

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kondisi perekonomian dewasa ini terlihat semakin menurun, daya beli masyarakat menurun dan ditambah dengan semakin lemahnya nilai tukar rupiah terhadap Dollar US hingga mencapai lebih dari Rp. 14.000,- (posisi September 2015). Daya beli masyarakat yang menurun mengakibatkan permintaan menurun dan kinerja pemasaran pada beberapa perusahaan juga menurun. Kondisi yang sama juga harus dihadapi usaha kecil dan menengah (UKM) yang dituntut agar mampu membawa perusahaannya tumbuh dan berkembang sehingga memperoleh profitabilitas yang meningkat. Para pelaku UKM berusaha meningkatkan kemampuan kewirausahaannya dengan menggunakan segenap potensi dan sumber daya. Salah satunya adalah dengan menyelenggarakan pameran agar produk mereka dikenal oleh masyarakat.

Pameran adalah pemasaran tatap muka di tempat seperti pameran dagang, pameran konsumen, kegiatan istimewa, *road shows*, pameran pribadi, kegiatan ramah tamah, peluncuran produk, seminar dan konferensi profesional. Pameran merupakan kegiatan untuk menampilkan produk sehingga pembeli dapat melihatnya dan memutuskan untuk membelinya.¹

Pendapat lainnya menyatakan pameran merupakan *event* masyarakat yang diselenggarakan oleh suatu organisasi *independent* dan terbuka untuk

¹ Hartiwi Prabowo dan Lily, Hartiwi Prabowo dan Lily. 2011. Pengaruh Word Of Mouth Marketing dan Pameran Terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah. *Binus Business Review* Vol. 2 No. 1 Mei 2011, hal 3

umum. Pameran sengaja dirancang agar dapat diketahui oleh masyarakat luas seperti penyelenggaraan pameran tahunan *ideal home* atau untuk kalangan tertentu, misalnya pameran yang diperuntukkan bagi para pengusaha dan pengguna mesin *packaging*.²

Penyelenggaraan pameran sangat membantu dalam menginformasikan sekaligus mempromosikan hasil-hasil atau produk-produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Misalnya alat komunikasi praktis, komputer, teknologi audio, real estat, properti serta produk-produk lain yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam era pembangunan ini. Pameran merupakan media yang sangat efektif dan komunikatif bagi perusahaan yang akan mempromosikan produk-produknya. Pameran juga menjembatani serta memberi informasi antara pengusaha, badan pemerintah dengan masyarakat luas, tentang apa dan bagaimana produk yang dipamerkan dan juga memberikan berbagai alternatif dalam usaha pemenuhan kebutuhannya. Artinya pameran dapat menjadi suatu media promosi produk perusahaan, media transaksi dan media yang memberi informasi kepada masyarakat luas.

Pameran merupakan ajang untuk menginformasikan sekaligus mempromosikan hasil-hasil atau produk-produk suatu perusahaan. Pameran dapat dilakukan oleh perusahaan penghasil produk itu sendiri atau juga bisa dilakukan oleh suatu perusahaan yang bergerak di bidang penyelenggaraan pameran dimana perusahaan penyelenggara pameran ini diberi hak dan kepercayaan oleh perusahaan pengguna jasa atau peserta pameran untuk mempromosikan produk-produknya sehingga peserta pameran tidak perlu

² Lidia Evelina, 2007. *Event Organizer Pameran*, Jakarta: PT Indeks, hal 4

bersusah payah lagi untuk melakukan promosi sendiri yang mungkin saja menghabiskan biaya yang lebih besar, tidak efektif dan tidak efisien.

Selain itu peserta pameran juga mendapatkan fasilitas-fasilitas atau sarana yang diperlukan dalam promosi produknya. Seperti halnya yang dilakukan oleh PT. Assalam Hypermarket sebagai salah satu ritel modern yang karena ruang yang berlebih, mereka mengadakan pameran-pameran. Beberapa kali ajang pameran buku ke-Islaman dengan tajuk ‘Islamic Book Fair’ (IBF) diselenggarakan di sini. Pameran ini merupakan gagasan yang berasal dari para penerbit buku Islam untuk berkembang menjadi kegiatan yang dapat memberikan kontribusi bagi kemajuan bangsa. Awalnya IBF merupakan sebuah gagasan untuk berpromosi dan memperluas pemasaran buku di tengah kelesuan industri buku.

