

Implementasi Perlindungan Perjanjian Lisensi Kepada Pencipta Resep Makanan Atau Minuman Dalam Lingkup Kuliner Dan Gastronomi

Viza Rizky Ardian, Sanusi, Erwin Aditya Pratama

Fakultas Hukum Universitas Pancasakti Tegal

Email: ardianviza19@gmail.com

Abstract

The research aims to analyze the arrangement of licensing agreements on trade secrets of Gastronomy as well as the implementation of the protection of license agreements of food and beverage recipe creators in the culinary field. The era of modernization spurs the growth of creativity and innovation in various sectors, including in the culinary industry. Nonetheless, the creators of food recipes often do not get the recognition and economic rights that deserve. This research uses the method of library research or library studies to analyze literature related to Intellectual Property Rights (IPR), especially trade secrets, as well as the implementation of license agreements in franchise businesses. The results of the study show that the arrangement of license agreements on Gastronomic trade secrets is regulated in Law Number 30 of 2000 on Trade Secrets. Implementation of protection of license agreements on food and beverage recipes in the culinary industry and franchise business requires special attention related to copyright, patents, and trade secrets. Preventive and repressive legal protection is needed to prevent violations and respond to violations that occur. This research contributes in understanding the legal aspects related to trade secrets in the context of Gastronomy and culinary business. Implications, culinary industry players can optimize their intellectual property rights, mainly related to food and beverage recipes, through licensing agreements in accordance with applicable regulations.

Keywords: *Trade Secret, Gastronomy, License Agreement, Intellectual Property Rights, Franchise.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaturan perjanjian lisensi pada rahasia dagang Gastronomi serta implementasi perlindungan perjanjian lisensi pencipta resep makanan dan minuman dalam bidang kuliner. Era modernisasi memacu pertumbuhan kreativitas dan inovasi di berbagai sektor, termasuk dalam industri kuliner. Meskipun demikian, pencipta resep makanan sering kali tidak mendapatkan pengakuan dan hak ekonomis yang layak. Penelitian ini

menggunakan metode library research atau studi pustaka untuk menganalisis literatur yang terkait dengan Hak Kekayaan Intelektual (HKI), khususnya rahasia dagang, serta implementasi perjanjian lisensi dalam bisnis waralaba. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaturan perjanjian lisensi pada rahasia dagang Gastronomi diatur dalam Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang. Implementasi perlindungan perjanjian lisensi pada resep makanan dan minuman dalam industri kuliner dan bisnis waralaba memerlukan perhatian khusus terkait hak cipta, paten, dan rahasia dagang. Perlindungan hukum preventif dan represif diperlukan untuk mencegah pelanggaran dan menanggapi pelanggaran yang terjadi. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami aspek hukum yang terkait dengan rahasia dagang dalam konteks Gastronomi dan bisnis kuliner. Implikasinya, para pelaku industri kuliner dapat mengoptimalkan hak kekayaan intelektual mereka, terutama terkait dengan resep makanan dan minuman, melalui perjanjian lisensi yang sesuai dengan regulasi yang berlaku.

Kata Kunci: *Rahasia Dagang, Gastronomi, Perjanjian Lisensi, Hak Kekayaan Intelektual, Waralaba.*

Pendahuluan

Di era modernisasi saat ini, kreativitas dalam berinovasi teknologi dan seni sangat pesat. Begitu juga dalam bidang kuliner yang mengalami kemajuan dengan adanya fasilitas pemesanan makanan daring yang cepat dan hemat. Setiap tempat makan bersaing menciptakan menu unggulan yang berbeda agar tidak dicap sama. Dua istilah menarik dalam kuliner adalah Kuliner dan *Gastronomi*. Kuliner berasal dari kata Latin '*culinarius*' yang berarti dapur, tempat memasak makanan (Sri, 2018). *Gastronomi* bermakna seni menyiapkan hidangan lezat atau ilmu tentang rasa (Ahmad, 2023). Kuliner diibaratkan sebagai koki yang menyajikan masakan, sedangkan *Gastronomi* sebagai konsumen atau kritikus makanan.

Banyak konsumen mengeluh menu di tempat makan kebanyakan hampir sama dalam rasa dan penyajian. Dibutuhkan inovasi agar variasi menu makin banyak. Salah satu inovasi populer adalah pada minuman dan makanan pendamping serta modifikasi menu utama atau menciptakan menu baru alias "*Menu Signature*". Namun, kurang apresiasi

pada pencipta *menu signature* berupa royalti padahal mengandung nilai ekonomis. Ini seharusnya dilindungi Hak Kekayaan Intelektual meliputi Hak Cipta, Paten dan Rahasia Dagang. Hak eksklusif pencipta muncul secara otomatis dalam UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta setelah ciptaan diwujudkan secara nyata. Masyarakat Ekonomi ASEAN terkait kebijakan perdagangan internasional, khususnya rahasia dagang. Rahasia dagang merujuk informasi bernilai ekonomis. Jika bocor, pemilik berpotensi rugi karena keunikannya tidak lagi menguntungkan. Pemilik berhak membagikan lewat lisensi atau melarang pihak lain memakai. Perlindungannya mirip paten dalam melindungi informasi pribadi/perusahaan, bedanya paten perlu mendaftar sementara rahasia dagang otomatis dilindungi jika memenuhi kriteria.

