

PERLINDUNGAN HUKUM RAHASIA DAGANG DALAM BISNIS FRANCHISE DI ERA INDUSTRI 5.0 DALAM BIDANG F&B

Oleh:

Christvito Yizreel¹

Dewa Ayu Dian Sawitri²

Universitas Udayana

Alamat: JL. Pulau Bali No. 1, Dauh Puri Klod, Kec. Denpasar Bar., Kota Denpasar,
Bali (80114).

Korespondensi Penulis: christvitomarbun@gmail.com,
dewaayudiansawitri@unud.ac.id.

Abstract. *The purpose of this study is to examine legal protection for trade secrets in franchise businesses, particularly in the food and beverage (F&B) sector, amid the dynamics of the industrial revolution. This study adopts a normative legal research method with a legislative and comparative approach. The findings reveal that legal protection for trade secrets in the F&B sector in the contemporary industrial era still has significant weaknesses. One of the main weaknesses is seen in the provisions of Law Number 30 of 2000, where the protection of trade secrets only emphasizes the efforts of the owner or the party who controls it through reasonable and appropriate measures to protect it. This approach differs from other intellectual property rights, which are first to file, meaning that the party who first submits the registration and obtains approval will obtain protection of their rights, even if similar creations later appear from other creators without involving infringement such as plagiarism. Specifically for trade secrets in the context of the F&B industrial revolution, trade secret owners have no legal basis to sue if another franchise uses similar trade secrets.*

Keywords: *Legal Protection, Trade Secrets, Industrial Revolution.*

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji perlindungan hukum terhadap rahasia dagang dalam bisnis waralaba, khususnya di sektor makanan dan minuman

Received November 26, 2025; Revised November 08, 2025; December 18, 2025

*Corresponding author: christvitomarbun@gmail.com

PERLINDUNGAN HUKUM RAHASIA DAGANG DALAM BISNIS FRANCHISE DI ERA INDUSTRI 5.0 DALAM BIDANG F&B

(F&B), di tengah dinamika revolusi industri. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan legislatif dan komparatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap rahasia dagang di sektor F&B pada era industri kontemporer masih memiliki kelemahan yang signifikan. Salah satu kelemahan utama terlihat pada ketentuan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000, di mana perlindungan rahasia dagang hanya menekankan upaya pemilik atau pihak yang mengendalikan rahasia dagang tersebut melalui langkah-langkah yang wajar dan tepat untuk melindunginya. Pendekatan ini berbeda dengan hak kekayaan intelektual lainnya yang menganut prinsip “*first to file*”, artinya pihak yang pertama kali mengajukan pendaftaran dan memperoleh persetujuan akan memperoleh perlindungan haknya, meskipun kemudian muncul kreasi serupa dari pencipta lain tanpa melibatkan pelanggaran seperti plagiarisme. Secara khusus untuk rahasia dagang dalam konteks revolusi industri F&B, pemilik rahasia dagang tidak memiliki dasar hukum untuk menggugat jika *franchise* lain menggunakan rahasia dagang serupa.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Rahasia Dagang, Revolusi Industri.

LATAR BELAKANG

Globalisasi menyebabkan berbagai perubahan dalam industri global, kemajuan dan perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi menciptakan persaingan bisnis yang ketat, hal ini terjadi karena munculnya variasi berbagai inovasi dan produk dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Hal yang sangat berpengaruh dalam hal ini adalah perkembangan teknologi, seperti AI maupun media sosial yang menjadi sarana mempromosikan produk/barang tersebut. Selain itu, Di era revolusi industri 5.0, beragam produk lebih mudah diproduksi oleh perusahaan dikarenakan penggabungan manusia dan teknologi. Penggabungan teknologi dan manusia membuat sistem produksi yang lebih adaptif terhadap perubahan permintaan pasar yang sifatnya terus menerus berubah-ubah.

Selain itu, bidang F&B di era sekarang sudah mulai melibatkan teknologi dalam pelaksanaannya. Hal ini ditandai dengan banyaknya restoran yang melibatkan teknologi dalam menjalankan bisnisnya seperti Drive thru dalam meningkatkan efisiensi maupun efektivitas bisnisnya. Namun, ada juga beberapa pelaku bisnis F&B yang juga menggunakan AI sebagai sumber ide bisnisnya baik dalam hal nama, logo maupun resep atau rahasia dagang itu sendiri.

Franchise sebagai pelaku usaha dalam bidang F&B dalam hal ini merupakan pihak yang mempunyai rahasia dagangnya sendiri. Didalam usaha *franchise*, rahasia dagang merupakan keutamaan dalam berjalannya sebuah franchise, karena didalamnya terdapat informasi rahasia yang berguna dalam kegiatan ekonomi. Namun didalam perkembangan teknologi dan industri, ada kemungkinan muncul berbagai franchise yang memiliki produk yang sama namun berbeda pada merknya saja, selain itu juga ada kemungkinan franchise yang ide bisnisnya berasal dari AI dan kemungkinan dapat di ikuti oleh orang lain. Hal ini menciptakan suatu problematika dalam rahasia dagang pada bisnis franchise, bagaimana perlindungan rahasia dagang dalam berjalannya bisnis franchise disaat teknologi mulai mengambil peran dalam pelaksanaannya?

Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, Penelitian ini memfokuskan pada permasalahan perlindungan rahasia dagang dalam bisnis waralaba F&B di tengah era digital dan AI, dibandingkan dengan studi kasus pada perlindungan hukum rahasia dagang dalam perjanjian franchise cocoyo yang ditulis oleh Velliana Tanaya, Jessica Vincentia Marpaung dan Audrea Dindya Djohan, terdapat perbedaan dan persamaan dimana dalam persamaannya keduanya membahas tentang rahasia dagang dalam bisnis franchise di bidang food and bevarage. Tetapi terdapat perbedaan dimana dalam jurnal sebelumnya penelitiannya menyoroti adanya kelemahan dalam perlindungan hukum rahasia dagang ketika perjanjian waralaba hanya bersifat lisan, tanpa klausul tertulis mengenai kewajiban menjaga kerahasiaan. sedangkan jurnal ini membahas rahasia dagang didalam perkembangnya teknologi dan AI, risiko duplikasi ide bisnis semakin tinggi, dan mekanisme perlindungan hukum menjadi semakin krusial karena pelaku bisnis waralaba global telah memanfaatkan AI untuk mendukung personalisasi layanan, pengembangan produk, dan branding. Penggunaan AI ini memperluas potensi penciptaan informasi atau ide yang dapat dikategorikan sebagai rahasia dagang. Namun, belum banyak dibahas bagaimana aspek legal menjamin kepemilikan dan perlindungan atas ide-ide tersebut.

