

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam kerangka sistem Hak Kekayaan Intelektual (HKI), nomenklatur Rahasia Dagang dikenal juga dengan sebutan *Undisclosed Information* (WTO/TRIPs) atau *Confidential Information* (Inggris), atau *Trade Secret* (Amerika), dan Indonesia menyebutnya Rahasia Dagang. Adanya penamaan yang berbeda ini tidak membedakan pemahaman yang terkandung di dalamnya. Khusus Indonesia penerapannya hanya diberlakukan pada informasi bisnis.¹

Rahasia Dagang sebagai bagian dari sistem Hak Kekayaan Intelektual (untuk selanjutnya akan disebut HKI) patut diberi perlindungan sebagaimana obyek HKI lainnya. Perlindungan Rahasia Dagang diatur dalam Undang-undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang. Rahasia Dagang berkembang mengikuti industrialisasi dan budaya yang bersifat kompetitif dan individualistik. Lebih jauh, pada masyarakat barat Rahasia Dagang 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

¹ Venantia Sri Hadiaranti, “Rahasia Dagang: Informasi Komersial DiBidang Teknologi atau Bisnis”, <<http://www.atmajaya.ac.id/content.asp?f=23&id=5719>> , diakses 30 November 2011.

sebagai "*public rights*" yang merupakan milik bersama. Perbedaan ini tidak mendukung perlindungan terhadap Rahasia Dagang pada umumnya.²

Sebenarnya bila kita menelusuri sejarah dunia, konsepsi Rahasia Dagang telah lama dikenal. Hal tersebut dimulai oleh bangsa Cina sekitar 3000 (tiga ribu) tahun sebelum masehi yang dapat diketahui dari legenda bangsa Cina yang memberi gelar Putri Hsi-Ling-Shih, isteri Kaisar Kuning sebagai Dewi Sutra. Pada setiap awal musim semi Putri memimpin upacara pembuatan sutra. Kerahasiaan teknik dan proses pembuatan sutra dijaga ketat oleh kerajaan. Barangsiapa membuka rahasia itu atau menyelundupkan kepompong atau telur ulat sutra ke luar Cina akan dihukum mati. Mereka menjaga rahasia itu selama lebih dari 2000 (dua ribu) tahun sesudahnya.³

Kemudian di Inggris, sekitar abad 18 (delapan belas) terjadi kasus yang berhubungan dengan Rahasia Dagang menyangkut rahasia resep obat-obatan dalam kaitannya dengan persaingan bisnis. Sedangkan di Amerika pada awal abad 19 (sembilan belas), Undang-undang Rahasia Dagang mengakomodasi rahasia-rahasia bisnis, persaingan, teknologi dan pola-pola manajemen pekerjaan. Amerika mengadopsi masalah Rahasia Dagang atau *trade secret* dari *common law* Inggris yang menyangkut perlindungan melalui doktrin-doktrin yang dibuat oleh hakim melalui yurisprudensi dalam perkara yang menyangkut Rahasia Dagang.⁴

² Ibid.

³ Fahru, "Rahasia Dagang", <<http://fahru-creatblog.blogspot.com/2011/04/rahasia-dagang.html>>, diakses 28 Mei 2012.

⁴ Ibid.

Melalui penjabaran kasus Rahasia Dagang diatas, menandakan bahwa Rahasia Dagang bukanlah hal yang baru bagi dunia usaha. Sejak awal abad kesembilan belas, masalah kerahasiaan, khususnya yang berhubungan dengan rahasia perusahaan, telah memperoleh perhatian yang tidak kalah pentingnya oleh Pengadilan. Salah satu kasus yang cukup terkenal, yang diputus di Negeri Belanda adalah kasus Cohen vs. Lindenbaum.⁵