Praktiknya, ciptaan kuliner/*Gastronomi* atas nama tempat jualannya, bukan penciptanya. Akibatnya, hak moral dan ekonomi pencipta tidak terpenuhi walaupun mengandung unsur ekonomis bagi tempat itu. UU No. 28 Tahun 2014 Pasal 17 ayat (1) menyebutkan Hak Ekonomi tetap pada Pencipta/Pemegang Hak Cipta selama belum dialihkan seluruhnya. HAKI melindungi hasil kreativitas intelektual bernilai ekonomis dari suatu produk dengan melekat dua hak: ekonomi dan moral (Valencia, 2021). Hak Cipta bisa beralih seperti benda bergerak, yakni transfer dan assignment. Transfer adalah pelepasan Hak Cipta ke pihak lain, misalnya wasiat, jual-beli. Assignment memberi izin pemanfaatan Hak Cipta dalam jangka waktu tertentu, misalnya lisensi.

Royalti diartikan uang jasa kepada pencipta atas produk/karya intelektualnya. Atau kompensasi pemilik karya dari persentase pendapatan kotor/bersih penggunaan properti. Bisa dinegosiasikan antar pihak dalam transaksi. Pencipta bisa menjual produknya ke pihak ketiga dengan royalti di masa depan. Hal ini sesuai UU Nomor 36 Tahun 2002

(Mochammad, 2023). Penulis ingin mengangkat hak royalti pencipta resep makanan dalam kuliner yang masih kurang mendapat sorotan, padahal berguna bagi kesejahteraan mereka. Ini masuk ranah Rahasia Dagang dalam HAKI. Contohnya masalah Barista di kedai kopi yang kurang mendapat hak moral & ekonomis dari menu andalan hasil kreasinya yang diperjualbelikan. Jika royalti personal diterapkan, kesejahteraan pekerja terjaga. Hal serupa dialami Chef dan Juru Masak hotel serta kapal pesiar yang berinovasi menciptakan menu masakan dengan mengorbankan banyak hal tapi tidak mendapat royalti atas kreasinya. Mereka butuh penghasilan pasif selain gaji & service saat masih bekerja karena setelah pensiun mostly mulai usaha dari nol bahkan berjualan kaki lima. Royalti bagi pencipta seni kuliner belum mendapat atensi pemerintah. Biasanya royalti musik yang disorot. Adapun permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaturan perjanjian lisensi pada rahasia dagang *Gastronomi*?
2. Bagaimana implementasi perlindungan perjanjian lisensi pencipta resep makanan dan minuman dibidang kuliner dan *Gastronomi*?

Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka (literature review) digunakan untuk mengkaji kembali berbagai literatur yang sudah dan telah dipublikasikan oleh peneliti dan akademisi lain yang berhubungan dan memiliki topik serupa dengan penelitian yang sedang diteliti. Hal ini bertujuan untuk membandingkan dan mereferensikan solusi berdasarkan literatur yang sudah ada. Adapun dapat dikomperasikan dengan penelitian yang sedang diteliti.

1. Dr. Eddhie Praptono, S.H., M.H. Hukum HAKI (2021), Buku Berjudul : “Mengkaji Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia” . Konten dalam buku ini menggali topik-topik yang berkaitan dengan fondasi pengetahuan tentang Hak Kekayaan Intelektual, yang berasal dari wawasan para ahli dan literatur yang berfokus pada Hak Kekayaan Intelektual dalam konteks Indonesia. UU No. 28 tahun 2014, membahas peraturan Hak Cipta terbaru, bertujuan untuk mengaktualisasikan pengamanan karya berhak cipta dan penciptanya. Selanjutnya, UU No. 30 tahun 2000 secara khusus menguraikan rahasia dagang dalam Pasal 1, mendefinisikannya sebagai informasi yang tidak diungkapkan kepada publik di bidang teknologi dan bisnis. Informasi tersebut memiliki nilai ekonomi karena kegunaannya dalam kegiatan bisnis dan dikelola oleh pemilik rahasia dagang.
2. Wisnu dalam situs jurnal Myrobbin.id, Jurnal Berjudul : “Apa itu royalti dan cara kerjanya (2023)” pembahasan dalam jurnal ini mengenai pengertian royalti dan bagaimana cara mendapatkan hak royalti serta pembagian royalti menurut aturan perundang-undangan yang berlaku. Royalti memainkan peran penting dalam menumbuhkan kreativitas dan inovasi di seluruh dunia dengan menjamin pengakuan yang adil bagi para pencipta dan pemilik berbagai karya. Contoh-contoh ini mencakup visual yang dipamerkan di dinding, lagu yang disiarkan di radio, dan bahkan bahan bakar yang mendorong kendaraan kami yang bersumber dari ekstraksi minyak mentah yang terletak di properti pihak lain. Pembayaran legal ini, yang dikenal sebagai royalti, dicairkan kepada individu atau entitas sebagai kompensasi untuk pemanfaatan aset mereka secara berkelanjutan. Aset-aset ini mencakup spektrum

mulai dari karya berhak cipta dan waralaba hingga sumber daya alam. Pada dasarnya, ketika seseorang mengizinkan pihak lain untuk menggunakan properti mereka, seperti lagu atau real estat, mereka berhak menerima kompensasi untuk penggunaan tersebut, dan pembayaran ini disebut sebagai royalti.

3. Rahmat Januardi Tanjung dan Prof. Dr. Hj. Neni Sri Imaniyati S.H., M.H., Universitas Islam Bandung (2022), Jurnal Berjudul : “Konsep HKI dan Royalti dalam Pajak Usaha Waralaba”.

Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dalam model bisnis waralaba melibatkan pembayaran royalti dari pemegang lisensi kepada pemberi lisensi. Perlindungan ini mencakup berbagai bentuk, termasuk hak yang terkait dengan merek, paten, dan hak cipta. Pengenaan pajak waralaba atas royalti dilakukan melalui sistem perpajakan yang berlaku untuk badan hukum Indonesia, sebagaimana diuraikan dalam Undang-Undang Perpajakan, khususnya dirinci dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan. Undang-undang ini memasukkan ketentuan khusus dan tarif substansial yang berlaku untuk badan hukum. Khususnya, wajib pajak perusahaan dikenakan tarif pajak 25%, sedangkan wajib pajak domestik dalam bentuk perusahaan publik dengan setidaknya 40% dari total saham yang diperdagangkan di bursa saham Indonesia menghadapi tarif pajak 20%. Selain itu, wajib pajak perusahaan dengan omset kotor hingga Rp. 4.800.000.000 dikenakan 1% tarif pajak berdasarkan undang-undang ini.

4. Putri, Fiona Eriba R. (2020) *Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Rahasia Dagang Racikan Kopi Bubuk Yang Dilanggar Menurut Uu*

Rahasia Dagang Nomor 30 Tahun 2000. Other thesis, UPN "Veteran" Jawa Timur.

Rahasia dagang, sebagai komponen integral dari Hak Kekayaan Intelektual (HKI), memiliki keunggulan yang signifikan dalam memajukan kegiatan bisnis di Indonesia. Signifikansi ini digarisbawahi oleh pendekatan pemerintah yang sungguh-sungguh untuk menangani masalah ini, terbukti dalam diberlakukannya UU No. 30 tahun 2000 tentang Rahasia Perdagangan. Undang-undang ini, yang mulai berlaku pada 20 September 2000, dimotivasi oleh ratifikasi WTO/Perjanjian TRIPs melalui UU No. 7 tahun 1994 dan diundangkannya UU No. 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat. Pengenalan Undang-Undang Rahasia Dagang sejalan dengan prinsip-prinsip menyeluruh dari perjanjian TRIPs dalam kerangka WTO, menggambarkan perspektif yang kohesif. Keharusan untuk perlindungan hukum rahasia dagang lebih lanjut didukung oleh ketentuan dalam Perjanjian tentang Aspek Terkait Perdagangan Hak Kekayaan Intelektual (TRIPS), lampiran dari Perjanjian Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia. Perjanjian internasional ini diratifikasi oleh Indonesia melalui Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994, yang lebih jauh menekankan komitmen negara untuk menegakkan prinsip-prinsip yang diuraikan dalam Perjanjian TRIPS (Putri, 2023). Informasi rahasia atau rahasia dagang yang dipegang oleh perusahaan memiliki signifikansi besar bagi entitas bisnis, mengingat nilai ekonomi dan dampak langsungnya terhadap kualitas barang dan jasa yang dihasilkan. Potensi bahaya bagi perusahaan yang diakibatkan oleh pelanggaran menggarisbawahi peran penting rahasia dagang dari perspektif hukum dan ekonomi. Mengingat hubungan antara perusahaan dan

karyawan mereka, perlindungan rahasia dagang menjadi semakin penting. Dari sudut pandang yang lebih luas, perlindungan hukum untuk rahasia dagang sangat penting dan berfungsi sebagai persyaratan mendasar, terutama dalam mencegah persaingan tidak adil dari entitas bisnis lain yang terlibat dalam produksi barang atau jasa serupa. Signifikansi ini meningkat dalam konteks lanskap perdagangan global. Akibatnya, perlindungan hukum atas rahasia dagang tidak hanya mendorong persaingan yang jujur di antara entitas bisnis tetapi juga mengangkat rahasia ini menjadi komoditas berharga karena nilai ekonomi mereka yang besar.

Metode Penelitian

Para peneliti telah menggunakan metode penelitian perpustakaan, khususnya studi perpustakaan, untuk pengumpulan data. Studi perpustakaan melibatkan pengumpulan data secara sistematis menggunakan buku atau referensi sebagai sumber daya dasar untuk penelitian. Metode ini memerlukan pengambilan atau pencarian data yang diperlukan dari literatur, referensi, majalah, makalah, dan sumber terkait lainnya. Melalui pendekatan ini, para peneliti memperoleh data tertulis dengan meninjau studi yang berkaitan dengan masalah penelitian yang dihadapi. Peran studi perpustakaan yang sangat diperlukan dalam akuisisi data terbukti, karena para peneliti mengandalkan metode ini selama proses penelitian (Hamzani, et.al, 2020).

Dalam penelitian hukum normatif, metode analisis data yang diadopsi bersifat kualitatif. Analisis kualitatif melibatkan pemeriksaan kualitas data yang cermat, ditandai dengan keteraturan, ketepatan, logika, non-redundansi, dan efektivitas dalam pembentukan kalimat. Pendekatan ini bertujuan untuk menyederhanakan interpretasi data dan

meningkatkan pemahaman hasil analisis. Pada dasarnya, analisis kualitatif memerlukan pengawasan bahan hukum menggunakan konsep, teori, peraturan perundang-undangan, doktrin, prinsip-prinsip hukum, pendapat ahli, atau perspektif peneliti sebagai kerangka kerja dasar untuk analisis data (Hamzani, et.al, 2023).

