

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam usaha untuk mengenalkan dan memasarkan suatu produk rokok dengan merek tertentu ke masyarakat yang adalah konsumen, biasanya perusahaan rokok tersebut melakukan suatu kegiatan promosi untuk mengenalkan produk rokok tersebut ke masyarakat. Kegiatan promosi tersebut dapat dilakukan dengan cara membuat suatu acara atau event tertentu dimana perusahaan rokok tersebut bertindak sebagai sponsor atau penyandang dana dari acara tersebut.

Salah satu perusahaan rokok terbesar di Indonesia yang sering menjadi sponsor suatu kegiatan/event adalah PT. Philip Morris Indonesia yang merupakan cabang dari perusahaan Philip Morris. Philip Morris adalah perusahaan rokok Amerika Serikat terbesar di dunia dari jumlah penjualannya.<sup>1</sup> Dari berbagai merek rokok yang dimiliki Philip Morris, yang paling terkenal salah satunya adalah Marlboro.

Bagi PT. Philip Morris Indonesia selaku cabang dari perusahaan Philip Morris sekaligus sebagai pelaku usaha, dalam upaya menjalankan usaha dan kegiatan mengembangkan perusahaannya supaya menjadi perusahaan rokok yang dikenal masyarakat luas, pasti membutuhkan suatu kegiatan promosi produk atau

---

<sup>1</sup> Wikipedia Indonesia, Philip Morris, [http://id.wikipedia.org/wiki/Philip\\_Morris](http://id.wikipedia.org/wiki/Philip_Morris), tanggal 21 Mei 2007.

kegiatan pengenalan produk kepada masyarakat dimana target konsumennya adalah untuk usia 18 tahun ke atas. Tujuan dari kegiatan promosi adalah pengenalan produk ke masyarakat selaku calon konsumen yang nanti diharapkan mengetahui tentang produk dan menjadi konsumen dari produk tersebut dan menghindarkan produk untuk tidak kalah bersaing dengan produk lain milik perusahaan yang sejenis.

Mengenai persaingan usaha dalam bentuk kegiatan promosi produk oleh perusahaan-perusahaan yang sejenis maka perlu dikaitkan dengan peraturan Perundang-Undangan yang berlaku di Indonesia yaitu Undang-Undang No.5 Tahun 1999 mengenai Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Selain itu pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya harus berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum, sesuai dengan Pasal 2 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999. Karena sistem perekonomian Indonesia menganut asas Demokrasi Ekonomi sesuai dengan Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 33.

Oleh karena itu untuk menjalankan kegiatan promosi produk yang berupa rokok Marlboro. PT. Philip Morris Indonesia membutuhkan suatu *agency* sebagai pelaksana kegiatan tersebut. *Agency* adalah agen atau kantor perantara.<sup>2</sup> Oleh sebab itu PT. Philip Morris Indonesia bekerjasama dengan PT. Budiman Subrata Niaga yang bertindak sebagai tim promosi Marlboro (*Field Promotion Agency*),

---

<sup>2</sup> S. Wojowasito, W.J.S. Poerwadarminta, 1980, *Kamus Lengkap*, Hasta, Bandung, hlm.4.

dimana PT. Budiman Subrata Niaga yang bertanggung jawab untuk melaksanakan kegiatan promosi produk dari Philip Morris yang berupa rokok merk Marlboro dalam bentuk suatu event pertunjukan hiburan, dan lain sebagainya di Indonesia

Dalam melakukan kegiatan promosi produk Marlboro, PT. Budiman Subrata Niaga bertindak untuk dan atas nama PT. Philip Morris Indonesia dengan pihak lain. Salah satu bentuk kerjasama kegiatan promosi yang dilakukan adalah kerjasama PT. Budiman Subrata Niaga dengan Hugo's Cafe Yogyakarta untuk untuk mempromosikan Marlboro melalui suatu acara pertunjukan yang disepakati. Dalam hal kegiatan baik materi acara, artis / dj (disc jokey) utama dan pendukung lainnya, sepenuhnya adalah milik dan tanggung jawab dari pihak Hugo's Cafe. Kerjasama ini biasanya dituangkan dalam suatu bentuk perjanjian sponsorship atau perjanjian kerjasama promosi dimana Marlboro sebagai sponsor utama acara (*Main Sponsor Event*).