Kasus Cohen vs. Lindenbaum ini bermula dari penerimaan pegawai Lindenbaum oleh Cohen melalui suatu iming-iming dan bujuk rayu yang disertai dengan hadiah. Kepindahan karyawan Lindenbaum ke Cohen tersebut bukannya tanpa imbalan. Karyawan Lindenbaum yang dipekerjakan oleh Cohen tersebut selanjutnya dimanfaatkan oleh Cohen, dengan cara mengorek segala macam informasi maupun data yang dimiliki oleh karyawan tersebut, khususnya yang berhubungan dengan jalannya kegiatan operasional Lindenbaum, termasuk berbagai informasi mengenai pembelian, pemasok (*supplier*), penjualan, promosi dan advertensi, pelanggan (*customer*), serta proses penentuan harga (*pricing*). Perlu diketahui bahwa baik Cohen maupun Lindenbaum adalah dua buah perusahaan percetakan yang bersaing satu dengan yang lainnya. Dari informasi yang diperoleh tersebut, Cohen kemudian menyusun strategi untuk merebut pangsa pasar Lindenbaum. Mengetahui hal tersebut, bahwa Cohen telah memanfaatkan informasi rahasia Lindenbaum dari pegawai yang dibajak oleh Cohen, Lindenbaum selanjutnya

⁵ Gunawan Widjaja, Seri Hukum Bisnis : *Rahasia Dagang*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2001), hal. 1-3.

menggugat Cohen di *Arrondissementrechtbank*⁶ di Amsterdam, dengan dasar gugatan Cohen telah melakukan perbuatan melanggar hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 1401 *Burgerlijk Wetboek* Belanda⁷ (Pasal 1365 Kitab Undang-undang Hukum Perdata⁸).

Dalam pemeriksaan tingkat pertama, Lindenbaum dimenangkan. Namun pada pemeriksaan tingkat banding oleh *Gerechthof*⁹, Amsterdam, Lindenbaum dikalahkan berdasarkan yurisprudensi bahwa tindakan Cohen tersebut tidak dapat dikategorikan sebagai suatu perbuatan melanggar hukum. Tidak ada suatu ketentuanpun dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku waktu itu yang dilanggar oleh Cohen. Pada pemeriksaan kasasi oleh *Hoge Raad*¹⁰, Lindenbaum dimenangkan. *Hoge Raad* menyatakan bahwa perbuatan Cohen tersebut dapat dimasukkan sebagai perbuatan melanggar hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 1401 *Burgerlijk Wetboek* Belanda, karena telah memperkosa suatu hak hukum milik orang lain secara bertentangan dengan kepatutan atau kesusilaan (*geode zeden*) atau dengan suatu kepatutan dalam masyarakat dengan tanpa memperhatikan kepentingan

⁶ Sebutan untuk 'Pengadilan Negeri' dalam bahasa Belanda, <<http://en.organisasi.org/translation/district-court-in-other-languages>>, diakses 28 Mei 2012.

⁷ Pasal 1401 *Burgerlijk Wetboek* Belanda berbunyi: "*Elke onrechtmatigedaad, waardoor aan een ander schade wordt toegebracht, stelt dengene door wiens shuld die schade veroorzaakt is in de verplichting om dezelve te vergoeden*". Soebekti dan Tjitrosudibio menterjemahkannya sebagai berikut: "Tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada seorang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut".

⁸ Isi dari Pasal 1365 KUHPerdata berbunyi: "Setiap perbuatan melanggar hukum yang membawa kerugian kepada seorang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut".

⁹ Merupakan sebutan 'Pengadilan' dalam bahasa belanda, yang biasa menangani suatu perkara di tingkat banding, <[http://translate.google.co.id/translate?hl=id&sl=nl&tl=en&u=http%3A%2F%2Fnl.wikipedia.org%2Fwiki%2FGerechthof_\(Nederland\)](http://translate.google.co.id/translate?hl=id&sl=nl&tl=en&u=http%3A%2F%2Fnl.wikipedia.org%2Fwiki%2FGerechthof_(Nederland))>, diakses 27 Mei 2012

