

## PERLINDUNGAN RAHASIA DAGANG DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS HAK KONSUMEN ATAS INFORMASI

Oleh:

**Peter Leviano Sihombing<sup>1</sup>**

**Dewa Ayu Dian Sawitri<sup>2</sup>**

Universitas Udayana

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

Korespondensi Penulis: [sihombing.2204551245@student.unud.ac.id](mailto:sihombing.2204551245@student.unud.ac.id),  
[dewaayudiansawitri@unud.ac.id](mailto:dewaayudiansawitri@unud.ac.id).

**Abstract.** *This research aims to identify and comprehensively evaluate the protection of trade secrets from the perspective of consumer protection law, particularly in relation to consumers' right to information, as well as to determine the normative limits in the application of consumers' right to information in relation to trade secret protection. This study applies a normative legal research method focusing on the conflict of norms between consumer protection and trade secret protection by using statutory, conceptual, and analytical approaches through the examination of existing laws and regulations, conceptual review of the legal conflicts involved, and structured analysis of such conflicts. The research utilizes primary legal materials in the form of legislation, secondary materials such as legal textbooks and academic journals, and tertiary materials including legal principles and related terminology. The findings indicate that trade secrets constitute exclusive rights of business actors as the owners of such trade secrets; however, these rights are not absolute in nature, as consumer protection law limits confidentiality when it relates to consumers' interests in obtaining information, as well as issues of safety and security. Information that is material to consumers must be disclosed, while technical information that is not relevant to consumers' interests may*

# PERLINDUNGAN RAHASIA DAGANG DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS HAK KONSUMEN ATAS INFORMASI

*remain protected. Any disclosure must comply with the principle of balance through the application of the proportionality principle. This study contributes to the harmonization of the two legal regimes in order to ensure legal certainty and justice.*

**Keywords:** *Trade Secrets, Consumer protection, Consumer Right to Information, Norm Conflict.*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi serta mengevaluasi secara komprehensi perlindungan rahasia dagang dalam perspektif hukum perlindungan konsumen atas hak konsumen atas informasi. Penelitian ini juga bertujuan untuk mencari batas normatif dalam penerapan hak konsumen atas informasi dengan perlindungan rahasia dagang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif atas norma konflik antara perlindungan konsumen dengan rahasia dagang. Menerapkan pendekatan perundang-undangan, pendekatan konseptual, dan pendekatan analitis. Pendekatan dilakukan dengan mengkaji peraturan perundang-undangan yang ada, meneliti secara konseptual terkait konflik yang terjadi, serta menganalisis konflik dengan terstruktur. Penelitian dilakukan menggunakan bahan hukum primer berbentuk peraturan perundang-undangan, bahan hukum sekunder berupa buku serta jurnal hukum, dan bahan hukum tersier berupa terminologi seperti asas dan sejenisnya. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa rahasia dagang adalah hak eksklusif pelaku usaha sebagai pemilik rahasia dagang. Namun hak eksklusif tersebut tidak bersifat absolut. Hukum Perlindungan Konsumen membatasi kerahasiaan apabila menyangkut kepentingan konsumen atas informasi, keamanan, dan keselamatan. Informasi yang bersifat material bagi konsumen harus diungkapkan dan informasi teknis yang tidak relevan bagi kepentingan konsumen tetap dapat dilindungi. Pengungkapan harus memenuhi asas keseimbangan menggunakan prinsip proporsionalitas. Studi ini berkontribusi dalam menjalankan harmonisasi dua rezim hukum yang menciptakan kepastian hukum serta berjalannya keadilan.

**Kata Kunci:** Rahasia Dagang, Perlindungan Konsumen, Hak Atas Informasi, Konflik Norma.

## LATAR BELAKANG

Di masa modern ini, dunia usaha sudah berkembang jauh dari sebelumnya. Semakin banyak usaha di bidang yang sama serta dengan barang atau jasa yang sama. Hal ini mendorong pelaku usaha untuk lebih giat menggali sebuah keunikan atas barang atau jasa yang ia punya sehingga memberikan perbedaan terhadap barang lain. Keunikan berupa perbedaan ini harus dihargai dan dilindungi dengan segenap hati, karena keunikan inilah yang menjadi *unique selling point* dalam usahanya. Perkembangan dunia usaha ini mendorong para pelaku usaha untuk melindungi *unique selling point* mereka melalui rezim rahasia dagang sebagai bagian dari kekayaan intelektual. Pendaftaran *unique selling point* menjadi rahasia dagang adalah sebuah upaya perlindungan yang dilakukan pelaku usaha untuk menjaga sebuah rahasia atas usaha mereka.

Rahasia Dagang adalah informasi yang tidak diketahui oleh umum di bidang teknologi dan/atau bisnis, mempunyai nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga kerahasiaannya oleh pemilik rahasia dagang.<sup>1</sup> Dalam prakteknya, rahasia dagang sudah yang masuk dalam salah satu jenis kekayaan intelektual sudah memiliki perlindungan semenjak di daftarkan (*first to file*) dan memiliki undang-undang yang mengatur yaitu Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang. Dalam perlindungan atas rahasia dagang, pemilik rahasia dagang memiliki hak eksklusif atas rahasia dagang yang ia miliki. Hak eksklusif disini berarti pemilik rahasia dagang dapat menggunakan sendiri rahasia dagang yang dimilikinya dan memberikan lisensi atau melarang kepada pihak lain untuk menggunakan atau mengungkapkan rahasia dagang tersebut demi kepentingan yang bersifat komersial.<sup>2</sup> Dapat disimpulkan juga bahwa pemilik rahasia dagang memiliki kuasa penuh atas pemberian konsen untuk menggunakan rahasia dagang tersebut.