Hasil Dan Pembahasan

1. Pengaturan Perjanjian Lisensi Pada Rahasia Dagang *Gastronomi*

Perlindungan rahasia dagang, yang diakui sebagai bentuk Hak Kekayaan Intelektual (HKI), sangat penting. Di Indonesia, perlindungan ini digambarkan oleh Undang-Undang No. 30 tahun 2000 tentang Rahasia Dagang, sebuah peraturan yang dibuat setelah ratifikasi Indonesia atas Organisasi Perdagangan Dunia (WTO) dan pencantumannya dalam Perjanjian tentang Aspek Terkait Perdagangan Hak Kekayaan Intelektual (TRIPS) melalui UU No. 7 tahun 1994. Sebelum adanya undang-undang ini, ketentuan untuk mengatasi persaingan bisnis yang tidak adil dimasukkan dalam KUH Perdata (KUHPerdata) dan KUHP (KUHP). Namun demikian, perlakuan terhadap praktik bisnis yang tidak adil dalam kode-kode ini bersifat umum.

Dengan diberlakukannya Undang-Undang Rahasia Dagang, peraturan khusus dirumuskan, berkonsentrasi pada perlindungan terhadap praktik komersial yang menipu terkait dengan rahasia dagang. Lebih lanjut, undang-undang ini melengkapi UU No. 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Bisnis yang Tidak Sehat. Ruang lingkup perlindungan rahasia dagang mencakup berbagai elemen, yaitu: 1) Metode produksi; 2) Metode pemrosesan; 3) Metode penjualan; 4) Informasi bisnis dan teknologi rahasia ekonomi. Perlindungan diperluas ke informasi yang bersifat rahasia dan memiliki nilai ekonomi, dijaga

secara wajar oleh pemilik. Informasi dianggap rahasia ketika terbatas pada pihak tertentu dan tidak diketahui publik. Dianggap bernilai ekonomis jika kerahasiaannya dapat meningkatkan keuntungan komersial pemilik. Dianggap telah dijaga kerahasiaannya jika pemiliknya melakukan upaya layak dan patut untuk itu.

Pelanggaran terjadi jika sengaja mengajukan, mengingkari kesepakatan atau kewajiban menjaga kerahasiaan informasi. Selanjutnya, dalam situasi di mana pihak lain memperoleh atau mengawasi informasi rahasia tersebut melalui cara yang tidak sah, perlindungan rahasia dagang berdasarkan perjanjian formal ditetapkan. Kerangka hukum ini diartikulasikan dalam Pasal 5 ayat (1) huruf d dari Undang-Undang Rahasia Dagang. Pengangkutan hak-hak yang terkait dengan rahasia dagang memerlukan tindakan otentik. Ini sangat penting karena dimensi hukum yang luas dan rumit yang terlibat, memastikan perlindungan komprehensif terhadap kepentingan para pihak yang diatur dalam perjanjian. Sayangnya UU ini tidak menyebutkan mengenai subyek hukum rahasia dagang. Padahal mengatur siapa pemilik informasi rahasia penting untuk menentukan pihak yang berhak mendapat perlindungan. Rancangan UU sebelumnya menyebutkan bahwa pemilik/penemu secara teknis yang menguasai informasi rahasia tersebut dianggap sebagai pemilik rahasia dagang. Jika ada lebih dari 1 penemu, maka pemimpin & pengawas kegiatan penemuan/perolehan informasi rahasia itulah yang dianggap pemiliknya.

Jika ditemukan dalam hubungan kerja, pemilik rahasia dagang adalah pihak yang atas perintah dan dalam dinasnya informasi rahasia tersebut diperoleh, kecuali ada perjanjian yang menyebutkan lain. Jika informasi rahasia itu dibuat atas dasar pesanan, maka pemiliknya adalah pihak pembuat informasi rahasia, kecuali diperjanjikan lain. Pihak yang

berhak mendapatkan perlindungan pidana jika terjadi pelanggaran adalah pemilik lisensi yang dicurangi, Tunduk pada kemungkinan hukuman penjara dua tahun maksimum dan / atau denda sebesar Rp300.000.000.

2. Implementasi Perlindungan Perjanjian Lisensi Pencipta Resep Makanan Dan Minuman Dibidang Kuliner Dan *Gastronomi*

Waralaba merupakan model bisnis yang berbeda di mana pemilik waralaba, yang diidentifikasi sebagai pihak pertama, memberikan hak kepada pemegang waralaba, pihak kedua, hak untuk mendistribusikan barang atau jasa dalam wilayah geografis dan jangka waktu tertentu. Otorisasi ini melibatkan penggunaan merek, logo, dan sistem operasional yang dimiliki dan dikembangkan oleh pemilik waralaba. Pembentukan hak ini diformalkan melalui perjanjian waralaba antara badan hukum, menggambarkan distribusi barang atau jasa dalam area dan jangka waktu yang ditentukan. Perjanjian waralaba menetapkan bahwa satu pihak berhak atas pencapaian tertentu, sementara pihak lain berkewajiban untuk memenuhi pencapaian ini sesuai dengan persyaratan yang disepakati.

Melalui sistem waralaba, usaha kecil di Indonesia dapat berkembang dengan mengadopsi resep, teknologi, pengemasan, manajemen layanan, dan merek dagang atau layanan dari entitas lain. Ini dicapai dengan membayar royalti berdasarkan persyaratan yang disepakati. Selain itu, mendorong pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas menjadi penting melalui program pelatihan yang dirancang untuk meningkatkan keterampilan yang diperlukan untuk menjalankan bisnis waralaba, yang diselenggarakan oleh pengusaha kecil. Waralaba mendapat manfaat dari tidak harus membuat sistem bisnis mereka sendiri; sebaliknya, mereka menyediakan modal yang ditentukan untuk

kemitraan dan membayar royalti untuk menggunakan sistem waralaba asing sebagaimana diuraikan dalam perjanjian bisnis.

