

KEBERADAAN RAHASIA DAGANG BERKAITAN DENGAN PERLIDUNGAN KONSUMEN

Oleh :

I Gede Komang Wisma Vebriana

Ni Ketut Sri Utari

Bagian Hukum Bisnis Fakultas Hukum Universitas Udayana

ABSTRAK

Judul dari tulisan ini Keberadaan Rahasia Dagang Berkaitan dengan Perlindungan Konsumen. Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami bagaimana keberadaan rahasia dagang berkaitan dengan perlindungan konsumen. Metode yang digunakan dalam penulisan ini menggunakan metode penelitian hukum normatif serta pendekatan peraturan perundang-undangan, dengan mengkaji bahan-bahan kepustakaan dan peraturan perundang-undangan sebagai sumber bahan penelitiannya. Kesimpulan yang dapat ditarik dalam penulisan ini adalah keberadaan rahasia dagang berkaitan dengan perlindungan konsumen, dimana pelaku usaha yang menyembunyikan informasi yang merupakan hak konsumen dengan dalih rahasia dagang merupakan pelanggaran perlindungan konsumen. Dan berkaitan dengan pengungkapan Rahasia Dagang dalam tuntutan sengketa konsumen kepada pelaku usaha dimana pengungkapan informasi tersebut dilakukan apabila telah membahayakan keselamatan konsumen dan masyarakat bukan merupakan pelanggaran Rahasia Dagang. Serta pelaku usaha juga perlu mendapat perlindungan dari konsumen yang beritikad buruk dengan sengaja mengungkap Rahasia Dagang dalam tuntutan sengketa konsumen yang bertujuan merugikan pelaku usaha.

Kata Kunci : Rahasia Dagang, Perlindungan Konsumen, Pelaku Usaha.

ABSTRACT

The title of this article Existence Trade Secrets Related to Consumer Protection. This paper aims to identify and understand how the existence of trade secrets related to consumer protection. The method used in this paper uses normative legal research methods and approach to legislation, to examine the materials of literature and legislation as a source of research material. The conclusion in this paper is the existence of trade secrets related to consumer protection, where businesses are hiding information that is the consumer's rights under the pretext of trade secrets is a violation of consumer protection. And relating to the disclosure of trade secret in the demands of consumer disputes to businesses where such disclosure is done when it is endangering the safety of consumers and the public is not a trade secret violation. As well as business operators also need protection from consumers who act in bad faith deliberately reveal the trade secret in the demands of consumer disputes aimed at businessman.

Keyword : Trade Secrets, Consumer Protection, businessman.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Memasuki era perdagangan bebas dimana dunia usaha mengalami persaingan yang begitu ketat antar pelaku usaha sehingga mengakibatkan pelaku usaha untuk terus meningkatkan usahanya, baik dengan meningkatkan pendapatan perusahaannya ataupun pelayanan kepada konsumen. Peningkatan yang dilakukan pelaku usaha tersebut yaitu dengan membuat produk-produk baru yang lahir dari pemikiran atau ide yang berharga yang perlu mendapat perlindungan. Perlindungan tersebut untuk menghindari informasi yang berharga yang dapat dimanfaatkan oleh pesaingnya untuk saling menjatuhkan. Perlindungan yang diberikan yakni dalam bentuk Kekayaan Intelektual (KI). KI merupakan aset berharga bagi perusahaan terutama terkait dengan Rahasia Dagang.

Dalam Pasal 1 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang (selanjutnya disingkat UURD), Rahasia Dagang adalah informasi yang tidak diketahui oleh umum dibidang teknologi dan/atau bisnis, memiliki nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga kerahasiaanya oleh pemilik Rahasia Dagang. Lingkup perlindungan Rahasia Dagang dalam Pasal 2 UURD meliputi, metode produksi, metode pengolahan, metode penjualan, atau informasi lain dibidang teknologi dan/atau bisnis yang memiliki nilai ekonomi dan tidak diketahui oleh masyarakat umum. “Bersifat rahasia maksudnya apabila informasi tersebut hanya diketahui pihak tertentu atau tidak diketahui secara umum oleh masyarakat, sedangkan memiliki nilai ekonomi dimana kerahasiaan informasi tersebut dapat digunakan untuk menjalankan kegiatan usaha yang bersifat komersil serta dapat meningkatkan keuntungan ekonomi.”¹

Perlindungan konsumen menurut Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disingkat UUPK), adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Kemudian permasalahannya bagaimana keberadaan Rahasia Dagang berkaitan dengan perlindungan konsumen terutama dalam hal pengungkapan Rahasia

¹ Abdul R. Saliman, 2014, *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan Teori dan Contoh Kasus*, Kencana, Jakarta, h. 172.

Dagang dalam sengketa konsumen apakah merupakan suatu bentuk pelanggaran Rahasia Dagang.

1.2 Tujuan

Tujuan dari penulisan ini adalah untuk dapat mengetahui dan memahami bagaimana keberadaan Rahasia Dagang berkaitan dengan perlindungan konsumen.

