

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Sesuai dengan UUD 1945 Pasal 1 ayat 3 yang berbunyi :

*“Negara Indonesia adalah negara hukum.”*

Maka dari itu segala hal yang ada di Indonesia haruslah bersumber dari hukum. Hukum ada untuk mengatur dan memaksa masyarakat untuk tunduk dan mengikuti segala hal yang tertulis pada peraturan perundang-undangan.

Kepemilikan properti sebagaimana diatur dalam UUD 1945 dalam Bab XA, yaitu termasuk dalam hak asasi manusia. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia telah mengatur hak asasi manusia yang berkaitan dengan kepemilikan properti, yaitu pasal 27 ayat 1 yang berbunyi :

*“Setiap warga negara Indonesia berhak untuk secara bebas bergerak, berpindah dan bertempat tinggal dalam wilayah negara Republik Indonesia.”*

Pasal 40 berbunyi :

*“Setiap orang berhak untuk bertempat tinggal serta berkehidupan yang layak.”<sup>1</sup>*

Perkembangan pembangunan di Indonesia sangatlah pesat di beberapa tahun terakhir ini, diantaranya semakin banyaknya pertumbuhan penduduk yang tinggal di Negara Indonesia. Properti merupakan kebutuhan yang dirasa sangatlah berperan penting didalam kehidupan karena perkembangannya yang

---

<sup>1</sup> Andika Wijaya dan Wida Peace Ananta, 2017, *Hukum Bisnis Properti di Indonesia*, Surabaya: Grasindo, hal 3

cukup pesat serta permintaan yang setiap tahun pasti selalu meningkat banyak, maka lahan di wilayah Indonesia haruslah luas dan mampu menampung kebutuhan masyarakatnya. Dari kebutuhan masyarakat yang harus terpenuhi ini maka, muncullah beberapa perusahaan properti yang berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhan masyarakat agar mendapatkan properti yang diinginkan seperti rumah, gedung, dan apartemen.

Dalam masyarakat Indonesia, perumahan sebagai salah satu kebutuhan dasar manusia merupakan pengejawantahan diri manusia, baik sebagai suatu kesatuan dengan sesama lingkungan alamnya. Dalam hubungan ini, alam merupakan tempat berada dan sekaligus sarana yang menghidupi dan menyediakan bahan-bahan yang dibutuhkan untuk kelestarian dan pengembangan diri manusia.<sup>2</sup>

Penyelenggaraan rumah dan perumahan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan rumah sebagai salah satu kebutuhan dasar manusia bagi peningkatan dan pemerataan kesejahteraan rakyat.

Mengacu pada ketentuan pasal 19 ayat 2 UU No.1 Tahun 2011 yang berbunyi :

*“Penyelenggaraan rumah dan perumahan dilaksanakan oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah dan/atau setiap orang untuk menjamin hak setiap warga negara untuk menempati, menikmati, dan/atau memiliki rumah yang layak dalam lingkungan yang sehat, aman, serasi, dan teratur.”<sup>3</sup>*

Rumah merupakan kebutuhan pokok setiap manusia yang hidup di dunia ini, keuntungan agar hidupnya terjamin sesuai dengan kebutuhan yang memadahi baik untuk tempat tinggal, tempat berteduh dan tempat untuk

---

<sup>2</sup> Cosmas Batubara, 1986, *Pokok-Pokok Kebijakan Perumahan dan Permukiman*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, hal 4

<sup>3</sup> Andika Wijaya dan Wida Peace Ananta, *Op.Cit.*, hal 108

berkumpul dengan keluarga. Merupakan aset tidak bergerak yang memiliki nilai sangat tinggi untuk peluang bisnis karena nantinya dapat dijual maupun disewakan pada orang lain.

Salah satu usaha bisnis yang marak dan populer di Indonesia saat ini adalah usaha perdagangan/bisnis properti. Sebagaimana diketahui perkembangan bisnis properti sangatlah menguntungkan bagi perusahaan agen properti yang semakin banyak di Indonesia, perannya yang sangat membantu laju perkembangan ekonomi Negara Indonesia. Selain menjadi pihak perantara antara penjual dan pembeli, agen pemasaran properti juga mampu membantu dalam hal memudahkan masyarakat yang ingin menjualkan rumahnya secara cepat dengan teknik pemasaran yang jelaslah tidak dimiliki seseorang/individu. Dengan teknik yang dimiliki oleh agen pemasaran inilah masyarakat mendapatkan kemudahan dalam menjualkan rumahnya tanpa membuang waktu mencari pembeli atau pemilik rumah baru.

