

**KAJIAN HUKUM TERHADAP PELAKU USAHA DALAM
SISTEM *BUSINESS TO BUSINESS***

SKRIPSI
Diajukan Untuk Memenuhi Syarat
Mendapatkan Gelar Sarjana Hukum

Oleh:

DENDY LESMANA
1906200172



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023



Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini, agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id>, <http://www.fahum.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id, fahum@umsu.ac.id

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI SARJANA
BAGI MAHASISWA PROGRAM STRATA I

Panitia Ujian Sarjana Strata I Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Rabu, tanggal 30 Agustus 2023 Jam 08.30 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan menimbang:

MENETAPKAN

NAMA : DENDY LESMANA
NPM : 1906200172
PRODI/BAGIAN : HUKUM/ HUKUM PERDATA
JUDUL SKRIPSI : KAJIAN HUKUM TERHADAP PELAKU USAHA DALAM SISTEM *BUSINESS TO BUSINESS*

Dinyatakan : (B+) Lulus Yudisium dengan predikat Baik
() Lulus Bersyarat, memperbaiki/Ujian Ulang
() Tidak Lulus

Setelah lulus, dinyatakan berhak dan berwenang mendapatkan gelar Sarjana Hukum (SH) dalam BAGIAN HUKUM PERDATA.

PANITIA UJIAN

Ketua

Dr. FAISAL, S.H., M.Hum
NIDN: 0122087502

Sekretaris

Dr. ZAINUDDIN, S.H., M.H
NIDN: 0118047901

ANGGOTA PENGUJI:

1. GUNTUR RAMBEY, S.H., M.H
2. ATIKAH RAHMI, S.H., M.H
3. RACHMAD ABDUH, S.H., M.H

1.

2.

3.



Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini, agar disebutkan nomor dan langganinya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id>, <http://www.fahum.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id, fahum@umsu.ac.id

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENDAFTARAN UJIAN SKRIPSI

Pendaftaran Skripsi Sarjana Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Strata I bagi:

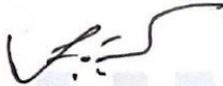
NAMA : DENDY LESMANA
NPM : 1906200172
PRODI/BAGIAN : HUKUM/ HUKUM PERDATA
JUDUL SKRIPSI : KAJIAN HUKUM TERHADAP PELAKU USAHA DALAM SISTEM *BUSINESS TO BUSINESS*

PENDAFTARAN : Tanggal 03 Agustus 2023

Dengan diterimanya Skripsi ini, sesudah lulus dari Ujian Skripsi, penulis berhak memakai gelar:

SARJANA HUKUM (S.H)

Diketahui
Dekan Fakultas Hukum


Dr. FAISAL, S.I.L., M.Hum
NIDN: 0122087502

Pembimbing


RACHMAD ABDUH, S.H., M.H
NIDN: 9901114882

Unggul | Cerdas | Terpercaya



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini, agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id>, <http://www.fahum.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id, fahum@umsu.ac.id

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

NAMA : DENDY LESMANA
NPM : 1906200172
PRODI/BAGIAN : HUKUM/ HUKUM PERDATA
SKRIPSI : KAJIAN HUKUM TERHADAP PELAKU USAHA DALAM SISTEM *BUSINESS TO BUSINESS*

Disetujui Untuk Disampaikan Kepada
Panitia Ujian Skripsi

Medan, 27 Juli 2023

Pembimbing

RACHMAD ABDUH, S.H., M.H.
NIDN: 9901114882

UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya
Ela megalami sural in agar disubukan nomor dan tanggapnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fahum.umsu.ac.id> fahum@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : **DENDY LESMANA**
NPM : **1906200172**
Fakultas : **HUKUM**
Program Studi : **ILMU HUKUM**
Bagian : **HUKUM PERDATA**
Judul Skripsi : **KAJIAN HUKUM TERHADAP PELAKU USAHA DALAM SISTEM *BUSINESS TO BUSINESS***

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Apabila ternyata di kemudian hari skripsi ini diketahui merupakan hasil plagiat atau merupakan karya orang lain, maka dengan ini saya menyatakan bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Medan, 27 Juli 2023
Saya yang menyatakan,

