khas *Coffee Shop* Narkopika. Hal ini dilakukan oleh mantan barista yang memilih untuk keluar

¹¹ Bhakti, Indra Swasti Gama. 2017. Rahasia Dagang Dalam Usaha Franchise di Bidang Kuliner, Literasi Hukum, Vol. 1(1).

karena mendapatkan promosi dan penawaran gaji yang lebih tinggi, kemudian pindah bekerja dari *coffee shop* tersebut. Pemilik merasa sangat dirugikan karena rahasia dagangnya berupa resep minuman kopi ciri khas *Coffee Shop* Narkopika tersebar dan mungkin saja digunakan oleh pihak lain tanpa izin. Hal ini berpotensi mengakibatkan hilangnya keunggulan kompetitif yang dimilikinya.

Meskipun belum dapat dibuktikan bahwa resep minuman kopi “*Originale*” yang menjadi ciri khas *Coffee Shop* Narkopika digunakan oleh mantan barista di tempat kerja yang sekarang atau digunakan oleh pihak ketiga, kehilangan keunikan dan kualitas akibat kebocoran resep tersebut dapat saja memberikan dampak negatif yang signifikan bagi keberlangsungan usaha, yaitu menurunnya jumlah konsumen atau kualitas minuman di mata konsumen. Pemilik *coffee shop* merasa tidak dapat mengambil tindakan hukum yang tegas terhadap mantan barista yang membocorkan resep minuman tersebut, dikarenakan tidak adanya perjanjian formal yang mengatur kerahasiaan informasi antara mereka.

Situasi ini menimbulkan kekhawatiran yang mendalam bagi pemilik, yang menyadari bahwa tanpa adanya perlindungan hukum yang jelas, rahasia dagang yang dimiliki dapat dengan mudah disalahgunakan oleh pihak lain. Oleh karena itu, pemilik berpendapat bahwa sangat penting untuk segera menerapkan langkah-langkah perlindungan hukum yang sesuai, seperti yang diatur dalam Undang-Undang Rahasia Dagang, untuk melindungi inovasi dan aset intelektual yang menjadi keunggulan kompetitif bisnisnya.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai
TINJAUAN PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP RESEP MINUMAN

KOPI “ORIGINALE” NARKOPIKA (Studi Kasus di *Coffee Shop* Narkopika Kota Pontianak) dengan harapan para pelaku usaha memahami pentingnya perjanjian kerja dengan pekerja dalam upaya menjaga rahasia dagang dan perlindungan secara hukum untuk rahasia dagang, sehingga dapat mencegah terjadinya pelanggaran terhadap rahasia dagang yang dapat merugikan pelaku usaha.

B. Rumusan Masalah

Sehubungan dengan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apa sajakah yang harus dilakukan oleh pemilik *Coffee Shop* Narkopika untuk menjaga rahasia dagang terhadap resep minuman kopi “*Originale*” Narkopika?
2. Bagaimanakah perlindungan hukum terhadap informasi rahasia dagang untuk resep minuman kopi “*Originale*” Narkopika yang menjadi ciri khas *Coffee Shop* Narkopika?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan hal-hal yang harus dilakukan oleh pemilik *Coffee Shop* Narkopika untuk menjaga rahasia dagang terhadap resep minuman kopi “*Originale*” Narkopika.

2. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap informasi rahasia dagang untuk resep minuman kopi “*Originale*” Narkopika yang menjadi ciri khas *Coffee Shop* Narkopika.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur mengenai perlindungan hukum bagi pemilik usaha *coffee shop* dan memperjelas pentingnya perjanjian kerja antara pekerja dan pemilik *coffee shop*. Mengetahui lebih dalam mengenai bentuk tindakan atau perbuatan yang dianggap melanggar rahasia dagang dalam hal perpindahan pekerja dari satu *coffee shop* ke *coffee shop* lainnya. Memperkaya konsep dan prinsip Hukum perlindungan rahasia dagang dalam konteks industri *coffee shop* yang dapat diaplikasikan secara lebih spesifik pada sektor kuliner.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan sebagai panduan sumber informasi berguna bagi para praktisi di lapangan serta masyarakat luas terutama bagi pemilik *coffee shop* yang telah menyediakan lapangan pekerjaan dan merancang sistem operasional kerja untuk pekerja yang telah menyepakati perjanjian kerja tersebut.

E. Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian ini berdasarkan pada beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai karakteristik yang relatif sama dalam hal tema kajian,

meskipun berbeda dalam hal substansi dan materinya. Penelitian yang akan dilakukan mengenai “Tinjauan Perlindungan Hukum terhadap Resep Minuman Kopi “*Originale*” Narkopika (Studi Kasus di *Coffee Shop* Narkopika Kota Pontianak)”. Terdapat beberapa penelitian yang serupa dengan penelitian ini, yaitu:

1. Marta Lena Lubis, Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Jambi, 2021, Judul Skripsi “Perlindungan Hukum Rahasia Dagang Terhadap Informasi Bisnis Setelah Berakhirnya Perjanjian Kerja Di Kota Jambi (Studi Cafe “NextLevel” Jambi)”. Hasil penelitian ini adalah dasar hukum perlindungan rahasia dagang Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 sepenuhnya belum tercapai dengan maksimal, dan penerapannya belum cukup untuk menjamin dan mencegah terjadinya kesadaran akan pentingnya penegakan hukum yang seringkali tidak tegas dalam kasus pelanggaran dan juga kesadaran akan pentingnya rahasia dagang di kalangan karyawan yang masih rendah. Masih banyak terjadi kasus bocornya resep bahan utama yang dilakukan oleh mantan barista yang pindah bekerja ke *coffee shop* lainnya.¹²
2. Febriana Nur Hayati, Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020, Judul Skripsi “Tinjauan Perlindungan Hukum Terhadap Rahasia Dagang dalam Bisnis *Coffee Shop* (Studi Penelitian di *Coffee Shop* Kota Solo)”. Hasil Penelitian ini adalah lebih menekankan pada rendahnya kesadaran pemilik *coffee shop* mengenai

¹² Lubis, Marta Lena. 2021. *Perlindungan Hukum Rahasia Dagang Terhadap Informasi Bisnis Setelah Berakhirnya Perjanjian Kerja Di Kota Jambi (Studi Cafe “NextLevel” Jambi)*. (Skripsi), Universitas Jambi, Hal 55

pentingnya perlindungan rahasia dagang dan sulitnya penegakan hukum dalam kasus pelanggaran rahasia dagang. Terdapat kasus dimana pemilik menggugat mantan karyawannya karena melanggar rahasia dagang dan diharuskan membayar ganti rugi serta menghentikan penggunaan resep tersebut.¹³

3. Talitha Shabrina Faramukti, Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Islam Indonesia, 2019, Judul Skripsi “Perlindungan Hukum Rahasia Dagang Atas Informasi Bisnis dalam Perjanjian Kerja di Kabupaten Sleman (Studi Cafe “Ideologi Cafe” di Sleman)”. Hasil Penelitian ini adalah masih kurangnya pemahaman karyawan mengenai pentingnya menjaga kerahasiaan informasi bisnis dan penelitian skripsi ini lebih menekankan kepada proses penegakan hukum terkait pelanggaran rahasia dagang yang terkadang mengalami kendala, terutama dalam hal bukti dan prosedur hukum. Kendala ini mencakup kesulitan dalam mendokumentasikan pelanggaran yang terjadi, serta tantangan dalam menerapkan ketentuan hukum yang berlaku di lapangan. Selain itu, proses hukum yang berlarut-larut dan kompleks sering kali menghambat upaya pemilik usaha untuk melindungi informasi bisnis mereka secara efektif.¹⁴

¹³ Hayati, Febriana Nur. 2020. *Tinjauan Perlindungan Hukum terhadap Rahasia Dagang dalam Bisnis Coffee Shop (Studi Penelitian di Coffee Shop Kota Solo)*. (Naskah Publikasi), Universitas Muhammadiyah Surakarta, hal. 9-10.

¹⁴ Faramukti, Talitha Sabrina. 2019. Perlindungan Hukum Rahasia Dagang Atas Informasi Bisnis dalam Perjanjian Kerja di Kabupaten Sleman (Studi Cafe “Ideologi Cafe” di Sleman). *JIPRO: Journal of Intellectual Property*, Vol. 4(2), hal. 48.