Di Indonesia agen pemasaran sering disebut dengan broker, istilah broker dapat dipersamakan dengan agen dalam hukum perdagangan Indonesia. Salah satu usaha yang dijalankan berkaitan dengan bisnis properti adalah perusahaan broker properti. Perusahaan ini dikelola secara profesional dengan kegiatan mendistribusikan suatu properti untuk mendapatkan keuntungan/laba (profit). Perusahaan tersebut biasanya diisi oleh tenaga-tenaga ahli yang berpengalaman dalam bisnis properti, khususnya pada bidang jual beli properti. Peran perusahaan broker pada umumnya adalah membantu setiap orang untuk mencari properti sesuai dengan kebutuhan, memasarkan properti, serta memberikan konsultasi dalam menentukan harga jual properti.

perusahaan broker properti secara garis besar dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan broker properti dengan sistem franchise, seperti LJ Hooker, Era, Century21, dan Ray White. Mereka mempunyai sistem yang baku di setiap kantor franchise dan tersebar di beberapa kota besar di Indonesia.
2. Perusahaan broker properti dengan sistem non-franchise, yang umumnya ada di setiap kota di Indonesia. Perusahaan ini didirikan oleh perseorangan dan biasanya hanya bekerja secara spesifik di suatu kota atau provinsi. Mereka memiliki SOP yang berbeda-beda, bergantung pada kebijakan founder.
3. Perusahaan broker properti tradisional, yang tidak mempunyai kantor dan tidak pula memiliki SOP yang jelas.<sup>4</sup>

Salah satu agen properti yang selama ini berpengaruh dalam perkembangan properti di Indonesia adalah agen pemasaran LJ Hooker. LJ Hooker adalah perusahaan agen properti yang hadir di Indonesia sejak tahun 2001. Nama LJ Hooker berasal dari nama pendiri perusahaan ini, yaitu Sir Leslie Joseph Hooker. Sejak awal berdirinya, Les Hooker sudah meyakini bahwa filosofis dan etika bisnis LJ Hooker mesti dilandaskan pada manusia, bukan pada properti itu sendiri. *“Real estate is not about houses. It’s about people!”* Sejak berdirinya pada tahun 1928, filosofi dasar pendiri ini sangat kental terasa. Cara pandang inilah yang menumbuhkan rasa komunitas, saling berbagi dan kekeluargaan di dalam LJ Hooker yang melewati batas aktivitas

---

<sup>4</sup> Ida Bagus Ascharya Prabawa, 2016, *Guide to Invest in Property*, Jakarta: Elex Media Komputindo, hal 36-37.

perusahaan dan hubungan antar kantor yang berbeda dengan kultur perusahaan broker lainnya.

Untuk memenuhi kebutuhan agar semua dapat dijalankan sesuai dengan keinginan dan tidak melanggar norma hukum yang telah ditentukan, perjanjian perlu dilakukan agar tercapainya suatu keinginan antara kedua belah pihak. Seperti perjanjian jual beli maupun sewa menyewa antara pihak satu dengan pihak agen pemasaran. Dalam hal ini sangat dibutuhkan kesepakatan antara kedua belah pihak agar dapat melaksanakan kewajiban sesuai dengan hak-hak yang telah disepakati.

Secara yuridis pengertian perjanjian diatur dalam buku ketiga tentang perikatan.

Definisi perjanjian menurut pasal 1313 KUHPerdato adalah:

*“Suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih.”*

Menurut pendapat Prof. Subekti, S.H dalam buku Hukum Perjanjian, menjelaskan bahwa suatu perjanjian adalah :

*“Suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada seorang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji melaksanakan sesuatu hal.”*<sup>5</sup>

Dalam pasal 1320 KUHPerdato menyatakan terdapat 4 syarat sahnya perjanjian diantaranya adalah : (1) Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya (2) Kecakapan untuk membuat suatu perikatan (3) Suatu hal tertentu (4) Suatu sebab yang halal.<sup>6</sup>

Dua syarat pertama, dinamakan syarat-syarat subyektif, karena mengenai orang-orangnya atau subyeknya yang mengadakan perjanjian,

---

<sup>5</sup>Subekti, 2002, *Hukum Perjanjian*, Jakarta: PT Intermasa, hal 1

<sup>6</sup>J. Satrio, 1992, *Hukum Perjanjian*, Bandung: Citra Aditya Bakti, hal 126-127

sedangkan dua syarat yang terakhir dinamakan syarat-syarat obyektif karena mengenai perjanjiannya sendiri oleh obyek perbuatan hukum yang dilakukan itu.<sup>7</sup>

Perjanjian merupakan aspek yang sangat penting untuk melakukan kegiatan berbisnis baik dilakukan antar individu maupun perusahaan. Perjanjian-perjanjian itu pun lahir tentu dengan adanya kesepakatan antara kedua belah pihak, untuk memudahkan dalam hal memenuhi hak-hak yang telah disepakati dan disetujui secara bersama agar tidak terjadi persoalan yang akan timbul dikemudian hari.