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Dalam upaya perlindungan konsumen, Konsumen diberikan hak-hak yang berguna untuk upaya perlindungannya. Salah satu hak konsumen adalah hak atas informasi yang benar, jelas, jujur mengenai

---

<sup>1</sup> Thalib, E. F., Sari, D. N, Ratnaningrum, L. P. R. A. "PENTINGNYA PERLINDUNGAN RAHASIA DAGANG PADA PERUSAHAAN DI INDONESIA" YUSTHIMA: Jurnal Prodi Magister Hukum FH Unmas Denpasar, Vol.02, No. 02 (2022) : 84 - 86

<sup>2</sup> Puspasari, A. T. "TINJAUAN KONSEP HAK EKSKLUSIF DALAM HAK CIPTA BERDASARKAN PERSPEKTIF HEGELIAN" Dialogia Iuridica: Jurnal Hukum Volume 13 Nomor 2 (2022): 141 - 143

# **PERLINDUNGAN RAHASIA DAGANG DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS HAK KONSUMEN ATAS INFORMASI**

kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.<sup>3</sup> Hak inilah yang menjadi dasar sebuah perlindungan konsumen atas penggunaan barang dan/atau jasa. Seorang konsumen harus paham bahwa barang yang ia beli terdiri dari bahan apa saja secara rinci dan tepat untuk memenuhi kepentingan seorang konsumen.

Dalam praktik yang kerap berjalan, rahasia dagang dan perlindungan konsumen seringkali mengalami benturan kepentingan. Seorang pelaku usaha seringkali ingin melindungi bahan rahasia produk mereka untuk dapat menjaga keistimewaan barang tersebut, namun sesuai dengan hak yang dimiliki konsumen yaitu hak atas informasi yang benar, jujur, jelas maka perlindungan rahasia dagang tersebut sulit untuk terjadi. Rahasia dagang sering menjadi alasan sebuah pembatasan informasi terhadap konsumen. Kondisi ini menyebabkan konflik antar satu norma dengan norma lain.

Beberapa penelitian terdahulu sudah pernah meneliti terkait konflik norma antara Undang-Undang Penelitian Konsumen dan Undang-Undang Rahasia Dagang. Dari beberapa peneliti terdahulu, Penelitian seringkali bertumpu pada rahasia dagang menjadi subjek utama dan menyorot terhadap konflik yang terjadi dengan perlindungan konsumen. Namun di penelitian kali ini, perlindungan konsumen akan menjadi subjek utama serta menjadi subjek penguji batasan rahasia dagang. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti lebih lanjut terkait batas normatif rahasia dagang dalam tujuan pemenuhan perlindungan konsumen. Oleh karena itu, diperlukan adanya kajian hukum terhadap perlindungan rahasia dagang dalam tujuan perlindungan konsumen demi menjamin keseimbangan dan keadilan antara kepentingan pelaku usaha dan perlindungan hak konsumen.

Pada tahun 2019, Atika Sunarto telah mengkaji lebih lanjut dengan mengeluarkan jurnal berjudul “HUBUNGAN ANTARA RAHASIA DAGANG DENGAN PERLINDUNGAN KONSUMEN” Penelitian ini berfokus untuk meneliti lebih dalam terkait hubungan normative antara rahasia dagang dan perlindungan konsumen.

---

<sup>3</sup> Kurnia, A. C., Salfutra, R. D., Hanafiah, S. “Kepastian Hukum Hak Informasi: Problematika Konsumen dan Rahasia Dagang” PROGRESIF: Jurnal Hukum XVI/No.1 (2022): 46-50

Penelitian dilakukan dengan cara menempatkan kedua rezim ini setingkat sebagai rezim hukum perdata yang beririsan. Penelitian ini menegaskan bahwa rahasia dagang tidak bisa dijadikan dalih demi menyembunyikan sesuatu dari konsumen. Pada 2022, A. Cery Kurnia, Reko Dwi Salfutra, Syam Hanafiah melakukan penelitian dengan tema yang sama yang berjudul “Kepastian Hukum Hak Informasi: Problematika Konsumen dan Rahasia Dagang” Penelitian ini berfokus pada *norm conflict* yang ada antara perlindungan konsumen dengan rahasia dagang. Penelitian ini menegaskan bahwa adanya ketidakpastian hukum yang terjadi dalam pengaturan hak informasi konsumen dan menawarkan sinkronisasi hukum sebagai salah satu solusi normatif.

Pada penelitian ini juga berpegang pada asas *lex specialis derogate legi generalis* sebagai penyelesain *norm conflict* yang terjadi. Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu, Penelitian masih sebatas hubungan serta konflik yang terjadi. Belum ada penelitian yang mencoba untuk meneliti menggunakan perlindungan konsumen sebagai perspektif utama guna menentukan batasan perlindungan rahasia dagang. Oleh karena itu, Kebaruan yang ditawarkan penelitian ini adalah menggunakan perlindungan konsumen sebagai perspektif utama dan meneliti lebih lanjut terkait batasan perlindungan rahasia dagang dalam aspek perlindungan konsumen.

Rumusan masalah dalam penulisan ini berfokus pada dua hal utama. Pertama, bagaimana hukum perlindungan konsumen membatasi ruang lingkup perlindungan rahasia dagang yang dimiliki oleh pelaku usaha dalam melakukan kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Kedua, bagaimana batas normatif pengungkapan rahasia dagang yang sesuai dengan perspektif perlindungan konsumen dalam menjamin pemenuhan hak konsumen atas informasi. Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, tujuan penulisan ini adalah untuk mengidentifikasi dan mengkaji batasan yang terjadi akibat penerapan perlindungan konsumen dalam ruang lingkup perlindungan rahasia dagang yang dimiliki oleh pelaku usaha dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Selain itu, penulisan ini juga bertujuan untuk mendeskripsikan serta mengevaluasi bentuk pengungkapan rahasia dagang yang sesuai dengan perspektif perlindungan konsumen guna menjamin pemenuhan hak konsumen atas informasi.