Peraturan khusus yang mengatur waralaba di Indonesia dirinci dalam Peraturan Pemerintah No. 42 tahun 2007 tentang Waralaba. Pelaksanaan peraturan ini berada di bawah wewenang pemerintah, sebagaimana diuraikan dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 / MDAG / PER / 8/2008 tentang Implementasi Waralaba. Peraturan menteri ini kemudian digantikan oleh Peraturan No. 53 / MDAG / PER / 8/ 2012.

Pasal 1 Peraturan Pemerintah No. 42 tahun 2007 mendefinisikan waralaba sebagai hak khusus yang dimiliki oleh perorangan atau entitas bisnis untuk sistem bisnis yang terbukti berhasil dalam memasarkan barang dan / atau jasa. Pasal 3 menguraikan kriteria untuk waralaba, termasuk pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI), yang mencakup merek dagang, hak cipta, paten, dan rahasia dagang. HKI ini harus terdaftar dan memiliki sertifikasi atau sedang dalam proses pendaftaran dengan lembaga yang berwenang.

Untuk mengatur bisnis waralaba, perjanjian tertulis sangat penting antara pemilik waralaba dan pemilik waralaba. Waralaba, yang memberikan hak untuk menggunakan kekayaan intelektual atau karakteristik bisnis, adalah entitas bisnis atau individu. Sebaliknya, franchisee adalah entitas bisnis atau individu yang diberikan hak untuk menggunakan kekayaan intelektual atau karakteristik bisnis yang dimiliki oleh franchisor. Perjanjian waralaba mencakup ketentuan yang memungkinkan franchisee untuk menunjuk franchisee lain. Selain itu, franchisee wajib memberikan panduan dalam bentuk pelatihan, manajemen operasional, pemasaran, dan pengembangan kepada franchisee yang ditunjuk.

Validitas hukum dari perjanjian waralaba tunduk pada pemenuhan kondisi tertentu, sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 1313 Kode Hukum Perdata. Ketentuan-ketentuan ini termasuk kesepakatan bersama, kapasitas, pokok permasalahan tertentu, dan penyebab yang sah, sesuai dengan Pasal 1320 dari Kode Hukum Perdata. Dengan pemenuhan persyaratan ini, perjanjian waralaba menjadi mengikat secara hukum untuk pihak-pihak yang terlibat (Suharnoko, 2004:1).

Pasal 1319 KUH Perdata menggambarkan dua kategori perjanjian:

- a. Kontrak Nounaat, dinamai demikian karena mereka adalah perjanjian yang secara khusus ditetapkan dan diatur oleh hukum, seperti perjanjian penjualan dan pembelian, perjanjian sewa, dan lainnya.
- b. Kontrak Innominaat, disebut demikian karena merupakan perjanjian tanpa nama tertentu dan tidak memiliki peraturan eksplisit dalam undang-undang, seperti perjanjian sewa, perjanjian kerja sama, dan pengaturan serupa (Salim, 2003: 1).

Sesuai dengan Pasal 1, paragraf 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 yang berkaitan dengan waralaba, waralaba didefinisikan sebagai hak khusus yang dimiliki oleh perorangan atau entitas bisnis untuk bisnis yang ditandai dengan fitur yang memungkinkan pemasaran barang dan / atau jasa yang terbukti berhasil. Hak-hak ini dapat digunakan atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan ketentuan perjanjian waralaba. Pasal 3, surat a dari Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 menjelaskan bahwa karakteristik bisnis merujuk pada atribut yang membedakan bisnis, membuatnya menantang bagi orang lain untuk mereplikasi, dibandingkan dengan perusahaan serupa, dan mendorong konsumen untuk secara aktif mencari sifat-sifat khas ini.

Perjanjian waralaba, yang didirikan antara pemilik waralaba (pemilik Komala Restaurant) dan pemegang waralaba, diklasifikasikan sebagai perjanjian yang tidak berlaku. Kategorisasi ini berasal dari fakta bahwa perjanjian waralaba tidak memiliki penunjukan khusus. Dasar hukum untuk perjanjian ini ditemukan dalam Pasal 1338 KUH Perdata, yang menjunjung tinggi prinsip kebebasan kontrak. Prinsip ini menyiratkan bahwa ketentuan yang disepakati dalam kontrak mengikat secara hukum untuk pihak-pihak yang terlibat, selama mereka tidak melanggar hukum, moralitas, atau ketertiban umum yang ada (Munir Fuady, 2015: 181).

Perjanjian waralaba menjunjung tinggi prinsip kebebasan kontrak sebagaimana diatur dalam Pasal 1338, paragraf 1 KUH Perdata. Prinsip-prinsip kebebasan kontrak mencakup kebebasan individu untuk menandatangani kontrak, mengatur konten perjanjian yang mengikat tindakan mereka, dan menentukan tingkat tanggung jawab mereka dalam batas-batas tertentu yang tidak bertentangan dengan hukum, kesopanan, dan ketertiban umum.

Dalam perjanjian apa pun, termasuk perjanjian waralaba, kedua belah pihak terikat oleh hak dan kewajiban yang harus dipenuhi dengan itikad baik. Di antara hak-hak ini adalah kewajiban franchisee untuk melakukan pembayaran royalti bulanan. Biaya royalti merupakan pembayaran berkala yang dilakukan oleh franchisor kepada franchisor dengan imbalan memanfaatkan hak-hak franchisor, yang mencakup pendapatan yang berasal dari omset penjualan. Perhitungan biaya royalti didasarkan pada pendapatan omset bulanan.

