

ABSTRAK

PELAKSANAAN PERJANJIAN PROMOSI PRODUK PT. TIRTA FRESINDO JAYA DENGAN KOPMA UNILA DITINJAU DARI PERSPEKTIF HUKUM PERDATA INDONESIA

Oleh :

USWATUN HASANAH

Perjanjian kerjasama promosi produk merupakan salah satu bentuk perjanjian yang semakin umum dijumpai dalam praktik bisnis modern, khususnya antara perusahaan swasta dan lembaga pendidikan. PT. Tirta Fresindo Jaya (bagian dari Mayora Group) telah menjalin perjanjian kerjasama promosi produk dengan Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung (Kopma Unila). Penelitian ini bertujuan menganalisis pelaksanaan hak dan kewajiban para pihak ditinjau dari persaingan usaha yang sehat, hambatan pelaksanaan perjanjian, serta mekanisme penyelesaian sengketa apabila terjadi wanprestasi.

Metode yang digunakan adalah normatif-empiris dengan pendekatan deskriptif-konseptual. Data primer diperoleh melalui wawancara, sedangkan data sekunder bersumber dari peraturan perundang-undangan (KUHPerdara, UU Perseroan Terbatas, UU Perkoperasian, dan UU Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat), dokumen perjanjian, serta literatur hukum relevan, yang dianalisis secara kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perjanjian kerjasama tersebut pada prinsipnya telah memuat hak dan kewajiban para pihak yang saling berkaitan, namun terdapat klausul yang tidak disebutkan dalam perjanjian (klausul lisan), sehingga dapat menimbulkan persaingan usaha tidak sehat. Hambatan pelaksanaan perjanjian umumnya bersumber dari ketidaklengkapan substansi perjanjian dan ketidakseimbangan kedudukan para pihak. Apabila terjadi wanprestasi, penyelesaian sengketa bergantung pada ketentuan yang disepakati, asas-asas hukum perjanjian, serta mekanisme hukum perdata yang berlaku. Oleh karena itu, diperlukan pengaturan yang lebih komprehensif dalam penyusunan perjanjian serupa guna memberikan kepastian hukum dan perlindungan yang adil bagi seluruh pihak.

Kata Kunci: Pelaksanaan Perjanjian, Promosi Produk, Hukum Perdata Indonesia

ABSTRACT**IMPLEMENTATION OF PRODUCT PROMOTION AGREEMENT
PT TIRTA FRESINDO JAYA AND KOPMA UNILA FROM
THE PERSPECTIVE OF INDONESIAN CIVIL LAW****By:****USWATUN HASANAH**

Product promotion cooperation agreements are an increasingly common form of agreement in modern business practices, particularly between private companies and educational institutions. PT. Tirta Fresindo Jaya (part of the Mayora Group) has entered into a product promotion cooperation agreement with the University of Lampung Student Cooperative (Kopma Unila). This study aims to analyze the implementation of the parties' rights and obligations from a perspective of fair competition, obstacles to agreement implementation, and dispute resolution mechanisms in the event of default.

The method used is a normative-empirical approach with a descriptive-conceptual approach. Primary data was obtained through interviews, while secondary data came from laws and regulations (the Civil Code, the Limited Liability Company Law, the Cooperatives Law, and the Law on the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition), agreement documents, and relevant legal literature, which were analyzed qualitatively.

The results indicate that the cooperation agreement, in principle, contains interrelated rights and obligations of the parties. However, there are clauses not mentioned in the agreement (oral clauses), which can lead to unfair business competition. Obstacles to agreement implementation generally stem from incomplete substance and imbalanced positions between the parties. In the event of a breach of contract, dispute resolution depends on the agreed-upon provisions, the legal principles of the contract, and applicable civil law mechanisms. Therefore, more comprehensive regulations are needed for drafting similar agreements to provide legal certainty and fair protection for all parties.

Keywords: Implementation of Agreement, Product Promotion, Indonesian Civil Law