# **PERLINDUNGAN RAHASIA DAGANG DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS HAK KONSUMEN ATAS INFORMASI**

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan berdasarkan metode penelitian hukum normatif yang berawal dari adanya norma konflik antara Perlindungan Konsumen dengan Rahasia Dagang. Penelitian dilakukan dengan tiga pendekatan yaitu pendekatan perundang-undangan, pendekatan konseptual, dan pendekatan analitis.<sup>4</sup> Melalui pendekatan perundang-undangan, Penelitian berfokus untuk memahami maksud dan tujuan dari kedua norma yang ada guna memahami lebih lanjut terkait alasan terjadinya norma konflik serta dapat mengevaluasi solusi yang berdasar kuat. Pendekatan konseptual dilakukan guna memahami lebih dalam terkait konstruksi teoritis perlindungan konsumen serta rahasia dagang dalam menjalankan tujuannya masing-masing. Pendekatan analitis digunakan guna memperjelas praktik batasan yang berlaku saat ini serta yang sebaiknya berlaku di masa depan, pendekatan analitis bermanfaat untuk menilai sejauh mana kepentingan masing-masing norma harus diutamakan lebih dari yang lain. Teknik penelusuran bahan hukum menggunakan Teknik studi dokumen dari beberapa sumber primer, sekunder, tersier. Sumber primer terdiri dari peraturan perundang-undangan yang berlaku maupun sudah tidak berlaku atau diganti serta Keputusan-keputusan lembaga terkait yang bersifat mengikat kedua norma tersebut. Sumber sekunder terdiri dari publikasi ilmiah serta literatur akademik. Sumber tersier berasal dari terminologi hukum berupa asas dan sejenisnya. Penelitian dilakukan berdasarkan analisis kajian menggunakan analisis kuantitatif untuk menghasilkan pemahaman dan interpretasi mendalam terkait perlindungan hukum dan rahasia dagang.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pembatasan Perlindungan Rahasia Dagang oleh Hukum Perlindungan Konsumen**

Seorang pemilik usaha selalu berusaha mencari keunikan dari barang dan/atau jasa yang ia punya demi kelancaran kegiatan usahanya. Keunikan inilah awal mula dari

---

<sup>4</sup> Kamal, M. & Djanggih, H. "Metode Penelitian Hukum: Pengantar Mahasiswa S1, S2 & S3" Makassar: Nas Media Indonesia, (2025): 78

rahasia dagang tercipta dan diakui sebagai kekayaan intelektual.<sup>5</sup> Berdasarkan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 (Selanjutnya disebut UU Rahasia Dagang) Pasal 1 Ayat 1 dapat disimpulkan bahwa rahasia dagang adalah sebuah informasi yang tidak diketahui oleh umum, mempunyai nilai ekonomi karena berguna bagi perusahaan, dan dijaga kerahasiaannya oleh pemilik rahasia dagang. Selanjutnya pada UU Rahasia Dagang Pasal 4 dijelaskan bahwa pemilik rahasia dagang memiliki dua hak yaitu: menggunakan sendiri rahasia dagang yang dimilikinya atau memberikan lisensi kepada atau melarang pihak untuk menggunakan rahasia dagang atau mengungkapkan rahasia dagang tersebut kepada pihak lain demi kepentingan yang bersifat komersial. Hak inilah yang dapat disebut hak eksklusif yang dimiliki pemilik rahasia dagang. Hak eksklusif adalah hak khusus yang memegang nilai ekonomi sebuah kekayaan intelektual. Dalam hal rahasia dagang, hak eksklusifnya mutlak dimiliki oleh pemilik rahasia dagang.

Tujuan rahasia dagang dapat dicermati dalam pasal 2 UU Rahasia Dagang yang dapat disimpulkan bahwa ruang lingkup rahasia dagang meliputi metode produksi, metode pengolahan, metode penjualan, atau informasi lain di bidang teknologi dan/atau bisnis yang memiliki nilai ekonomi dan bersifat rahasia. Tujuan utama dari rahasia dagang adalah untuk melindungi kerahasiaan dari isi rahasia dagang tersebut. UU Rahasia Dagang juga bertujuan untuk memberikan hak eksklusif dan hak ekonomi terhadap pemilik rahasia dagang. Dari UU Rahasia Dagang, dapat disimpulkan bahwa UU tersebut memiliki tujuan untuk menegakkan prinsip kepastian hukum seperti yang disampaikan Sudikno Mertikusumo (2007) bahwa hukum harus memberi kepastian, sehingga dapat dipahami serta diterapkan dengan benar.

Seorang konsumen adalah seseorang yang menggunakan barang dan/atau jasa yang disediakan pemilik usaha. Umumnya konsumen hanya dapat membeli apa yang disediakan oleh pemilik usaha, oleh karena itu konsumen disini seringkali menjadi pihak yang lebih lemah dalam suatu transaksi jual beli. Sesuai dengan tujuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 (Selanjutnya disebut UU Perlindungan Konsumen) Pasal 2 yang menjelaskan asas-asas hukum perlindungan konsumen, disebutkan bahwa asas keadilan

---

<sup>5</sup> Sanjaya, A. H., Salsabila, A. P., Suryaningsing, A. Silalahi, A. M., Lim, H. C., Rahaditya, R. "ASPEK HUKUM RAHASIA DAGANG DALAM EKONOMI DIGITAL" Jurnal Multilingual Vol. 3, No. 4 (2023): 481 - 484