Jika salah satu pihak gagal mengimplementasikan perjanjian dengan benar, wanprestasi, atau pelanggaran kontrak, dapat terjadi. Pelanggaran ini dapat diakibatkan oleh ketidakmampuan untuk memenuhi komitmen,

baik karena keadaan yang tidak dapat dihindari atau kesalahan yang disengaja atau lalai. Wanprestasi mengacu pada kegagalan untuk memenuhi kewajiban yang disepakati dalam perikatan. Untuk menentukan kapan default terjadi, pemilik waralaba harus mengeluarkan teguran atau somasi, biasanya dalam bentuk tagihan, mendorong franchisee untuk memenuhi kewajiban mereka sebagaimana diuraikan dalam perjanjian. Somasi diatur oleh Pasal 1238 dan Pasal 1243 KUH Perdata, menekankan bahwa kelalaian muncul ketika debitur gagal memenuhi kewajiban dalam waktu yang ditentukan.

Somasi berfungsi sebagai peringatan resmi dari kreditor kepada debitur, mendesak mereka untuk memenuhi kewajiban yang disepakati. Teguran ini harus dikeluarkan setidaknya tiga kali (HS Salim, 2003: 178). Kegagalan untuk memenuhi kewajiban setelah peringatan berulang dapat menyebabkan deklarasi default, membuat debitur dikenai sanksi sebagaimana diuraikan dalam Pasal 1236 dan Pasal 1243 KUH Perdata.

Dalam kasus di mana pemegang waralaba gagal membayar biaya royalti, pemilik waralaba memiliki hak untuk meminta pembayaran biaya royalti yang belum dibayar, bunga keterlambatan sesuai perjanjian, dan kompensasi untuk setiap kerugian yang terjadi. Perlindungan rahasia dagang dalam perjanjian waralaba adalah bentuk khusus dari perjanjian lisensi. Di Indonesia, perlindungan hukum waralaba secara eksplisit diatur berdasarkan berbagai undang-undang, termasuk undang-undang tentang paten, merek dagang, hak cipta, dan rahasia dagang.

Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang secara eksplisit mengatur perlindungan rahasia dagang di Indonesia. Menurut Pasal 1, ayat (1) UU Rahasia Dagang, rahasia dagang adalah informasi yang tidak diketahui publik di bidang teknologi dan / atau bisnis, yang memiliki nilai ekonomi karena kegunaannya dalam kegiatan

bisnis, dan dipelihara secara rahasia oleh pemilik rahasia dagang. Pasal 2 menguraikan ruang lingkup perlindungan, yang mencakup metode produksi, metode pemrosesan, metode penjualan, dan informasi lainnya di bidang teknologi dan / atau bisnis yang memiliki nilai ekonomi dan tidak diketahui oleh masyarakat umum, termasuk resep makanan / minuman, formula , proses produksi, metode implementasi, atau pemasaran.

Pasal 3, paragraf 1 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 menetapkan persyaratan untuk rahasia dagang untuk menerima perlindungan, yang mensyaratkan bahwa informasi tersebut dirahasiakan, memiliki nilai ekonomi, dan dirahasiakan. Perlindungan rahasia dagang sangat penting dalam bisnis waralaba, karena kegagalan untuk mengambil tindakan pencegahan untuk menjaga kerahasiaan dapat menyebabkan hilangnya rahasia yang berharga. Waralaba disarankan untuk menerapkan langkah-langkah untuk melindungi rahasia dagang dalam sistem waralaba mereka. Perlindungan ini diabadikan dalam perjanjian waralaba, yang menyatakan bahwa setiap kekayaan intelektual yang berasal dari pemilik waralaba adalah hak eksklusif pemilik waralaba sebagai pemilik rahasia. Waralaba berkewajiban untuk tidak mengungkapkan atau melanggar hak kekayaan intelektual yang dilindungi pemilik waralaba..

Sistem pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) beroperasi melalui dua pendekatan utama: sistem konstitutif (pertama kali mengajukan) dan sistem deklaratif (pertama kali digunakan). Di bawah sistem file pertama, hak perlindungan hukum untuk kekayaan intelektual diberikan kepada pihak yang memulai proses pendaftaran terlebih dahulu. Pendekatan ini berlaku untuk melindungi Hak Paten, Hak Merek, Desain Industri, Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu, dan Varietas

Tanaman. Sebaliknya, sistem yang pertama kali digunakan memperluas perlindungan hukum kepada pihak yang awalnya menggunakan atau memiliki kekayaan intelektual. Dalam kasus klaim yang saling bertentangan, beban pembuktian ada pada pihak pertama, mengharuskan mereka untuk menunjukkan sebagai pengguna awal kekayaan intelektual. Sistem yang pertama kali digunakan menekankan bahwa perlindungan hukum dapat diamankan bahkan tanpa mendaftarkan pekerjaan, dengan mempertimbangkan pendaftaran sebagai dokumen formalitas yang menambah kepastian hukum bagi pemegang kekayaan intelektual.

Beberapa elemen penting terlibat dalam sistem perlindungan hukum yang terkait dengan HKI. Subjek perlindungan mencakup individu dan badan hukum yang merupakan pemegang HKI (Prabandari, Hananto, Lestari & Roisah, 2020). Objek perlindungan mencakup semua jenis kekayaan intelektual yang diatur oleh hukum, termasuk Hak Cipta, Hak Paten, Hak Merek Dagang, Desain Industri, Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu, Rahasia Dagang, dan Varietas.