¹⁰ Merupakan sebutan 'Mahkamah Agung' dalam bahasa Belanda, <http://en.wikipedia.org/wiki/Supreme_Court_of_the_Netherlands>, diakses 27 Mei 2012.

orang lain (*indruist tegen de zorgvuldigheid, welke in het maatschappelijk verkeer betaamt ten aanzien van eens anders persoon of goed*). Putusan Hoge Raad Belanda tanggal 31 Januari 1919 tersebut telah memberikan suatu pengertian yang luas tentang arti dan cakupan perbuatan melanggar hukum, sehingga meliputi juga tindakan sebagaimana dilakukan oleh Cohen dalam kasus tersebut di atas.¹¹

Ada satu hal yang cukup menarik, yang dapat kita simak dari putusan yang diberikan oleh *Hoge Raad* Belanda, yaitu bahwa pengungkapan informasi tersebut ternyata merupakan suatu pengungkapan yang dapat menyebabkan kerugian (secara komersial) terhadap pihak pemilik informasi tersebut. Istilah ‘pemeriksaan hak hukum orang lain, tanpa memperhatikan kepentingan orang lain’, yang dipergunakan oleh *Hoge Raad* menunjukkan bahwa ada suatu kepentingan (komersial) dari informasi yang dirahasiakan, yang apabila diungkap dapat menimbulkan kerugian terhadap pihak yang memiliki informasi tersebut. Tindakan yang dilakukan oleh Cohen, dengan cara memperoleh secara tidak benar maupun mempergunakan informasi yang diperolehnya secara tidak benar atau secara melawan atau melanggar hak dari Lindenbaum merupakan perbuatan melanggar hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 1401 *Burgerlijk Wetboek* Belanda.¹² Melalui kasus Cohen vs. Lindenbaum tersebut, dapat terlihat bagaimana pentingnya suatu informasi atau data yang bersifat rahasia bagi dunia usaha.

¹¹ Gunawan Widjaja, Op. Cit.

¹² *Ibid.*

Dalam dunia usaha, sebuah informasi bisa menjadi ‘nyawa’ bagi bisnis yang bersangkutan. Nilainya menjadi penting bagi keberlangsungan perusahaan dalam jangka pendek dan jangka panjang sehingga perlu untuk dijaga kerahasiaannya. Hal yang bersifat rahasia dan bisa mendatangkan keuntungan (bernilai ekonomis) bagi mereka yang mengetahuinya ini patut mendapatkan perlindungan hukum.¹³

Tidak cukup sampai pada tahap perlindungan saja, pemegang hak dari suatu Rahasia Dagang selanjutnya juga dapat memberikan informasi yang berkaitan dengan kerahasiaan yang dimilikinya kepada orang lain. Hal tersebut dapat dilakukan melalui suatu perjanjian kerjasama yang dikenal baik dalam bentuk lisensi¹⁴ atau waralaba¹⁵ (selanjutnya disebut *franchise*). Untuk pembahasan lebih mendalam kedua bentuk perjanjian tersebut akan penulis uraikan pada bab kedua dalam skripsi ini. Kedua bentuk perjanjian kerjasama tersebut dapat dilihat pengaturannya dalam Undang-undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang.

Namun, apabila suatu informasi yang memiliki sifat kerahasiaan secara terus-menerus hanya berlindung di bawah Undang-undang Nomor 30

¹³ “Metode Produksi dalam Rahasia Dagang”, <<http://ciputraentrepreneurship.com/tips-bisnis/174-rencana-bisnis/15950-metode-produksi-dalam-rahasia-dagang.html>>, diakses 14 Juni 2012.

¹⁴ Lisensi dalam pengertian umum dapat diartikan memberi izin. Pemberian lisensi dapat dilakukan jika ada pihak yang memberi lisensi dan pihak yang menerima lisensi, hal ini termasuk dalam sebuah perjanjian. Definisi lain, pemberian izin dari pemilik barang/jasa kepada pihak yang menerima lisensi untuk menggunakan barang atau jasa yang dilisensikan. <<http://id.wikipedia.org/wiki/Lisensi>>, diakses 20 September 2012.