Dalam Undang-Undang No.5 Tahun 1999 ada tiga substansi penting yang harus diperhatikan oleh para pelaku usaha dalam menjalankan usahannya, yaitu :

1. Mengenai perjanjian yang dilarang (Pasal 4-16)
2. Perbuatan yang dilarang (Pasal 17-24)
3. Posisi dominan (Pasal 26-29)

Tiga hal penting ini merupakan suatu keharusan yang harus diperhatikan oleh para pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya supaya kegiatan usaha mereka tidak termasuk dalam perjanjian yang dilarang, kegiatan usaha yang

dilarang, dan posisi dominan dalam suatu kegiatan usaha yang dilarang oleh Undang-Undang No.5 Tahun 1999.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk menyusun skripsi dengan judul “ANALISIS TERHADAP PERJANJIAN EKSKLUSIF DALAM SPONSORSHIP ANTARA PT. BUDIMAN SUBRATA NIAGA DENGAN HUGO’S CAFE YOGYAKARTA MENURUT UU NO. 5 TAHUN 1999”

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu mengapa perjanjian eksklusif dalam sponsorship antara Hugo’s Cafe Yogyakarta dengan PT. Budiman Subrata Niaga selaku Tim Promosi Marlboro, dimana Marlboro sebagai sponsor utama dalam sebuah event tidak anti persaingan ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui mengapa perjanjian eksklusif sponsorship antara Hugo’s Cafe Yogyakarta dengan Marlboro selaku sponsor utama dalam sebuah event tidak anti persaingan dikaitkan dengan Undang-Undang No.5 Tahun 1999.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Melalui penulisan ini beberapa manfaat yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

##### **1. Bagi Masyarakat**

Bermanfaat bagi masyarakat dalam mengetahui bahwa dalam suatu kegiatan event atau acara terutama di bidang hiburan atau *entertainment* yang diselenggarakan oleh suatu pelaku usaha pasti membutuhkan sponsor untuk membiayai acara atau event tersebut supaya dapat terselenggara terselenggara. Kegiatan yang dilakukan oleh pelaku usaha yang merupakan sponsor event, biasanya dikenal dengan kegiatan sponsorship.

##### **2. Bagi Para Pelaku Usaha**

Bermanfaat bagi setiap pelaku usaha dalam mengetahui bahwa terdapat beberapa substansi penting yang termuat dalam Undang-Undang No.5 Tahun 1999 yang mengatur Mengenai Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan usaha Tidak Sehat, sehingga diharapkan untuk yang akan datang setiap pelaku usaha yang melakukan suatu perjanjian dan kegiatan sponsorship tidak melanggar ketentuan hukum yaitu Undang-Undang No. 5 Tahun 1999.

##### **3. Bagi Perkembangan Ilmu Pengetahuan**

Melalui penulisan ini maka akan dapat memberikan manfaat agar nantinya penelitian yang dilakukan ini dapat berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan yang mendalam tentang Ilmu Hukum terutama Ilmu Hukum

Ekonomi Dan Bisnis serta dapat bermanfaat bagi masyarakat dalam meningkatkan pengetahuan dalam hal persaingan usaha.

#### **E. Keaslian Penelitian**

Penulisan penelitian hukum ini merupakan hasil karya dari penulis, bukan merupakan hasil duplikasi dari hasil karya penulis lain. Ada penulis lain yang telah mengangkat masalah ini, tetapi penulis berusaha untuk mengangkat tema dan obyek penelitian yang berbeda dalam persaingan usaha yaitu dalam hal perjanjian eksklusif sponsorship ditinjau dari Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Mengenai Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

#### **F. Batasan Konsep**

1. Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.<sup>3</sup>
2. Perjanjian Eksklusif adalah dapat terjadi ketika suatu pihak melakukan perdagangan dengan pihak lain yang mengakibatkan terbatasnya kebebasan pihak lain untuk memilih dengan siapa, dalam hal apa, atau dimanan mereka melakukan perjanjian.<sup>4</sup>
3. Sponsorship dalam Bahasa Indonesia dapat disamakan dengan mensponsori. Jadi mensponsori adalah menyelenggarakan, mengusahakan, membiayai.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Tim Prima Pena, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Gita Media Press, ..., hlm. 50.

<sup>4</sup> [www.accc.gov.au/content/index.phtml/itemId/716809/fromItemId/716350](http://www.accc.gov.au/content/index.phtml/itemId/716809/fromItemId/716350), Australian Competition and Consumer Commission, Exclusive dealing, 10 September 2007.

<sup>5</sup> Tim Prima Pena, *op.cit.*, hlm. 1089.

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian hukum normatif, yaitu meneliti bahan pustaka atau data sekunder sebagai data utama yang berfokus pada norma hukum positif yaitu Peraturan Perundang-undangan.

### **2. Bahan Hukum**

Bahan hukum dalam penelitian ini didasarkan pada bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.