10000
ANTERAL
JULAIPEC
OCDAKX018885524

DENDY LESMANA
NPM. 1906200172



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PESAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
http://fahum.umsu.ac.id fahum@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan



KARTU BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA

NAMA : Dendy Lesmana
NPM : 1906200172
PRODI/BAGIAN : Ilmu Hukum/Hukum Perdata
JUDUL SKRIPSI : Kajian Hukum Terhadap Pelaku Usaha Dalam Sistem *Business To Business*
Pembimbing : Rachmad Abduh, S.H.,M.H

TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	TANDA TANGAN
9-MARET-2023	Pengajuan Judul.	✓
14-MARET-2023	Revisi Judul.	✓
16-MARET-2023	Seminar Proposal.	✓
3-APRIL-2023	Perbaikan BAB I ditunggu	✓
5-JUNI-2023	Rutinan Paralel Latam Kelengkapan.	✓
12-JUNI-2023	BAB II Revisi.	✓
27-JUNI-2023	BAB III Revisi	✓
14-JULI-2023	BAB III Ambarat Blau m. revisi	✓
27-JULI-2023	ACC.	✓

Diketahui,
DEKAN FAKULTAS HUKUM

(Dr. FAISAL, SH., M.Hum)

DOSEN PEMBIMBING

(RACHMAD ABDUH, S.H., M.H)

ABSTRAK

KAJIAN HUKUM TERHADAP PELAKU USAHA DALAM SISTEM *BUSINESS TO BUSINESS*

DENDY LESMANA
1906200172

Perkembangan bisnis saat ini menuntut perusahaan untuk mampu bertahan, khususnya saat ini bisnis tidak selalu berorientasi kepada konsumen akhir, tetapi berorientasi kepada usaha per orang di mana produk yang dibeli akan diproses lagi lalu dijual langsung ke konsumen akhir yang disebut sistem *business to business*. Transaksi perusahaan *business to business* dengan perusahaan yang menjadi konsumennya, memungkinkan terjadinya negosiasi kontrak untuk mengantisipasi jumlah dan harga bahan baku yang akan dipasok kepada perusahaan konsumen tersebut sehingga akan terjalin hubungan dengan jangka waktu yang panjang antar mitra bisnis tersebut. Kesepakatan kerjasama antara pelaku usaha dalam sistem *business to business*.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui sistem *business to business* dalam peraturan perundang-undangan, hubungan hukum terhadap pelaku usaha dalam sistem *business to business*, dan perlindungan hukum pelaku usaha dalam sistem *business to business*. Penelitian yang dilakukan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan hukum yuridis normatif dengan menggunakan data sekunder yang mengolah data dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier.

Berdasarkan analisis data ditemukan bahwa, kesepakatan kerjasama *business to business reseller* dengan supplier, kontrak ini terdapat karakteristik kesepakatan penitipan, kesepakatan jual beli, kesepakatan keagenan dan kesepakatan distributor. Tentang kontrak kerjasama *business to business* dengan pola kesepakatan titip jual *supplier* kesepakatan kerjasama merupakan jenis kesepakatan yang banyak digunakan dalam praktek kegiatan komersil, tidak ada ketentuan khusus yang mengatur tentang perjanjian kerjasama jenis perjanjian ini lahir dan berkembang dalam praktek bisnis, dan bertumpu pada prinsip kebebasan berkontrak. Dengan keberadaan sistem *business to business*, kebutuhan antara pelaku usaha lebih mudah untuk didapatkan dan antara sesama pelaku usaha juga lebih menguntungkan dan efisien.

Kata Kunci: *Business to business*, Hukum, Pelaku usaha.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahtullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah, segala puji dan syukur bagi Allah SWT sebagai pemilik segala ilmu pengetahuan dia alam ini. Berkat segala rahmat dan hidayah-Nya serta telah memberikan nikmat kesehatan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini pada waktunya yang berjudul “Kajian Hukum Terhadap Pelaku Usaha Dalam Sistem *Business to business*” yang disusun untuk melengkapi persyaratan guna menyelesaikan Prodi Studi Strata Satu (S1) di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Tidak lupa pula salawat berangkaikan salam kepada Rasulullah SAW, yang telah telah mengangkat derajat umat manusia yakni islam dari alam kedzaliman dan jahiliah menuju alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan canggih saat ini.