¹⁵ Waralaba (Inggris: *Franchising*; Prancis: *Franchise*), menurut Asosiasi Franchise Indonesia, yang dimaksud dengan Waralaba ialah: Suatu sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan akhir, dimana pemilik merek (*franchisor*) memberikan hak kepada individu atau perusahaan untuk melaksanakan bisnis dengan merek, nama, sistem, prosedur dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu meliputi area tertentu. <<http://id.wikipedia.org/wiki/Waralaba>>, diakses 20 September 2012.

Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang, tentu sangat memungkinkan terjadinya pembocoran informasi dari pihak-pihak lain yang berusaha mencari celah hukum yang ada dalam undang-undang tersebut dikemudian hari. Hal itu berkaitan dengan aspek perlindungan hukum terhadap pemegang hak dari suatu Rahasia Dagang beserta dengan ahli warisnya sebagai akibat dari suatu perjanjian kerjasama (*franchise*).

Berdasarkan isi Bab IV Pengalihan Hak dan Lisensi pada Bagian Kedua Tentang Lisensi, khususnya Pasal 8 ayat (1) dalam Undang-undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang yang berbunyi:

“Perjanjian Lisensi wajib dicatatkan pada Direktorat Jenderal dengan dikenai biaya sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini.”

Kemudian, dilanjutkan pengaturan pada ayat (2) dalam pasal yang sama yaitu:

“Perjanjian Lisensi Rahasia Dagang yang tidak dicatatkan pada Direktorat Jenderal tidak mempunyai akibat hukum terhadap pihak ketiga.”

Kiranya cukup beralasan bila muncul asumsi akan adanya masalah.

Yaitu, peluang terjadi kebocoran Rahasia Dagang. Oleh karena itu, merujuk pada substansi ayat (1) dan (2) Pasal 8 Undang-undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang, penulis tertarik untuk melakukan pembahasan mendalam suatu perjanjian *franchise* yang menggunakan merek dagang CFC (*California Fried Chicken*). Perjanjian tersebut dibuat dibawah tangan, pada hari Senin tanggal 21 November 2005 yang dituangkan dalam Surat Perjanjian No. 020/FRC-Cikupa/XI/05. Dalam perjanjian tersebut, pihak pertamanya

adalah PT Pioneerindo Gourmet International, Tbk (*Franchisor*¹⁶) dengan pihak kedua Ibu Nina (*Franchisee*¹⁷). Pihak pertama adalah pemilik sah yang merupakan pemakai pertama atas merek dagang dan logo *California Fried Chicken* (CFC) yang telah terdaftar di Departemen Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Sedangkan pihak kedua adalah seorang ibu rumah tangga yang bermaksud untuk melakukan usaha dengan menyelenggarakan restoran CFC (*California Fried Chicken*) yang terletak di Ruko Citra Raya Square Blok A2/17-18, Jalan Dawai Utama, Cikupa-Tangerang.

Perjanjian waralaba atau yang terkenal dengan sebutan *franchise* ini merupakan bentuk kesepakatan antara kedua pihak diatas untuk memberikan, menerima serta menyelenggarakan hak atas waralaba (*franchise*). Hak atas *franchise* yang dimaksudkan tersebut berupa *fast food* restoran dengan merek dan hak cipta CFC (*California Fried Chicken*).

Dengan memperhatikan isi pasal demi pasal dalam perjanjian kerjasama antara *franchisor* dengan *franchisee* yang penulis lampirkan dalam skripsi ini, maka dapat dijumpai pada Pasal 14 yang mengatur mengenai larangan-larangan pihak kedua yang sekaligus juga memberi pengaturan perihal Rahasia Dagang. Isi dari pasal dimaksud berbunyi sebagai berikut:

¹⁶ Franchisor atau pemberi waralaba, adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimilikinya (Pasal 1 PP No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba).

