

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era pembangunan yang sedang dan terus akan dilakukan Pemerintah, pembangunan aspek ekonomi merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam rangka mencapai tujuan negara Indonesia. Hal ini sejalan dengan pendapat Rochmat Soemitro dalam Imaniyati (2009:7) yang menyatakan bahwa pembangunan dalam aspek ekonomi memegang peranan yang sangat penting untuk mencapai masyarakat adil dan makmur, materiil dan spiritual yang merata, guna mencapai suatu masyarakat yang bebas dari penindasan, bebas dari kemiskinan, bebas dari penindasan dan bebas dari penjajahan.

Pembangunan dalam aspek ekonomi tentunya tidak akan dapat lepas dari pembangunan atas kegiatan yang paling utama dalam kegiatan ekonomi. Menurut Imaniyati (2009:65) kegiatan paling utama dalam kegiatan ekonomi adalah kegiatan memproduksi barang dan jasa yang diperlukan oleh masyarakat dan usaha mendistribusikan barang dan jasa yang telah diproduksi untuk memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat.

Dari unsur kegiatan utama dalam ekonomi di atas unsur distribusi merupakan salah satu unsur yang sangat perlu mendapatkan perhatian. Distribusi memegang peranan yang sangat vital dalam menjaga keseimbangan antara keperluan pemenuhan kebutuhan konsumsi sekaligus memastikan bahwa hasil produksi sampai kepada konsumen. Menurut Kodrat (2009 : 21) secara

umum produsen ingin mendekatkan produknya ke konsumen, sehingga konsumen dapat mendapatkan produk yang diperlukannya dengan mudah. Proses mendekatkan produk ke konsumen inilah yang menjadi tugas utama distribusi.

Menurut Pasal 5 ayat (1) huruf a Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 11 Tahun 2006 Tentang Ketentuan dan Tata cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Agen atau Distributor Barang dan /atau jasa, pendistribusian produk dari produsen ke konsumen dapat dilakukan melalui jalur keagenan (melalui agen atau agen tunggal) dan jalur distributor (melalui distributor atau distributor tunggal). Perjanjian dalam jalur keagenan berbeda dengan perjanjian jalur distributor. Agen bertindak sebagai perantara untuk dan atas nama *prinsipalnya* (produsen) sedangkan distributor tidak bertindak untuk dan atas nama *prinsipalnya*, tetapi bertindak untuk dan atas nama sendiri. Distributor bertugas untuk memasarkan dan menjual barang-barang *prinsipal* dalam wilayah tertentu.

Dalam menyalurkan produk ada dua model saluran distribusi yang biasanya digunakan oleh sebuah perusahaan distributor yaitu distribusi langsung (*direct channel*) dan distribusi tidak langsung (*indirect channel*). Distribusi langsung adalah penyaluran produk langsung dari distributor ke grosir, ritel, kemudian ke konsumen. Distribusi tidak langsung merupakan penyaluran produk dari produsen ke distributor kemudian distributor menunjuk sub distributor untuk menjadi perantara pemasaran produk ke grosir, ritel, kemudian baru ke konsumen (Kodrat, 2009:148).

Untuk produk *fast moving consumer goods* yaitu produk-produk yang di konsumsi secara harian dan cepat habis selanjutnya akan disebut FMCG, saluran distribusi yang digunakan adalah saluran distribusi tidak langsung. Penyaluran produk ke grosir, ritel tidak dilakukan langsung oleh distributor tetapi lewat penunjukkan sub distributor (Royan, 2011:32). Hal tersebut dimungkinkan untuk dijalankan karena sesuai dengan Pasal 2 ayat (1) dan ayat (2) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 11 Tahun 2006 Tentang Ketentuan dan Tata cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Agen atau Distributor Barang dan/atau jasa yang berbunyi sebagai berikut :

Pasal 2

- (1) Setiap perusahaan perdagangan nasional yang membuat perjanjian dengan prinsipal barang atau jasa produksi luar negeri atau dalam negeri sebagai agen, agen tunggal, distributor atau distributor tunggal wajib didaftarkan di Departemen Perdagangan untuk memperoleh STP.
- (2) Agen, agen tunggal, distributor atau distributor tunggal yang telah memperoleh STP sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat menunjuk sub agen atau sub distributor.