F. Kerangka Teori

Kerangka teoritis adalah dukungan dasar teoritis sebagai dasar pemikiran dalam rangka pemecahan masalah yang dihadapi peneliti. Kerangka teori adalah kerangka pemikiran atau butir-butir pendapat, teori, tesis mengenai sesuatu kasus atau permasalahan yang menjadi bahan perbandingan, pegangan teoritis.¹⁵ Dengan demikian di dalam melakukan suatu penelitian diperlukan adanya kerangka teoritis bahwa untuk memberikan landasan yang baik pada umumnya setiap penelitian haruslah selalu disertai dengan pemikiran-pemikiran teoritis.¹⁶ Kerangka teori yang dijadikan dasar dalam suatu penelitian adalah teori-teori hukum yang telah dikembangkan oleh para ahli dalam berbagai kajian dan temuan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah:

1. Kopi

Kopi merupakan tanaman tahunan yang bukan berasal dari Indonesia, melainkan dari wilayah Afrika. Tanaman kopi tergolong dalam famili *Rubiaceae*, genus *Coffea*. Terdapat 100 spesies yang termasuk dalam genus *Coffea*, tetapi hanya tiga spesies di antaranya yang dibudidayakan oleh masyarakat Indonesia, yaitu *Arabika*, *Robusta*, dan *Liberika*.¹⁷ Pemanenan buah kopi yang umum dilakukan dengan cara memetik buah yang telah masak pada tanaman kopi adalah berusia mulai sekitar 2,5 – 3 tahun. Buah matang ditandai oleh perubahan warna kulit buah. Kulit buah berwarna hijau tua adalah buah masih muda, berwarna kuning adalah setengah masak dan jika

¹⁵ M. Solly Lubis, 1994, *Filsafat Ilmu dan Penelitian*, Bandung: Mandar Maju, Hal 80.

¹⁶ Rommy Hanitjio Soemitro, 1990, *Metodologi Penelitian Hukum*, Jakarta: Ghalia Indonesia Hal. 37.

¹⁷ Enny Randriani. 2018. *Pengenalan Varietas Unggulan Kopi*. Jakarta: IAARD Press, hal. 4

berwarna merah maka buah kopi sudah masak penuh dan menjadi kehitam-hitaman setelah masak penuh terlampaui (*over ripe*).¹⁸

Untuk mendapatkan hasil yang bermutu tinggi, buah kopi harus dipetik dalam keadaan masak penuh. Kopi robusta memerlukan waktu 8–11 bulan sejak dari kuncup sampai matang, sedangkan kopi arabika 6 sampai 8 bulan. Beberapa jenis kopi seperti kopi liberika dan kopi yang ditanam di daerah basah akan menghasilkan buah sepanjang tahun sehingga pemanenan bisa dilakukan sepanjang tahun. Kopi jenis robusta dan kopi yang ditanam di daerah kering biasanya menghasilkan buah pada musim tertentu sehingga pemanenan juga dilakukan secara musiman.

Terdapat pemanenan secara alami yaitu seperti yang terjadi pada kopi luwak. Luwak atau lengkapnya musang luwak, senang sekali mencari buah-buahan yang cukup baik dan masak (termasuk buah kopi) sebagai makanannya. Luwak akan memilih buah kopi yang betul-betul masak sebagai makanannya. Dalam proses pencernaannya, biji kopi yang dilindungi kulit keras tidak tercerna dan akan keluar bersama kotoran luwak. Biji kopi seperti ini, pada masa lalu sering diburu para petani kopi, karena diyakini berasal dari biji kopi terbaik dan telah difermentasikan secara alami dalam perut luwak, dan oleh karenanya disebut kopi luwak. "Kopi Luwak" sekarang telah menjadi merek dagang dari sebuah perusahaan kopi.¹⁹ Umumnya, kopi dengan merek ini dapat ditemui di pertokoan atau kafe atau kedai modern. Di

¹⁸ Bambang Prastowo, dkk. 2010. *Budidaya dan Pasca Panen Kopi*. Jakarta: Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan, hal. 41.