Mengingat dalam menyusun skripsi ini penuh dengan keterbatasan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis, sehingga tidak sedikit terdapat batuan, petunjuk, saran-saran, motivasi maupun arahan dari berbagai pihak. Untuk itu ucapan terima kasih yang tak terhingga penulis sampaikan kepada:

Kedua orangtua tercinta dan tersayang Ayahanda Dedy Lesmana dan Ibunda Yuyuk Marwati, terima kasih atas limpahan kasih sayang, perhatian, kesabaran, motivasi dan do'a yang tiada hentinya disetiap detiknya selalu terucap untuk mendoakan, sebagai seseorang yang selalu memberikan peringatan terbaik sepanjang masa, memberi semangat dan pengorbanan dengan penuh kasih sayang yang tidak akan pernah bisa terbalaskan. Kemudian kepada Paman terbaik Yudha

Permana yang selalu memberikan motivasi, semangat serta masukkan agar tetap bertahan dan terus semangat.

Bapak Prof. Dr. Agussani. M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Bapak Dr. Faisal, SH.,M.Hum selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Bapak Dr. Zainuddin, SH.,MH selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Ibu Atika Rahmi, SH., MH selaku Wakil Dekan III Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Bapak Rachmad Abduh, S.H., M.H selaku Dosen Pembimbing Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara sebagai motivator, teman berbagi cerita perkuliahan, dosen dan mentor terbaik bagi penulis, serta yang mendorong penulis untuk selalu semangat, usaha dan bersabar khususnya dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih atas segala bimbingan, kemudahan dan pencerahan yang telah diberikan selama penulisan skripsi ini,

Seluruh dosen dan staf pengajar serta pegawai di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, atas pengabdian dan dedikasinya mengajarkan ilmu pengetahuan, mendidik dan mengarahkan penulis selama menuntut ilmu di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Teman Seperjuangan Kelas D-1 Pagi dan C-1 Pagi Hukum Perdata yang tidak bisa disebutkan satu persatu namanya yang telah memberikan kenangan dan kesan selama mengikuti proses perkuliahan. Kepada teman-teman dekat di grup Badmingil yang selalu menghibur dan bertamasya di kala pikiran jenuh. Kepada

teman satu bimbingan saya yaitu Neifa dan Zaura yang selalu mendukung dan menguatkan satu sama lain.

Akhirnya penulis menyadari bahwa isi dari skripsi ini masih perlu mendapat koreksi dan masukan untuk kesempurnaan. Oleh karena itu penulis berharap adanya kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita dan semoga Allah SWT selalu berkenan memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua, Aamiin.

Medan, 28 Maret 2023

Penulis

DENDY LESMANA
1906200172

DAFTAR ISI

Abstrak.....	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi	v

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
1. Rumusan Masalah	7
2. Faedah Penelitian	7
B. Tujuan Penelitian	7
C. Definisi Operasional	8
D. Keaslian Penelitian.....	9
E. Metode Penelitian	10
1. Jenis Dan Pendekatan Penelitian	10
2. Sifat Penelitian.....	11
3. Sumber Data.....	11
4. Alat Pengumpul Data.....	12
5. Analisis Data.....	12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Hukum.....	14
B. Pelaku Usaha.....	15
1. Pengertian Pelaku Usaha.....	15
2. Hubungan Hukum Antara Pelaku Usaha.....	17
C. Sistem <i>Business to business</i>	18
1. Pengertian <i>Business To Business</i>	18
2. Karakteristik <i>Business to business</i>	20
3. Hubungan Dalam Sistem <i>Business To Business</i>	22

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sistem <i>Business to business</i> Dalam Peraturan Perundang-Undangan.....	29
---	----