Secara yuridis hal tersebut menarik untuk dikaji karena panjangnya saluran distribusi tersebut menimbulkan perjanjian dagang antara produsen/*prinsipal* dengan distributor untuk mendistribusikan produknya, kemudian distributor menunjuk sub distributor untuk menjadi perantara pemasaran produk dengan perjanjian dagang juga. Dalam hal tersebut hubungan hukum antara distributor dengan sub distributor merupakan hubungan hukum yang sejajar yaitu antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain dan terikat dengan perjanjian dagang yang dibuat oleh mereka.

Dalam Pasal 15 ayat (1) huruf a Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 11 Tahun 2006 Tentang Ketentuan dan Tata cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Agen atau Distributor Barang dan/atau jasa, mensyaratkan adanya ketentuan mengenai perjanjian yang di buat oleh distributor dan sub distributor. Ketentuan dalam Pasal 15 tersebut secara lengkap berbunyi sebagai berikut :

Pasal 15

(1) Permohonan pendaftaran sebagai sub agen/sub distributor barang dan/atau jasa produksi dalam negeri diajukan secara tertulis kepada Direktur Bina Usaha dan Pendaftaran Perusahaan dengan melampirkan dokumen :

- a. Perjanjian atau penunjukan dari agen, agen tunggal atau distributor, distributor tunggal yang dilegalisir oleh Notaris dengan memperlihatkan aslinya;
- b. Copy STP yang masih berlaku dari agen, agen tunggal atau distributor, distributor tunggal yang menunjuk;
- c. Copy Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP);
- d. Copy Tanda Daftar Perusahaan (TDP) yang masih berlaku;
- e. Copy Akta Pendirian Perusahaan dan/atau Akta Perubahan yang telah mendapat pengesahan dari instansi berwenang;
- f. Copy pengesahan Badan Hukum dari Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia bagi Perseroan Terbatas.

Memperhatikan ketentuan dalam Pasal 15 huruf a maka secara tegas dapat dikatakan bahwa salah satu syarat penting dalam penunjukkan sub distributor oleh distributor adalah adanya perjanjian yang dilegalisir oleh notaris dalam pengangkatan atau penunjukan sub distributor. yang dilakukan oleh distributor untuk menjadi perantara memasarkan produk di wilayah tertentu.

Sesuai dengan ketentuan tersebut maka segala kegiatan sub distributor dalam memasarkan produk FMCG diawali dengan perjanjian dengan distributor. Secara umum ketentuan-ketentuan yang mengatur perikatan pada umumnya terdapat dalam Bab I Buku Ketiga Kitab Undang-Undang Hukum

Perdata dengan judul “Perikatan Pada Umumnya”, sedangkan ketentuan yang mengatur perikatan yang lahir dari perjanjian diatur dalam Bab II Buku Ketiga Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dengan judul “Perikatan yang Lahir dari Kontrak atau Perjanjian”.

Dalam Pasal 1319 KUH Perdata diatur ketentuan sebagai berikut “Semua perjanjian, baik yang mempunyai nama khusus, maupun yang tidak dikenal dengan suatu nama tertentu, tunduk pada peraturan umum yang termuat dalam bab ini dan bab yang lalu”. Hal ini berarti bahwa semua perjanjian baik yang bernama dan sudah diatur secara khusus dalam KUH Perdata maupun yang tidak bernama dan belum diatur secara khusus dalam KUH Perdata tunduk pada ketentuan “Perikatan pada umumnya” dan “Perikatan yang lahir dari perjanjian”.

Dalam konteks pembahasan perjanjian dagang antara distributor dan sub distributor dalam memasarkan produk FMCG, dapat dipastikan akan melahirkan perikatan antara para pihak yang harus dipenuhi oleh masing-masing pihak. Berdasarkan ketentuan Pasal 1319 maka perjanjian antara distributor dan sub distributor dapat dikategorikan sebagai perjanjian yang tidak bernama karena belum diatur secara khusus dalam KUH Perdata. Dalam hal ini maka ketentuan yang berlaku adalah tentang perikatan-perikatan yang dilahirkan dari perjanjian (Muljadi dan Widjaja, 2008:2; Satrio, 1999:38-39).

Ketentuan-ketentuan yang berlaku tersebut di antaranya terdapat pada Pasal 1313 tentang perjanjian, Pasal 1320 tentang syahnya perjanjian, Pasal 1338 tentang akibat perjanjian. Pasal-pasal lain yang berlaku selain yang

tersebut di atas adalah pasal-pasal tentang perjanjian jual beli yang diatur pada Pasal 1457 sampai Pasal 1540.