¹⁹ Ibid, hal. 42

beberapa tempat ditemukan penyajian kopi luwak. Namun belum tentu racikan kopi yang dijual disana benar-benar berasal dari luwak atau tepatnya "kotoran" luwak. Untuk pemasaran kopi jenis ini ke mancanegara memang harus memperhatikan kebersihannya.²⁰

2. Konsep Rahasia Dagang

Rahasia Dagang dikenal juga dengan sebutan *Undisclosed Information* (WTO/TRIPs) atau *Confidential Information* (Inggris), atau *Trade Secret* (Amerika), dan Indonesia menyebutnya Rahasia Dagang, yang merupakan alih bahasa dari *Trade Secret*. Adanya penamaan yang berbeda ini tidak membedakan pemahaman yang terkandung di dalamnya. Khusus Indonesia penerapannya hanya diberlakukan pada informasi bisnis. Tidak untuk misalnya perselingkuhan selebritis. Rahasia dagang merupakan kunci suksesnya pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya, yang di dalamnya terdapat banyak hal yang bersifat ciri khas atau *signature* dan lisensi usaha, dimana untuk memperoleh atau menciptakannya memerlukan usaha, kerja keras dan proses serta dinamika di awal-awal menjalankan usaha, sehingga penting untuk dilindungi. Perlindungan rahasia dagang diatur dalam Undang-Undang Nomor 30 tahun 2000 tentang Rahasia Dagang.

Rahasia Dagang sudah merupakan hal yang lazim dalam dunia usaha. Permasalahan kerahasiaan yang berhubungan dengan rahasia perusahaan, telah memperoleh perhatian oleh Pengadilan sejak awal abad kesembilan

²⁰ Ibid

belas.²¹ Pasal 1 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang bahwa, “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”.²² Pengertian lain dari rahasia dagang ialah, merupakan setiap informasi yang dapat digunakan dalam suatu perdagangan yang tidak merupakan informasi umum dan memiliki nilai ekonomis.²³

Rahasia Dagang berkembang mengikuti industrialisasi dan budaya yang bersifat kompetitif dan individualistik. Rahasia dagang pada masyarakat barat dianggap sebagai “*Private Rights*” karena rahasia yang dihasilkan dari intelektualitas manusia yang telah berkorban menggunakan pikiran, tenaga, dan biaya yang tinggi. Sebaliknya budaya timur menganggap rahasia dagang sebagai “*Public Rights*” yang merupakan milik bersama.²⁴ Perbedaan ini tidak mendukung perlindungan terhadap rahasia dagang pada umumnya.

Menurut UU Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang, Rahasia Dagang mencakup informasi yang memenuhi kriteria berikut:

a. Tidak Diketahui oleh umum:

Informasi tersebut tidak bisa diketahui atau di akses oleh orang-orang yang biasanya berhubungan dengan jenis informasi tersebut.

²¹ Widjaja, Gunawan. 2001. *Rahasia Dagang*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, hal. 1.

²² Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang, Pasal 1.

²³ Ramadhan, M. Citra, dkk. 2023. *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual*. Medan: Universitas Medan Area Press, hal. 82

²⁴ Ali, Jovansyah dan Heru Sugiyono. 2024. Strategi Pengamanan Informasi terkait Rentannya Kebocoran Rahasia Dagang oleh Karyawan. *Jurnal Kertha Semaya*, Vol. 12 (3), hal. 497.

b. Nilai Ekonomi:

Informasi tersebut memiliki nilai ekonom bagi pemiliknya karena kerahasiaannya.

c. Upaya Untuk Menjaga Kerahasiaan:

Pemilik informasi telah mengambil langkah-langkah yang wajar untuk menjaga kerahasiaan informasi tersebut.

3. Jenis-Jenis Rahasia Dagang

Dalam usaha *Coffee Shop* Rahasia dagang memainkan peranan penting dalam keberlangsungan dan daya saing sebuah *coffee shop*. Informasi yang dianggap rahasia ini dapat memberikan keunggulan kompetitif dan membantu dalam menarik serta mempertahankan pelanggan. Secara umum, objek yang dilindungi dalam rahasia dagang diantaranya adalah, Formula/resep, metode pengolahan bahan-bahan kimia dan makanan, daftar konsumen, tingkat kemampuan debitur dalam mengembalikan kredit, perencanaan, tabulasi data, informasi teknik manufaktur, rumus-rumus perancangan, rencana pemasaran, perangkat lunak computer, kode-kode akses, *Personal Identification Number* (PIN), data pemasaran, rencana usaha dan informasi.²⁵

Dalam industri *coffee shop*, terdapat berbagai jenis rahasia dagang yang perlu dilindungi agar bisnis dapat beroperasi dengan sukses. Salah satu jenis rahasia dagang yang paling krusial dalam *coffee shop* adalah resep minuman

²⁵ Ramadhan, M. Citra, Fitri Yanni Dewi Siregar, & Bagus Firman Wibowo. 2023. *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual*. Medan: Universitas Medan Area Press, hal. 83

yang menjadi ciri khas atau identitas usaha. Resep kopi yang unik, campuran bahan dan metode penyajian dapat menjadi pembeda utama antara satu *coffee shop* dengan yang lainnya. Misalnya, banyak coffee shop yang memiliki campuran biji kopi khusus atau metode penyeduhan yang tidak umum, yang memberi cita rasa khas pada produk mereka.