1. Peraturan Perundang-Undangan Tentang Sistem <i>Business To Business</i>	30
2. Mekanisme Transaksi Dalam Sistem <i>Business To Business</i>	32
B. Hubungan Hukum Pelaku Usaha Dalam Sistem <i>Business To Business</i>	45
1. Hubungan Hukum Antara Pelaku Usaha Dalam Sistem <i>Business To Business</i>	46
2. Hak dan Kewajiban Para Pelaku Usaha Dalam Sistem <i>Business To Business</i>	58
C. Perlindungan Hukum Pelaku Usaha Dalam Sistem <i>Business To business</i>	62
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	76

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia bisnis tidak akan lepas dengan suatu hubungan antara pelaku usaha. Pelaku usaha dalam bisnis ialah menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Perumusan hubungan pelaku usaha tersebut pada umumnya diawali dengan proses negosiasi di antara para pihak. Melalui negosiasi, para pihak berupaya menciptakan bentuk-bentuk kesepakatan untuk saling mempertemukan sesuatu yang diinginkan (kepentingan) melalui proses tawar-menawar. Aktivitas jual beli merupakan perjanjian yang paling banyak digunakan untuk pengalihan kepemilikan secara legal.

Bahkan dalam sistem hukum diatur dengan jelas bentuk transaksi, konsekuensi dan perlindungan hukum terhadap para pihak. Hal tersebut urgen untuk ditetapkan ketentuan yuridisnya untuk melindungi para pihak dari berbagai tindakan negatif dan eksploitatif yang merugikan pihak penjual dan pembeli. Semua jenis harta benda dapat diperjualbelikan, selama tidak ada aturan yang melarangnya, baik berupa benda yang bergerak dan tidak bergerak.¹

Menurut Janus, dalam John pelaku usaha atau produsen sering diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan jasa. Hubungan antara pelaku usaha merupakan elemen dalam suatu kesepakatan dan melekat pada suatu

¹ Anastasia Pricillia Wibowo, "Keabsahan Jual Beli Kendaraan Bermotor Tanpa Disertai Surat Kepemilikan", *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 6 No. 2, 2022, halaman 826, melalui <https://jurnal.narotama.ac.id/index.php/hukumbisnis/article/view/1766>, Diakses 25 Juli 2023 Pukul 13.39 WIB.

hubungan bisnis baik skala besar maupun kecil, baik domestik dan internasional, fungsinya sangat penting agar dapat memberikan kepastian hukum bagi para pelaku usaha baik mengatur hak dan kewajiban para pihak serta mengamankan transaksi bisnis dan mengatur tentang mekanisme yang timbul antara pelaku usaha.²

Pelaku usaha tidak terlepas dengan hak dan kewajiban yang telah diatur, bila dibandingkan dengan ketentuan umum di Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), tampak bahwa pengaturan KUHPerdata lebih spesifik. Karena di KUHPerdata pelaku usaha selain harus melakukan kegiatan usaha dengan itikad baik, ia juga harus mampu menciptakan iklim usaha yang kondusif, tanpa persaingan yang curang antar pelaku usaha.³

Perkembangan bisnis saat ini menuntut perusahaan untuk mampu bertahan, khususnya saat ini bisnis tidak selalu berorientasi kepada konsumen akhir, tetapi berorientasi kepada usaha per orang di mana produk yang dibeli akan diproses lagi lalu dijual langsung ke konsumen akhir yang disebut sistem *business to business*. Oleh karena itu, penting bagi setiap perusahaan agar bisa menyesuaikan diri dengan perkembangan bisnis saat ini. Memberikan pelayanan prima kepada seluruh pelanggan merupakan proses dalam memperoleh kesuksesan bisnis. *Business to business* cenderung memiliki jumlah pembeli yang sedikit namun mereka mampu membeli suatu produk (barang/jasa) dalam jumlah yang lebih besar, selain itu *business to business* memiliki karakteristik dimana hubungan

²John Mei Pakpahan, "Itikad Baik Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Dalam Perjanjian Pengiriman Barang", *National Conference on Social Science and Religion, NCSSR 2022*, halaman 608. melalui <https://ojs.iainbatu.sangkar.ac.id/ojs/index.php/proceedings/article/view/7180/2800>, Diakses 1 Maret 2023, Pukul 20:00 WIB.