Kontrak dagang antara distributor dengan sub distributor perjanjiannya dibuat secara tertulis dan harus dilegalisir oleh Notaris. Pada umumnya perjanjian tersebut dibuat secara baku oleh distributor . Dalam bentuk perjanjian baku seperti itu umumnya para pihak hanya mengisi data informatif tertentu saja tanpa perubahan dalam klausul-klausulnya, sehingga biasanya pada perjanjian baku sangat berat sebelah dan hanya menguntungkan bagi si pembuat kontrak. Faktor penyebabnya adalah karena penyusunan perjanjian dibuat oleh salah satu pihak, selain itu pihak penerima perjanjian tidak mempunyai kesempatan untuk menegosiasi atau merubah perjanjian seperti yang diinginkan, sehingga secara yuridis maupun secara ekonomis sebenarnya penerima perjanjian ada pada posisi yang lemah (Mohammad, 1992:6-7; Salim, 2003:145).

Dalam konsideran Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat yang merupakan salah satu landasan yuridis pembentukan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 11 Tahun 2006 Tentang Ketentuan dan Tata cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Agen atau Distributor Barang dan/atau jasa menyebutkan bahwa demokrasi dalam bidang ekonomi menghendaki adanya kesempatan yang sama bagi setiap warga negara untuk berpartisipasi di dalam proses produksi dan pemasaran barang dan atau jasa, dalam iklim usaha yang sehat, efektif, dan efisien sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan

bekerjanya ekonomi pasar yang wajar. Lebih lanjut jika diperhatikan dalam Pasal 33 ayat (4) Undang-undang Dasar 1945 menyatakan “Perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional”. Pasal 33 ayat (4) Undang-Undang Dasar 1945 yang dikuatkan dengan Undang-Undang No 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat menghendaki adanya kesempatan yang sama, seimbang, dan adanya efisiensi berkeadilan dalam pembangunan ekonomi. Hal ini berarti bahwa setiap aktivitas ekonomi yang dijalankan termasuk praktek pembuatan kontrak baku antara distributor dan sub distributor idealnya harus selalu mengacu pada nilai keadilan dan keseimbangan antar pihak.

Dengan mengacu kepada asas kebebasan berkontrak, para pihak yang bersepakat mengikatkan diri dalam sebuah perjanjian memang memiliki kebebasan untuk menentukan apa dan dengan siapa perjanjian itu diadakan (Badruzaman dkk, 2001:84). Namun kebebasan berkontrak bukanlah sebuah kebebasan yang tanpa batas. Ada pembatasan-pembatasan yang dibuat terhadap kebebasan berkontrak dalam sejumlah sistem hukum. Menurut Arguelles dalam Khairandy (2004:125) pembatasan kebebasan berkontrak tersebut tidak hanya dilakukan melalui larangan-larangan yang dibuat oleh peraturan perundang-undangan, tetapi juga oleh *extra legal standard*. *Extra legal standard* tersebut merupakan standard yang berkaitan dengan agama, moral, dan keadilan.

Menurut Satjipto Raharjo sebelum penelitian yang dilakukan oleh Stewart Macaulay tahun 1970-1996 terhadap hukum kontrak, orang cenderung melihat kontrak sebagai dokumen hukum, tetapi dalam perkembangannya kontrak juga muncul melalui perilaku pebisnis. Kontrak tidak hanya apa yang tertulis karena justru dalam realitasnya apa yang tertulis dalam kontrak kadang dilanggar oleh para pebisnis dan memilih “jalan bisnis” untuk menyelesaikan persoalan kontrak antara mereka (Raharjo, 2009:21-22). Kontrak dibuat dengan menghormati hukum tidak tertulis yang menentukan adanya perilaku yang patut (Khairandy, 2004:119).

Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa asas kebebasan berkontrak yang menjadi dasar para pihak membuat perjanjian bukanlah sebuah kebebasan yang tanpa batas. Lebih-lebih dalam model perjanjian baku yang penyusunannya dilakukan oleh salah satu pihak, tidak serta merta pihak penyusun perjanjian dapat secara seenaknya memasukkan klausul-klausul yang berat sebelah. Sesuai dengan Pasal 1339 KUH Perdata perjanjian tidak hanya mengikat untuk hal-hal yang secara tegas dinyatakan didalamnya, tetapi juga untuk segala sesuatu yang menurut sifat persetujuan diharuskan oleh kepatutan, kebiasaan, dan undang-undang (Khairandy, 2004:35).