Jual beli adalah suatu perjanjian yang mengikat pihak penjual berjanji menyerahkan menyerahkan sesuatu barang/benda (zaak), dan pihak lain yang bertindak sebagai pembeli mengikat diri berjanji untuk membayar harga.

Dari pengertian yang diberikan pasal 1457 di atas, persetujuan jual-beli sekaligus membebankan dua kewajiban yaitu kewajiban pihak penjual menyerahkan barang yang dijual kepada pembeli dan kewajiban pihak membeli membayar harga barang yang dibeli kepada penjual.<sup>8</sup>

Barang yang menjadi objek perjanjian jual-beli harus cukup tertentu, setidak-tidaknya dapat ditentukan ujud dan jumlahnya pada saat ia akan diserahkan hak miliknya kepada si pembeli. Dengan demikian adalah sah menurut hukum.<sup>9</sup>

Dengan adanya perjanjian jual beli maka para pihak haruslah memenuhi kesepakatan sesuai dengan ketentuan yang terdapat didalam akta perjanjian, jika suatu perjanjian tidak memenuhi syarat subjektif maka

---

<sup>7</sup> Subekti, *Op.Cit.*, hal 17

<sup>8</sup> Yahya Harahap, 1986, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, Bandung: Alumni, hal 181

<sup>9</sup> Subekti, 1995, *Aneka Perjanjian*, Bandung: Citra Aditya Bakti, hal 2.

perjanjian tersebut dapat dibatalkan. Sedangkan, jika suatu perjanjian tidak memenuhi syarat objektif maka perjanjian tersebut batal demi hukum.

Berdasarkan uraian diatas, dianggap perlu bagi penulis untuk mengadakan penelitian dalam bentuk skripsi yang berjudul **“TINJAUAN YURIDIS TERHADAP PERJANJIAN PEMASARAN ANTARA AGEN PEMASARAN DENGAN PEMILIK PROPERTI” (Studi Kasus di LJ Hooker, Surakarta)**

## **B. Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah dalam penelitian ini perlu dilakukan agar pembahasannya tidak terlalu luas dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan disamping itu juga untuk mempermudah melaksanakan penelitian. Oleh sebab itu maka penulis membatasi dengan membahas permasalahan tentang Bagaimana perjanjian pemasaran antara agen pemasaran LJ Hooker, Surakarta dengan Pemilik Properti; Bagaimana akibat hukum dari perjanjian antara agen pemasaran LJ Hooker, Surakarta dengan Pemilik Properti; Problematika apa yang terjadi dalam perjanjian antara agen pemasaran LJ Hooker, Surakarta dengan Pemilik Properti.

## **C. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah adalah berupa rumusan dalam bentuk kalimat yang tidak terlalu panjang dan bersifat pernyataan.<sup>10</sup> Berangkat dari latar belakang diatas maka merumuskan beberapa masalah sebagai berikut :

---

<sup>10</sup> Hadikusuma Hilman, 1995, *Metode Pembuatan Kertas Kerja atau Skripsi Ilmu Hukum*, Bandar Lampung: Mandar Maju, hal 18.

1. Bagaimana perjanjian pemasaran antara agen pemasaran LJ Hooker, Surakarta dengan Pemilik Properti?
2. Bagaimana akibat hukum dari perjanjian antara agen pemasaran LJ Hooker, Surakarta dengan Pemilik Properti?
3. Problematika apa yang terjadi dalam perjanjian antara agen pemasaran LJ Hooker, Surakarta dengan Pemilik Properti?