## **PERLINDUNGAN RAHASIA DAGANG DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS HAK KONSUMEN ATAS INFORMASI**

dan keseimbangan menjadi asas-asas dasar hukum perlindungan konsumen. Keadilan dan keseimbangan perlu menjadi asas dasar karena pada dasarnya seorang konsumen selalu menjadi pihak yang lemah dalam sebuah transaksi jual beli. Menurut Zulham, perlindungan konsumen lahir sebagai respons terhadap ketidakseimbangan kedudukan hukum dan ekonomi antara pelaku usaha dan konsumen, sehingga hukum perlu melakukan intervensi untuk melindungi pihak yang lemah.<sup>6</sup>

Hak-hak milik konsumen dan pelaku usaha diatur dalam UU Perlindungan Konsumen guna menjamin kepastian hukum pihak yang terlibat. Hak Konsumen yang menjadi sorotan utama dalam penelitian kali ini adalah hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Hal ini tertulis dalam Pasal 4 huruf C UU Perlindungan Konsumen. Hak ini dijamin supaya para konsumen mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan yang konsumen mau dan paham atas kegunaan barang dan/atau jasa tersebut. Hak atas informasi yang benar ini juga dijamin melalui sisi pelaku usaha. Pada pasal 7 huruf b UU Perlindungan konsumen, diatur bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.

Namun dalam praktiknya, terdapat tumpang tindih antara UU Perlindungan Konsumen dengan UU Rahasia Dagang. Tumpang tindih yang dimaksud terjadi dalam hak atas informasi yang benar dan hal ini dijamin serta diatur dalam UU Perlindungan Konsumen. Seorang konsumen memiliki hak mutlak untuk mengetahui hal-hal yang terkandung atau yang ada dalam sebuah barang dan/atau jasa yang ia pergunakan. Akan tetapi di sisi lain, seorang pelaku usaha yang memiliki resep pribadinya akan mendaftarkan resep tersebut menjadi sebuah kekayaan intelektual rahasia dagang. Rahasia dagang diatur dalam Pasal 3 UU Rahasia Dagang bahwa segala informasi yang dimiliki oleh pemilik rahasia dagang yang bersifat tidak diketahui umum serta memiliki nilai ekonomi dan berguna dalam kegiatan usaha dapat menjadi hak eksklusif milik pemilik rahasia dagang tersebut. Hal ini menjadi tumpang tindih satu sama lain karena

---

<sup>6</sup> Zulham, S.H.I., M.Hum "Hukum Perlindungan Konsumen" Jakarta: Kencana, (2016): 60 - 68

ada ketidak selarasan antara satu undang-undang dengan undang-undang lainnya. Karena adanya tumpang tindih satu sama lain, maka harus digunakan asas keseimbangan dalam prinsip hukum ekonomi. Asas keseimbangan adalah sebuah landasan bagi para pihak yang terlibat dalam suatu perjanjian untuk mencapai kesepakatan yang adil dan saling menguntungkan.<sup>7</sup> Pelaku usaha yang mana sudah berada dalam posisi dominan harus diselaraskan menggunakan asas keseimbangan, sebaliknya konsumen yang dijamin secara normatif harus paham bahwa hak atas informasi yang benar tersebut tidak bersifat mutlak tetapi tetap menjamin keselamatan konsumen atas barang dan/atau jasa yang ia gunakan.

UU Perlindungan Konsumen membatasi kerahasiaan rahasia dagang dengan memegang erat prinsip perlindungan kepentingan umum. UU Perlindungan Konsumen menjamin adanya perlindungan yang diberikan pada konsumen umum yang berada pada pihak yang lemah.<sup>8</sup> Pembatasan kerahasiaan rahasia dagang diatur dalam Pasal 8 UU Perlindungan Konsumen yang berisi tentang perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha. Pasal 8 UU Perlindungan Konsumen melarang pelaku usaha untuk memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan informasi yang benar. Informasi yang benar termasuk dengan syarat yang diperlakukan perundang-undangan, berat, kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran, mutu, komposisi, proses pengolahan dan masih banyak lainnya yang diatur secara lengkap dalam Bab IV UU Perlindungan Konsumen. Pada simpulannya, UU Perlindungan Konsumen menjamin serta melindungi konsumen atas kepentingan umum, Kesehatan, dan keselamatan konsumen.

Peran kepentingan umum, kesehatan, dan keselamatan konsumen diatur dan dijamin dalam UU Perlindungan Konsumen. Pada Pasal 4 huruf A UU Perlindungan Konsumen dan Pasal 8 ayat 1 UU Perlindungan Konsumen. Kepentingan umum menjadi penting ketika konsumen yang berperan sebagai umum membeli suatu barang dan/atau jasa namun barang dan/atau jasa yang diberikan tidak sesuai dengan kepentingan konsumen yang berperan sebagai umum. Konsumen dengan sadar membeli suatu barang

---

<sup>7</sup> Sahara, A. R. R. & Martinelli, I. "ASAS KESEIMBANGAN DALAM PERNJANJIAN PENGADAAN BARANG/JASA PEMERINTAH" *Rewang Rencang: Jurnal Hukum Lex Generalis*. Vol.6 No.8 (2025): 5 - 8

<sup>8</sup> Sunarto, A. "HUBUNGAN ANTARA RAHASIA DAGANG DENGAN PERLINDUNGAN KONSUMEN" *Jurnal Ilmiah Research Sains* Vol.5 No.1 (2019): 6 - 9