Berdasar pada latar belakang penelitian ini, terdapat rumusan yang didapat yaitu :

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap rahasia dagang di era industri 5.0 di Indonesia?
2. Bagaimana perlindungan hukum rahasia dagang dalam bisnis franchise F&B di Indonesia?

PERLINDUNGAN HUKUM RAHASIA DAGANG DALAM BISNIS FRANCHISE DI ERA INDUSTRI 5.0 DALAM BIDANG F&B

Berdasar rumusan masalah yang didapat, maka munculah tujuan penulisan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengkaji perlindungan hukum terhadap rahasia dagang di Indonesia di era industri 5.0
2. Untuk mengkaji perlindungan hukum rahasia dagang dalam bisnis *franchise* f&B di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan masalah yang diidentifikasi, penelitian ini menerapkan metode penelitian yang mencakup berbagai aspek, di mana penelitian yang dipilih adalah penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif, juga dikenal sebagai penelitian literatur hukum, melibatkan studi mendalam terhadap literatur atau data sekunder, termasuk bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Penelitian ini dilaksanakan dengan merujuk pada peraturan perundang-undangan dan berbagai teori hukum yang relevan. Selain itu, penelitian ini menerapkan pendekatan spesifik, ialah pendekatan undang-undang dan pendekatan konsep. Melalui pendekatan ini, semua ketentuan dan peraturan yang terkait dengan UU dan peraturan lainnya yang bersumber dari hukum positif dan dianalisis secara mendalam, terutama yang berkaitan dengan fokus penelitian. Pendekatan ini juga digunakan untuk mengeksplorasi pandangan dan doktrin yang telah berkembang di bidang hukum. Selanjutnya, penelitian ini mengandalkan bahan hukum yang bersumber dari sumber primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer meliputi aturan hukum yang mengikat dan berlaku, seperti undang-undang dan perjanjian internasional. Sementara itu, bahan hukum sekunder ialah penjelasan mendalam tentang bahan primer, yang biasanya bersumber pada pemikiran akademis, seperti hasil penelitian, teori, dan buku-buku terkait. Bahan hukum tersier berfungsi sebagai pedoman dan penjelasan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum Terhadap Rahasia Dagang di Indonesia di Era Industri 5.0

Sejarah perlindungan terhadap kekayaan intelektual telah melalui perubahan dari sebutan hingga pengaturan. Kekayaan intelektual di Indonesia awalnya diperkenalkan oleh pemerintah kolonial Belanda pada tahun 1840-an yang diawali diperkenalkan

undang-undang mengenai perlindungan HKI atau kekayaan intelektual pada tahun 1844 yang kemudian diikuti UU merk, paten dan hak cipta. Hal ini terjadi karena pada saat itu, Indonesia, yang dikenal sebagai Hindia Belanda, bergabung dengan Konvensi Paris tentang Perlindungan Kekayaan Industri pada tahun 1888 dan Konvensi Berne tentang Perlindungan Karya Sastra dan Seni pada tahun 1914. Perlindungan terhadap Kekayaan intelektual setelah dan sebelum kemerdekaan, baru memperkenalkan merk, paten maupun hak cipta. Belum ada perlindungan mengenai rahasia dagang baik sebelum dan setelah kemerdekaan.

Selanjutnya, melalui KepPres No. 24 Tahun 1979, Pemerintah melakukan ratifikasi terhadap *Paris Convention for the Protection of Industrial Property* yang ditetapkan di 20 Maret 1883 yang telah mengalami beberapa kali pembaruan, dengan yang terbaru pada 14 Juli 1967 di Stockholm, serta *Convention Establishing the World Intellectual Property Organization (WIPO)* Tahun 1967. Melalui ratifikasi ini dan WTO/TRIPs, Rahasia dagang pertama kali di perkenalkan di Indonesia dalam artikel 39 yang menyebutkan “In the course of ensuring effective protection against unfair competition as provided in Article 10 bis of the Paris Convention (1967), Members shall protect undisclosed information in accordance with paragraph 2 and data submitted to governments or governmental agencies in accordance with paragraph 3.” Akibatnya, melalui ratifikasi konvensi tersebut dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 yang meratifikasi *Agreement Establishing the World Trade Organization* beserta *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* maka untuk pertama kalinya diterapkan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 mengenai Rahasia Dagang di Indonesia. Namun penyebutan mengenai rahasia tersebut sebagai kekayaan intelektual dalam peraturan tersebut sebelum keluarnya UU tentang rahasia dagang terdapat pada peraturan yang buat pemerintah melalui Peraturan Pemerintah (PP) No. 16 Tahun 1997 tentang waralaba. Dengan demikian, ratifikasi konvensi melalui Undang-Undang No. 7 Tahun 1994 yang mencakup *Agreement Establishing the World Trade Organization* serta *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* menyebabkan penerapan pertama Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang di Indonesia. Dibalik pemberlakuannya, Selain untuk memberikan perlindungan yang permanen, spesifik dan akibat yuridis, Peraturan mengenai rahasia dagang bertujuan untuk mengembangkan sektor industri yang kompetitif di tingkat perdagangan dalam

PERLINDUNGAN HUKUM RAHASIA DAGANG DALAM BISNIS FRANCHISE DI ERA INDUSTRI 5.0 DALAM BIDANG F&B

negeri dan dunia internasional. Hal ini dilakukan dengan membuat lingkungan yang dapat meningkatkan kreativitas dan inovasi di kalangan masyarakat, melalui pemberian perlindungan hukum bagi rahasia dagang yang merupakan salah satu komponen utama sistem HAKI.¹

