

**PELAKSANAAN PERJANJIAN KERJASAMA PEMBUATAN  
IKLAN ANTARA PT RADIO MUSLIMMUDA FAMILY  
DENGAN RUMAH ZAKAT INDONESIA CABANG PADANG**

**SKRIPSI**

*Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Hukum*

**Oleh :**

**ABDUL RAHMAN**  
**02140207**

**PROGRAM KEKHUSUSAN HUKUM EKONOMI (PK II)**



**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG**

**2007**

**No. Reg : 2304 / PK II / 03 / 2007**

**PELAKSANAAN PERJANJIAN KERJASAMA PEMBUATAN IKLAN  
ANTARA PT RADIO MUSLIMMUDA FAMILY DENGAN RUMAH  
ZAKAT INDONESIA CABANG PADANG**

(Abdul Rahman, 02140207, Fakultas Hukum Unand, 59 halaman, 2007)

**ABSTRAK**

Media massa pada saat ini sudah menjadi bagian penting bagi kehidupan manusia. Bahkan terkadang sudah menjadi kebutuhan hidup bagi kebanyakan orang. Perkembangan teknologi dalam media massa juga mempengaruhi perkembangan dalam dunia bisnis, di mana media massa menjadi sarana utama untuk promosi yang dilakukan baik dalam skala kecil maupun dalam skala yang besar. Media massa yang langsung berhubungan dengan masyarakat tentunya menjadi sarana utama untuk melakukan kegiatan-kegiatan promosi, salah satunya adalah iklan. Dengan iklan maka konsumen dapat merasakan langsung pemanfaatan barang dan atau jasa itu mengetahui tentang informasi atas barang dan atau jasa. Perkembangan bisnis dan teknologi yang kian cepat menyebabkan persaingan yang sangat ketat dan kompetitif dalam dunia bisnis. Media informasi dan teknologi yang ada pada saat ini menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung kegiatan usaha yang dilakukan dengan tujuan untuk mendekatkan antara produsen dengan konsumen. Kegiatan-kegiatan usaha pada saat ini umumnya dilakukan melalui perjanjian yang mengikat para pihak yang melaksanakannya. Asas kebebasan berkontrak merupakan kebebasan bagi para pihak untuk melaksanakan bentuk-bentuk perjanjian sesuai dengan kehendak dalam pelaksanaan perjanjian. Perjanjian kerja sama merupakan perjanjian yang bertujuan untuk mendatangkan kepentingan bagi pihak yang melaksanakannya. Iklan pada media massa tidak mesti terjadi dengan pengeluaran yang dilakukan oleh para pihak yang beriklan. Saat ini semakin berkembang pembuatan iklan yang dilakukan dengan perjanjian di mana terdapatnya hak dan kewajiban yang dipenuhi oleh pihak yang melaksanakan perjanjian tersebut.

Dalam skripsi dikemukakan beberapa perumusan masalah yang meliputi pelaksanaan perjanjian kerjasama pembuatan iklan antara, hak dan kewajiban yang timbul dari perjanjian kerja sama pembuatan iklan, serta hambatan-hambatan yang timbul dari perjanjian kerja sama pembuatan iklan antara PT Radio Muslimmuda Family dengan Rumah Zakat Indonesia cabang Padang.

Metode dalam penelitian ini adalah yuridis sosiologis, yaitu penelitian yang dilakukan terhadap hukum perilaku atau kenyataannya di lapangan. Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif yang berusaha menggambarkan, memaparkan dan menjelaskan objek penelitian secara objektif yang ada kaitannya dengan permasalahan.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa pelaksanaan perjanjian kerja sama pembuatan iklan antara PT Radio Muslimmuda Family dengan Rumah Zakat Indonesia cabang Padang adalah perjanjian baku atau standar di mana salah satu pihak menjadi pihak yang lemah untuk menerima perjanjian yang ditawarkan. Hak dan kewajiban bagi kedua pihak adalah saling melakukan pemenuhan prestasi, kemudian hambatan yang timbul adalah perjanjian tersebut belumlah berjalan sesuai dengan isi perjanjian. Tidak disebutkan dengan jelas konsekuensi yang timbul dari wanprestasi yang dilakukan, merupakan salah satu kelemahan dari perjanjian yang dilakukan.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perubahan zaman yang terus berlangsung hingga saat ini memiliki pengaruh yang demikian besar terhadap perkembangan kehidupan umat manusia. Saat ini banyak aspek kehidupan manusia yang telah berubah dengan adanya perubahan-perubahan dalam kehidupan manusia. Pembangunan nasional yang dilaksanakan sejak sekian lama memberikan arti penting untuk kebaikan dan perbaikan kehidupan umat manusia. Salah satu contohnya adalah pembangunan ekonomi nasional Indonesia yang menjadi target dari pemerintah atau sebagai tujuannya adalah peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan kehidupan manusia. Namun itu semua tidak terlepas dari kemajuan teknologi yang mendukung perubahan zaman itu sendiri.