#### **D. Tujuan dan Manfaat Hasil Penelitian**

Pentingnya dilaksanakan penelitian hukum ialah untuk dapat mengembangkan disiplin hukum dan ilmu hukum salah satu dari tridarma perguruan tinggi. Penelitian hukum itu bertujuan dapat membina kemampuan dan ketrampilan para mahasiswa dan para sarjana hukum dalam mengungkap kebenaran ilmiah yang *objektif, metodik, dan sistematis*.<sup>11</sup>

#### **E. Tujuan Penelitian**

1. Tujuan Objektif

Memberi penjelasan dan untuk mengetahui Bagaimana perjanjian pemasaran antara agen pemasaran LJ Hooker, Surakarta dengan Pemilik Properti; Bagaimana akibat hukum dari perjanjian antara agen pemasaran LJ Hooker, Surakarta dengan Pemilik Properti; Problematika apa yang terjadi dalam perjanjian antara agen pemasaran LJ Hooker, Surakarta dengan Pemilik Properti. Dapat memberikan pengetahuan mengenai

---

<sup>11</sup> *Ibid*, hal 8.



langkah-langkah dalam melakukan perjanjian antara perusahaan properti dengan agen pemasaran khususnya di LJ Hooker, Surakarta.

## 2. Tujuan Subyektif

- a. Memberikan kegunaan utama bagi pembaca, umumnya menambah wawasan serta pengetahuan mengenai pelaksanaan Bagaimana perjanjian pemasaran antara agen pemasaran LJ Hooker, Surakarta dengan Pemilik Properti; Bagaimana akibat hukum dari perjanjian antara agen pemasaran LJ Hooker, Surakarta dengan Pemilik Properti; Problematika apa yang terjadi dalam perjanjian antara agen pemasaran LJ Hooker, Surakarta dengan Pemilik Properti.
- b. Memenuhi persyaratan bagi penulis untuk memperoleh gelar akademik Sarjana Hukum dalam bidang Hukum Perdata di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta.

## **F. Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini diharap dapat memberikan manfaat kepada masyarakat khususnya kepada pihak yang melakukan perjanjian dengan agen pemasaran. Adapun manfaat dari penelitian ini dirumuskan dalam dua hal yakni sebagai berikut :

### 1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap pengetahuan serta pemikiran yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu hukum di bidang hukum perdata, khususnya terhadap perjanjian jual beli properti.

b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi sebagai literatur maupun referensi yang dapat dijadikan acuan, khususnya bagi mahasiswa yang sedang mempelajari hukum untuk penelitian selanjutnya.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Diharap hasil penelitian ini dapat membantu dalam memberikan masukan serta tambahan pengetahuan bagi pihak yang terkait dengan masalah yang diteliti.
- b. Mengembangkan penalaran dan pola pikir yang sistematis dan dinamis bagi peneliti dalam penulisan skripsi.

## G. Kerangka Pemikiran

Rumah merupakan aset utama dalam kehidupan manusia di dunia ini, semua orang pasti ingin memiliki rumah untuk tempat tinggal, tempat berteduh serta tempat berkumpul dengan keluarga. Untuk mendapatkan properti yang sesuai dengan keinginan maka banyak sekali perusahaan agen properti yang berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Melalui agen pemasaran inilah, terciptanya perjanjian pemasaran antara agen pemasaran dengan Pemilik Properti yang dapat ditarik menjadi tinjauan yuridis dalam penelitian ini.

Kesepakatan antara pihak ini dapat kesimpulan bahwa dalam KUHPerdara dijelaskan ketentuan yuridis akta perjanjian yang sah itu seperti apa, mengenai perjanjian jual beli terdapat pada pasal 1457 KUHPerdara yang berbunyi :

*“Jual beli adalah suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.”*

Syarat sahnya suatu perjanjian terdapat pada pasal 1320 KUHPerdara yang berbunyi :

*“Untuk syarat sahnya perjanjian diperlukan empat syarat : 1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya; 2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan; 3. Suatu hal tertentu; 4. Suatu sebab yang halal.”*

Syarat objek dalam perjanjian terdapat pada pasal 1337 KUHPerdara yang berbunyi :

*“Suatu sebab adalah terlarang, apabila dilarang oleh undang-undang, atau apabila berlawanan dengan kesusilaan baik atau ketertiban umum.”*

Akibat hukum perjanjian terdapat pada pasal 1338 KUHPerdara yang

berbunyi :

*“Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Suatu perjanjian tidak dapat ditarik kembali selain sepakat kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu. Suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan iktikad baik.”*

Wanprestasi yang terjadi dalam perjanjian terdapat pada pasal 1236-1242 KUHPerdara.

Pasal 1236 KUHPerdara yang berbunyi :

*“Si berutang adalah wajib memberikan ganti biaya, rugi dan bunga kepada si berpiutang, apabila ia telah membawa dirinya dalam keadaan tak mampu untuk menyerahkan kebendaannya, atau telah tidak merawat sepatutnya guna menyelamatkannya.”*

Pasal 1237 KUHPerdara berbunyi :

*“Dalam hal adanya perikatan untuk memberikan suatu kebendaan tertentu, kebendaan itu semenjak perikatan dilahirkan, adalah atas tanggungan si berpiutang. Jika si berutang lalai akan menyerahkannya, maka semenjak saat kelalaian, kebendaan adalah atas tanggungannya.”*

Pasal 1238 KUHPerdata berbunyi :

*“Si berutang adalah lalai, apabila ia dengan surat perintah atau dengan sebuah akta sejenis itu telah dinyatakan lalai, atau demi perikatannya sendiri, ialah jika ini menetapkan, bahwa si berutang harus dianggap lalai dengan lewatnya waktu yang ditentukan.”*

Pasal 1239 KUHPerdata berbunyi :

*“Tiap-tiap perikatan untuk berbuat sesuatu, atau untuk tidak berbuat sesuatu, apabila si berutang tidak memenuhi kewajibannya, mendapatkan penyelesaiannya dalam kewajiban memberikan penggantian biaya, rugi dan bunga*

Pasal 1240 KUHPerdata berbunyi :

*“Dalam pada itu si berpiutang adalah hak menuntut akan penghapusan segala sesuatu yang telah dibuat berlawanan dengan perikatan, dan bolehlah ia minta supaya dikuasakan oleh Hakim untuk menyuruh menghapuskan segala sesuatu yang telah dibuat tadi atas biaya si berutang; dengan tak mengurangi hak menuntut penggantian biaya, rugi dan bunga jika ada alasan untuk itu.”*

Pasal 1241 KUHPerdata berbunyi :

*“Apabila perikatan tidak dilaksanakannya, maka si berpiutang boleh juga dikuasakan supaya dia sendirilah mengusahakan pelaksanaannya atas biaya si berutang.”*

Pasal 1242 KUHPerdata berbunyi :

*“Jika perikatan itu bertujuan untuk tidak berbuat sesuatu, maka pihak yang manapun jika yang berbuat berlawanan dengan perikatan, karena pelanggaran itu dan karena itu pun saja, wajiblah ia akan penggantian biaya, rugi dan bunga.”*

Pasal 1243 KUHPerdata berbunyi :

*“Penggantian biaya, rugi dan bunga karena tak dipenuhinya suatu perikatan, barulah mulai diwajibkan, apabila si berutang, setelah dinyatakan lalai memenuhi perikatannya, tetap melalaikannya, atau jika sesuatu yang harus diberikan atau dibuat dalam tenggang waktu yang telah dilampaukan.”*

Dan lain lain yang mengatur tentang aturan undang-undang yang tercantum di dalam Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 51/M-DAG/PER/2017 Tentang Perusahaan Perantara Perdagangan Properti.

Dari ketentuan yuridis diatas maka bisa diterapkan pada akta perjanjian pemasaran antara agen pemasaran dengan Pemilik Properti, sehingga dapat diketahui ketentuan didalam akta tersebut telah sesuai atau belum sesuai dengan ketentuan yuridis yang ada. Hal ini dapat membantu menjawab rumusan masalah yang akan diteliti oleh penulis, diantaranya yang pertama; Bagaimana perjanjian pemasaran antara agen pemasaran LJ Hooker, Surakarta dengan Pemilik Properti. Yang kedua; Bagaimana akibat hukum dari perjanjian antara agen pemasaran LJ Hooker, Surakarta dengan Pemilik Properti. Yang ketiga; Problematika apa yang terjadi dalam perjanjian antara agen pemasaran LJ Hooker, Surakarta dengan Pemilik Properti.

## **H. Metode Penelitian**

Metode penelitian ini merupakan suatu keinginan ilmiah yang didasarkan pada metode, sistematika, dan pemikiran tertentu yang bertujuan mempelajari satu atau beberapa gejala hukum tertentu dengan jelas menganalisisnya. Sedangkan, penelitian adalah metode ilmiah yang dilakukan melalui penyidikan secara seksama dan lengkap terhadap semua bukti-bukti yang dapat diperoleh mengenai suatu permasalahan tertentu sehingga dapat diperoleh melalui suatu permasalahan itu.<sup>12</sup>

Dalam penelitian ini penulis akan mengajukan metodologi sebagai berikut:

---

<sup>12</sup> Khudzaifah Dimiyati dan Kelik Wardiono, 2004, *Metode Penelitian Hukum*, Surakarta: Muhammadiyah University Press, hal 1

### 1. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan adalah metode pendekatan yuridis empiris adalah penelitian dengan melihat suatu kenyataan hukum didalam masyarakat.

### 2. Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif, karena bermaksud menggambarkan dan menjelaskan tentang Bagaimana perjanjian pemasaran antara agen pemasaran LJ Hooker, Surakarta dengan Pemilik Properti; Bagaimana akibat hukum dari perjanjian antara agen pemasaran LJ Hooker, Surakarta dengan Pemilik Properti; Problematika apa yang terjadi dalam perjanjian antara agen pemasaran LJ Hooker, Surakarta dengan Pemilik Properti.

### 3. Lokasi Penelitian

Untuk melengkapi data penelitian, penulis mengambil lokasi penelitian pada Kantor Pemasaran LJ Hooker yang bertempat di Jalan Ronggowarsito No 46D, Kampung Baru, Pasar Kliwon, Surakarta, Jawa Tengah. Pemilihan pada Kantor Pemasaran LJ Hooker di Surakarta dikarenakan penulis berdomisili di daerah tersebut, sehingga dapat memudahkan penulis untuk melakukan penelitian karena lokasi mudah dijangkau dan mengingat keterbatasan tenaga, waktu, dan biaya yang dimiliki diri penulis.

### 4. Jenis Data

Adapun jenis data yang disiapkan dalam penelitian ini adalah jenis data primer dan data sekunder yang terdiri dari :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan narasumber yang mengetahui segala informasi mengenai perjanjian pemasaran jual beli properti. data ini diperoleh dari kantor pemasaran LJ Hooker, Surakarta.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data-data lain yang berhubungan dengan penelitian. Yang berkaitan dengan ini yaitu melalui studi kepustakaan antara lain buku-buku, jurnal hukum, artikel, dokumen, dan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

## **I. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dan pewawancara, untuk mendapatkan informasi yang tepat dari narasumber yang terpercaya. Disini penulis melakukan wawancara langsung dengan narasumber pada kantor pemasaran LJ Hooker, Surakarta.

b. Studi Kepustakaan

Studi teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan bahan-bahan bacaan atau referensi yang dipergunakan sebagai bahan rujukan dalam laporan penelitian dan dokumen-dokumen.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Sutrisno Hadi, 2015, *Metodologi Riset*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, hal 283

## **J. Metode Analisa Data**

Proses analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data secara kualitatif yaitu dengan memadukan antara penelitian kepustakaan dan penelitian berdasarkan wawancara yang dilakukan dilapangan. Langkah selanjutnya menyusun hasil penelitian sehingga bisa ditarik kesimpulan baru.

## **K. Sistematika Penulisan**

Dalam rangka mempermudah pemahaman dalam pembahasan ini, maka dikemukakan sistematika skripsi sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang
- B. Pembatasan Masalah
- C. Rumusan Masalah
- D. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- E. Kerangka Pemikiran
- F. Metode Penelitian
- G. Metode Pengumpulan Data
- H. Metode Analisa Data
- I. Sistematika Penelitian

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

- A. PERJANJIAN PADA UMUMNYA
  - 1. Pengertian Perjanjian
  - 2. Subjek Perjanjian
  - 3. Objek Perjanjian



4. Syarat Sah Perjanjian
5. Prestasi Dalam Perjanjian
6. Overmacht dalam Perjanjian

#### B. PERJANJIAN JUAL BELI PADA UMUMNYA

1. Pengertian Jual Beli
2. Subjek Perjanjian Jual Beli
3. Objek Perjanjian Jual Beli
4. Hak dan Kewajiban Para Pihak dalam Perjanjian Jual Beli
5. Wanprestasi dan Akibat Hukum dalam Perjanjian Jual Beli
6. Overmacht dan Akibat Hukum dalam Perjanjian Jual Beli

### **BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

1. Bagaimana perjanjian pemasaran antara agen pemasaran LJ Hooker, Surakarta dengan Pemilik Properti.
2. Bagaimana akibat hukum dari perjanjian antara agen pemasaran LJ Hooker, Surakarta dengan Pemilik Properti.
3. Problematika apa yang terjadi dalam perjanjian antara agen pemasaran LJ Hooker, Surakarta dengan Pemilik Properti.

### **BAB IV : PENUTUP**

- A. Kesimpulan
- B. Saran

### **DAFTAR PUSTAKA**