Pemikiran mengenai kekayaan intelektual maupun rahasia dagang merupakan ide dari negara-negara maju. Negara-negara tersebut sudah lebih dulu mengenal HKI lebih dari satu abad tidak seperti Indonesia yang relatif baru. Di masyarakat Barat, rahasia dagang dianggap sebagai hak pribadi yang timbul dari kreativitas intelektual manusia, yang melibatkan upaya mental, energi, dan biaya yang signifikan.² Globalisasi dan perkembangan teknologi mendorong revolusi industri tidak hanya di Indonesia bahkan Dunia, maka muncul pertanyaan bagaimana perlindungan rahasia dagang di Indonesia pada era revolusi industri 5.0? Era dimana teknologi turut hadir berpartisipasi aktif dalam dunia industri. Era revolusi industri 5.0 merupakan perkembangan keterlibatan teknologi dan kolaborasinya dalam bisnis industri di Indonesia. Dalam era revolusi 5.0 mengutamakan kolaborasi antara manusia dan teknologi. Salah satu bagian dari revolusi industri 5.0 dalam teknologi adalah AI atau kecerdasan buatan. Kecerdasan buatan mulai marak digunakan oleh khalayak ramai khususnya Indonesia. Salah satu penggunaan AI dalam bidang industri adalah penggunaannya dan peran sertanya dalam suatu perusahaan yang biasa digunakan sebagai bantuan maupun sumber ide. Sementara yang dimaksud dengan sumber ide atau bantuan tersebut adalah pemanfaatannya dalam proses pembuatan, pengolahan, penjualan, serta informasi terkait lainnya dalam bidang teknologi atau bisnis yang bernilai ekonomi. Metode-metode tersebut merupakan bagian dari rahasia dagang. bagaimana jika rahasia dagang suatu perusahaan meskipun tidak diketahui khalayak ramai, tetapi merupakan hasil pemikiran manusia dan peran AI dalam pembuatannya? Apakah masih dapat dilindungi?

Perlindungan yang diberikan hukum terhadap rahasia dagang dengan peran AI masih dapat dijaga kerahasiaannya atau dilindungi, Meskipun peran AI terdapat didalamnya namun juga terdapat hasil intelektualitas manusia didalamnya. Selain itu, UU mengenai rahasia dagang dalam pasal 3 menyebutkan :

¹ Emirzon, Joni. 2008. Hukum Bisnis Indonesia, Jakarta: Literata, h.356.

² Efendy, Taufik. (2014). Rahasia Dagang Sebagai Bagian Dari Hak Kekayaan Intelektual. AI'Adl, 4(12), 53.

1. Bahwa rahasia dagang tetap dijamin mempunyai perlindungan dengan syarat hal tersebut masih tidak diketahui khalayak ramai/rahasia, terdapat nilai ekonomi, dan dijaganya atau adanya upaya menjaga rahasia
2. Terhadap informasi bersifat rahasia memiliki pengertian bila informasi atau rahasia dagang masih tidak bersifat publik atau hal itu hanya diketahui oleh pihak yang memiliki hak
3. Sementara itu, informasi memiliki nilai ekonomi jika melalui informasi itu, kegiatan usaha dapat memperoleh manfaat, menaikkan bahkan memaksimalkan keuntungan atau jika informasi tersebut menghasilkan atau meningkatkan keuntungan.
4. Lalu terhadap hal tersebut dijaganya kerahasiaannya memiliki arti adanya upaya-upaya pemilik dalam hal mencegah tersebarnya atau tetap menjaga kerahasiaannya melalui langkah yang patut dan layak

Ada beberapa point didalamnya mengenai rahasia dagang yang dapat dilindungi yaitu sifat rahasia, terdapat nilai ekonomi dan dijaga kerahasiaannya. Selama rahasia dagang tersebut memenuhi point-point yang dikatakan dalam undang-undang maka rahasia dagang itu mendapat perlindungan. Meski rahasia dagang itu berasal atau hasil kolaborasi antara pemikiran manusia dan AI. Lalu, “Upaya-upaya sebagaimana mestinya” merupakan Keseluruhan yang mencakup standar kewajaran, kepatutan, dan kepatutan yang diperlukan untuk menjaga kerahasiaan. Misalnya, perusahaan mungkin mewajibkan prosedur standar yang mengikuti praktik industri umum atau diatur secara khusus oleh peraturan internal perusahaan. Lebih lanjut, peraturan internal ini juga dapat menetapkan mekanisme untuk menjamin Rahasia Dagang dan pihak-pihak yang memiliki tanggung jawab untuk menjaga kerahasiaannya.

Rahasia dagang tidak dibatasi sebagai sebuah teknologi saja, melainkan lebih luas cakupannya baik dalam teknologi maupun informasi non-teknologi. Pernyataan ini berdasarkan dengan definisi rahasia dagang itu yang terdapat dalam UURD menyebutkan Rahasia Dagang merupakan 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. Terminologi rahasia dagang sebagai perbandingan bisa dibandingkan dengan Uniform Trade Secret Act (Canada) yang menyebutkan bahwa rahasia dagang didefinisikan sebagai segala bentuk

PERLINDUNGAN HUKUM RAHASIA DAGANG DALAM BISNIS FRANCHISE DI ERA INDUSTRI 5.0 DALAM BIDANG F&B

informasi yang dapat digunakan dalam kegiatan komersial, yang tidak umum diketahui dan memiliki nilai ekonomi.³

Di Indonesia saat ini, rahasia dagang dalam sistem perlindungannya tidak sama dengan paten maupun merk yaitu First to file, ataupun sistem perlindungannya tidak sama dengan sistem perlindungannya di Amerika yaitu First to use karena perlindungan rahasia dagang muncul apabila memenuhi ketiga sifatnya (Rahasia, memiliki nilai ekonomis serta dijaga kerahasiaannya melalui upaya...). Didalam undang-undangnya pun, tidak ada yang mengatur spesifik tentang tata cara pendaftaran maupun ketentuan-ketentuan serta menyebutkan bahwa rahasia dagang perlu didaftarkan. Dalam praktiknya, rahasia dagang tidak diwajibkan untuk didaftarkan di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia guna mendapat perlindungan hukum. Namun, untuk memastikan pengakuan dan bukti kepemilikan yang kuat rahasia dagang mereka, beberapa pemilik rahasia dagang secara sengaja mendaftarkan rahasia dagang mereka di lembaga tersebut.⁴ Namun, kepemilikan dan jaminan terhadap informasi rahasia yang termasuk dalam kategori rahasia dagang atau aset tak berwujud suatu perusahaan dapat diperoleh secara langsung tanpa memerlukan proses pendaftaran.⁵ Yang berarti selama memenuhi unsur yaitu dijaga kerahasiaannya, memiliki nilai ekonomi dan adanya upaya-upaya melindungi, maka rahasia dagang itu akan otomatis menjadi milik subjek hukum tersebut.

Dalam hal bersifat rahasia, rahasia dagang tersebut harus bersifat rahasia atau tidak diketahui khalayak ramai dalam artian diketahui secara umum dimasyarakat dan hanya boleh diketahui beberapa pihak tertentu. Dalam hal bersifat mempunyai value ekonomi yang dimaksud jika rahasia dagang tersebut dapat digunakan oleh pemilik lisensi bahkan pencipta dalam menjalankan kegiatan yang memiliki sifat komersial dapat digunakan dalam kegiatan ekonomi bahkan memaksimalkan keuntungan. Lalu dalam hal rahasia dagang tersebut dipertahankan kerahasiaannya apabila pemilik lisensi atau pencipta atau para pihak-pihak yang mengetahui maupun menguasai melakukan langkah-langkah ataupun upaya yang layak dan patut dalam melindungi rahasia dagang tersebut.

³ Efendy, Taufik. *op.cit*, (56)

⁴ Setiawan, A., Sulistianingsih, D., Kusumaningtyas, R. F., & SH, M. (2018). Eksistensi Pendaftaran Rahasia Dagang dan Implementasi Perlindungannya (Studi di Kanwil Kemenkumham Jawa Tengah). *Jurnal Law & Justice*, 3(2), h.77.

⁵ Yanuarsari, S. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Rahasia Dagang Yang Bersifat Komersial. *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Palembang*, 17(2), h.122.

Selama kriteria rahasia dagang tersebut dipertahankan oleh pemilik maka, jangka waktu atau masa perlindungan rahasia dagang tersebut tidak memiliki batasan dalam hal waktu kadaluarsa atau tidak perlu diperpanjang. Maka, mekanisme perlindungan rahasia dagang sebenarnya dalam prakteknya tergantung kepada pemilik rahasia dagang tersebut melalui upaya-upayanya dalam melindungi dan mencegah rahasia dagang itu diketahui secara umum

Rahasia dagang, seperti bentuk kekayaan intelektual lainnya, dapat dialihkan atau dialihkan haknya. Mengalihkan hak atas rahasia dagang dapat melalui warisan, wasiat, hibah, perjanjian tertulis, lisensi, atau cara lain yang diakui oleh hukum. Selain itu, pemilik rahasia dagang berhak menggunakan rahasia dagang tersebut secara mandiri dalam kegiatan usahanya atau mengalihkan dengan lisensi kepada pihak lain untuk penggunaannya. Lisensi rahasia dagang berbeda dengan peralihan hak dimana, Menurut Pasal 1 ayat 5 Undang-Undang Rahasia Dagang (UURD), lisensi didefinisikan sebagai bentuk izin atau hak yang diberikan oleh pemegang rahasia dagang kepada pihak lain melalui perjanjian, sehingga pemegang lisensi dapat memperoleh manfaat ekonomi dari rahasia dagang yang dilindungi, dengan syarat dan ketentuan tertentu. Hal ini berbeda dengan pengalihan hak rahasia dagang, yang melibatkan pengalihan hak tersebut secara permanen atau sementara kepada pemilik baru, berdasarkan mekanisme seperti warisan, hadiah, wasiat, atau perjanjian tertulis.⁶

Lisensi merupakan salah satu upaya pengalihan terhadap hak atau rahasia dagang ataupun perlindungan terhadap rahasia dagang itu. Melalui lisensi, pemilik hak memiliki wewenang untuk menyerahkan kewenangan kepada pihak-pihak tertentu, sementara mencegah pihak-pihak lain untuk memakai, mengungkapkan, atau membocorkan informasi rahasia tersebut kepada pihak ketiga untuk keuntungan komersial. Jadi tidak hanya untuk memberikan hak tetapi untuk mencegah atau melindungi rahasia dagang itu sendiri. Perjanjian lisensi harus dibuat dengan hati-hati oleh pemilik rahasia dagang karena sangat rentan jika terjadi kekosongan dalam perjanjian, dapat berdampak pada rahasia dagang tersebut. Biasanya perjanjian lisensi dalam rahasia dagang digunakan untuk mengalihkan rahasia dagang tersebut sebagai kebutuhan komersil. Di dalamnya, lisensi memuat apa saja yang diperbolehkan dilakukan dan hal yang tidak diperbolehkan

⁶ Tanaya, V., Marpaung, J. V., & Djohan, A. D. (2021). Perlindungan Hukum Rahasia Dagang Dalam Perjanjian Franchise Cocoyo. *Refleksi Hukum: Jurnal Ilmu Hukum*, 5(2), 243.

PERLINDUNGAN HUKUM RAHASIA DAGANG DALAM BISNIS FRANCHISE DI ERA INDUSTRI 5.0 DALAM BIDANG F&B

dilakukan dalam pengalihan rahasia dagang tersebut selain itu dalam lisensi pada umumnya tidak dicantumkan rahasia dagang tersebut untuk menjaga kerahasiaannya ketika terjadi pelanggaran. Bagi pemilik lisensi yang mendapat rahasia dagang, mereka dapat menggunakan rahasia dagang tersebut untuk kebutuhan komersil, tetapi tidak dapat atau tidak boleh mengungkapkan rahasia dagang tersebut sebagai kebutuhan komersil. Selain itu jika suatu saat terjadi pelanggaran yang menyebabkan mereka mengalami kerugian maka pemegang lisensi mendapat kewenangan seperti pemegang hak rahasia tersebut dapat mengajukan gugatan dan menuntut kerugian kepada barangsiapa dengan kesadaran dan tanpa hak melakukan atau menyebarkan, membocorkan atau dalam artian melakukan perbuatan yang dilarang perundang-undangan.

Dibalik perlindungannya, rahasia dagang sendiri memiliki kelebihan serta kekurangan dalam penggunaan maupun perlindungannya dimana keuntungannya , yaitu dalam pemakaian tanpa lisensi, tidak terdapat biaya pendaftaran rahasia dagang atau bebas biaya atau gratis karena rahasia dagang tidak didaftarkan (Namun, dalam hal perjanjian lisensi rahasia dagang, perlu didaftarkan dan adanya biaya atas pencatatan tersebut ke DJKI), Perlindungan rahasia dagang pada prakteknya tidak mewajibkan adanya pengungkapan rahasia (Seperti kekayaan intelektual lainnya yaitu paten) dan Perlindungan hukum tersebut tidak memiliki batas waktu atau jangka waktu dalam perlindungan (Rahasia dagang tetap eksis dan dilindungi selama rahasia dagang itu ada dan dijaga kerahasiaannya melalui upaya-upaya yang dilakukan pemilik). Dan kekurangan melindungi rahasia dengan rahasia dagang yaitu adanya *reverse engineering* yang menurut hukum Indonesia itu disahkan (*reverse engineering* disebut juga sebagai rekayasa balik untuk mengetahui mekanisme dan menganalisis produk secara mendalam), Sulitnya perlindungan hukum ditunjukan melalui pemilik harus mengupayakan dan mengusahakan perlindungan terhadap rahasia dagang (Pemilik berperan besar dalam menjaga kerahasiaannya) karena rahasia dagang dapat saja hilang ketika adanya ketidak hati-hatian pemilik dalam menggunakan, mengalihkan maupun melisensikan rahasia dagang tersebut.⁷

⁷ Setiawan, A., Sulistianingsih, D., Kusumaningtyas, R. F., & SH, M. (2018). *op.cit*, (79).

Perlindungan Hukum Terhadap Rahasia Dagang Dalam Bisnis Franchise F&B di Indonesia

Pemilik rahasia dagang pada dasarnya mempunyai hak penuh terhadap rahasia dagangnya. Hak tersebut mencakup kebebasan untuk memakai dan tidak membagikan atau tidak mengalikan dalam artian menyimpan rahasia dagang tanpa harus melibatkan pihak lain. Selain itu, pemilik rahasia dagang berwenang untuk mengalihkan hak dengan lisensi kepada pihak lain untuk memakai hak tersebut secara sah, disertai dengan perjanjian komersial. Di sisi lain, pemilik juga berhak untuk mencegah pihak mana pun menggunakan, menyebarkan, atau mengungkapkan rahasia dagang kepada pihak ketiga tanpa persetujuan. Dengan demikian, perlindungan terhadap rahasia dagang tidak hanya memberikan jaminan atas kepemilikan, tetapi juga menjamin kontrol penuh pemilik dalam menentukan siapa yang berhak mengakses dan menggunakan informasi tersebut untuk kepentingan bisnis.⁸ Hal tersebut berjalan sesuai perkembangan dunia bisnis, dimana kita sekarang mengenal yang namanya *franchise* atau waralaba. Franchise didefinisikan sebagai hak istimewa yang dimiliki oleh individu atau entitas bisnis atas sistem bisnis dengan karakteristik unik untuk pemasaran barang dan/atau jasa yang telah terbukti sukses, yang dapat dimanfaatkan atau diterapkan oleh pihak lain melalui Perjanjian Franchise. Waralaba di Indonesia sudah banyak dan berkembang, tidak terbatas pada sektor barang melainkan jasa maupun kebutuhan primer salah satunya adalah F&B atau Food and Beverage.⁹ Bisnis waralaba dalam bidang F&B sudah semakin banyak dan berkembang di Indonesia, beberapa bisnis F&B di Indonesia sekarang yaitu McDonald, KFC, Mixue, Haus, HOP-HOP dan masih banyak lagi. Bisnis Waralaba dalam bidang F&B makin banyak dan berkembang. Munculnya tren-tren bahkan pengaruh social media membuat inovasi suatu F&B diikuti beberapa orang, bahkan ada pula yang tertarik dengan bisnis tersebut dan mengajukan kemitraan melalui waralaba. Rahasia dagang dalam hal ini memberikan perlindungan bagi pelaku-pelaku usaha baik yang membuat waralaba maupun UMKM. Pada dasarnya, perlindungan hukum ini bertujuan untuk mencegah pesaing memanfaatkan informasi berharga atau rahasia

⁸ Dermawan, A. (2019). Pengertian Rahasia Dagang serta Contoh pPada Produk Sony Ericsson. h.18

⁹ Dewi, I. C. (2022). Edukasi tentang Menciptakan Inovasi dalam Industri Food and Beverage (F&B) melalui Daring. Batara Wisnu: Indonesian Journal of Community Services, 2(3), 580.

PERLINDUNGAN HUKUM RAHASIA DAGANG DALAM BISNIS FRANCHISE DI ERA INDUSTRI 5.0 DALAM BIDANG F&B

dagang untuk merugikan satu sama lain.¹⁰ Sektor bisnis yang berisiko tinggi mengalami persaingan tidak sehat adalah industri kuliner, termasuk restoran. Di bidang ini, kasus pencurian resep berharga sering terjadi, dengan informasi tersebut kemudian disalin oleh bisnis lain. Tindakan semacam ini berpotensi menyebabkan kerugian bagi pemilik rahasia dagang, sementara memberikan keuntungan tidak adil bagi pihak yang melanggar.¹¹ Namun untuk mendapat perlindungan terhadap rahasia dagangnya, pemilik hak harus berhati-hati dimana yang dimaksudkan sebagai pemilik rahasia dagang atau orang yang mengadakan atau membuka kemitraan berupa waralaba, itu berarti ia harus memberikan rahasia dagang agar ia sebagai pemilik dan mitra atau penerima rahasia dagang tersebut mendapat keuntungan. Ruang lingkup rahasia dagang mencakup resep untuk memproduksi atau mengolah bahan baku menjadi makanan atau minuman, peralatan yang digunakan, serta prosedur dan standar yang diterapkan oleh pemilik rahasia dagang dalam mengolah dan menyajikan produk makanan atau minuman yang dipasarkan.¹² Manfaat yang dimaksud bagi pemilik adalah perjanjian waralaba, di mana pewaralaba diwajibkan untuk membayar royalti kepada pemberi waralaba atas penggunaan merek dagang dan proses produksi produk.