Kepemilikan resep yang unik tidak hanya menarik pelanggan tetapi dapat menciptakan loyalitas. Ketika pelanggan menemukan rasa yang mereka sukai dan tidak dapat menemukan di tempat lain, mereka cenderung kembali. Oleh karena itu, melindungi resep dan formula ini dari kebocoran sangat penting. Pemilik *coffee shop* sering kali menggunakan perjanjian kerahasiaan (NDA) dengan karyawan untuk memastikan bahwa informasi ini tidak disebarluaskan. Selain resep, proses produksi juga merupakan rahasia dagang yang penting. Proses ini mencakup langkah-langkah untuk membuat produk, mulai dari pemilihan biji kopi, teknik pemanggangan, hingga penyeduhan. Setiap *Coffee shop* tentu memiliki metode produksi yang berbeda-beda yang menurutnya efisien dan efektif untuk menghasilkan produk berkualitas tinggi dengan biaya yang lebih rendah. Strategi pemasaran dan data pelanggan juga inovasi produk juga termasuk bagian dari rahasia dagang yang perlu dilindungi.

4. Perlindungan Hukum terhadap Rahasia Dagang

Perlindungan hukum terhadap rahasia dagang di Indonesia didasarkan pada Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang. Undang-undang ini memberikan perlindungan hukum rahasia dagang dengan syarat

bahwa informasi tersebut harus bersifat rahasia, memiliki nilai ekonomi, dan dijaga kerahasiannya melalui upaya sebagaimana mestinya. Perlindungan hukum rahasia dagang juga dapat diberikan berdasarkan kontrak. Perjanjian kerja harus memuat klausul yang melarang penyalahgunaan atau pembocoran informasi rahasia dagang. Pihak yang menerima rahasia dagang harus mengganti rugi jika terjadi pelanggaran.

Perjanjian kerja harus memuat informasi tentang nama, alamat perusahaan, jenis usaha, dan lain-lain untuk memastikan keabsahan perjanjian. Selain perlindungan berdasarkan kontrak, rahasia dagang juga dilindungi oleh KUHP. Pasal 322 ayat (1) KUHP mengatur tentang kejahatan membuka rahasia, sedangkan Pasal 323 ayat (1) KUHP mengatur tentang hal memberitahukan hal-hal khusus tentang suatu perusahaan dagang.²⁶ Pelanggaran rahasia dagang dapat dikenai sanksi pidana sesuai dengan Pasal 17 UU Rahasia Dagang. Pelanggaran rahasia dagang dapat dikenai sanksi perdata dan sanksi pidana. Pihak yang melanggar dapat dituntut untuk membayar ganti rugi dan dapat dijatuhi hukuman pidana. Penyelesaian sengketa terhadap pelanggaran rahasia dagang dapat ditempuh melalui jalur litigasi dan non-litigasi. Perusahaan harus berhati-hati dalam mengembangkan usaha bisnis untuk mencegah pelanggaran rahasia dagang. Rahasia dagang dapat melindungi haknya melalui perjanjian tertulis.

²⁶ Ramadhan, M. Citra. 2023. *Perlindungan Hukum Terhadap Rahasia Dagang Rumah Makan Yang Ditinjau Dari UU No. 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang*. Medan: Merdeka Kreasi.

Sebagai contoh, karyawan harus menandatangani suatu perjanjian dalam rangka melindungi suatu rahasia. Dalam perjanjian tersebut harus mencantumkan klausula-klausula tentang rahasia dagang serta pembuatan perjanjian-perjanjian khusus tentang rahasia dagang. Terdapat beberapa hal yang menjadi lingkup rahasia dagang yang dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Informasi tekhnikal, penelitian dan pengembangan dapat dicontohkan sebagai berikut: proses-proses, senyawa-senyawa/bahan campuran, formulaformula, riset dan pengembangan, serta informasi teknologi.²⁷
- b. Informasi tentang proses produksi contohnya sebagai berikut: biaya, informasi yang berhubungan dengan perlengkapan-perlengkapan khusus produksi, teknologi pemrosesan, spesifikasi-spesifikasi untuk proses produksi dan perlengkapannya.
- c. Informasi tentang pemasok
- d. Informasi tentang kendali mutu, yang contohnya: penjualan, laporan penjualan, informasi tentang kompetitor, informasi yang berhubungan dengan pelanggan, hasil studi dan laporan-laporan penjualan dan pemasaran, perencanaan penjualan dan pemasaran.