Bahan-bahan hukum tersebut berupa :<sup>6</sup>

#### **a. Bahan Hukum Primer**

Yaitu bahan hukum yang bersifat mengikat berupa :

- 1) Undang-Undang No. 5 Tahun 1999
- 2) Undang-Undang No. 15 Tahun 2001

#### **b. Bahan Hukum Sekunder**

Yaitu bahan hukum yang bersifat menjelaskan dari bahan-bahan hukum primer yang berupa;

- 1) Buku-buku mengenai Perjanjian serta mengenai Anti Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dengan judul yaitu:
  - a. Seri Hukum Bisnis Anti Monopoli, karya Ahmad Yani dan Gunawan Widjaja.

---

<sup>6</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mammudji, *Penelitian Hukum Normatif, Pengantar Singkat*, Rajawali Press, Jakarta, 1990, hlm. 14.

- b. Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, karya Asril Sitompul.
  - c. Catatan Singkat UU No. 5 Tahun 1999, karya Insan Budi Maulana.
  - d. Kompilasi Hukum Perikatan, karya Mariam Darus Badruzaman.
  - e. Hukum Anti Monopoli Menyongsong Era Persaingan Sehat, karya Munir Fuady.
  - f. Hukum Persaingan Usaha di Indonesia, karya Rachmadi Usman.
  - g. Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat di Indonesia, karya Salim H.S.
  - h. Penelitian hukum Normatif, pengantar Singkat, karya Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji.
- 2) Dokumen perjanjian kerjasama promosi antara PT. Budiman Subrata Niaga dengan Hugo's Cafe Yogyakarta.
- 3) Artikel mengenai perjanjian eksklusif dari Internet dan Kamus Besar Bahasa Indonesia.
- c. Bahan Hukum Tersier
- Yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, misalnya: Kamus Bahasa Inggris.



### 3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Budiman Subrata Niaga. Dengan alasan PT. Budiman Subrata Niaga (selaku Tim Promosi Marlboro) bertindak sebagai wakil dari PT. Philip Morris Indonesia dalam menyelenggarakan kegiatan sponsorship Marlboro. Serta dalam pelaksanaan kegiatan tersebut bekerjasama dengan Hugo's Cafe Yogyakarta selaku pelaksana acara promosi tersebut.

### 4. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan cara studi dokumen, yaitu mengkaji, mengolah, dan menelaah bahan-bahan hukum yang berkaitan dengan penelitian ini, antara lain: dokumen perjanjian kerjasama promosi antara Marlboro dengan Hugo's Cafe Yogyakarta, bahan-bahan pustaka, dan Peraturan Perundang-undangan yang berkaitan dengan penelitian ini.

### 5. Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis data yang dilakukan adalah deskriptif kualitatif, yaitu data yang diperoleh dari penelitian diungkapkan secara deskriptif dan di analisa secara kualitatif dengan langkah-langkah :

- a. Data penelitian diklasifikasikan sesuai dengan permasalahan dalam penelitian.
- b. Hasil data yang telah diklasifikasikan selanjutnya disistematisasikan
- c. Data yang telah disistematisasikan kemudian dianalisis dan dijadikan dasar dalam mengambil kesimpulan. Dalam penarikan kesimpulan jenis

penelitian hukum normatif digunakan metode berfikir deduktif, yaitu pola pikir yang berpangkal dari suatu tolak ukur tertentu kemudian dibawa ke dalam kasus yang diamati dan akhirnya ditarik suatu kesimpulan.



## **H. Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi mengenai latar belakang perjanjian eksklusif dalam sponsorship antara PT. Budiman Subrata Niaga dan Hugo's Cafe Yogyakarta. Rumusan masalahnya mengenai mengapa perjanjian eksklusif tersebut tidak dapat dikatakan anti persaingan. Tujuan penelitian untuk mengetahui mengapa perjanjian eksklusif tersebut tidak dapat dikatakan anti persaingan. Manfaat penelitian yang diberikan kepada masyarakat, pelaku usaha dan perkembangan ilmu pengetahuan. Serta isi lain dari bab ini yaitu keaslian penelitian, batasan konsep, metode penelitian.

### **BAB II PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tinjauan mengenai perjanjian eksklusif menurut Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 yakni definisi perjanjian eksklusif serta kaitannya dengan UU No. 5 Tahun 1999. Di bagian lain terdapat hasil penelitian pelaksanaan kegiatan sponsorship Marlboro dalam event Hugo's Cafe Yogyakarta. Bagian terakhir adalah analisis terhadap perjanjian eksklusif dalam sponsorship antara PT. Budiman Subrata Niaga dengan Hugo's Cafe Yogyakarta kaitannya dengan UU No. 5 Tahun 1999.

### **BAB III PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penelitian hukum mengenai perjanjian eksklusif dalam sponsorship antara PT. Budiman Subrata Niaga dengan Hugo's Cafe Yogyakarta.