Dalam menjalin hubungan bisnis antara *franchisor* dan *franchisee* baik dalam F&B maupun diluar itu biasanya di dalam perjanjiannya tidak diletakan secara tertulis, tetapi hanya lisan mengenai klausula rahasia dagang, hal ini dikarenakan para pihak baik penerima atau pemberi dianggap telah mempunyai pemahaman terhadap rahasia dagang tersebut. Yang dimaksudkan adalah bahwa tidak hanya pemilik, tetapi penerima rahasia dagang juga berkewajiban untuk menjaga kerahasiaan informasi tersebut atau *duty of care* bagi penerima hak.¹³ Hal ini berarti tidak semua waralaba memiliki klausula dalam menjaga rahasia dagangnya dan tidak disebutkan dalam PP Waralaba tentang adanya keharusan adanya klausula mengenai perlindungan terhadap rahasia dagang dalam perjanjian waralaba tersebut. Tujuan dari ketentuan tersebut adalah agar kerahasiaan rahasia dagang tetap memperoleh perlindungan hukum, meskipun klausul terkait tidak

¹⁰ Kurnia, A. C., Salfutra, R. D., & Hanafiah, S. D. (2022). Kepastian Hukum Hak Informasi: Problematika Konsumen dan Rahasia Dagang. *PROGRESIF: Jurnal Hukum*, 16(1), h.42.

¹¹ Setiawan, A., Sulistianingsih, D., Kusumaningtyas, R. F., & SH, M. (2018). *op.cit*, (79)

¹² Tanaya, V., Marpaung, J. V., & Djohan, A. D. (2021). Perlindungan Hukum Rahasia Dagang Dalam Perjanjian Franchise Cocoyo. *Refleksi Hukum: Jurnal Ilmu Hukum*, 5(2), h.240.

¹³ *Ibid*, (248).

disebutkan secara tegas dalam perjanjian.¹⁴ Fenomena tersebut berdasar pada KUHPdata pada pasal 1347 dimana mengatakan “Hal-hal yang menurut kebiasaan selamanya diperjanjikan, dianggap secara diam-diam dimasukan dalam persetujuan, meskipun tidak dengan tegas dinyatakan.” Meskipun demikian, perjanjian mengenai rahasia dagang dalam bisnis waralaba F&B itu dinilai cukup penting karena rahasia dagang nya merupakan inti utama atau produk yang dijual belikan atau resep makanan, sehingga tidak hanya menghilangkan rahasia dagang, tetapi dapat menghambat bahkan menghentikan keberlangsungan usaha jika rahasia dagang tersebut disalahgunakan bahkan bocor atau hilang status rahasianya.

Dalam waralaba F&B, diperlukan perlindungan terhadap rahasia dagang yang menjadi upaya pencegahan dalam mencegah dan menjaga rahasia dagangnya, pemilik perlu dengan mengadakan perjanjian terhadap penerima rahasia dagang, selain itu didalamnya perlu memuat tata cara dan perlindungan terhadap rahasia dagang tersebut seperti mekanisme perjanjian kerja terhadap karyawan yang akan berkerja pada waralaba tersebut. Ada beberapa perjanjian yang dapat melindungi rahasia dagang ,yaitu :

1. Perjanjian Kerja.

Pada dasarnya, pengusaha menggunakan perjanjian kerahasiaan sebagai sarana hukum untuk mengikat karyawan agar tidak mengungkapkan informasi yang merupakan rahasia dagang. Dokumen-dokumen ini memuat ketentuan yang mengatur kewajiban dan tanggung jawab karyawan dalam melindungi kerahasiaan data perusahaan. Pada dasarnya, perjanjian ini bertujuan untuk mencegah kerugian perusahaan yang menyebabkan rusaknya reputasi maupun kerugian akibat dari pelanggaran terhadap rahasia dagang.¹⁵ Hal ini diperlukan karena mayoritas *franchise* atau waralaba dibidang F&B dijalankan dengan merekrut atau mempekerjakan karyawan, sehingga pekerja tersebut dapat dibilang mengetahui rahasia dagang tetapi tidak memiliki wewenang dalam hak nya. Wewenang yang dimaksud yaitu hak untuk menggugat atau menuntut kerugian sebagai pemilik rahasia dagang ataupun penerima lisensi.

2. Perjanjian Lisensi

¹⁴ *Ibid*, (245).

¹⁵ Dewi, N. K. A. S., & Purwanto, I. W. N. (2018). Pengaturan Confidentiality Agreement Terhadap Perlindungan Rahasia Dagang. Kerta Semaya: Journal Ilmu Hukum, 6(11), h.1.

PERLINDUNGAN HUKUM RAHASIA DAGANG DALAM BISNIS FRANCHISE DI ERA INDUSTRI 5.0 DALAM BIDANG F&B

Dalam praktik bisnis, khususnya di bidang waralaba, perjanjian lisensi merupakan satu dari beberapa instrumen yang paling sering digunakan oleh para pelaku usaha. Perjanjian ini umumnya dibuat oleh pihak franchisor sebagai pemilik merek maupun rahasia dagang, untuk memberikan hak kepada franchisee dalam menggunakan rahasia dagang tersebut, baik berupa resep, strategi bisnis, maupun sistem operasional. Hak yang diberikan ini tidak bersifat bebas, melainkan dibatasi oleh syarat, ketentuan, serta kewajiban yang telah disepakati bersama dalam perjanjian waralaba. Dengan adanya perjanjian lisensi, hubungan antara franchisor dan franchisee menjadi lebih jelas, sekaligus memberikan jaminan bagi pemilik hak untuk mendapatkan keamanan rahasia dagang yang menjadi bagian penting dari keberlangsungan usaha waralaba.¹⁶

3. Perjanjian informasi rahasia dagang berdasarkan kontrak konsultasi

Dalam kegiatan bisnis, seorang pelaku usaha hampir tidak bisa lepas dari keterlibatan profesi konsultan. Kehadiran konsultan menjadi sangat penting, terutama bagi pelaku usaha ingin melakukan peningkatan, pengembangan, inovasi, atau perluasan terhadap bisnis yang sedang dijalankannya. Dalam proses tersebut, konsultan sering kali memperoleh akses terhadap informasi yang bersifat rahasia dagang, seperti strategi bisnis, data pelanggan, hingga metode operasional perusahaan. Karena itulah, rahasia dagang memerlukan perlindungan hukum yang jelas. Salah satu caranya adalah dengan mencantumkan klausul khusus dalam perjanjian kerja sama yang mewajibkan konsultan untuk menjaga kerahasiaan informasi tersebut. Dengan adanya klausul ini, pemilik usaha dapat lebih tenang karena rahasia dagang yang menjadi aset penting bisnis tetap terlindungi dari potensi penyalahgunaan.¹⁷

4. Perjanjian tertulis dengan klausula merahasiakan

Perjanjian ini merupakan perjanjian dengan klausula yang terdapat penjelasan kepada penerima informasi bisnis rahasia, yang menyatakan kesepakatan dan persetujuannya untuk menjaga dan melindungi kerahasiaan hak kekayaan intelektual

¹⁶ Chandarika, R. S. (2019). Perlindungan Hukum Perjanjian Lisensi Rahasia Dagang Di Indonesia. *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, Vol.2,(No.6), pp.15–17.