## **PERLINDUNGAN RAHASIA DAGANG DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS HAK KONSUMEN ATAS INFORMASI**

dan/atau jasa untuk memenuhi kepentingannya, namun kepentingan tersebut tidak terpenuhi karena pelaku usaha tidak menjalankan kewajibannya untuk memberikan informasi yang benar sehingga terjadi miskonsepsi antara konsumen dengan pelaku usaha. Kesehatan juga menjadi aspek yang penting karena konsumen sebagai pihak yang lemah memiliki hak atas informasi yang benar. Kesehatan konsumen juga harus menjadi perhatian utama oleh pelaku usaha. Barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diedarkan pelaku usaha harus menjadi aspek perhatian pelaku usaha sehingga tidak berakibat buruk terhadap kesehatan konsumen. Barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diedarkan harus memuat segala informasi yang benar terkait barang dan/atau jasa tersebut. Sehingga konsumen dapat menjamin kesehatannya sendiri dengan secara sadar menggunakan barang dan/atau jasa tersebut terlepas dari akibat kesehatan yang bisa terjadi. Ketika konsumen mendapatkan hak atas informasi yang benar, konsumen secara sadar dan tau menggunakan barang dan/atau jasa tersebut. Pada suatu contoh kasus, ketika konsumen memiliki alergi terhadap suatu kandungan atau zat, Konsumen dapat menghindari menggunakan barang dan/atau jasa tersebut. Oleh karena itu pelaku usaha wajib mencantumkan informasi yang benar terhadap barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diedarkan.

Para pelaku usaha yang memproduksi dan/atau mengedarkan suatu barang dan/atau jasa wajib beritikad baik dalam kegiatan usahanya. Hal ini diatur dan tersurat dalam Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen. Asas itikad baik diatur dalam Pasal 1338 ayat 3 KUHPerdata yang disimpulkan bahwa segala persetujuan harus dilaksanakan dengan itikad baik. Pelaku usaha yang melakukan perjanjian jual beli dengan konsumen harus paham dan sadar bahwa kegiatan usaha tersebut dilaksanakan dengan itikad baik untuk memenuhi kepentingan dari konsumen. Segala barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diedarkan harus beritikad baik dan tujuan penggunaan tidak untuk hal-hal yang dilarang dalam undang-undang. Dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha hadir untuk membantu konsumen atas kepentingannya, dan konsumen akan mendapatkan keuntungan baik secara moral maupun materi. Pelaku usaha dilarang untuk memproduksi dan/atau mengedarkan suatu barang dengan tujuan yang dilarang dalam undang-undang. Pelaku usaha yang memiliki barang dan/atau jasa yang berpotensi disalah gunakan harus

jelas mengambil posisi dan menunjukkan itikad baik tujuan barang tersebut. Pelaku usaha juga dapat disimpulkan tidak bisa menutupi suatu informasi yang benar atas dasar itikad jahat. Hal ini menjadi aspek utama sebuah rahasia dagang, jika seorang pelaku usaha menutupi informasi yang benar karena ada suatu itikad jahat yang dapat merugikan konsumen, maka hal itu mutlak dilarang dilakukan oleh pelaku usaha.

Pada bahasan UU Perlindungan Konsumen, dapat disimpulkan bahwa UU Perlindungan Konsumen memiliki implikasi pembatasan rahasia dagang terhadap praktik perdagangan. Hal ini tersurat dan tersirat pada Pasal 8 dan Pasal 9 UU Perlindungan Konsumen yang disimpulkan berisi tentang Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau mengedarkan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi hak konsumen atas informasi yang benar serta melarang pelaku usaha menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar dan/atau seolah-olah. UU Perlindungan Konsumen melakukan pembatasan terhadap pelaku usaha guna menjamin kepentingan umum, kesehatan dan keselamatan konsumen. Konsumen yang berada pada pihak yang lemah memerlukan adanya pembatasan terhadap sebuah rahasia dagang yang memberikan hak eksklusif terhadap sebuah barang dan/atau jasa yang dimiliki sebuah pemilik rahasia dagang sehingga hak eksklusif tersebut tidak bersifat mutlak. Hak tersebut tidak bersifat mutlak karena kepentingan umum atau konsumen serta kesehatan dan keselamatan konsumen dijamin oleh UU Perlindungan Konsumen secara tersurat maupun tersirat. UU Perlindungan konsumen melakukan pembatasan melalui hak konsumen atas informasi yang benar guna menjamin kepentingan umum atau konsumen, serta kesehatan dan keselamatan konsumen.<sup>9</sup>

### **Batas Normatif Pengungkapan Rahasia Dagang dalam Hukum Perlindungan Konsumen**

Dalam penerapan hukum perlindungan konsumen, Perlindungan konsumen dilakukan dengan berasaskan asas manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Hal ini tersurat dalam Pasal 2 UU Perlindungan Konsumen. Undang-undang tersebut memiliki kekuatan hukum untuk

---

<sup>9</sup> Siregar, S. P. "KEPASTIAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN SESUAI DENGAN KETENTUAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN" *Journal of Law, Administration, and Social Science* Volume 4 No.2 (2024): 231 -232

## **PERLINDUNGAN RAHASIA DAGANG DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS HAK KONSUMEN ATAS INFORMASI**

menjalankan perlindungan konsumen. Dalam hukum perlindungan konsumen, konsumen memiliki hak atas informasi yang benar. Namun sebuah hak tidak pernah bersifat absolut. Hak ini dibatasi oleh hak orang lain, kepentingan umum, dan dibatasi oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku. Sesuai dengan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang berbunyi “Dalam menjalankan hak dan kebebasannya, setiap orang wajib tunduk kepada pembatasan yang ditetapkan dengan undang-undang dengan maksud semata-mata untuk menjamin pengakuan serta penghormatan atas hak dan kebebasan orang lain dan untuk memenuhi tuntutan yang adil sesuai dengan pertimbangan moral, nilai-nilai agama, keamanan, dan ketertiban umum dalam suatu masyarakat demokratis.”. Dapat dipahami bahwa semua hak seseorang terbatas oleh hak orang lain.