¹⁷ Franchisee atau penerima waralaba, adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki pemberi waralaba (Pasal 1 PP No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba).

Selama jangka waktu perjanjian, Pihak kedua dilarang melakukan hal-hal dibawah ini tanpa mendapat persetujuan tertulis terlebih dahulu dari Pihak pertama, yaitu:

1. Pihak Kedua tidak akan menjadi Pihak dalam perjanjian lain, yang dapat menimbulkan pertentangan kepentingan dengan pelaksanaan perjanjian ini.
2. Menjual atau memberikan kepada pihak lain bahan baku, bahan processing, bumbu yang diperoleh dari Pihak Pertama atau rekanan yang telah ditunjuk oleh Pihak Pertama.
3. Menjual dan/ atau memanfaatkan makanan dan minuman dengan merek dagang CFC diluar wilayah/ lingkungan restoran maupun ketentuan yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.
4. Memberikan, menyerahkan rahasia-rahasia perdagangan (*know how* atau *trade secret*) milik Pihak Pertama kepada pihak lain dengan alasan apapun.
5. Mengganti/ merubah perlengkapan (*equipment*) dan design standar yang telah ditentukan oleh Pihak Pertama.
6. Menjalin dan/ atau dengan cara apapun memperbanyak *Standard Operation Procedures* (SOP) untuk alasan dan keperluan apapun untuk kepentingan diri sendiri maupun pihak lain.

Kemudian, pada pasal berikutnya yakni Pasal 15 Tentang Hak Atas Kekayaan Intelektual memuat ketentuan yang berbunyi:

1. Pihak Kedua menjamin Pihak Pertama bahwa apabila perjanjian waralaba (*franchise*) ini berakhir atau diakhiri, maka:
 - a. Hak waralaba (*franchise*) kembali kepada Pihak Pertama dan Pihak Kedua wajib menutup dan menghentikan kegiatan usaha restoran, tidak akan menggunakan merek dagang, merek jasa dan/ atau logo, seragam, produk, nama-nama produk CFC dan seluruh identitas CFC lainnya untuk keperluan/ kegiatan apapun.
 - b. Pihak Kedua akan mengembalikan kepada Pihak Pertama *Standard Operation Procedures* (SOP), seluruh catatan serta dokumen lainnya sehubungan dengan penyelenggaraan restoran.
2. Pihak Kedua dilarang menggunakan atau memproduksi merek dagang/ jasa CFC dan logo CFC dengan bentuk apapun yang menyerupai dengan merek/ logo Pihak Pertama tersebut diatas.

Apabila mencermati mengenai isi Pasal 14, khususnya angka 1-4 yang kemudian dihubungkan dengan isi Pasal 15 Perjanjian Waralaba (*franchise*) tersebut, tentu akan menemukan celah hukum dalam perjanjian tersebut. Singkatnya, celah hukum tersebut dapat menjadi peluang bagi *franchisee* yang beriktikad buruk guna melakukan pelanggaran perihal pembocoran Rahasia Dagang setelah perjanjian *franchise* tersebut berakhir. Setelah penulis membaca secara keseluruhan klausula-klausula dalam perjanjian *franchise* tersebut, sama sekali tidak ditemukan pengaturan tentang kewajiban *franchisee* untuk tidak membuka usaha yang serupa dengan *fast food* CFC apabila perjanjian tersebut telah berakhir dan tidak diperpanjang

dikemudian hari. Melainkan dalam perjanjian tersebut hanya menekankan pada Pihak Kedua selaku *franchisee* untuk tidak menggunakan atau memproduksi merek dagang/ jasa, dan logo dengan bentuk apapun yang menyerupai merek/ logo CFC (*California Fried Chicken*). Dengan kata lain, dalam perjanjian tersebut memungkinkan kepada *franchisee* untuk membuka usaha yang secara keseluruhan bergerak dalam bidang yang sama dengan *franchisor* setelah perjanjian *franchise* tersebut berakhir. Dengan demikian, tentu akan sangat merugikan bagi pihak *franchisor* yang secara tidak langsung telah diambil sebagian informasi usahanya oleh *franchisee* guna membuka usaha baru dalam bidang yang sama juga dengan *franchisor*.