Perjanjian waralaba berfungsi sebagai aspek penting dari perlindungan hukum terhadap tindakan yang berpotensi berbahaya oleh pihak yang curang. Perjanjian ini membentuk landasan hukum yang kuat untuk menegakkan langkah-langkah perlindungan. Sangat penting bagi perjanjian waralaba untuk memasukkan klausa yang mendefinisikan objek yang dianggap rahasia, seperti metode pemrosesan, proses presentasi, metode pemasaran, dan informasi dengan nilai komersial. Klausul perjanjian non-pengungkapan umumnya dimasukkan untuk melindungi informasi rahasia dari paparan publik. Ketentuan khas dalam perjanjian waralaba menegaskan bahwa setiap kekayaan intelektual yang timbul dari pemilik waralaba, pewaralaba, atau pekerja dalam bisnis waralaba adalah hak eksklusif pemegang waralaba.

Waralaba diwajibkan untuk tidak mengungkapkan atau melanggar hak kekayaan intelektual pemilik waralaba tanpa izin tertulis, memastikan bahwa orang lain tidak menggunakannya untuk tujuan di luar ketentuan waralaba yang disepakati.

Setelah berakhirnya perjanjian waralaba, franchisee diharuskan untuk segera dan secara permanen berhenti menggunakan rahasia dagang, metode, prosedur, dan teknik rahasia yang terkait dengan sistem. Selain itu, franchisee dilarang menerapkan prosedur operasi standar yang ditetapkan oleh franchisor. Klausula yang tidak bersaing sering dimasukkan, melarang franchisee mendirikan, mengoperasikan, atau meniru bisnis serupa yang dapat bersaing dengan bisnis waralaba. Klausul ini melindungi investasi franchisee dan mencegah mantan franchisee menggunakan rahasia dagang untuk membuka bisnis serupa, mencegah persaingan tidak sehat.

Bentuk perlindungan rahasia dagang termasuk perlindungan hukum preventif atau kontraktual. Kontrak atau perjanjian bertujuan untuk menetapkan kepastian hukum dan keadilan bagi pihak yang terlibat dan pihak ketiga. Sangat penting untuk memastikan bahwa kontrak mematuhi aturan hukum kontrak dan hukum yang berlaku. Perlindungan hukum represif melibatkan tindakan yang diambil setelah terjadinya konsekuensi hukum, seringkali menangani perselisihan melalui cara hukum. Di Indonesia, kategori perlindungan hukum melibatkan intervensi pengadilan. Perlindungan rahasia dagang dalam bisnis waralaba adalah tanggung jawab kolektif yang melibatkan pemilik waralaba, pewaralaba, dan pekerja dalam bisnis. Untuk mencegah pelanggaran, upaya bersama dan tindakan pencegahan diperlukan untuk memungkinkan pewaralaba melakukan bisnis mereka tanpa takut kehilangan rahasia dagang karena persaingan tidak sehat atau saingan bisnis lainnya.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, mengenai pengaturan perjanjian lisensi pada rahasia dagang *Gastronomi* dan implementasi perlindungan perjanjian lisensi pencipta resep makanan dan minuman dibidang kuliner dan *Gastronomi*.

1. Peraturan yang mengatur perjanjian lisensi untuk rahasia dagang, khususnya dalam domain *Gastronomi*, yang mencakup resep makanan dan minuman, diuraikan dalam Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang. Indonesia kini telah membentuk kerangka kerja komprehensif untuk rahasia dagang melalui diberlakukannya Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang (disebut sebagai Undang-Undang Rahasia Dagang), secara resmi diundangkan oleh Pemerintah pada tanggal 20 Desember 2000. Pembentukan undang-undang ini diarahkan untuk memajukan industri yang mampu bersaing di bidang nasional dan internasional. Ini memastikan perlindungan terhadap pelanggaran rahasia dagang, khususnya yang menyangkut praktik persaingan yang menipu. Munculnya UU Rahasia Dagang sangat penting untuk menjamin perlindungan yang efektif untuk kepemilikan, kontrol, dan pemanfaatan rahasia dagang, sejalan dengan komitmen Indonesia terhadap perjanjian Aspek Terkait Perdagangan Hak Kekayaan Intelektual (HKI).
2. Pelaksanaan perlindungan untuk perjanjian lisensi yang terkait dengan pencipta resep makanan dan minuman dalam bidang kuliner dan *Gastronomi* sangat penting. Perjanjian waralaba berfungsi sebagai elemen vital perlindungan hukum terhadap tindakan yang berpotensi berbahaya oleh pihak yang curang. Perjanjian tersebut

berdiri sebagai landasan hukum yang kuat untuk menegakkan tindakan perlindungan. Sangat penting bagi perjanjian waralaba untuk memasukkan klausa spesifik yang mendefinisikan objek yang tidak rahasia, seperti metode pemrosesan, proses presentasi, dan metode pemasaran, bersama dengan informasi yang memiliki nilai komersial. Selain itu, perjanjian ini harus mencakup klausa non-pengungkapan untuk melindungi informasi rahasia dari paparan publik. Biasanya, perjanjian waralaba menyatakan bahwa setiap kekayaan intelektual yang berasal dari franchiser, franchisee, franchisee, atau pekerja dalam bisnis waralaba milik pemegang waralaba. Ini mewajibkan pemegang waralaba untuk tidak mengungkapkan informasi tersebut kepada orang lain tanpa izin tertulis atau melanggar hak kekayaan intelektual pemilik waralaba, mencegah penggunaan yang tidak sah di luar batas-batas perjanjian waralaba.