Pembatasan hak dalam hukum publik berkaitan erat dengan Prinsip legalitas, Prinsip kepentingan umum, dan prinsip proporsionalitas. Prinsip legalitas berarti segala hak dan pembatasan hak tersebut harus berdasarkan undang-undang. Prinsip kepentingan umum berarti segala hak dan pembatasan hak tersebut harus dilakukan demi kesehatan, keselamatan, ketertiban umum, atau perlindungan pihak lain.<sup>10</sup> Prinsip proporsionalitas berarti segala hak dan pembatasan hak tersebut tidak boleh berlebihan dan sesuai dengan proporsi.<sup>11</sup> Artinya segala hak diberikan ketika ada keperluan, keseimbangan, dan tidak melampaui tujuan. Teori batasan hak dalam hukum privat berdasar pada asas itikad baik, asas keseimbangan, dan larangan penyalahgunaan hak. Asas itikad baik tersurat dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara yang menyebutkan semua persetujuan atau perjanjian harus berdasarkan itikad baik. Asas keseimbangan mengatur bahwa hak dan kewajiban seseorang dalam sebuah perjanjian harus seimbang satu sama lain<sup>12</sup>. Larangan

---

<sup>10</sup> Budia, G. S “Perkembangan Asas Kebebasan Berkontrak dalam Praktik Hukum Perdata di Indonesia” Jurnal Kajian Hukum Dan Kebijakan Publik Vol. 3 No. 1 (2025) : 142 - 145

<sup>11</sup> Prihatin, L., Amin, M., Darmawan “Implikasi Asas Proporsionalitas dalam Wanprestasi: Suatu Upaya Mewujudkan Keadilan Substantif” JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan) Volume 6, Nomor 1 (2023): 187 - 191

<sup>12</sup> Prasnowo, A. D. & Badriyah, S. M. “Implementasi Asas Keseimbangan Bagi Para Pihak dalam Perjanjian Baku” Jurnal Magister Hukum Udayana Vol.8 No.1 (2019): 64 - 70

penyalahgunaan hak berarti pemegang hak atau posisi dominan tidak boleh menggunakan haknya untuk merugikan pihak lain dan/atau menghindari kewajiban hukum.

Hak konsumen yang diatur dalam Pasal 4 huruf C UU Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa konsumen memiliki “hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;”. Hak atas informasi adalah hak fundamental konsumen. Hak ini menjadi salah satu hak utama dan terutama, karena hak ini bisa menjadi penentu sadar atau tidaknya konsumen atas suatu hal yang mungkin membahayakan atau tidak sesuai dengan kepentingan konsumen. Hak ini bertujuan untuk menyeimbangkan posisi antara konsumen dengan pelaku usaha. Konsumen yang berada di posisi lemah dijamin dan diatur oleh hukum perlindungan konsumen untuk bisa seimbang dengan pelaku usaha pada posisi dominan. Di sisi lain, ketika hukum rahasia dagang menyiratkan bahwa suatu informasi yang tidak diketahui oleh umum dan memiliki nilai ekonomi maka sang pemilik rahasia dagang tersebut mendapatkan hak eksklusif. Dalam praktik di lapangan, ketika pelaku usaha selaku pemilik rahasia dagang menutup informasi penting dalam barang dan/atau jasa yang ia jual, maka terjadi konflik normatif antara hukum perlindungan konsumen dengan hukum rahasia dagang. Oleh karena itu perlu keseimbangan yang diatur tersurat oleh perundang-undangan.

Dalam aspek hukum perlindungan konsumen, hal ini telah diatur pada pasal 8 dan pasal 9 UU Perlindungan Konsumen. Pasal tersebut mengatur informasi yang wajib diungkapkan kepada konsumen serta larangan memproduksi dan/atau mengedarkan barang yang tidak sesuai dengan standar, label, komposisi, mutu, ukuran, atau keterangan serta larangan informasi atau promosi yang menyesatkan. Hal ini menjadi dasar hukum bahwa pengungkapan informasi adalah kewajiban hukum yang harus dilakukan oleh semua pelaku usaha tanpa terkecuali.

Pengungkapan informasi yang merupakan kewajiban hukum tetap berlaku dalam aspek rahasia dagang. Namun kewajiban keterbukaan tidak menghapus hak eksklusif pemilik rahasia dagang atau pelaku usaha secara keseluruhan. Landasan pembatasan hak eksklusif tersebut terdapat pada Pasal 1 Angka 1 UU Rahasia Dagang yang menyebutkan bahwa rahasia dagang adalah informasi yang tidak diketahui umum, mempunyai nilai ekonomi, dijaga kerahasiaannya. Pasal 2 UU Rahasia Dagang menyebutkan bahwa lingkup rahasia dagang meliputi metode produksi, metode pengolahan, metode penjualan, atau informasi lain di bidang teknologi dan/atau bisnis. Pasal 3 menyebutkan bahwa hak

## **PERLINDUNGAN RAHASIA DAGANG DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS HAK KONSUMEN ATAS INFORMASI**

rahasia dagang timbul apabila informasi tersebut bersifat rahasia dan memiliki nilai ekonomi. Yang mana berarti tidak seluruh informasi rahasia dagang wajib dibuka, selama memenuhi unsur rahasia dagang.

Sebuah informasi tetap dapat dilindungi tanpa wajib dibuka ketika memenuhi kriteria rahasia dagang yaitu tidak diketahui umum yang berarti informasi tersebut bukan hal yang lazim dan wajar diketahui oleh para pelaku usaha, Memiliki nilai ekonomi yang berarti memberikan bagi pemilik rahasia dagang dalam kegiatan usaha dari para pelaku usaha lainnya, dan dijaga kerahasiannya yang berarti ada upaya melindungi informasi tersebut yang dapat berupa NDA, sistem keamanan, atau pembatasan akses.<sup>13</sup> Jika salah satu dari unsur tersebut tidak terpenuhi maka perlindungan dapat digugurkan. Contoh informasi yang sah dilindungi adalah formula detail atau komposisi, algoritma atau metode produksi maupun proses manufaktur, strategi pemasaran dan distribusi internal, serta banyak lainnya.