5. Hak Pemilik Rahasia Dagang

Hak pemilik rahasia dagang adalah hak yang dimiliki oleh pemilik rahasia dagang untuk menjaga dan mengontrol informasi rahasia dagangnya. Rahasia dagang diatur dalam Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang

²⁷ Effendy, Taufik. 2014. *Rahasia Dagang Sebagai Bagian dari Hak Kekayaan Intelektual*. Banjarmasin: FH Unlam Banjarmasin, hal. 55.

Rahasia Dagang, yang menjelaskan bahwa 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 kerahasiannya oleh pemilik rahasia dagang. Hak Pemilik Rahasia Dagang antara lain:

a. Hak Menggunakan Sendiri

Pemilik rahasia dagang memiliki hak untuk menggunakan sendiri rahasia dagang yang dimilikinya. Hal ini berarti bahwa pemilik dapat menggunakannya untuk meningkatkan keuntungan bisnisnya tanpa harus memberikan hak kepada pihak lain.

b. Hak Memberikan Lisensi

Pemilik rahasia dagang juga memiliki hak untuk memberikan lisensi kepada pihak lain untuk menggunakan rahasianya. Lisensi ini dapat diberikan melalui perjanjian lisensi yang ditandatangani oleh kedua belah pihak. Perjanjian ini harus memuat jangka waktu dan syarat-syarat yang spesifik untuk penggunaan rahasia dagang.

c. Hak Menggugat Pelanggaran

Pemilik rahasia dagang memiliki hak untuk menggugat siapapun yang dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan pemberian lisensi kepada pihak lain, atau mengungkapkan rahasianya kepada pihak ketiga. Gugatan ini dapat dilakukan untuk mendapatkan ganti rugi dan/atau menghentikan perbuatan yang dilarang tersebut.

d. Pengalihan Hak Rahasia Dagang

Pemilik rahasia dagang dapat mengalihkan haknya kepada pihak lain dengan cara yang ditentukan oleh Undang-Undang. Hal ini dapat dilakukan melalui pewarisan, hibah, wasiat, perjanjian tertulis, dan sebab-sebab lain yang dibenarkan oleh Undang-Undang.

e. Pengalihan Hak Berdasarkan Perjanjian

Pengalihan hak atas rahasia dagang harus didasarkan pada pembuatan suatu akta, terutama akta otentik. Dengan demikian, hak tersebut dapat dipertahankan dan dijamin oleh hukum.

f. Pengalihan Hak Melalui Lisensi

Pemilik rahasia dagang juga dapat mengalihkan haknya melalui suatu perjanjian lisensi. Perjanjian ini memberikan jangka waktu tertentu dengan hak yang terbatas bagi para pemegang lisensi. Dengan demikian, pemilik rahasia dagang dapat mengontrol penggunaan rahasianya dan memastikan bahwa informasi tersebut tidak digunakan secara ilegal.²⁸

Implementasi hak pemilik rahasia dagang sangat penting dalam menjaga kerahasiaannya. Berikut adalah beberapa implementasi yang dapat dilakukan:

a. Membuat perjanjian kerja

Pemilik rahasia dagang harus membuat perjanjian kerja dengan pekerja yang melarang penyalahgunaan atau pembocoran informasi rahasia

²⁸ Ramadhan, M. Citra, Fitri Yanni Dewi Siregar, & Bagus Firman Wibowo. 2023. *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual*. Medan: Universitas Medan Area Press.

dagang. Hal ini dapat membantu menjaga kerahasiannya dan mencegah pelanggaran.

b. Menggunakan teknologi keamanan

Pemilik rahasia dagang dapat menggunakan teknologi keamanan untuk melindungi informasi rahasia dagangnya. Teknologi ini dapat berupa sistem enkripsi, firewall, dan lain-lain yang dapat membantu menjaga kerahasiannya.

c. Mengadakan pelatihan

Pemilik rahasia dagang dapat mengadakan pelatihan bagi pekerja tentang pentingnya menjaga kerahasiannya. Pelatihan ini dapat membantu meningkatkan kesadaran pekerja tentang pentingnya menjaga kerahasiannya.²⁹

G. Kerangka Konsep

Rahasia dagang adalah informasi yang memiliki nilai ekonomi dan tidak diketahui oleh umum, serta dijaga kerahasiannya oleh pemiliknya. Menurut Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang, rahasia dagang mencakup segala informasi yang bersifat rahasia, termasuk formula, proses, metode, atau informasi bisnis yang memberikan keunggulan kompetitif di pasar.³⁰ Untuk dapat dikategorikan sebagai rahasia dagang, informasi tersebut harus memenuhi tiga kriteria utama, seperti informasi tersebut harus bersifat rahasia, artinya tidak dapat diakses publik, informasi tersebut harus memiliki

²⁹ Yaniarsi, Susi. 2019. Perlindungan Hukum terhadap Pemilik Rahasia Dagang yang Bersifat Komersil. *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Palembang*, Vol. 17 (2), hal 211.

³⁰ Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang, Penjelasan Umum.

nilai ekonomi yang artinya baik secara langsung maupun tidak langsung dan terakhir pemilik informasi harus mengambil langkah-langkah yang wajar untuk menjaga kerahasiaannya.

Contoh rahasia dagang dalam industri makanan dan minuman, seperti *coffee shop*, mencakup resep khusus, teknik penyajian, strategi pemasaran dan daftar pelanggan. Perlindungan rahasia dagang penting untuk memastikan bahwa informasi berharga ini tidak jatuh ke tangan pesaing, yang dapat mengakibatkan kerugian finansial dan reputasi bagi pemilik usaha. Pelanggaran rahasia dagang dapat terjadi melalui berbagai cara, seperti pencurian informasi, pengungkapan yang tidak sah oleh karyawan, atau persaingan yang tidak etis. Oleh karena itu, penting bagi pemilik usaha untuk menerapkan langkah-langkah perlindungan yang efektif, termasuk perjanjian kerahasiaan dengan karyawan dan mitra bisnis, serta pelatihan tentang pentingnya menjaga kerahasiaan informasi.³¹ Perlindungan rahasia dagang sangat penting bagi *coffee shop*, mengingat industri ini semakin kompetitif dan inovatif. Rahasia dagang, seperti resep kopi khusus, teknik penyajian, dan strategi pemasaran, memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan. Dengan menjaga kerahasiaan informasi ini, dapat membedakan produk mereka dari pesaing, menarik pelanggan dan membangun loyalitas.

Salah satu alasan utama pentingnya perlindungan rahasia dagang adalah untuk mencegah pencurian informasi pesaing. Dalam industri yang cepat

³¹ Syahriyah Semaun. 2011. Perlindungan Hukum Terhadap Rahasia Dagang, *Jurnal Hukum Diktum*, Vol. 9 (1), hal. 30.

berubah, informasi yang bocor dapat dengan mudah dimanfaatkan oleh pesaing untuk menciptakan produk serupa atau bahkan lebih baik. Hal ini dapat mengakibatkan bagi *coffee shop* yang tidak melindungi rahasia dagangnya. Selain itu, perlindungan rahasia dagang juga berkontribusi terhadap reputasi dan citra merek. Pelanggan cenderung lebih percaya pada *coffee shop* yang memiliki keunikan dalam produk dan layanan.

Jika rahasia dagang bocor dan pesaing dapat meniru produk tersebut maka nilai yang dimiliki oleh *coffee shop* tersebut hilang. Kepercayaan pelanggan dapat berkurang, yang berdampak negatif pada penjualan dan loyalitas. Resiko pelanggaran rahasia dagang *coffee shop* dapat menyebabkan kerugian finansial, kehilangan pelanggan dan kerusakan reputasi hal ini terjadi karena ketidakpahaman karyawan terhadap kerahasiaan dan seberapa penting kerahasiaan tersebut. Langkah praktis yang dapat dilakukan adalah dengan mengajarkan atau melakukan pelatihan karyawan terhadap pentingnya menjaga kerahasiaan dan penerapan kebijakan internal yang ketat dan dapat melakukan perjanjian *non-disclosure* (NDA) dengan karyawan mitra bisnis.