DAFTAR PUSTAKA

- Adil. H. U, 2016, *Dasar-Dasar Hukum Bisnis*, Edisi 2, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Aisa, S. (2021). Implementasi Aplikasi Berbasis Android Pengembangan Ide Resep Makanan dan Minuman Pada Restoran. (JurTI) *Jurnal Teknologi Informasi*, 5(1).
- Annisa, R. N., Sulistiyono, A., & Latifah, E. (2018). Urgensi Kontrak Kerja yang Berkeadilan sebagai Upaya Perlindungan Hukum Rahasia Dagang. *Masalah-Masalah Hukum*, 47(4)
- Ardi, R. (2019). *Akibat Hukum Pemutusan Perjanjian Waralaba Secara Sepihak Oleh Franchisor Sebelum Berakhirnya Kontrak* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surabaya).
- Arizona, S. A. (2011). *Pelaksanaan Perjanjian Waralaba (Franchise) Dalam Lisensi HKI* (Doctoral Dissertation, Universitas Airlangga).

- Asikin, Z. Mempercepat Alih Teknologi Melalui Perjanjian Waralaba Fastening Transfer Of Technology Through The Franchise Agreement.
- Benefits". Margaret James. diakses pada 23 januari 2024 pada pukul 19.30 WIB. <https://www.investopedia.com/terms/l/licensing-agreement.asp>
- Bloomenthal. A. 2022. "Licensing Agreement: Definition, Example, Types, and
- Chandrika, R. S. (2019). Perlindungan Hukum Perjanjian Lisensi Rahasia Dagang Di Indonesia. *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, 2(1),
- Dessy Sunarsi, D., & Liza Marina, L. Kepastian Hukum Pengelolaan usaha Jasa Rumah Makan dan Restoran di Indonesia.
- Difa, M. A., Ramadan, S., & Erlina, B. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Resep Minuman Kopi Nuju Dalam Prespektif Rahasia Dagang (Studi Pada Kemenkumham dan Nuju Bandar Lampung). *LEX SUPERIOR*, 1(2),
- Disemadi, H. S., & Kang, C. (2021). Tantangan Penegakan Hukum Hak Kekayaan Intelektual dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH)*, 7(1).
- Disemadi, H. S., & Kang, C. (2021). Tantangan Penegakan Hukum Hak Kekayaan Intelektual dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH)*, 7(1),
- Effendy, T. (2014). Rahasia Dagang Sebagai Bagian Dari Hak Kekayaan Intelektual. *Al-Adl: Jurnal Hukum* <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/alldi/article/view/205>
- Entjarau, V. G. (2021). Tinjauan Yuridi Pengalihan Hak Moral dan Hak Ekonomi Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.
- Etty Susilowaty, 2013, Hak Kekayaan Intelektual Dan Lisensi Pada HKI, , Badan Penerbit Undip Press, Semarang
- Faramukti, T. S., & Sukirno, S. (2022). Perlindungan Hukum Rahasia Dagang Atas Informasi Resep Makanan Dalam Perjanjian Kerja. *Notarius*, 15(1), 68-84.
- Gumanti, R. (2016). Perjanjian Lisensi di Indonesia. *Al-Mizan (e-Journal)*, 12(1), 245–260. <https://doi.org/10.30603/am.v12i1.133> .

- Hakim, D. A. (2015). Perjanjian Lisensi Sebagai Bentuk Pengalihan Hak Kekayaan Intelektual. *Yurisprudentia: Jurnal Hukum Ekonomi*, 1(1), 17-34.
- Hamzani, A. I. (2020). *Buku Panduan Penulisan Skripsi*. Yogyakarta: Tanah Air Beta.
- Hidayat, M. D. R. (2019). Pelaksanaan Perjanjian Lisensi Hak Cipta Lagu Di Media Sosial Youtube Untuk Kepentingan Komersial. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 2(1),
- Marzuki, P. M. (2008). *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Pranata Media Group.
- Mochammad Fadhil "Apa itu royalty dan cara perhitungannya 11 Mei 2023" Mekari Klikpajak 2023 diakses pada 5 oktober 2023 pukul 23.07 WIB <https://klikpajak.id/blog/royalti/>
- Praptono, E. (2021). *Mengkaji Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia*. Yogyakarta: Tanah Air Beta.
- Rahmat Januardi Tanjung dan Prof. Hj. Neni Sri Imaniyati S.H., M. (2022). *Konsep HKI dan Royalti dalam Pajak Usaha Waralaba*. Bandung: E-Journal Artikel Universitas Islam Bandung.
- Riza, A. (2022). *Metakom: Jurnal Kalian Komunikasi, Gastronomi, Budaya, dan Media Sosial: Sebuah Bibliometrik dan Ekplikasi*. Lampung: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Lampung.
- Utami, S. (2018). *Kuliner Sebagai Identitas Budaya : Perspektif Komunikasi Lintas Budaya*. Depok: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Pancasila.
- Wisnu. (2023). Apa itu royalti dan cara kerjanya? E-Journal Myrobbin.id <https://myrobin.id/untuk-bisnis/apa-itu-royalti/#:~:text=Royalti merek dagang merupakan pembayaran,yang menggunakan merek dagang tersebut.>