Menurut hasil wawancara pendahuluan dengan Staf Marketing Bapak Miftahul Huda, PT. Assalam Hypermarket sebagai penyelenggara pameran juga menyediakan fasilitas-fasilitas yang diperlukan oleh peserta dalam pameran tersebut. Perusahaan ini menyediakan fasilitas yang diperlukan dari tempat pameran yang dibagi dalam beberapa stand, meja, kursi, karpet, lampu penerangan, dekorasi stand, promosi dan publikasi sampai dengan fasilitas keamanan dan *cleaning servise*. Jadi dengan biaya yang telah ditentukan atau dengan kontra prestasi dan kepercayaan yang diberikan kepada penyelenggara pameran, peserta pameran bisa mendapatkan fasilitas yang diperlukan untuk mempromosikan produknya.³

³ Miftahul Huda. 2015. Staf Marketing PT. Assalam Hypermarket. *Wawancara Pribadi Tanggal 29 Agustus 2015*.

Selanjutnya dalam menyelenggarakan pameran ini diperlukan suatu perjanjian yang dapat mengikat para pihak, sehingga semua yang dilakukan oleh masing-masing pihak dapat dipertanggungjawabkan dan ada dasarnya. Menurut Subekti, perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikrarkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih (sesuai dengan definisi perjanjian menurut pasal 1313 KUHPerdara).⁴ Sedangkan menurut R. Setiawan perjanjian adalah suatu perbuatan hukum dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih. Jadi disini dapat dikatakan bahwa persetujuan merupakan suatu perbuatan hukum yang dapat melahirkan perikatan.⁵

Perjanjian penyelenggaraan pameran merupakan bentuk dan kesepakatan yang merupakan pernyataan kesesuaian kehendak dari pihak penyelenggara dan peserta pameran untuk saling mengikatkan diri. Jadi ada suatu persetujuan dari pihak penyelenggara dan peserta pameran untuk saling mengikatkan diri guna melaksanakan isi perjanjian untuk mencapai tujuan. Adanya perjanjian itu pihak penyelenggara dan peserta pameran menjadi terikat untuk melaksanakan isi perjanjian yang sudah disepakati bersama. Untuk menjamin kepastian hukum dan perlindungan hukum, perjanjian itu harus tertulis meskipun tidak menutup kemungkinan dibuat perjanjian secara lisan terhadap hal-hal tertentu. Pada perjanjian dicantumkan secara jelas hak dan kewajiban dari masing-masing pihak, sehingga pihak penyelenggara dan peserta pameran mengetahui apa yang menjadi hak dan

⁴ Subekti, 1997, *Hukum Perjanjian*, Bandung : Alumni, hal 15

⁵ R. Setiawan, 1989. *Pokok – Pokok Hukum Perdata*, Bandung : Bina Cipta, hal 49

kewajibannya dalam perjanjian tersebut serta menjamin adanya perlindungan hukum bagi pihak penyelenggara dan peserta pameran.

Perjanjian penyelenggaraan pameran merupakan perjanjian timbal balik, dimana pada kedua pihak timbul kewajiban pokok, kewajiban penyelenggara pameran merupakan hak dari peserta pameran, demikian juga sebaliknya hak dari penyelenggara pameran merupakan kewajiban dari peserta pameran. Hal ini sesuai dengan pendapat J. Satrio, bahwa perjanjian timbal balik adalah perjanjian yang menimbulkan kewajiban-kewajiban (dan karenanya hak juga) kepada kedua belah pihak dan hak serta kewajiban itu saling berhubungan atau mengikat satu dengan yang lain. Yang dimaksud dengan mempunyai hubungan satu dengan yang lain adalah bahwa bilamana perikatan yang muncul dalam perjanjian tersebut, yang satu mempunyai hak maka pihak lain sebagai pemikul kewajiban dari perjanjian tersebut. Misalnya sewa menyewa dan tukar menukar.⁶

Pihak perusahaan penyelenggaraan pameran berkewajiban melaksanakan tugasnya dalam mempromosikan suatu produk dari peserta pameran dan dia berhak atas suatu pembayaran, demikian juga dengan peserta pameran berkewajiban untuk memberikan suatu pembayaran atas pelayanan jasa dari perusahaan penyelenggaraan pameran dan dia berhak atas diberikannya pelayanan jasa dalam mempromosikan produknya. Jadi kedua belah pihak bisa menjadi kreditur dan debitur sekaligus.

⁶ J.Satrio, 1992, *Hukum Perjanjian (Perjanjian Pada Umumnya)*, Bandung, Citra Aditya Bakti, hal. 379.

Selanjutnya dalam perjanjian penyelenggaraan pameran juga perlu dicantumkan bagaimana tanggung jawab hukumnya jika terjadi wanprestasi baik itu yang dilakukan oleh penyelenggara maupun peserta pameran. Pencantuman ketentuan tersebut sangatlah penting agar ada jaminan penyelesaian jika ada hak-hak dari peserta tidak dipenuhi oleh penyelenggara pameran, begitupun sebaliknya.

Wanprestasi terjadi ketika sebuah prestasi tidak dilaksanakan. Prestasi merupakan suatu pelaksanaan hal-hal yang tertulis dalam suatu perjanjian atau hal-hal yang telah disepakati bersama, oleh pihak yang telah mengikatkan diri, sedang pelaksanaan prestasi disesuaikan dengan syarat-syarat yang telah disebutkan dalam perjanjian yang bersangkutan.⁷ Pihak penyelenggara dan peserta pameran dalam perjanjian penyelenggaraan pameran harus melaksanakan prestasi dan tahu konsekuensi dari pelaksanaan serta mengetahui bagaimana pemaksaan prestasi tersebut.

Pihak penyelenggara pameran buku Islam (*Islamic Book Fair*) di Assalam Hypermarket berkewajiban menyediakan sarana dan prasarana yang dibutuhkan untuk penyelenggaraan pameran seperti tempat/stand, listrik, media komunikasi, dan lainnya, pihak penyelenggara juga wajib mengadakan promosi. Sedangkan kewajiban peserta pameran adalah membayar biaya sewa stand pameran, memberikan laporan hasil penjualan, dan wajib mematuhi tata tertib yang berlaku selama penyelenggaraan pameran.

⁷ Mariaam Darus Badruzaman, 1990. *Aneka Hukum Bisnis*, Bandung: Alumni, hal. 29

Berdasarkan latar belakang di atas maka dilakukan penelitian dengan judul: “Tinjauan Yuridis Tanggung Jawab Hukum Terhadap Perjanjian Penyelenggaraan Pameran antara PT. Assalam Hypermarket Sebagai Penyelenggara dengan Peserta Pameran Buku Islam”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dikemukakan dalam latar belakang maka yang menjadi pokok bahasan atau permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana proses dan bentuk perjanjian yang merupakan dasar hubungan hukum antara penyelenggara dan peserta Pameran Buku Islam di Assalam Hypermarket?
2. Bagaimana hak dan kewajiban penyelenggara dan peserta pameran dalam penyelenggaraan Pameran Buku Islam di Assalam Hypermarket?
3. Bagaimana tanggung jawab hukumnya jika terjadi wanprestasi dari para pihak dalam penyelenggaraan Pameran Buku Islam di Assalam Hypermarket?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis proses dan bentuk perjanjian yang merupakan dasar hubungan hukum antara penyelenggara dan peserta Pameran Buku Islam di Assalam Hypermarket

2. Untuk menganalisis hak dan kewajiban penyelenggara dan peserta pameran dalam penyelenggaraan Pameran Buku Islam di Assalam Hypermarket
3. Untuk menganalisis tanggung jawab hukumnya jika terjadi wanprestasi dari para pihak dalam penyelenggaraan Pameran Buku Islam di Assalam Hypermarket

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Penelitian ini menjadi wahana penulis dalam mengembangkan pola pikir, penalaran dan pengetahuan penulis dalam menyusun suatu penulisan hukum. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang hukum perjanjian yang terkait dengan penyelenggaraan pameran.

2. Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan khasanah pengetahuan masyarakat di bidang hukum khususnya tentang pelaksanaan perjanjian sebuah pameran dan untuk mengetahui upaya hukum yang dapat dilakukan jika terjadi perselisihan dalam perjanjian penyelenggaraan sebuah pameran.

3. Bagi ilmu pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu hukum pada umumnya dan tentang perjanjian penyelenggaraan pameran khususnya. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam perkembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan hukum perdata pada khususnya. Selain itu dapat digunakan sebagai pedoman bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

E. Metode Penelitian

1. Metode Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan hukum normatif, yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder. Menurut Soerjono Soekanto dan Sri Mamudj, penelitian hukum normatif mengidentifikasi dan mengkonsepsi hukum sebagai norma kaidah, peraturan, undang-undang yang berlaku pada suatu waktu dan tempat tertentu sebagai produk dari suatu kekuasaan yang berdaulat.⁸

2. Jenis penelitian

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif yang bertujuan untuk memberikan gambaran data yang selengkap-lengkapnyanya mengenai tanggung

⁸ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudj, 2014, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, hal.13-15

jawab hukum dalam perjanjian penyelenggaraan pameran “Islamic Book Fair” di Assalam Hypermarket Surakarta.

3. Sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis data yakni sebagai berikut:

a. Data Sekunder

Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas:

1) Bahan Hukum Primer

Bahan-bahan hukum primer adalah sumber hukum yang berlakunya bersifat mengikat. Bahan hukum primer dalam penelitian ini adalah:

- a) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- b) Peraturan Pemerintah RI No. 67 Tahun 1996 tentang Penyelenggaraan Kepariwisata
- c) Keputusan Menteri Perindustrian Dan Perdagangan RI No. 199/MPP/Kep/6/2001 tentang Persetujuan Penyelenggaraan Pameran Dagang, Konvensi dan atau Seminar Dagang

2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder berlakunya tidak mengikat atau bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer. Dalam penelitian ini bahan hukum sekunder berupa berbagai buku hasil karya para pakar, hasil-hasil penelitian, berbagai hasil seminar atau kegiatan ilmiah lainnya yang berkaitan dengan perjanjian penyelenggaraan pameran.

3) Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier adalah bahan-bahan yang memberikan informasi tentang bahan hukum primer dan sekunder seperti kamus hukum, ensiklopedia, dan data hasil wawancara yang dilakukan untuk menunjang data sekunder.

b. Data Primer

1) Lokasi penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi penelitian di PT. Assalam Hypermarket yang beralamat di Jalan A.Yani No.38 Pabelan Kartasura, yang dalam hal ini menjadi lokasi penyelenggaraan pameran.

2) Subjek penelitian

Dalam penelitian ini penulis menetapkan subyek-subyek yang diteliti yaitu dengan informan atau responden yang berkompeten dalam permasalahan mengenai perjanjian penyelenggaraan pameran, yaitu:

a) Pimpinan dan staf PT. Assalam Hypermarket selaku penyelenggara pameran

b) Peserta pameran "Islamic Book Fair"

4. Metode pengumpulan data

a. Studi Pustaka

Suatu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku-buku kepustakaan untuk mengumpulkan, mencari dan mempelajari dari ke tiga bahan hukum tersebut di atas (bahan hukum primer, sekunder, dan tersier)

yang berkaitan dengan perjanjian penyelenggaraan pameran “Islamic Book Fair” di Assalam Hypermarket Surakarta.

b. Studi lapangan yang melalui:

1) Membuat Daftar Pertanyaan.

Penulis mempersiapkan terlebih dahulu pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber. Kemudian penulis menyiapkan pertanyaan yang berkaitan dengan perjanjian penyelenggaraan pameran “Islamic Book Fair” di Assalam Hypermarket Surakarta

2) Wawancara

Wawancara ini merupakan pencarian dan pengumpulan data primer yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti dengan cara penulis terjun langsung ke lokasi penelitian dengan mengadakan tanya jawab dengan pihak-pihak terkait yakni dengan pimpinan dan staf PT. Assalam Hypermarket, peserta pameran, dan masyarakat pengunjung pameran.

2. Metode analisis data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data kualitatif, yaitu dengan melakukan analisis data terhadap bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier yang berupa bentuk perjanjian pameran, hak dan kewajiban pihak penyelenggara dan peserta pameran serta tanggung jawab hukumnya jika terjadi wanprestasi dari para pihak dalam penyelenggaraan pameran “Islamic Book Fair” di Assalam Hypermarket Surakarta. Selanjutnya hasil data-data tersebut dikaitkan dengan pendapat

responden yang diperoleh dari hasil wawancara di lapangan. Hasil analisis kualitatif kemudian disusun secara sistematis serta menguraikannya dengan kalimat yang teratur sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan.

F. Sistematika penulisan

Sistematika penulisan skripsi memberikan gambaran dan mengemukakan garis besar skripsi agar memudahkan di dalam mempelajari seluruh isinya. Untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai arah dan ruang lingkup skripsi ini, maka disajikan sistematika skripsi sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, berisi Latar belakang masalah, Perumusan masalah, Tujuan penelitian, Manfaat penelitian, Metode penelitian, dan Sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, berisi uraian teori tentang Pengertian Pameran, Pengertian Penyelenggaraan Pameran, Pihak-pihak yang Terlibat dalam Pameran, Perjanjian Penyelenggaraan Pameran, Hubungan Hukum Para Pihak dalam Perjanjian Penyelenggaraan Pameran, Hak dan Kewajiban Para Pihak dalam Perjanjian Penyelenggaraan Pameran, Tanggung Hukumnya Jika Terjadi Wanprestasi dari Para Pihak dalam Penyelenggaraan Pameran, Ganti rugi, serta Berakhirnya Perjanjian Penyelenggaraan Pameran.

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, berisi uraian hasil tentang *Pertama*, Proses dan Bentuk Perjanjian yang Merupakan Dasar Hubungan Hukum Antara Penyelenggara dan Peserta Pameran Buku Islam di Assalam Hypermarket; *Kedua*, Hak dan Kewajiban Para Pihak dalam

Perjanjian Penyelenggaraan Pameran Buku Islam di Assalam Hypermarket;
Ketiga, Tanggung Jawab Hukumnya Jika Terjadi Wanprestasi Dari Para Pihak
Dalam Penyelenggaraan Pameran Buku Islam di Assalam Hypermarket.

BAB IV PENUTUP, berisi Kesimpulan hasil penelitian dan Saran-
saran.