II. ISI MAKALAH

2.1 Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah “bersifat yuridis normatif, serta pendekatan yang digunakan yakni pendekatan peraturan perundang-undangan, dengan mengkaji bahan-bahan kepustakaan dan peraturan perundang-undangan sebagai sumber bahan penelitiannya.”²

2.2 Hasil Dan Pembahasan

2.2.1 Keberadaan Rahasia Dagang Kaitanya Dengan Perlindungan Konsumen

Untuk membahas keberadaan Rahasia Dagang kaitannya dengan perlindungan konsumen lebih dahulu dapat dijelaskan tentang transaksi konsumen. Dalam transaksi konsumen dapat dibagi dalam 3 (tiga) tahapan, yaitu :

- 1) Tahap pratransaksi, pada tahap ini dimana konsumen akan mendapatkan informasi atau keterangan yang benar, jelas, dan jujur serta adanya akses dari pelaku usaha yang beritikad baik dan bertanggung jawab.
- 2) Tahap transaksi, tahap dimana terjadi peralihan kepemilikan barang dan/atau pemanfaatan jasa tertentu dari pelaku usaha kepada konsumen. Yang paling penting dalam tahap ini adalah syarat-syarat perjanjian pengalihan pemilikan barang dan pemanfaatan jasa tersebut.
- 3) Tahap purna transaksi, dalam tahap ini konsumen telah menggunakan barang dan/atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Tidak masalah apabila konsumen merasa puas pada barang dan/atau jasa yang telah digunakan pada tahap ini. Namun terjadi permasalahan apabila konsumen tidak puas atas barang dan/atau jasa yang

² Amiruddin dan Zainal Asikin, 2004, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, h. 166.

digunakan yang tidak sesuai dengan informasi yang diberikan pelaku usaha atau terdapat kerugian yang diderita oleh konsumen.³

Berdasarkan tahap-tahap transaksi konsumen tersebut kemudian dapat dikaitkan dengan keberadaan Rahasia Dagang. Dimana dalam halnya tahap pratransaksi dan tahap transaksi, maka aspek yang terpenting mengenai tersedianya informasi yang benar, jelas, jujur bagi konsumen. Yang mana dalam Pasal 4 UUPK hak konsumen salah satunya adalah untuk mendapat informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. “Kemudian suatu kesalahan apabila pelaku usaha dengan sengaja menyembunyikan informasi yang tidak benar, jelas, dan jujur kepada konsumen dengan dalih hal tersebut merupakan rahasia dagang. Hal tersebut digolongkan melanggar UUPK dan pelaku usaha dapat dikenakan tuntutan terhadap perbuatannya menyembunyikan informasi.”⁴

Kemudian pada tahap purna transaksi apabila terjadi sengketa konsumen yang mana konsumen menuntut agar pelaku usaha membuka informasi mengenai barang dan/atau jasanya sampai ke Rahasia Dagang perusahaan, maka yang dapat dilakukan agar pengungkapan Rahasia Dagang tersebut tidak menjadi suatu pelanggaran Rahasia Dagang. Dimana pengungkapan informasi rahasia dapat dilihat sejauh mana kepentingan konsumen dilanggar oleh pelaku usaha, apakah membahayakan kesehatan konsumen, atau membahayakan keselamatan masyarakat. Pada UURD pasal 15 menyatakan bahwa perbuatan yang tidak dianggap sebagai pelanggaran Rahasia Dagang adalah apabila tindakan pengungkapan rahasia didasarkan kepada kepentingan pertahanan keamanan, kesehatan, dan keselamatan masyarakat. Dengan ketentuan tersebut berarti pengungkapan informasi Rahasia Dagang bukanlah pelanggaran Rahasia Dagang. “Jika kepentingan konsumen yang dilanggar oleh pelaku usaha membahayakan keselamatan konsumen maka pengungkapan Rahasia Dagang adalah sesuatu hal yang wajib dilakukan.”⁵

³ Adrian Sutedi, 2013, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Cet. II, Sinar Grafika, Jakarta, h. 135.

⁴ *Ibid.*, h. 137.

⁵ *Ibid.*, h. 138.

Pelaku usaha dalam hal ini juga perlu mendapat perlindungan agar terhindar dari konsumen yang beritikad buruk menjadikan tuntutan sengketa konsumen untuk membuka dengan sengaja Rahasia Dagang perusahaan dengan tujuan merugikan pelaku usaha. Yang mana telah diatur dalam pasal 6 huruf a UUPK yang menyatakan bahwa pelaku usaha berhak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.

III. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa keberadaan Rahasia Dagang berkaitan dengan perlindungan konsumen merupakan suatu hal yang penting. Dimana pelaku usaha yang menyembunyikan informasi yang merupakan hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 UUPK dengan dalih Rahasia Dagang merupakan pelanggaran perlindungan konsumen. Dan berkaitan dengan pengungkapan Rahasia Dagang dalam tuntutan sengketa konsumen yang menuntut agar pelaku usaha membuka informasi mengenai barang dan/atau jasanya sampai ke Rahasia Dagang perusahaan, maka pengungkapan Rahasia Dagang tersebut dilakukan dengan melihat sejauh mana kepentingan konsumen dilanggar oleh pelaku usaha. Berdasarkan ketentuan Pasal 15 UURD kepada pelaku usaha dimana pengungkapan informasi tersebut dilakukan apabila telah membahayakan keselamatan konsumen dan masyarakat, sehingga bukan merupakan pelanggaran Rahasia Dagang. Serta pelaku usaha juga perlu mendapat perlindungan dari konsumen yang beritikad buruk dengan sengaja mengungkap Rahasia Dagang dalam tuntutan sengketa konsumen yang bertujuan merugikan pelaku usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul R. Saliman, 2014, *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan Teori dan Contoh Kasus*, Kencana, Jakarta.

Adrian Sutedi, 2013, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Cet. II, Sinar Grafika, Jakarta,.

Amiruddin dan Zainal Asikin, 2004, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.