¹⁷ Azmi, H., Wisnaeni, F., & Cahyaningtyas, I. (2021). Perlindungan Hukum Rahasia Dagang (Studi Pada PT. Haifa Paraestetiderma). *Notarius*, 14(1), h.265.

yang dimiliki oleh penyedia informasi.¹⁸ Dalam konteks perlindungan rahasia dagang, perjanjian ini—sering disebut sebagai perjanjian kerahasiaan atau Non-Disclosure Agreement (NDA) berfungsi sebagai instrumen hukum yang mengikat secara formal. Perjanjian ini memastikan bahwa penerima informasi, seperti mitra bisnis, karyawan, atau pihak ketiga, secara sadar mengakui tanggung jawab mereka untuk mencegah pengungkapan, penyalahgunaan, atau kebocoran data rahasia yang sensitif, seperti resep formula, strategi pemasaran, atau teknologi eksklusif. Oleh karena itu, perjanjian ini tidak hanya memperkuat kepercayaan antara pihak-pihak dalam kolaborasi komersial, tetapi juga memberikan dasar hukum bagi pemilik rahasia dagang untuk mencari ganti rugi atau sanksi jika terjadi pelanggaran. Pada akhirnya, mekanisme ini mendukung keberlanjutan inovasi dan keunggulan kompetitif bagi perusahaan dalam lingkungan bisnis yang semakin kompleks

Namun perlindungan terhadap rahasia dagang di bidang F&B tidak hanya sebatas pada pencegahan yaitu upaya preventif, tetapi dapat melalui upaya represif dimana pemilik rahasia dagang dapat menyelesaikan sengketa melalui jalur litigasi dan nonlitigasi. Dalam penyelesaian melalui jalur litigasi beberapa Undang-undang lainnya memberikan jaminan hukum yang memuat perbuatan yang dilarang dalam perjanjian kerja sama franchise dan rahasia dagang tersebut yaitu :

1. Undang-undang No. 30 Tahun 2000

Didalam UU rahasia dagang mengatur ketentuan pidana jika terjadinya pelanggaran terhadap hak pemilik yang menurut Undang-undang bertentangan. Pasal 17 ayat (1) Undang-Undang Rahasia Dagang mengatur sanksi pidana bagi pelanggar, dengan bunyi ketentuan yang mengatakan terkait dengan kepada setiap orang dengan kesengajaan memanfaatkan rahasia dagang atau melakukan tindakan yang dilarang sebagaimana pada pasal 13 dan 14 dapat dikenakan pidana. Ketentuan ini dirancang untuk memberikan perlindungan yang kuat terhadap kekayaan intelektual yang bersifat rahasia, di mana pelanggaran dapat mencakup penggunaan tanpa izin atas informasi rahasia dagang—seperti formula, proses produksi, atau data strategis perusahaan—atau tindakan pengungkapan dan kebocoran yang merugikan pemegang hak. Pasal 13 dan 14 secara khusus merujuk pada bentuk pelanggaran seperti transfer

¹⁸ *Ibid.*

PERLINDUNGAN HUKUM RAHASIA DAGANG DALAM BISNIS FRANCHISE DI ERA INDUSTRI 5.0 DALAM BIDANG F&B

tanpa izin atas rahasia dagang atau penggunaannya untuk tujuan komersial yang melanggar hukum, sehingga sanksi pidana ini bertujuan untuk mencegah praktik tidak etis yang dapat merusak keunggulan kompetitif perusahaan dan mendorong inovasi berkelanjutan di tengah persaingan pasar yang ketat. Dengan demikian, ketentuan ini tidak hanya berfungsi sebagai pencegahan bagi pelaku potensial, tetapi juga memperkuat kerangka hukum nasional dalam menjaga integritas kekayaan intelektual.

2. Kitab Undang-undang Hukum Perdata

KUHP pasal 1239 menjelaskan “Tiap perikatan untuk berbuat sesuatu, atau untuk tidak berbuat sesuatu, wajib diselesaikan dengan memberikan penggantian biaya, kerugian dan bunga, bila debitur tidak memenuhi kewajibannya.” Maka dalam rahasia dagang di bidang F&B, penerima rahasia dagang dilarang untuk mengungkapkan bahkan menyebarkan maupun membocorkan rahasia dagang tersebut. Hal tersebut merupakan perikatan yang melarang untuk tidak berbuat sesuatu. Jika dalam hal ini dilanggar maka bersangkutan dapat dituntut dengan dasar pasal 1242 dimana “Jika perikatan itu bertujuan untuk tidak berbuat sesuatu, maka pihak mana pun yang berbuat bertentangan dengan perikatan itu, karena pelanggaran itu saja, diwajibkan untuk mengganti biaya, kerugian dan bunga.”

3. KUHP terbaru (Undang-undang No.1 tahun 2023)

Dikatakan pada pasal 444 yaitu “Setiap Orang yang memberitahukan hal khusus tentang suatu perusahaan tempatnya bekerja atau pernah bekerja yang harus dirahasiakannya, dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak kategori III.” Dalam KUHP yang terbaru mengatur juga mengenai hal menjaga rahasia sehingga jaminan dan perlindungan terhadap rahasia dagang kian meningkat meskipun masih menitikberatkan kepada pemilik rahasia dagang yang harus mengupayakan kerahasiaanya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Sejarah perlindungan HKI di Indonesia telah mengalami evolusi dari zaman kolonial Belanda hingga era modern. Awalnya, fokus perlindungan hanya mencakup merek, paten, dan hak cipta, sementara rahasia dagang belum mendapat perhatian khusus. Perubahan signifikan terjadi setelah Indonesia meratifikasi berbagai konvensi

internasional, termasuk Paris Convention dan TRIPs, yang mengharuskan perlindungan terhadap rahasia dagang. Pada tahun 2000, Indonesia mengesahkan Undang-Undang No. 30 tentang Rahasia Dagang untuk memberikan kerangka hukum yang lebih jelas.

Di era Industri 5.0, teknologi, terutama kecerdasan buatan (AI), menjadi komponen integral dalam industri. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai perlindungan rahasia dagang yang melibatkan AI. Meskipun AI berperan dalam pengembangan rahasia dagang, perlindungan tetap bisa diberikan selama informasi tersebut memenuhi kriteria kerahasiaan, memiliki nilai jual, dan dijaga kerahasiaannya sesuai dengan Undang-undang No. 30 Tahun 2000.

Perlindungan hukum terhadap rahasia dagang dalam bisnis franchise, khususnya dalam industri *Food and beverage* (F&B), sangat penting. Waralaba dalam sektor ini memerlukan perlindungan rahasia dagang untuk menghindari penyalahgunaan informasi berharga seperti resep makanan oleh kompetitor. Perlindungan ini dapat dilakukan melalui berbagai perjanjian, termasuk perjanjian kerja, perjanjian lisensi, dan perjanjian konsultasi.

Walaupun rahasia dagang tidak mensyaratkan adanya pendaftaran formal untuk memperoleh perlindungan hukum, pemilik hak maupun lisensi tetap berkewajiban mengambil tindakan dan upaya yang wajar dan proporsional guna menjaga kerahasiaan informasi tersebut. Upaya ini bisa berupa penerapan kebijakan internal, perjanjian kerahasiaan dengan pihak terkait, hingga pembatasan akses terhadap informasi penting. Di samping itu, sistem hukum juga memberikan perlindungan melalui mekanisme penyelesaian sengketa, baik melalui jalur litigasi di pengadilan maupun non-litigasi seperti mediasi atau arbitrase. Berbagai peraturan perundang-undangan telah disusun sebagai landasan hukum, sehingga pemilik rahasia dagang memiliki dasar yang kuat untuk menuntut pihak-pihak yang melakukan pelanggaran terhadap rahasia dagangnya.

Secara keseluruhan, perlindungan yang diberikan hukum terhadap rahasia dagang di Indonesia sudah cukup memadai dan adaptif terhadap perkembangan teknologi di era Industri 5.0. Namun, pemilik rahasia dagang harus tetap proaktif dalam menjaga kerahasiaan informasi mereka dan memanfaatkan perlindungan hukum yang ada untuk mencegah penyalahgunaan.

PERLINDUNGAN HUKUM RAHASIA DAGANG DALAM BISNIS FRANCHISE DI ERA INDUSTRI 5.0 DALAM BIDANG F&B

DAFTAR REFERENSI

Buku

- Saidin, H.OK., 1995. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada (3).
- Sulistianingsih, Dewi and Andry Setiawan, 2020. *Rahasia Dagang Dalam Perspektif Hak Kekayaan Intelektual*. Semarang: BPFH UNNES (1).

Jurnal

- Agustina, K. D., & Nurmawati, M. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Rahasia Dagang Dalam Usaha Franchise Di Bidang Makanan Dan Minuman. *Jurnal Kertha Semaya*, 6.
- Azmi, H., Wisnaeni, F., & Cahyaningtyas, I. (2021). Perlindungan Hukum Rahasia Dagang (Studi Pada PT. Haifa Paraestetiderma). *Notarius*, 14(1), 259-275.
- Bhakti, I. S. G. (2017). Rahasia Dagang Dalam Usaha Franchise Di Bidang Kuliner. *Literasi Hukum*, 1(1).
- Chandarika, R. S. (2019). Perlindungan Hukum Perjanjian Lisensi Rahasia Dagang Di Indonesia. *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, Vol.2,(No.6), pp.15–17. Retrieved from <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/bonumcommune/article/download/2310/pdf>
- Dermawan, A. (2019). PENGERTIAN RAHASIA DAGANG SERTA CONTOH PADA PRODUK SONY ERICSSON.
- Dewi, I. C. (2022). Edukasi tentang Menciptakan Inovasi dalam Industri Food and Beverage (F&B) melalui Daring. *Batara Wisnu: Indonesian Journal of Community Services*, 2(3), 580-586.
- Dewi, N. K. A. S., & Purwanto, I. W. N. (2018). Pengaturan Confidentiality Agreement Terhadap Perlindungan Rahasia Dagang. *Kerta Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 6(11), 1-19.
- Effendy, T. (2014). Rahasia Dagang Sebagai Bagian Dari Hak Kekayaan Intelektual. *Al-Adl: Jurnal Hukum*, 6(12).
- Kurnia, A. C., Salfutra, R. D., & Hanafiah, S. D. (2022). Kepastian Hukum Hak Informasi: Problematika Konsumen dan Rahasia Dagang. *PROGRESIF: Jurnal Hukum*, 16(1), 38-58.

- Nizliandry, Chairinaya (2022) "ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM RAHASIA DAGANG MENURUT UNDANG-UNDANG RAHASIA DAGANG DI INDONESIA DAN AMERIKA SERIKAT," "Dharmasisya" Jurnal Program Magister Hukum FHUI: Vol. 2, Article 8.
- Setiawan, A., Sulistianingsih, D., Kusumaningtyas, R. F., & SH, M. (2018). Eksistensi Pendaftaran Rahasia Dagang dan Implementasi Perlindungannya (Studi di Kanwil Kemenkumham Jawa Tengah). Jurnal Law & Justice, 3(2), 073-081.
- Sudirman, L., & Disemadi, H. S. (2023). Rahasia Dagang sebagai Perlindungan Kekayaan Intelektual Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Era Digitalisasi dan Globalisasi. Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal), 12(1), 80-98.
- Tanaya, V., Marpaung, J. V., & Djohan, A. D. (2021). Perlindungan Hukum Rahasia Dagang Dalam Perjanjian Franchise Cocoyo. Refleksi Hukum: Jurnal Ilmu Hukum, 5(2), 237-254.
- Ulya, W. (2023). Implementasi Hukum Rahasia Dagang Sebagai Hak Kekayaan Intelektual Di Era Digital. JIPRO: Journal of Intellectual Property, 13-19.
- Yanuarsi, S. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Rahasia Dagang Yang Bersifat Komersil. Jurnal Fakultas Hukum Universitas Palembang, 17.