Dalam pengungkapan informasi rahasia dagang terdapat beberapa hal yang dikecualikan dan tidak termasuk dalam pelanggaran rahasia dagang. Pelanggaran rahasia dagang adalah ketika seseorang dengan sengaja mengingkari sebuah kesepakatan maupun kewajiban untuk menjaga rahasia dagang tersebut.<sup>14</sup> Pelanggaran rahasia dagang juga terjadi ketika seseorang memperoleh atau menguasai rahasia dagang tersebut dengan cara yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan. Hal ini diatur pada Pasal 13 dan 14 UU Rahasia Dagang. Namun sesuai dengan Pasal 15 huruf A UU Rahasia Dagang, Pelanggaran rahasia dagang tidak dianggap pelanggaran rahasia dagang ketika tindakan pengungkapan rahasia dagang atau penggunaan pertahanan keamanan, kesehatan, atau keselamatan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa hak eksklusif rahasia dagang tidak bersifat mutlak sepenuhnya karena pada pasal 15 tersurat hal-hal yang mengurangi kemutlakan hak eksklusif tersebut.

---

<sup>13</sup> Chandrika, R. S. "PERLINDUNGAN HUKUM PERJANJIAN LISENSI RAHASIA DAGANG DI INDONESIA" *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune* Volume 2 Nomor 1 (2019): 15 - 21

<sup>14</sup> Pongkorung, R., Kalangi, C., Pati, N. V. "TINJAUAN YURIDIS MENGENAI PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PEMILIK RAHASIA DAGANG" *Lex Privatum* Vol. VIII (2020) 90

Berdasarkan penjabaran hak-hak yang sudah dilakukan sebelumnya, dapat dipahami bahwa hak yang dimiliki konsumen serta pelaku usaha sebagai pemilik rahasia dagang keduanya sah di mata hukum. Hak pelaku usaha sebagai pemilik rahasia dagang sah sesuai dengan yang diatur dalam UU Rahasia Dagang. Pelaku usaha sebagai pemilik rahasia dagang berhak untuk merahasiakan informasi yang memenuhi syarat-syarat sesuai Pasal 1 Angka 1 dan Pasal 3 UU Rahasia Dagang. Namun di sisi lain, Konsumen juga memiliki hak atas informasi yang benar sesuai dengan Pasal 4 Huruf A dan C UU Perlindungan Konsumen. Dapat dipahami bahwa kedua hak tersebut sah dan memiliki legitimasi hukum.

Kedua hak tersebut ketika dalam praktik nyata sangat berpotensi adanya konflik normatif. Konflik tersebut muncul ketika informasi tertentu diklaim menjadi rahasia dagang yang menyebabkan kerahasiaan dari sebuah informasi tertentu. Namun informasi tersebut dibutuhkan untuk menjamin keamanan atau untuk mengambil Keputusan rasional oleh konsumen. Terjadi konflik kepentingan ketika pelaku usaha sebagai pemilik rahasia dagang memiliki hak eksklusif terhadap rahasia tersebut namun konsumen memiliki hak atas informasi yang benar.

Ketika terjadi konflik antara konsumen dengan pelaku usaha, diperlukan peran asas keseimbangan sesuai dengan yang tersurat pada Pasal 2 UU Perlindungan Konsumen. Asas ini mengkehendaki untuk terjadinya pemenuhan hak pelaku usaha sebagai pemilik rahasia dagang, namun juga tidak meniadakan hak konsumen atas informasi yang benar. Keseimbangan yang diinginkan adalah ketiadaan dominasi sepihak pada sebuah perjanjian. Untuk mendapatkan keseimbangan tersebut maka digunakan prinsip proporsionalitas sebagai alat penyeimbang. Keseimbangan yang dibutuhkan bukan berarti seluruh proses produksi dan pengedaran dari sebuah rahasia dagang dibuka, namun hanya membuka sebagian informasi demi menjamin keamanan konsumen dalam menggunakan barang dan/atau jasa yang dibutuhkan. Beberapa hal yang harus diuji untuk menentukan keseimbangan dalam konflik norma ini adalah pengungkapan rahasia dagang harus mempertimbangkan sifat material informasi bagi konsumen, relevansi terhadap keselamatan atau risiko produk, serta batas pengungkapan informasi yang diperlukan untuk memenuhi hak konsumen atas informasi yang benar.

## **PERLINDUNGAN RAHASIA DAGANG DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS HAK KONSUMEN ATAS INFORMASI**

Pengujian dilakukan guna mendapatkan keseimbangan yang ideal menggunakan prinsip proporsionalitas.<sup>15</sup> Keseimbangan yang ideal adalah ketika informasi yang relevan dengan resiko, keselamatan, dan karakteristik utama diungkapkan terlepas dari hak eksklusif rahasia dagang, detail teknis yang tidak relevan dengan hak konsumen atas informasi yang benar tetap dilindungi, pengungkapan dilakukan secara terbatas dan proporsional sesuai kebutuhan. Ketika unsur-unsur diatas terjadi maka keseimbangan yang ideal sudah tercapai dan semua pihak akan mendapatkan kepentingannya masing-masing tanpa perlu pengorbanan besar dari salah satu pihak. Dengan terjaganya keseimbangan, sistem perlindungan kekayaan intelektual tetap terjaga dan hak konsumen atas informasi yang benar tetap tercapai.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan diatas, dapat disimpulkan bahwa rahasia dagang adalah hak eksklusif pelaku usaha sebagai pemilik rahasia dagang. Namun hak eksklusif tersebut tidak bersifat absolut. Hukum Perlindungan Konsumen membatasi kerahasiaan apabila menyangkut kepentingan konsumen atas informasi, keamanan, dan keselamatan. Pembatasan tersebut sah secara normatif dan diatur dalam peraturan perundang-undangan. Tidak semua informasi wajib dibuka ketika terjadi konflik antar hak eksklusif pelaku usaha dengan hak konsumen atas informasi yang benar. Informasi yang bersifat material bagi konsumen harus diungkapkan dan informasi teknis yang tidak relevan bagi kepentingan konsumen tetap dapat dilindungi. Pengungkapan harus memenuhi asas keseimbangan menggunakan prinsip proporsionalitas. Keseimbangan ideal antara perlindungan rahasia dagang dan hak konsumen merupakan bentuk harmonisasi dua hukum yang berlaku. Perlindungan kekayaan intelektual harus berjalan sebagaimana mestinya tanpa mengorbankan hak konsumen atas informasi yang benar dengan tetap memperhatikan keseimbangan serta proporsional masing-masing hak.