Di luar pembatasan yang diatur oleh undang-undang dan kebiasaan ada satu pembatasan yang menurut Arguells disebut *Extra legal standard* yaitu standard yang berkaitan dengan agama, moral, dan keadilan. Apabila dicermati dalam Pasal 1339 KUH Perdata maka kepatutan dalam sifat persetujuanlah yang menjadi *Extra legal standard* tersebut. Berdasarkan uraian tersebut

penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap penerapan perjanjian baku yang dilakukan oleh distributor terhadap sub distributor yang ditunjuk untuk menjadi perantara pemasaran produk FMCG ditinjau dari teori kepatutan. Ada beberapa pertimbangan mendasar yang mendorong penulis melakukan penelitian ini, yaitu :

Pertama, penelitian ini dipandang penting karena sepanjang pengetahuan penulis belum ada penelitian yang dilakukan secara komprehensif yang dapat menjangkau keterwakilan beberapa karakteristik yang melekat dalam perjanjian baku antara distributor dan sub distributor produk FMCG apabila ditinjau dari kajian teori kepatutan. Secara mendasar perlunya dilakukan penelitian ini akan memberikan gambaran yang sesungguhnya mengenai praktek perjanjian baku dalam penunjukan sub distributor oleh distributor guna menjadi perantara pemasaran produk FMCG dan mendapatkan suatu kajian teoritis atas perjanjian yang dilakukan ditinjau dari teori kepatutan.

Kedua, penelitian ini perlu dilakukan mengingat perkembangan industri produk FMCG bergerak demikian cepat. Perkembangan tersebut secara otomatis diikuti dengan berkembangnya jumlah distributor dan sub distributor sejalan dengan pertumbuhan pasar yang ada. Sebagai gambaran satu perusahaan produsen produk FMCG berskala nasional dapat memiliki distributor yang begitu banyak atau sebuah perusahaan distributor berskala nasional dapat memiliki sub distributor yang demikian banyak, contoh : Unilever sebagai salah satu produsen produk FMCG yang cukup besar, memiliki kurang lebih 400 distributor (Royan, 2011:39). PT. Tigaraksa Satria sebagai distributor produk

makanan bayi, produk perawatan tubuh, dan lain-lain memiliki lebih dari 100 sub distributor (Kodrat, 2009:222), PT. Inbisco Niagatama Semesta sebagai distributor produk-produk dari PT Mayora group memiliki sekitar 500 sub distributor (www.mayora.com). Dari gambaran tersebut dapat diperkirakan bahwa jumlah perusahaan yang menjadi sub distributor produk-produk FMCG di Indonesia jumlahnya sangat banyak. Di pihak lain peraturan perundang-undangan yang mengatur keberadaan sub distributor belum memberikan ketentuan yang jelas terkait dengan perjanjian dagang yang menjadi dasar kerjasama antara sub distributor dengan distributor. Hal tersebut membuat sub distributor tidak mempunyai dasar hukum yang jelas untuk melindungi kepentingannya yang dalam hal ini menjadi pihak yang lebih lemah.

Dalam praktek penunjukkan sub distributor oleh distributor sering terjadi adanya ketentuan-ketentuan yang memberatkan pihak sub distributor terkait ketentuan mengenai besarnya bank garansi sebagai jaminan atas transaksi kredit barang ke distributor, target penjualan terlalu tinggi dan tidak sejalan dengan pertumbuhan pasar, perubahan ketentuan mengenai bonus sub distributor yang mendadak, lamanya proses penggantian klaim biaya operasional yang dibayarkan dengan dana sub distributor terlebih dahulu dan masih banyak hal lainnya terkait operasional pendistribusian produk FMCG. Dari penelitian ini diharapkan dapat berkembang menjadi satu landasan teori hukum untuk penyusunan peraturan perundang-undangan terkait dengan distributor dan sub distributor yang keberadaannya diakui atau tidak, memegang peranan penting dalam proses pembangunan ekonomi di Indonesia. Dengan demikian distributor

dan sub distributor mempunyai landasan hukum yang lebih memadai dan mencerminkan keadilan para pihak dalam membuat perjanjian dagang yang menjadi dasar kegiatan mereka dalam pendistribusian produk FMCG.

B. Perumusan Masalah

Atas dasar uraian di atas maka perumusan masalah yang akan dikaji dalam pembahasan lebih lanjut adalah :

1. Bagaimanakah penerapan perjanjian baku yang dibuat oleh distributor terhadap sub distributor dalam pendistribusian produk FMCG ?
2. Bagaimanakah isi perjanjian baku antara distributor dan sub distributor ditinjau dari teori kepatutan ?
3. Bagaimanakah fungsi kepatutan dalam praktek penyusunan dan pelaksanaan perjanjian baku antara distributor dan sub distributor produk FMCG ?
4. Mengapa peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia belum mengatur secara detail perjanjian yang dilakukan oleh distributor dan sub distributor ?

C. Batasan Masalah dan Konsep

Untuk menyamakan persepsi dan menghindari penafsiran-penafsiran yang berbeda maka dalam penelitian ini disampaikan batasan masalah dan konsep sebagai berikut ;

1. Kontrak baku adalah perjanjian yang telah ditentukan dan telah dituangkan dalam bentuk formulir dan biasanya ditentukan secara sepihak oleh salah satu pihak, terutama pihak yang lebih kuat kedudukannya.

2. Distributor adalah perusahaan perdagangan nasional yang bertindak untuk dan atas namanya sendiri berdasarkan perjanjian dengan prinsipal (produsen) yang melakukan pembelian, penyimpanan, penjualan serta pemasaran barang dan/atau jasa yang dimiliki/dikuasai.

3. Sub distributor adalah perusahaan perdagangan nasional yang bertindak sebagai perantara untuk dan atas namanya sendiri berdasarkan penunjukan atau perjanjian dari distributor atau distributor tunggal untuk melakukan pemasaran.

4. Pendistribusian Produk adalah proses memasarkan suatu hasil produksi dari produsen ke konsumen melalui saluran distribusi

5. Produk fast moving consumer Goods (FMCG) adalah produk-produk yang langsung dikonsumsi oleh konsumen untuk kebutuhan harian dan cepat habis. Produk FMCG dapat dikelompokkan dalam tiga kategori produk, yaitu perawatan pribadi (*personal care*) seperti pasta gigi, sabun mandi, shampoo, kosmetik, parfum, dll; perlengkapan rumah tangga (*household care*) seperti sabun cuci, pembasmi serangga, pembersih lantai, pewangi ruangan, pewangi mobil dll; serta makanan dan minuman (*food & beverages*) misalnya minuman ringan, minuman energy, minuman bervitamin, isotonic, teh, kopi, biskuit, wafer, cereal, mie instant, bubur, permen dll.

D. Keaslian Penelitian

Penelitian ini merupakan hasil karya penulis sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang telah diajukan untuk memperoleh gelar pada suatu perguruan tinggi dan lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya telah dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka dari tulisan ini. Kalaupun ada penelitian yang mirip dengan penelitian ini di luar pengetahuan penulis, maka hasil dari penelitian ini bersifat melengkapi hasil penelitian terdahulu.

Penelitian mengenai hukum perjanjian pernah dilakukan oleh Noor Tjahjono D. Sudibyo berjudul Konsistensi Asas Kebebasan Berkontrak terhadap kesejahteraan umum. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengevaluasi asas kebebasan berkontrak hubungannya dengan asas kekeluargaan atau kolektivisme yang terkandung dalam UUD 1945. Hasil temuan dalam penelitian ini disimpulkan bahwa asas kebebasan berkontrak sebagai dasar aliran liberalis mempunyai landasan hukum yaitu UUD 1945 khususnya Pasal 33 dan aturan peralihan khususnya Pasal 1.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Harry Suryawan berjudul Analisis Yuridis Kontrak Dagang Antara Perusahaan Farmasi dan Distributor obat-obatan. Penelitiannya bertujuan untuk meneliti dan menganalisis bagaimana bentuk perjanjian dagang yang dibuat antara perusahaan farmasi dengan distributor obat-obatan dan bagaimana pula pelaksanaan perjanjian dagang tersebut serta menganalisis hambatan-hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan perjanjian dagang antara perusahaan farmasi dengan distributor

obat-obatan. Temuan yang didapatkan dalam penelitian perjanjian dagang antara PT Phapros Tbk sebagai produsen obat-obatan dengan PT Rajawali Nusindo sebagai distributor dibuat atas dasar kesepakatan para pihak, merupakan perjanjian timbal-balik untuk mendistribusikan obat-obatan. Hambatan yuridis pelaksanaan perjanjian dagang antara perusahaan farmasi dengan distributor obat-obatan ditemukan bahwa kontrak pendistribusian obat-obatan yang telah disepakati dalam praktek sering ditafsirkan lain oleh masing-masing pihak, sehingga terjadi kekeliruan penerapan perjanjian yang telah dibuat.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Obyektif

- a. Penelitian ini untuk dapat digunakan oleh dunia perguruan tinggi sebagai acuan pengetahuan yang berhubungan dengan kontrak dagang antara distributor dengan sub distributor produk FMCG ditinjau dari kajian teori kepatutan.
- b. Sebagai tambahan pengetahuan pada bidang Hukum Perdata pada umumnya dan bidang Hukum Perdata Dagang pada khususnya.

2. Manfaat Subyektif

Sebagai bidang kajian yang dapat memberikan jawaban atas permasalahan yang dikemukakan, khususnya mengenai perjanjian baku yang dibuat oleh distributor dengan subdistributor dalam pendistribusian produk FMCG ditinjau dari kajian teori kepatutan.

F. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan mengkaji penerapan perjanjian baku yang dibuat oleh distributor terhadap sub distributor dalam pendistribusian produk FMCG .
2. Untuk mengetahui dan mengkaji isi dari perjanjian baku yang dibuat oleh distributor dan sub distributor dalam pendistribusian produk FMCG ditinjau dari teori kepatutan.
3. Untuk mengetahui dan mengkaji fungsi kepatutan dalam praktek penyusunan dan pelaksanaan perjanjian baku antara distributor dengan sub distributor produk FMCG.
4. Untuk melakukan kajian yuridis peraturan perundang-undangan yang berlaku (*ius constitutum*) di Indonesia belum mengatur secara detail perjanjian antara distributor dengan sub distributor dan memberikan masukan kepada para pembuat Undang-undang untuk penyusunan Undang-undang yang seharusnya berlaku (*ius constituendum*).

G. Sistematika Penulisan

Bab I. Pendahuluan

Dalam bab ini penulis mencoba menguraikan tentang latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, keaslian penelitian, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini, tujuan penelitian serta sistematika penulisan tesis.

Bab II. Tinjauan Pustaka.

Dalam Bab ini, penulis mencoba menelaah melalui tinjauan pustaka tentang Kontrak Baku Antara distributor dengan sub distributor produk FMCG. Hal tersebut dilakukan dengan cara mengkaji pustaka serta pendapat dari para ahli yang didasarkan pada teori-teori yang berhubungan dengan judul dari penelitian ini. Dengan berpedoman pada hal tersebut di atas, penulis mencoba membahas tentang pengertian umum perjanjian, ketentuan/peraturan yang berhubungan dengan distributor dan sub distributor, selanjutnya diuraikan tentang penerapan Kontrak Baku Antara Distributor dengan Sub Distributor produk FMCG.

BAB III. Metodologi Penelitian

Dalam Bab ini penulis kemukakan tentang : Metode Pendekatan, Pendekatan Penelitian, Metode Pengumpulan Data, Metode Analisa Data. Metode ini merupakan metode yang digunakan penulis dalam penyusunan tesis ini.

BAB IV. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam Bab ini penulis menyampaikan hasil penelitian dan pembahasan dengan memperhatikan Bab II sebagai acuan teori.

- a. Hasil penelitian menguraikan tentang penelitian yang dilakukan secara kepustakaan dan penggalan data melalui interview di PT. Inbisco Niagatama Semesta sebagai distributor dan PT K33 Distribusi sebagai sub distributor, serta data-data yang ada di dua perusahaan tersebut.

b. Pembahasan menguraikan analisis hasil penelitian dan wawancara dari distributor dan sub distributor, dengan menggunakan tiga pendekatan yaitu dari aspek sejarah hukum, teori hukum, dan politik hukum. sehingga akan didapat gambaran secara menyeluruh tentang penerapan perjanjian baku antara distributor dan sub distributor produk FMCG ditinjau dari teori kepatutan.

BAB V. Penutup.

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan tentang penerapan perjanjian baku antara distributor dan sub distributor produk FMCG ditinjau dari teori kepatutan, selanjutnya diberikan saran yang dapat dikemukakan pada tesis ini.