Berdasarkan isi perjanjian kerjasama *franchise* sebagaimana diuraikan diatas, penulis bermaksud untuk menelaah dan menganalisis pengaturan lebih lanjut materi ketentuan dalam perjanjian *franchise* khususnya dalam hal pengaturan Rahasia Dagang guna dapat memberikan jaminan perlindungan hukum bagi pemegang hak Rahasia Dagang.

Kesadaran akan kemungkinan pembocoran suatu informasi yang bersifat rahasia kepada masyarakat umum oleh *franchisee* yang terbatas kepada klausula dalam suatu perjanjian *franchise* yang dibuat dibawah tangan, yang kemudian dikaitkan dengan isi Pasal 8 Undang-undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang itulah yang membuat penulis tertarik untuk mengangkatnya dalam tugas akhir ini, dengan judul:

**“Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Rahasia
Dagang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang
Rahasia Dagang”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut :

- 1.2.1 Bagaimanakah perlindungan hukum kepada pemegang hak Rahasia Dagang yang diatur dalam UU No. 30 tahun 2000 tentang Rahasia Dagang?
- 1.2.2 Bagaimanakah tindakan hukum yang dapat dilakukan PT. Pioneerindo Gourment International, Tbk. selaku pemegang hak Rahasia Dagang beserta para ahli warisnya apabila terjadi pembocoran informasi sebagai akibat dari suatu perjanjian kerjasama (*franchise*)?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1.3.1 Untuk menemukan, menganalisis, dan menelusuri perlindungan hukum terhadap pemegang hak Rahasia Dagang berdasarkan UU No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang.
- 1.3.2 Untuk menemukan, menganalisis, dan menelusuri tindakan hukum lain yang dapat dilakukan PT. Pioneerindo Gourment International, Tbk. selaku pemegang hak Rahasia Dagang beserta para ahli warisnya apabila terjadi pembocoran informasi sebagai akibat dari suatu perjanjian kerjasama (*franchise*).

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Segi Keilmuan

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Hukum Hak Kekayaan Intelektual (HKI), terutama yang berkenaan dengan Rahasia Dagang.

1.4.2 Segi Praktis

1.4.2.1 Sebagai informasi bagi lembaga yang berwenang serta para pihak yang bersangkutan dengan Rahasia Dagang dalam bidang HKI.

1.4.2.2 Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan bidang Rahasia Dagang dalam bidang HKI.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Isi bab ini merupakan gambaran singkat permasalahan hukum yang menarik untuk dikaji dalam penelitian skripsi ini, yang diuraikan dalam latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai kerangka teoritis dan kerangka konseptual dari penelitian hukum ini. Kerangka teoritis membahas perkembangan pengaturan Rahasia Dagang, gambaran umum mengenai Rahasia Dagang, Pengertian Rahasia Dagang, Ruang Lingkup Rahasia Dagang, Jangka Waktu Perlindungan Rahasia Dagang, Pengalihan dan Hak Lisensi, Rahasia Dagang dalam Perjanjian *Franchise* dan Penyelesaian Sengketa Rahasia Dagang. Selain itu, mengenai definisi terminologi yang digunakan sebagai acuan penulisan skripsi ini penulis uraikan dalam subbab landasan koseptual.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang metode penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan pada topik yang penulis bahas dalam skripsi ini. Dimana uraian tersebut dijelaskan melalui subbab-subbab seperti jenis penelitian, prosedur pengumpulan bahan, sifat analisis, serta hambatan dan penanggulangannya.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai analisis hukum atas permasalahan yang diangkat serta tentang cara penyelesaiannya.

BAB V : **KESIMPULAN DAN SARAN**

Merupakan bab akhir yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian disertai dengan saran.