---

<sup>15</sup> Rizkia, S. N., Ramadhan, M. R., Akmal, S. A., Hosnah, A. U. "Penerapan Asas Proporsionalitas Oleh Mahkamah Konstitusi Dalam Pengujian Undang-Undang" *Indonesia Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory*, Vol.3, Nomor 4 (2025) 3316 -3317

Perlindungan rahasia dagang harus dilakukan secara sistemik bersama hukum perlindungan konsumen, Pembatasan merupakan konsekuensi logis dari sistem hukum yang menempatkan kepentingan umum dan perlindungan konsumen sebagai prioritas. Harmonisasi kedua rezim hukum menciptakan kepastian hukum sekaligus perlindungan yang adil.

# **PERLINDUNGAN RAHASIA DAGANG DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS HAK KONSUMEN ATAS INFORMASI**

## **DAFTAR REFERENSI**

### **Buku**

Kamal, Muhammad dan Djanggih, Hardianto. “METODE PENELITIAN HUKUM: PENGANTAR MAHASISWA S1, S2 & S3” Makassar: Nas Media Indonesia, (2025): 78

Zulham, S.H.I., M.Hum. “Hukum Perlindungan Konsumen” Jakarta: Kencana, (2016): 60 -68

### **Jurnal Ilmiah**

Budia, G. S “Perkembangan Asas Kebebasan Berkontrak dalam Praktik Hukum Perdata di Indonesia” Jurnal Kajian Hukum Dan Kebijakan Publik Vol. 3 No. 1 (2025) : 142 – 145

Chandrika, R. S. “PERLINDUNGAN HUKUM PERJANJIAN LISENSI RAHASIA DAGANG DI INDONESIA” Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune Volume 2 Nomor 1 (2019): 15 – 21

Kurnia, A. C., Salfutra, R. D., Hanafiah, S. “Kepastian Hukum Hak Informasi: Problematika Konsumen dan Rahasia Dagang” PROGRESIF: Jurnal Hukum XVI/No.1 (2022): 46-50

Pongkorung, R., Kalangi, C., Pati, N. V. “TINJAUAN YURIDIS MENGENAI PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PEMILIK RAHASIA DAGANG” Lex Privatum Vol. VIII (2020): 90

Prasnowo, A. D. & Badriyah, S. M. “Implementasi Asas Keseimbangan Bagi Para Pihak dalam Perjanjian Baku” Jurnal Magister Hukum Udayana Vol.8 No.1 (2019): 64 – 70

Prihatin, L., Amin, M., Darmawan “Implikasi Asas Proporsionalitas dalam Wanprestasi: Suatu Upaya Mewujudkan Keadilan Substantif” JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan) Volume 6, Nomor 1 (2023): 187 – 191

Puspasari, A. T. “TINJAUAN KONSEP HAK EKSKLUSIF DALAM HAK CIPTA BERDASARKAN PERSPEKTIF HEGELIAN” Dialogia Iuridica: Jurnal Hukum Volume 13 Nomor 2 (2022): 141 – 143

- Rizkia, S. N., Ramadhan, M. R., Akmal, S. A., Hosnah, A. U. "Penerapan Asas Proporsionalitas Oleh Mahkamah Konstitusi Dalam Pengujian Undang-Undang" *Indonesia Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory*, Vol.3, Nomor 4 (2025) 3316 -3317
- Sahara, A. R. R. & Martinelli, I. "ASAS KESEIMBANGAN DALAM PERNJANJIAN PENGADAAN BARANG/JASA PEMERINTAH" *Rewang Rencang: Jurnal Hukum Lex Generalis*. Vol.6 No.8 (2025): 5 – 8
- Sanjaya, A. H., Salsabila, A. P., Suryaningsing, A. Silalahi, A. M., Lim, H. C., Rahaditya, R. "ASPEK HUKUM RAHASIA DAGANG DALAM EKONOMI DIGITAL" *Jurnal Multilingual* Vol. 3, No. 4 (2023): 481 – 484
- Siregar, S. P. "KEPASTIAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN SESUAI DENGAN KETENTUAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN" *Journal of Law, Administration, and Social Science* Volume 4 No.2 (2024): 231 -232
- Sunarto, A. "HUBUNGAN ANTARA RAHASIA DAGANG DENGAN PERLINDUNGAN KONSUMEN" *Jurnal Ilmiah Research Sains* Vol.5 No.1 (2019): 6 – 9
- Thalib, E. F., Sari, D. N, Ratnaningrum, L. P. R. A. "PENTINGNYA PERLINDUNGAN RAHASIA DAGANG PADA PERUSAHAAN DI INDONESIA" *YUSTHIMA: Jurnal Prodi Magister Hukum FH Unmas Denpasar*, Vol.02, No. 02 (2022): 84 – 86

### **Peraturan Perundang-Undangan**

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945

Kitab Undang- Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta