



Pelaksanaan Perjanjian Promosi Produk PT. Tirta Fresindo Jaya Dengan KOPMA UNILA Ditinjau Dari Persektif Hukum Perdata Indonesia

Uswatun Hasanah¹, M. Wendy Trijaya², Dora Mustika³, Dita Febrianto⁴, Muhammad Havez⁵

Fakultas Hukum, Universitas Lampung, Indonesia¹⁻⁵

Email Korespondensi: uswatunnhasanah90@gmail.com¹, mwotrijaya@gmail.com², dora.mustika@fh.unila.ac.id³, dita_feb@yahoo.com⁴, muhammad.havez@fh.unila.ac.id⁵

Article received: 01 Januari 2026, Review process: 12 Januari 2026

Article Accepted: 22 Maret 2026, Article published: 02 Mei 2026

ABSTRACT

Product promotion cooperation agreements have become increasingly prevalent in contemporary business practices, particularly in partnerships between private corporations and educational institutions. PT. Tirta Fresindo Jaya (a subsidiary of the Mayora Group) has entered into such an agreement with the Student Cooperative of the University of Lampung (Kopma Unila). This research aims to examine the implementation of the parties' rights and obligations from the perspective of fair business competition, identify obstacles in its execution, and analyze the dispute resolution mechanisms in the event of a breach of contract (default). This study employs a normative-empirical research method utilizing a descriptive-conceptual approach. Primary data were obtained through interviews, while secondary data were gathered from statutory regulations (the Indonesian Civil Code, the Limited Liability Company Law, the Cooperatives Law, and the Law on the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition), contract documents, and relevant legal literature. The data were subsequently analyzed qualitatively. The findings indicate that, in principle, the cooperation agreement encompasses the mutually binding rights and obligations of the parties. However, the discovery of unwritten (oral) agreements outside the formal written contract potentially triggers unfair business competition. Obstacles in the implementation of this agreement primarily stem from the lack of comprehensive contractual provisions and the unequal bargaining power between the parties. In the event of a breach of contract, the dispute resolution mechanism relies on the agreed-upon clauses, fundamental principles of contract law, and applicable civil law provisions. Consequently, the drafting of similar agreements in the future requires a more comprehensive formulation to guarantee legal certainty and provide equitable protection for all involved parties.

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

ABSTRAK

Perjanjian kerja sama promosi produk kini semakin marak diterapkan dalam dinamika bisnis modern, termasuk dalam kemitraan antara korporasi swasta dengan institusi pendidikan. PT. Tirta Fresindo Jaya (bagian dari Mayora Group) diketahui telah mengikat perjanjian kerja sama serupa dengan Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung (Kopma Unila). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penerapan hak dan kewajiban masing-masing pihak berdasarkan prinsip persaingan usaha yang sehat, mengidentifikasi berbagai hambatan dalam pelaksanaannya, serta menelaah mekanisme penyelesaian sengketa apabila terjadi kondisi wanprestasi. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode

normatif-empiris dengan sifat deskriptif-konseptual. Pengumpulan data primer dilakukan melalui proses wawancara, sementara data sekunder dihimpun dari tinjauan peraturan perundang-undangan (KUHPerduta, UU Perseroan Terbatas, UU Perkoperasian, dan UU Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat), dokumen kontrak, serta literatur hukum terkait, yang selanjutnya dianalisis menggunakan metode kualitatif. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa secara prinsip, kontrak kerja sama tersebut telah memuat hak dan kewajiban para pihak yang saling mengikat. Meski demikian, ditemukan adanya kesepakatan lisan di luar kontrak tertulis yang berpotensi memicu persaingan usaha tidak sehat. Kendala dalam pelaksanaan perjanjian ini mayoritas disebabkan oleh kurang komprehensifnya isi kontrak dan adanya ketimpangan posisi kedudukan antara para pihak. Jika terjadi wanprestasi, mekanisme penyelesaian sengketa akan mengacu pada klausul yang telah disepakati, asas-asas hukum perjanjian, dan ketentuan hukum perdata yang berlaku. Oleh karena itu, penyusunan perjanjian sejenis di masa mendatang memerlukan perumusan yang lebih menyeluruh guna menjamin kepastian hukum dan memberikan perlindungan yang adil bagi seluruh pihak yang terlibat.

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

PENDAHULUAN

Dinamika industri barang konsumen yang bergerak cepat atau *Fast-Moving Consumer Goods* (FMCG) di Indonesia telah mengalami transformasi struktural yang masif dalam satu dekade terakhir. Pertumbuhan ekonomi yang stabil diiringi dengan peningkatan daya beli masyarakat kelas menengah telah mendorong perusahaan-perusahaan manufaktur besar untuk melakukan inovasi strategi pemasaran yang tidak hanya masif, tetapi juga tertarget secara demografis. Salah satu segmen pasar yang krusial bagi industri minuman kemasan adalah kelompok usia produktif, khususnya mahasiswa di lingkungan perguruan tinggi, yang memiliki pola konsumsi dinamis dan kecenderungan loyalitas terhadap merek yang diperkenalkan dalam ekosistem kehidupan sehari-hari mereka. Dalam konteks ini, PT. Tirta Fresindo Jaya, yang merupakan bagian integral dari Mayora Group, telah menempatkan diri sebagai pemain dominan dengan portofolio produk seperti Teh Pucuk Harum, Le Minerale, dan Kopiko 78 yang secara agresif merambah pasar kampus melalui jalur kemitraan strategis (Muhammad Idris, 2025).

Kemitraan ini secara konkret diwujudkan melalui kerja sama dengan Koperasi Mahasiswa (KOPMA), yang secara institusional merupakan unit ekonomi mandiri di bawah naungan universitas yang memiliki fungsi ganda sebagai entitas bisnis dan laboratorium kewirausahaan bagi mahasiswa. Kopma Universitas Lampung (Unila), sebagai badan hukum koperasi yang telah berdiri sejak awal dekade 1980-an, merepresentasikan unit distribusi yang strategis karena memiliki akses langsung kepada ribuan sivitas akademika. Namun, di balik potensi keuntungan ekonomi timbal balik tersebut, terdapat kompleksitas hukum yang lahir dari pertemuan dua subjek hukum dengan posisi tawar yang tidak seimbang (*unequal bargaining position*), di mana PT. Tirta Fresindo Jaya hadir sebagai korporasi manufaktur berskala nasional dan Kopma Unila sebagai lembaga ekonomi mahasiswa yang memiliki keterbatasan sumber daya.

Hubungan hukum antara kedua entitas ini diformalkan melalui "Surat Perjanjian Kerjasama Promosi Produk" yang secara teoritis bersumber dari Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) Indonesia tentang Perikatan. Pasal 1313 KUHPerdata memberikan landasan bahwa perjanjian adalah suatu perbuatan di mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih (I Ketut Oka Setiawan, 2018). Namun, dalam praktiknya, perjanjian ini tidak hanya sekadar transaksi jual beli, melainkan sebuah kontrak distribusi dan promosi yang bersifat *innominaat* atau perjanjian tidak bernama yang lahir dari asas kebebasan berkontrak (*freedom of contract*) sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 KUHPerdata. Persoalan hukum mulai muncul ketika substansi perjanjian yang tertulis tidak mencakup seluruh aspek kesepakatan yang dijalankan secara empiris di lapangan, terutama mengenai adanya klausul lisan yang melarang pihak koperasi untuk menjual produk pesaing .

Fenomena klausul lisan ini menciptakan ketegangan antara hukum perdata murni dengan hukum persaingan usaha yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Secara normatif, kesepakatan yang melarang mitra bisnis untuk menjual produk kompetitor dapat dikualifikasikan sebagai *exclusive dealing* atau perjanjian tertutup yang dilarang oleh Pasal 15 UU No. 5 Tahun 1999 (Kamser Lumbanradja et al., 2024). Keberadaan klausul lisan yang membatasi akses pasar produk pesaing seperti Sinar Sosro di lingkungan kampus tidak hanya berpotensi melanggar prinsip persaingan usaha yang sehat, tetapi juga menciptakan hambatan bagi konsumen mahasiswa untuk mendapatkan variasi pilihan produk. Oleh karena itu, orisinalitas penelitian ini terletak pada analisis komprehensif mengenai implementasi kontrak promosi produk yang mengandung elemen eksklusivitas tidak tertulis dalam ekosistem koperasi perguruan tinggi .

Untuk memperkuat kedudukan ilmiah dari kajian ini, peneliti melakukan komparasi mendalam terhadap minimal lima penelitian relevan yang memiliki fokus pada hukum perjanjian promosi, distribusi, dan persaingan usaha. Peninjauan ini penting untuk mengidentifikasi celah penelitian yang akan diisi oleh penelitian ini. Penelitian oleh Rauzatul Nisa dkk. (2024) menganalisis perlindungan hukum terhadap perjanjian *endorsement* oleh selebgram di media sosial. Hasilnya menunjukkan bahwa perjanjian jasa promosi secara digital sering kali didominasi oleh kontrak standar yang merugikan pihak dengan posisi tawar rendah, di mana penyelesaian sengketa lebih banyak bertumpu pada sanksi represif. Perbedaan mendasar dengan penelitian ini adalah pada objek dan subjek hukumnya, di mana penelitian ini memfokuskan pada interaksi fisik antara korporasi besar dan koperasi mahasiswa yang memiliki dimensi hukum publik persaingan usaha. Penelitian yang dilakukan oleh Devie (2014) berfokus pada kekuatan hukum *Memorandum of Understanding* (MoU) dalam hubungan perdata internasional. Penelitian tersebut menegaskan bahwa meskipun sebuah dokumen dinamakan MoU, jika substansinya memenuhi syarat Pasal 1320 KUHPerdata, maka ia memiliki kekuatan mengikat sebagai undang-undang bagi para pihak. Penelitian ini memperluas cakrawala tersebut dengan mengkaji bahwa bahkan "klausul lisan" yang tidak tertuang dalam MoU atau perjanjian formal pun dapat memiliki implikasi hukum yang nyata,

meskipun sulit dalam pembuktian. Kajian dari Sa'adah (2023) mengenai perjanjian konsinyasi antara produsen dan distributor di Denpasar mengungkapkan bahwa hambatan utama dalam distribusi sering kali disebabkan oleh keterlambatan pembayaran yang bersumber dari ketidakjelasan manajemen keuangan pihak distributor. Hal ini relevan dengan hambatan teknis yang dialami Kopma Unila sebagai organisasi mahasiswa yang masih belajar mengelola alur kas. Pada penelitian Sicilia Christine Matulesy (2023) mengkaji asas proporsionalitas dalam perjanjian pengadaan bahan bakar antara perusahaan maskapai dan distributor. Penelitian ini menyimpulkan bahwa negosiasi pada tahap pra-kontraktual krusial untuk menjamin pembagian hak dan kewajiban yang adil. Dalam konteks Kopma Unila, ketiadaan asas proporsionalitas terlihat pada adanya sanksi denda yang mencapai lima kali lipat biaya kerja sama, yang menunjukkan dominasi pihak korporasi. Terakhir, penelitian oleh Rauzatul dkk. (2023) tentang tanggung jawab hukum influencer terhadap promosi produk ilegal menunjukkan pentingnya prinsip kehati-hatian (*due diligence*) dalam mempromosikan produk. Penelitian ini mengadopsi prinsip serupa untuk melihat sejauh mana tanggung jawab koperasi dalam menjaga persaingan sehat di lingkungan kampus.

Kesenjangan pengetahuan yang diidentifikasi melalui tinjauan ini menunjukkan bahwa belum ada penelitian yang secara spesifik membedah bagaimana praktik perjanjian promosi produk FMCG di lingkungan universitas dapat menjadi sarana praktik *exclusive dealing* tersembunyi melalui klausul lisan. Hal ini memberikan nilai kebaruan (*originality*) yang signifikan bagi penelitian ini, terutama dalam menggabungkan pendekatan hukum perdata mengenai keabsahan kontrak lisan dengan parameter hukum persaingan usaha. Berdasarkan pemaparan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini difokuskan pada tiga poin utama: pertama, bagaimana pelaksanaan hak dan kewajiban ditinjau dari persaingan usaha sehat; kedua, apa saja hambatan yuridis dan teknis yang muncul; dan ketiga, bagaimana mekanisme penyelesaian sengketa wanprestasi yang efektif.

METODE

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian hukum normatif-empiris, sebuah pendekatan yang mengobservasi bekerjanya hukum dalam interaksi sosial-bisnis (Abdulkadir Muhammad, 2004). Pilihan metode ini didasarkan pada kebutuhan untuk membedah dualitas realitas hukum dalam kerja sama PT. Tirta Fresindo Jaya dan Kopma Unila: realitas formal yang tertuang dalam dokumen tertulis dan realitas materiil yang dijalankan melalui instruksi-instruksi lisan. Pendekatan normatif dilakukan melalui inventarisasi dan sinkronisasi peraturan perundang-undangan (*legal audit*), sedangkan pendekatan empiris dilakukan melalui studi kasus lapangan guna mengidentifikasi perilaku hukum para pihak. Desain penelitian ini bersifat deskriptif-analitis, yang bertujuan untuk memaparkan fenomena pelaksanaan perjanjian secara menyeluruh kemudian menganalisisnya menggunakan pisau bedah teori hukum perdata dan persaingan usaha. Penelitian deskriptif dalam ranah hukum efektif untuk mengungkap kerumitan birokrasi kontrak di lembaga koperasi yang dikelola oleh mahasiswa. Dengan mendeskripsikan setiap tahapan kerja sama, mulai dari penawaran materi branding

hingga mekanisme pembayaran tagihan. Peneliti dapat menentukan titik-titik krusial di mana terjadi deviasi dari norma hukum yang seharusnya. Lokasi penelitian difokuskan pada unit usaha Kopma Unila yang berlokasi di Jalan Prof. Dr. Ir. Sumantri Brojonegoro No. 1, Kota Bandar Lampung. Pemilihan lokasi ini relevan mengingat Kopma Unila adalah salah satu koperasi mahasiswa tertua dan aktif di Lampung, sehingga memiliki pengalaman panjang dalam menangani kemitraan dengan berbagai vendor FMCG. Kehadiran peneliti di lokasi dilakukan secara periodik selama masa berlakunya perjanjian (Maret 2024 hingga Maret 2025) untuk mengobservasi langsung pemasangan materi promosi dan memverifikasi ketersediaan stok barang kompetitor di unit-unit usaha seperti UKM Mart dan FEB Mart.

Subjek penelitian dan informan dalam kajian ini dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yakni memilih individu yang memiliki otoritas langsung atas objek yang diteliti. Informan utama meliputi: Pengurus Bidang Usaha Kopma Unila. Bertanggung jawab atas negosiasi kontrak dan pelaksanaan teknis promosi di lapangan. Perwakilan Manajemen PT. Tirta Fresindo Jaya (Mayora Group): Memberikan perspektif dari sisi produsen dan pemilik merek mengenai strategi branding dan pengawasan distribusi. Anggota Koperasi (Mahasiswa): Sebagai konsumen akhir yang terdampak oleh kebijakan eksklusivitas produk di lingkungan kampus. Jenis data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) yang bersifat bebas terpimpin, di mana peneliti telah menyiapkan pedoman pertanyaan namun tetap memberikan ruang bagi narasumber untuk menjelaskan dinamika yang tidak terduga. Data sekunder diperoleh melalui studi dokumen terhadap berbagai bahan hukum. Bahan hukum primer dalam penelitian ini meliputi KUHPerdara, UU No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, dan UU No. 5 Tahun 1999. Sementara itu, bahan hukum sekunder mencakup buku-buku hukum perjanjian karya Prof. Subekti dan Abdulkadir Muhammad, serta jurnal-jurnal ilmiah mengenai hukum persaingan usaha. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi metode, yakni menggabungkan studi kepustakaan, wawancara, dan observasi lapangan guna memastikan validitas informasi. Studi kepustakaan dilakukan untuk mengumpulkan landasan teoritis dan normatif, sementara wawancara digunakan untuk mengungkap "fakta psikologis" di balik penandatanganan kontrak yang tidak seimbang. Observasi fisik dilakukan untuk mendapatkan bukti visual mengenai implementasi branding di area usaha Kopma Unila, seperti keberadaan Meja Kasir Teh Pucuk Harum dan *chiller* double door yang dipinjamkan oleh perusahaan. Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan pendekatan induktif, di mana peneliti bertolak dari fakta-fakta khusus yang ditemukan di lapangan untuk kemudian ditarik ke dalam kesimpulan hukum yang bersifat umum. Proses analisis melibatkan tiga tahap utama: reduksi data (membuang informasi yang tidak relevan), penyajian data (mengorganisasikan temuan ke dalam pola yang logis), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (Abdulkadir Muhammad, 2010). Analisis ini juga menggunakan metode interpretasi gramatikal dan interpretasi sistematis terhadap klausul-klausul dalam Surat Perjanjian Kerjasama Promosi Produk guna

menentukan apakah terjadi pelanggaran terhadap syarat sah perjanjian atau prinsip persaingan usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan perjanjian kerjasama promosi produk antara PT. Tirta Fresindo Jaya, sebagai entitas bisnis yang tergabung dalam Mayora Group, dengan Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung (Kopma Unila) merupakan sebuah fenomena hukum keperdataan yang mencerminkan dinamika hubungan antara korporasi besar dengan lembaga ekonomi berbasis mahasiswa. Berdasarkan dokumen formal yang menjadi objek penelitian, perjanjian ini secara sah dituangkan dalam Surat Perjanjian Kerjasama Promosi Produk yang ditandatangani pada tanggal 12 Maret 2024. Secara kronologis, masa berlaku perjanjian ini ditetapkan selama dua belas bulan, terhitung sejak tanggal 25 Maret 2024 hingga berakhir pada 25 Maret 2025. Dalam konstruksi hukum perdata Indonesia, perjanjian ini merupakan perwujudan dari asas konsensualisme di mana kesepakatan antara para pihak telah melahirkan ikatan hukum yang bersifat mengikat sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya, sesuai dengan prinsip *pacta sunt servanda* yang tercantum dalam Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata).

Penelitian ini mengidentifikasi bahwa secara normatif, perjanjian kerjasama tersebut telah memenuhi syarat sahnya perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata, yang mencakup adanya kesepakatan para pihak, kecakapan untuk bertindak, suatu hal tertentu, dan kausa yang halal. PT. Tirta Fresindo Jaya bertindak sebagai Pihak Pertama yang memiliki kapasitas hukum sebagai perseroan terbatas, sementara Kopma Unila sebagai Pihak Kedua memiliki legalitas sebagai badan hukum koperasi dengan nomor 506/BH/7/1983. Fokus utama dari kerjasama ini adalah kegiatan promosi atau *branding* serta penjualan produk-produk minuman milik Mayora Group, seperti Teh Pucuk Harum dan Le Minerale, di lingkungan strategis kampus Universitas Lampung. Meskipun secara administratif persyaratan formal telah terpenuhi, implementasi di lapangan menunjukkan adanya kompleksitas yang melibatkan dimensi hukum persaingan usaha dan ketidakseimbangan posisi tawar yang perlu dianalisis secara mendalam.

Realisasi Hak dan Kewajiban Pihak Pertama dalam Kerangka Kemitraan

PT. Tirta Fresindo Jaya, dalam kedudukannya sebagai penyedia produk dan pendana promosi, memiliki serangkaian kewajiban yang didesain untuk memperkuat visibilitas merek mereka di pasar kampus. Kewajiban utama Pihak Pertama meliputi penyediaan sarana penunjang operasional, pembayaran biaya kerjasama, dan dukungan logistik produk. Berdasarkan Lampiran 2 perjanjian, Pihak Pertama diwajibkan untuk meminjamkan satu unit *chiller double door* kepada Kopma Unila untuk memastikan produk tersaji dalam kondisi optimal bagi konsumen. Selain itu, Pihak Pertama juga bertanggung jawab atas pemasangan materi branding berupa meja kasir dengan identitas visual Teh Pucuk Harum, yang mana meja tersebut dijanjikan akan menjadi hak milik Pihak Kedua apabila target penjualan yang ditetapkan berhasil direalisasikan.

Secara finansial, Pihak Pertama berkomitmen memberikan biaya kerjasama sebesar Rp 20.000.000,00 yang mencakup pajak, di mana termin pertama sebesar Rp 12.000.000,00 dibayarkan di awal periode sebagai bentuk kompensasi atas ruang promosi yang disediakan oleh Kopma Unila. Hak-hak Pihak Pertama meliputi hak untuk menerima pembayaran atas setiap produk yang dipesan sesuai dengan *Purchase Order* (PO) dan *Term of Payment* (TOP) yang disepakati, serta hak untuk memantau penggunaan aset pinjaman dan penempatan materi promosi di area strategis. Analisis terhadap pelaksanaan kewajiban ini menunjukkan bahwa meskipun Pihak Pertama telah memberikan kontribusi finansial, terdapat kendala dalam ketepatan waktu penyerahan aset fisik yang secara langsung mempengaruhi efektivitas promosi pada bulan-bulan pertama kerjasama.

Tabel 1. Pelaksanaan Kewajiban Pihak Pertama (PT. Tirta Fresindo Jaya)

Kategori Kewajib	Detil Implementasi Pihak Pertama
Finansial	Pembayaran biaya kerjasama total 20.000.000,00
Sarana Fisik	Peminjaman 1 unit <i>chiller double door</i> Meja Kasir
Promosi	Pemasangan <i>shop sign</i> dan payung r (klausul tambahan)
Kompensasi	Pemberian bonus 10% jika target 120.000.000,00 tercapai
Operasional	Pengiriman produk sesuai pesa koperasi

Pelaksanaan Kewajiban Kopma Unila sebagai Agen Distribusi Kampus

Kopma Unila memegang peranan vital sebagai ujung tombak distribusi dan promosi produk Pihak Pertama di area universitas. Kewajiban utama Pihak Kedua adalah mengoptimalkan penjualan produk-produk Mayora Group melalui sembilan unit usaha yang dimilikinya, dengan target akumulasi pembelian produk senilai Rp 120.000.000,00 selama masa kontrak berjalan. Untuk mendukung pencapaian ini, Kopma Unila diwajibkan memberikan akses penempatan materi promosi pada lokasi-lokasi strategis yang memiliki arus lalu lintas mahasiswa yang tinggi, seperti di UKM Mart dan FEB Mart. Kewajiban operasional lainnya mencakup pelaporan data penjualan secara berkala kepada Pihak Pertama serta menjaga kualitas penyimpanan produk agar tetap layak konsumsi.

Hak-hak yang diterima oleh Kopma Unila adalah berupa margin keuntungan dari selisih harga jual produk, penerimaan biaya kerjasama untuk pengembangan organisasi, serta kepemilikan aset meja kasir di akhir periode jika target terpenuhi. Namun, pelaksanaan kewajiban ini kerap kali terbentur pada keterbatasan sumber daya manusia yang mengelola koperasi, di mana pengurus merupakan mahasiswa aktif yang harus membagi waktu dengan kewajiban akademis. Kondisi ini seringkali menyebabkan keterlambatan dalam administrasi pembayaran tagihan produk kepada Pihak Pertama, yang secara kontraktual dapat dikategorikan sebagai wanprestasi ringan namun berdampak pada kelancaran arus barang.

Eksistensi Klausul Lisan dan Implikasinya terhadap Persaingan Usaha

Salah satu temuan krusial dalam penelitian ini adalah adanya klausul lisan yang tidak terdokumentasi dalam naskah perjanjian tertulis, namun dipatuhi secara ketat oleh para pihak di lapangan. Klausul tersebut berisi larangan bagi Kopma Unila untuk menjual produk minuman dari kompetitor utama Pihak Pertama, secara spesifik produk-produk yang diproduksi oleh PT. Sinar Sosro, selama jangka waktu kerjasama berlangsung. Larangan ini mencakup produk populer seperti Teh Botol Sosro, Prim-a, dan Fruit Tea yang dilarang dipajang atau dijual di area yang telah terpasang branding Mayora Group.

Keberadaan klausul lisan ini menciptakan ketidakpastian hukum dan berpotensi mencederai prinsip keadilan dalam berkontrak. Dari perspektif hukum persaingan usaha, praktik ini dapat dianalisis sebagai bentuk perjanjian tertutup (*exclusive dealing*) yang dilarang oleh Pasal 15 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Perjanjian tertutup dianggap melanggar hukum apabila dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat di pasar yang bersangkutan. Dalam konteks lingkungan kampus, tindakan ini membatasi akses bagi pelaku usaha pesaing untuk menjangkau konsumen mahasiswa, yang secara tidak langsung menciptakan penguasaan pasar yang eksklusif bagi PT. Tirta Fresindo Jaya.

Tabel 2. Potensi Pelanggaran Hukum Persaingan Usaha

Unsur Pelanggaran	Analisis Berdasarkan Temu Empiris	Dasar Hukum
Perjanjian Tertutup	Larangan lisan penjuu produk kompetitor Sosro)	Pasal 15 ayat (1) (S 5/1999
Penyalahgunaan Pc	Memanfaatkan kekuatan m untuk menekan akses pasar	Pasal 25 UU 5/1999
Hambatan Masuk	Pesaing tidak dapat masuk outlet utama kampus	Teori <i>Market Foreclos</i>
Kerugian Konsume	Mahasiswa kehilangan variasi produk minuman	pili Perspektif Kesejahter Konsumen

KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha) dalam menilai kasus semacam ini biasanya menerapkan pendekatan *Rule of Reason*, di mana dampak ekonomi dari perjanjian tersebut harus dianalisis secara komprehensif. Dalam kasus kerjasama ini, eksklusivitas yang dipaksakan melalui klausul lisan tidak hanya merugikan kompetitor, tetapi juga merugikan mahasiswa sebagai konsumen yang kehilangan hak pilihnya atas berbagai variasi produk minuman. Selain itu, ketidaktertulisan klausul ini mengindikasikan adanya upaya untuk menghindari pengawasan regulasi, yang mana secara hukum perdata dapat dianggap sebagai itikad tidak baik (*te kwader trouw*) dalam pelaksanaan perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPperdata.

Ketidakseimbangan Posisi Tawar dan Dominasi Kontrak Baku

Analisis lebih lanjut mengungkap bahwa hambatan dalam pelaksanaan perjanjian ini berakar pada ketimpangan posisi tawar (*bargaining power*) antara korporasi besar berskala nasional dengan koperasi mahasiswa tingkat universitas. Perjanjian yang digunakan cenderung bersifat kontrak baku (*adhesion contract*), di mana syarat-syarat perjanjian telah disiapkan terlebih dahulu oleh Pihak Pertama, dan Pihak Kedua hanya memiliki pilihan untuk menerima atau menolak (*take it or leave it*) tanpa ruang negosiasi yang signifikan. Dominasi Pihak Pertama terlihat jelas dalam penetapan sanksi pada Pasal 5, yang mewajibkan Kopma Unila membayar denda sebesar lima kali lipat dari biaya kerjasama atau senilai Rp 100.000.000,00 apabila dianggap melanggar kewajibannya.

Nilai sanksi yang fantastis ini dianggap tidak proporsional bagi sebuah koperasi mahasiswa, yang mana modal usahanya terbatas. Kondisi ini menciptakan tekanan psikologis dan ekonomis bagi pengurus Kopma Unila untuk selalu patuh pada arahan Pihak Pertama, bahkan jika arahan tersebut bersifat lisan dan merugikan kedaulatan koperasi dalam mengelola produk dagangannya. Praktik ini dalam hukum perdata dapat dikategorikan sebagai penyalahgunaan keadaan (*misbruik van omstandigheden*), di mana salah satu pihak memanfaatkan posisi unggulnya untuk mendapatkan keuntungan yang tidak seimbang dari pihak yang berada dalam posisi lemah. Hal ini secara fundamental mengganggu asas keseimbangan dan keadilan yang seharusnya menjadi ruh dari setiap perjanjian kerjasama bisnis.

Hambatan Operasional

Selain kendala yuridis, pelaksanaan perjanjian ini menghadapi hambatan teknis yang menghambat pencapaian target. Pertama, terkait dengan ketersediaan stok barang. Seringkali terjadi kekosongan stok di gudang distribusi PT. Tirta Fresindo Jaya untuk wilayah Lampung, sehingga pesanan yang diajukan oleh Kopma Unila tidak dapat dipenuhi secara utuh. Ketidakkonsistenan suplai ini menyebabkan omzet koperasi menurun dan membuat target penjualan akumulatif Rp 120.000.000,00 menjadi sulit dicapai, yang secara paradoks menempatkan koperasi pada risiko denda karena kegagalan yang bersumber dari pihak perusahaan sendiri.

Kedua, keterlambatan penyediaan sarana branding dan pendingin produk. Berdasarkan kesepakatan, *chiller* dan materi promosi seharusnya sudah tersedia sejak awal masa kontrak. Namun, dalam realitasnya, *chiller double door* baru dikirimkan beberapa bulan setelah kontrak berjalan, dan payung meja kursi set baru diberikan menjelang berakhirnya masa kerjasama. Keterlambatan ini merupakan bentuk wanprestasi dari Pihak Pertama yang secara langsung merugikan Pihak Kedua, karena potensi penjualan produk dingin di tengah lingkungan kampus yang panas menjadi hilang selama periode keterlambatan tersebut.

Ketiga, keterbatasan koordinasi internal di Kopma Unila. Sebagai organisasi mahasiswa, pergantian pengurus dan fluktuasi komitmen anggota menjadi tantangan tersendiri. Jalur komunikasi antara manajer usaha dengan bagian keuangan koperasi yang tidak terintegrasi dengan baik seringkali menyebabkan

tagihan dari Pihak Pertama tidak segera terbayar, yang memicu ketegangan dalam hubungan kemitraan. Hambatan-hambatan ini menunjukkan bahwa keberhasilan perjanjian kerjasama tidak hanya bergantung pada naskah hukum yang formal, tetapi juga pada kesiapan infrastruktur logistik dan profesionalisme manajemen di kedua belah pihak.

Mekanisme Penyelesaian Sengketa dan Perlindungan Hukum

Apabila terjadi sengketa dalam pelaksanaan perjanjian, Pasal 9 SPKS menggarisbawahi pentingnya penyelesaian melalui musyawarah untuk mufakat sebagai langkah awal. Para pihak diberikan jangka waktu 30 hari untuk bernegosiasi secara kekeluargaan. Jalur ini dinilai efektif untuk menyelesaikan masalah teknis seperti keterlambatan pengiriman atau kerusakan sarana promosi. Namun, apabila jalan damai buntu, perjanjian menetapkan Pengadilan Negeri Kota Bandar Lampung sebagai forum penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi.

Pada konteks terjadi wanprestasi, Pasal 1243 KUHPerduta memberikan hak bagi pihak yang dirugikan untuk menuntut ganti rugi berupa biaya, rugi, dan bunga. Bagi Kopma Unila, perlindungan hukum menjadi krusial apabila perusahaan secara sepihak menuntut denda sanksi Rp 100.000.000,00 atas kegagalan target yang disebabkan oleh kendala suplai dari perusahaan itu sendiri. Pengadilan dapat melakukan penilaian terhadap kepatutan nilai sanksi tersebut berdasarkan asas itikad baik dan keseimbangan, serta dapat membatalkan klausul yang dianggap bersifat memeras atau menyalahgunakan keadaan. Perlindungan bagi koperasi sebagai pelaku usaha kecil juga diatur dalam regulasi yang mengawasi kemitraan, di mana KPPU memiliki wewenang untuk mengawasi agar kemitraan antara usaha besar dan usaha kecil tidak bersifat eksploitatif.

Tabel 3. Mekanisme Penyelesaian Sengketa dan Upaya Hukum Para Pihak

Tahapan Penyelesaian Sengketa	Mekanisme dan Ketentuan	Landasan Hukum
Negosiasi	Musyawarah mufakat internal selama 30 hari	Pasal 9 SPKS
Somasi	Teguran tertulis kelalaian prestasi	Pasal 118 HIR / P 9 SPKS
Litigasi	Gugatan perdata di Bandar Lampung	UU 5/1999 & 7/2021
Pengawasan KPPU	Laporan atas dugaan kemitraan tidak sehat	

Pelaksanaan perjanjian kerjasama promosi produk antara PT. Tirta Fresindo Jaya dengan Kopma Unila mencerminkan adanya gap antara ekspektasi kontraktual dengan realitas implementasi. Penggunaan klausul lisan yang bersifat anti-persaingan menunjukkan bahwa integritas pasar kampus masih rentan terhadap intervensi korporasi besar yang mengabaikan regulasi persaingan usaha. Untuk mencapai kerjasama yang berkelanjutan, diperlukan adanya transparansi total

dalam penyusunan kontrak, di mana setiap bentuk pembatasan dagang harus dituangkan secara tertulis dan memiliki justifikasi ekonomi yang masuk akal, bukan sekadar instrumen untuk mengunci pasar.

Selain itu, penguatan kapasitas hukum bagi koperasi mahasiswa menjadi syarat mutlak agar mereka tidak terjebak dalam kontrak-kontrak baku yang bersifat predatoris. Pihak universitas sebagai pembina unit kegiatan mahasiswa perlu melakukan asistensi hukum dalam setiap penandatanganan kerjasama strategis guna memastikan bahwa hak-hak mahasiswa sebagai konsumen dan hak koperasi sebagai entitas ekonomi terlindungi secara adil dan proporsional. Reformasi pola kemitraan ini tidak hanya akan memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha, tetapi juga menjamin terciptanya ekosistem bisnis kampus yang sehat, inovatif, dan edukatif bagi generasi muda.

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan perjanjian kerjasama promosi produk antara PT. Tirta Fresindo Jaya dan Kopma Unila secara formal telah memenuhi syarat sahnya perjanjian berdasarkan Pasal 1320 KUHPerdara, namun secara materiil ditemukan adanya ketimpangan dalam pemenuhan hak dan kewajiban akibat keterlambatan penyediaan fasilitas sarana promosi oleh pihak perusahaan. Temuan krusial adalah eksistensi klausul lisan yang melarang penjualan produk kompetitor (PT. Sinar Sosro), yang mana tindakan ini secara substansial merupakan bentuk perjanjian tertutup (*exclusive dealing*) yang berpotensi melanggar Pasal 15 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Hambatan pelaksanaan perjanjian tidak hanya dipicu oleh faktor teknis seperti ketidakkonsistenan stok barang dan kendala administratif internal koperasi mahasiswa, tetapi juga disebabkan oleh faktor struktural berupa ketidakseimbangan posisi tawar yang termanifestasi dalam kontrak baku dengan nilai sanksi yang tidak proporsional bagi entitas koperasi mahasiswa.

Berdasarkan analisis tersebut, direkomendasikan agar setiap bentuk perjanjian kemitraan di masa mendatang harus mengedepankan prinsip transparansi dengan menuangkan seluruh kesepakatan secara tertulis dan menghindari klausul eksklusivitas yang bersifat anti-persaingan guna menjamin kepastian hukum bagi kedua belah pihak. Bagi Kopma Unila, perlu adanya peningkatan literasi hukum kontrak dan manajemen operasional agar dapat bernegosiasi secara lebih setara dalam kemitraan dengan korporasi besar, sementara bagi universitas disarankan untuk menyediakan asistensi hukum bagi unit kegiatan mahasiswa dalam meninjau draf perjanjian kerjasama strategis. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji mengenai dampak psikologis dari dominasi merek korporasi terhadap pola konsumsi mahasiswa serta efektivitas pengawasan KPPU dalam konteks kemitraan di lingkungan lembaga pendidikan tinggi guna mewujudkan ekosistem usaha kampus yang lebih berkeadilan dan kompetitif.

DAFTAR RUJUKAN

Achmadi, A., & Narkubo, C. (2005). *Metode penelitian*. PT Bumi Aksara.

-
- Amir, S. N. A. M. (2023). *Buku ajar hukum perjanjian*. Deepublish Digital.
- Badruzaman, M. D. (2009). *Kompilasi hukum perikatan*. Citra Aditya Bakti.
- Ibrahim, J. (2006). *Hukum persaingan usaha: Filosofi, teori, dan implikasi penerapannya di Indonesia*. Bayumedia Publishing.
- Ikhsan, E., & Siregar, M. (2009). *Metode penelitian dan penulisan hukum sebagai bahan ajar*. Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara.
- Lubis, A. F. (2017). *Hukum persaingan usaha antara buku teks (Edisi ke-2)*. GTZ GmbH.
- Muhammad, A. (2004). *Hukum dan metode penelitian hukum*. Citra Aditya Bakti.
- Muhammad, A. (2010a). *Hukum dan penelitian hukum (Cet. ke-2)*. Citra Aditya Bakti.
- Muhammad, A. (2010b). *Hukum perusahaan Indonesia (Cet. ke-4)*. Citra Aditya Bakti.
- Projodikoro, W. (2000). *Asas-asas hukum perjanjian*. Citra Aditya Bakti.
- Rahim, A. (2022). *Dasar-dasar hukum perjanjian perspektif teori dan praktik*. Humanities Genius.
- Salim, H. S. (2003). *Perkembangan hukum kontrak innominaat di Indonesia*. Sinar Grafika.
- Salim, H. S. (2014). *Hukum kontrak: Teori dan teknik penyusunan kontrak*. Sinar Grafika.
- Salim, H. S. (2021). *Pengantar hukum perdata tertulis (BW)*. Sinar Grafika.
- Satrio, J. (2001). *Hukum perikatan, perikatan yang lahir dari perjanjian (Buku 1) (Cet. ke-2)*. Citra Aditya Bakti.
- Setiawan, I. K. O. (2018). *Hukum perikatan (Cet. ke-3)*. Sinar Grafika.
- Setiawan, R. (1979). *Pokok-pokok hukum perikatan*. Bina Cipta.
- Simbolon, A. (2018). *Hukum persaingan usaha (Cet. ke-2)*. Liberty.
- Subekti, R. (2001). *Pokok-pokok hukum perdata*. Intermassa.
- Subekti, R. (2005). *Hukum perjanjian*. Intermasa.
- Subekti, R. (2010). *Pokok-pokok hukum perdata*. Intermasa.
- Sutarno. (2003). *Aspek-aspek hukum perkreditan pada bank*. Alfabeta.
- Adam, P. (2019). Kedudukan badan hukum sebagai subjek hukum dalam hukum ekonomi syariah. *Syiar Hukum: Jurnal Ilmu Hukum*, 17(2), 216-242.
- Ardiansyah, A., Nurjaman, A., Saputra, A. A., Febriansyah, D., & Rafles, F. R. D. (2024). Peranan asas-asas hukum perjanjian dalam mewujudkan tujuan perjanjian bisnis. *Jurnal Kewirausahaan & Inovasi*, 2(1).
- Hapsari, D. (2014). Telaah terhadap subjek hukum: Manusia dan badan hukum. *Jurnal Refleksi Hukum*, 8(1), 74.
- Ilhami, S. R., Lestari, R., & Hendra, R. (2015). *Pelaksanaan perjanjian kerjasama antara PT. Serasi Autoraya dengan Audi Variasi [Disertasi, Universitas Riau]*.
- Lumbanradja, K., Harjono, D. K., & Panjaitan, H. (2024). Analisa perjanjian tertutup dalam Pasal 15 Ayat (3) UU No. 5 Tahun 1999 dalam perspektif normatif dan implementasinya. *Jurnal Bulletin of Community Engagement*, 4(1).
- Paendong, K. (2022). Kajian yuridis wanprestasi dalam perikatan dan perjanjian ditinjau dari hukum perdata. *Lex Privatum*, 10(3).
- Tan, D. (2021). Metode penelitian hukum: Mengupas dan mengulas metodologi dalam menyelenggarakan penelitian hukum. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(8).
- Umar, D. U. (2010). Penerapan asas konsensualisme dalam perjanjian jual beli menurut persektif hukum perdata. *Lex Privatum*, 8(1).

Peraturan Perundang-Undangan dan Dokumen Hukum (*Diurutkan berdasarkan hierarki peraturan perundang-undangan*)

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata).

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Surat Perjanjian Kerjasama Promosi Produk PT. Tirta Fresindo Jaya dengan Kopma Unila. (2024).

Idris, M. (2025, 15 Mei). *PT. Tirta Fresindo Jaya milik siapa dan apa produknya?*. Kompas.com. Diakses dari

<https://money.kompas.com/read/2025/05/15/075845926/pt-tirta-fresindo-jaya-milik-siapa-dan-apa-produknya>

Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung (Kopma Unila). (2026, 26 Februari). *Wawancara pribadi terkait pelaksanaan promosi produk*. Bandar Lampung.

PT. Tirta Fresindo Jaya (Mayora Group). (2026, 26 Februari). *Wawancara pribadi terkait perjanjian kerjasama*. Bandar Lampung.