Era globalisasi yang diikuti dengan perkembangan teknologi, memberikan pengaruh terhadap perkembangan ekonomi dalam masyarakat. Persaingan antara tiap-tiap usaha yang dilakukan baik oleh perseorangan ataupun badan hukum tentunya memiliki tujuan besar untuk mendatangkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya dari kegiatan usaha yang dilakukan. Pengenalan terhadap barang dan atau jasa dalam kegiatan usaha yang dilakukan saat ini menjadi cara yang harus dilakukan oleh setiap pelaku usaha sebagai tujuan agar konsumen atau masyarakat mengetahui manfaat atau seluk-beluk barang dan atau jasa yang dikenalkan tadi, sehingga kegiatan usaha yang dilakukan nantinya akan diperhatikan untuk

mengembangkan usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Kreativitas tersebut perlu dilakukan guna mengantisipasi persaingan dan menjaga kelangsungan kegiatan usaha. Manajemen perusahaan yang harus dilakukan oleh perusahaan pada saat ini harus mengikuti perkembangan di pasar. Bahkan perusahaan perlu memperkuat lini bisnis yang digeluti agar tidak tergilas oleh kompetitornya. Mereka juga harus berhati-hati dalam melakukan ekspansi pasar.

Terobosan yang dilakukan sudah semestinya memperhatikan kebaikan, keuntungan dan resiko yang tentunya akan dihadapi. Termasuk menggunakan sarana-sarana yang ada untuk pengembangan usaha yang dilakukan. Adanya jaminan yang diberikan oleh undang-undang dalam hal untuk menyampaikan pendapat dan memperoleh informasi melalui media penyiaran, merupakan sebuah jalan alternatif dalam bisnis yang marak pada waktu belakangan ini. Kita dapat lihat bagaimana bisnis telekomunikasi dan informasi pada saat ini memiliki peran yang sangat penting terhadap dunia usaha. Bagaimana sektor ini menjadi primadona dalam dunia usaha. Karena bisnis telekomunikasi dan informasi menjadi pendukung dan menjadi pemain utama dalam dunia usaha. Media telekomunikasi memainkan peran atau aktivitasnya langsung terjun ke tengah-tengah masyarakat dengan perangkat teknis yang ada tentunya lebih efektif untuk pembentukan opini dan alur informasi masyarakat dan menjadi lebih bernilai ketika digunakan untuk memperkenalkan suatu usaha yang dilakukan, termasuk salah satunya adalah lembaga kepenyiaran swasta yang dilakukan oleh media radio.

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pelaksanaan perjanjian kerjasama pembuatan iklan antara PT Radio Muslimmuda Family dengan Rumah Zakat Indonesia cabang Padang, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Di dalam pelaksanaannya, perjanjian kerjasama pembuatan iklan antara pt radio muslimmuda family dengan rumah zakat indonesia cabang padang, tidak berjalan sesuai dengan isi perjanjian. Karena dalam pasal 3 perjanjian tersebut, talkshow yang jelas disebutkan tidak berjalan sebagaimana mestinya. Sedangkan perjanjian yang dilaksanakan ini termasuk ke dalam perjanjian baku atau standar, terdapat salah satu pihak yang merupakan kreditur dengan posisi yang kuat untuk menentukan isi perjanjian ini. Posisi yang kuat pada radio Muslimmuda ini adalah posisi radio Muslimmuda sebagai media elektronik yang melakukan siaran-siaran komersial, di mana keberadaannya sangat dibutuhkan oleh banyak pihak. Perjanjian baku yang sering kali dilakukan oleh radio Muslimmuda FM didasarkan pada ketentuan yang terdapat pada *company profile* PT Radio Muslimmuda Family, di mana klausul-klausulnya tidak didasarkan pada formulir seperti pelaksanaan perjanjian pada umumnya, tetapi berbentuk standar kerjasama dan periklanan.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku-buku

- Amiruddin, Dkk, 2004, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Rajawali press, Jakarta
- Djumadi, 1995, *Hukum Perburuhan Perjanjian Kerja*, Rajawali Press, Jakarta
- Harahap, Yahya, 1986, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, Alumni, Bandung
- Hs. Salim, *Hukum Kontrak*, Sinar Grafika, Jakarta.
- , 2006, *Perkembangan Hukum Kontrak Di Luar Kitab undang-undang hukum Perdata*, Rajawali Press, Jakarta
- Komariah, 2005, *Hukum Perdata*, UMM Press, Malang
- Muhammad, Abdulkadir, 1990, *Hukum Perikatan*, Bandung, PT Citra Aditya Bakti
- Panggabean Henry, 2001, *Penyalahgunaan Keadaan Sebagai Alasan Baru Untuk Pembatalan Perjanjian*, Liberty, Yogyakarta
- Rahman Hasanudin, 2000, *Legal Drafting*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Rai Widjaya, I.G., 2004, *Merancang Suatu Kontrak*, Megapoin, Bekasi
- Suharnoko, 2005, *Hukum Perjanjian Teori dan Analisa Kasus*, Prenada Media, Jakarta
- Subekti, R, 1992, *Aneka Perjanjian*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- , 1994, *Pokok-pokok Hukum Perdata*, Intermasa, Jakarta.
- , 2005, *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jakarta.
- , Dkk, 1982, *Kamus Hukum*, Pradnya Paramita, Jakarta
- Sinaga Budiman, 2005, *Hukum Kontrak Dan Penyelesaian Sengketa Dari Perspektif Sekretaris*, Rajawali Press, Jakarta.
- Widjaja, Gunawan, 2003, *Perikatan Yang Lahir Dari Undang-undang*, Rajawali Press, Jakarta