³*Ibid.*,

pemasok dan pelanggan yang erat. *Business to business* dapat dikatakan sebagai bisnis yang akan sangat menguntungkan dalam jangka panjang atau disebut juga *long term orientation*.⁴

Tujuan bisnis secara umum yaitu memperoleh laba sebesar besarnya, tujuan ini akan tercapai pada bisnis yang bergerak dalam *business to business* ketika bisnis mampu memberikan nilai kepada pelanggan dan bisnis mampu memanfaatkan hubungan baik dengan para pelanggan. kualitas keberhasilan perusahaan salah satunya ditentukan oleh seberapa banyak harapan mereka terpenuhi oleh perusahaan, sehingga pelanggan bisa merasakan kepuasan atas produk barang/jasa yang dibelinya pada perusahaan tersebut. Selain itu, ketika perusahaan bisa memberikan nilai tambah dan kepuasan kepada seluruh pelanggannya maka tujuan perusahaan dalam jangka panjang dapat direalisasikan yaitu, perusahaan yang memiliki pelanggan loyal.⁵

Pada konsepnya, antar perusahaan harus saling mengenal dan mengetahui informasi antara mereka. Biasanya antar perusahaan ini sudah menjalin hubungan yang lama, serta pertukaran informasi dilakukan oleh keduanya atas dasar kebutuhan. Pertukaran data dan informasi dalam transaksi *business to business* dilakukan secara teratur dengan struktur yang sudah disepakati oleh kedua belah pihak sehingga akan tercipta layanan dan kualitas yang sama. Seperti yang sudah disampaikan dalam ulasan apa itu *business to business* di atas, model bisnis *business to business* ini membutuhkan proses waktu yang

⁴Lulu Marjani, "Loyalitas Pelanggan Pada Business-to-Business: Pengaruh Kualitas Pelayanan", *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol. 5 No. 1, 2019, halaman 11. Melalui <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/an/article/view/1612> Diakses 1 Maret 2023 Pukul 20.30 WIB.

⁵*Ibid.*,

lama, rumit, serta mahal karena penawaran yang diajukan perusahaan *business to business* kepada perusahaan lainnya harus melewati banyak proses persetujuan. Pada umumnya, pembeli pasokan akan menuntut dari sisi teknisnya saja, seperti spesifikasi dan harga bahan baru dari sebuah produk jasa atau barang.⁶

Transaksi perusahaan *business to business* dengan perusahaan yang menjadi konsumennya, memungkinkan terjadinya negosiasi kontrak untuk mengantisipasi jumlah dan harga bahan baku yang akan dipasok kepada perusahaan konsumen tersebut sehingga akan terjalin hubungan dengan jangka waktu yang panjang antar mitra bisnis tersebut.⁷Kesepakatan kerjasama antara pelaku usaha dalam sistem *business to business*, pada mulanya dilakukan dengan kata sepakat kepada kedua belah pihak. Pada umumnya kontrak lisan dianggap sah selayaknya kontrak tertulis, Pasal 1320 KUHPerdara sama sekali tidak mengatur dan mewajibkan suatu kontrak atau perjanjian dibuat secara tertulis, sehingga perjanjian lisan juga mengikat secara hukum.⁸

Pihak *reseller* pertama pertama mengajukan permohonan pembelian kepada *supplier*, yang kemudian dilanjutkan dengan penawaran mengenai semua persyaratan perjanjian yang dimaksud oleh *supplier*. Setelah *reseller* menyetujui semua persyaratan yang ditentukan dari pihak *supplier* yang telah memberikan

⁶Nuril Hidayah, "Apa itu B2B? Karakteristik, Strategi, dan Contoh Usaha" Melalui <https://mekari.com/blog/apa-itu-b2b/> Diakses 7 Februari 2023 Pukul 09.33 WIB.

⁷Kristi Donatus Febrian, "Pembagian Hak Dan Kewajiban Para Pihak Dalam Perjanjian Pemberian Kuasa Penjualan Barang Dengan Sistem Titip Pada Pertokoan Tradisional Di Kabupaten Kutai Barat", *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 4 No. 2, 2016, halaman 3 melalui <http://ejurnal.untag-smd.ac.id/index.php/DD/article/view/2682> diakses 7 Februari 2023 Pukul 09.28 WIB.

⁸*Ibid.*,

kata sepakat mengenai syarat syarat kesepakatan yang dimaksud, maka kesepakatan tersebut dapat direalisasikan yaitu dengan berupa pengiriman barang oleh *supplier* kepada *reseller*. Rangkaian perbuatan itu secara yuridis dapat dikualifikasi sebagai tindakan pemberian kuasa dari *reseller*. Dalam kesepakatan tersebut, sistem penjualan, tanggung jawab para pihak, sanksi sanksi apabila terjadi perselisihan karena tidak terpenuhinya prestasi, prosedur pembayaran dan berakhirnya perjanjian.⁹

Keseluruhan kesepakatan pemberian kuasa penjualan barang dengan sistem *business to business* telah ditentukan secara lengkap yang dibuat berdasarkan kesepakatan bersama antara kedua belah pihak, maka semua hal yang memungkinkan adanya sengketa dapat diatasi. Para pihak mempunyai hak dan kewajiban sesuai dengan kesepakatan yang telah di tentukan. Transaksi *business to business* adalah suatu yang umum dalam rantai pemasokan barang yang khas, karena perusahaan membeli komponen dan produk seperti bahan baku untuk digunakan dalam proses manufaktur produk. Jadi, kemudian dapat dijual kepada individu melalui transaksi bisnis ke konsumen.¹⁰

Praktek dalam kerjasama *business to business* bisa terjadi karena masing-masing pihak baik *supplier* maupun *reseller* atau *customer* memiliki strategi dan tujuan tertentu. Bagi pihak *supplier* mau menjual kepada *reseller* atau *customer* harus sesuai dengan harga yang disepakati di awal

⁹*Ibid.*,

¹⁰Rachmad Abduh, "Pandangan Hukum Terhadap Konsep Business to Business Terhadap Pelaku Usaha Dalam Kondisi Pandemi", *Seminar Nasional Teknologi Edukasi dan Humaniora*, , ke-1, 2021, Halaman 682, Melalui <https://jurnal.cereditonesia.or.id/index.php/sintesa/article/view/397> Diakses 7 Maret 2023, Pukul 23.30 WIB.

kesepakatan, dan *reseller* atau *customer* juga harus sesuai dengan barang yang dimaksud. Maka jika diantara kedua belah pihak melakukan transaksi tidak sesuai dengan kenyataan, niscaya akan melahirkan kekecewaan (*gelo*) dan bahkan penyesalan yang sangat mendalam atau bahkan terjadi perselisihan diantara kedua belah pihak. Oleh sebab itu, dalam hadist lain Nabi Muhammad SAW menegaskan:¹¹

عَنِ ابْنِ عَبَّاسٍ قَالَ: قَدِمَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْمَدِينَةَ وَهُمْ يُسَلِّفُونَ فِي الثَّمَارِ السَّنَةَ وَالسَّنَتَيْنِ فَقَالَ مَنْ
أَسْلَفَ فِي تَمْرٍ فَلْيَسْلِفْ فِي كَنْبَلٍ مَعْلُومٍ وَوَزْنٍ مَعْلُومٍ إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ - رواه مسلم

Artinya:

“Dari Ibnu Abbas r.a. ia berkata: Nabi saw datang ke Madinah, sementara mereka sudah biasa melaksanakan akad salam terhadap barang buntut waktu satu tahun dan dua tahun. Beliau bersabda: Barangsiapa melakukan akad salam, hendaklah dilakukan dengan takaran tertentu (diketahui oleh kedua belah pihak), timbangan tertentu (diketahui oleh kedua belah pihak) dalam jangka waktu tertentu (diketahui oleh kedua belah pihak)”. (Hadist Riwayat Muslim)¹²

Pada hadist diatas dijelaskan, maksud transaksi yang baik ialah dengan melakukan takaran yang jelas dan harga yang jelas pula untuk jangka waktu yang telah ditentukan. Agar tidak menimbulkan kekecewaan dikemudian hari kelak.¹³

Melihat rangkaian perbuatan diatas, maka para pelaku usaha saling memiliki kewajiban dan haknya masing masing, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang bertujuan dan berjudul "**Kajian Hukum Terhadap Pelaku Usaha Dalam Sistem *Business to business***"

¹¹ Mardani. 2014. *Ayat-ayat dan Hadist Ekonomi Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers. Halaman 130.

¹² *Ibid.*,

¹³ *Ibid.*,

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut ini:

- a. Bagaimana sistem *business to business* menurut peraturan perundang-undangan?
- b. Bagaimana hubungan hukum terhadap pelaku usaha dalam sistem *business to business*?
- c. Bagaimana perlindungan hukum pelaku usaha dalam sistem *business to business*?

2. Faedah Penelitian

- a. Secara Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi perkembangan hukum para pelaku usaha dalam *business to business* di Indonesia dan dapat memecahkan persoalan secara teoritis terhadap perlindungan hukum yang sekarang terjadi di Indonesia.

- b. Secara Praktis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan akan memberikan manfaat bagi kalangan akademisi, mahasiswa, lembaga penegak hukum, pemerintah pusat dan pemerintah daerah serta masyarakat mengenai persoalan perlindungan hukum dalam konsep *business to business*.

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah, maka tujuan dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui mekanisme dalam konsep *business to business*.
2. Untuk mengetahui hubungan hukum terhadap pelaku usaha dalam *business to business*.
3. Untuk mengetahui perlindungan hukum pelaku usaha dalam *business to business*.

C. Definisi Operasional

Definisi operasional atau kerangka konsep adalah kerangka yang menggambarkan hubungan antara definisi-definisi/konsep-konsep khusus yang akan diteliti.¹⁴ Berdasarkan judul yang diajukan yaitu : "Kajian Hukum Terhadap Pelaku Usaha Dalam Sistem *Business to business*" maka dijelaskan definisi operasional sebagai berikut:

1. Kajian hukum dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kajian ialah penyelidikan sesuatu hal, dan hukum ialah peraturan atau adat yang secara resmi dianggap mengikat, yang dikukuhkan oleh penguasa atau pemerintah. Secara bahasa, kajian hukum yang berarti menyelidiki tentang suatu peraturan yang mengikat yang di kukuhkan oleh pemerintah.
2. Pelaku usaha dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pelaku ialah orang yang melakukan suatu perbuatan, dan usaha ialah kegiatan dibidang perdagangan, atau pihak yang harus bertanggung jawab atas akibat-akibat negative berupa kerugian yang ditimbulkan oleh usahanya terhadap pihak ketiga.¹⁵

¹⁴Ida Hanifah dkk. 2018. *Pedoman Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa*. Medan: Pustaka Prima, halaman 17.

¹⁵Janus Sidabalok. 2018. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Citra Aditya Bakti, halaman 17.

3. *Business to business* adalah bentuk transaksi yang dilakukan antar bisnis oleh satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, atau model wujud transaksi kepada tujuan bisnis terhadap perusahaan vendor dan organisasi bisnis lain seperti manufaktur dan grosir.¹⁶

D. Keaslian Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan cara yang terdapat dalam penelitian ini, penulis ini merupakan karya asli dari penulis dan bukan merupakan bahan jiplakan atau plagiat dari hasil karya penelitian yang lain/terdahulu. Akan tetapi terdapat beberapa judul penelitian yang pernah diangkat oleh peneliti-peneliti sebelumnya, berikut merupakan judul yang mendekati penelitian dalam skripsi ini, antara lain:

1. Nona Faradiba, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara 2021 "Perlindungan hukum terhadap pelaku usaha dalam konsep *business to business* melalui transaksi elektronik." Dalam penelitian ini membahas mengenai bagaimana perlindungan, mekanisme dan hubungan terhadap pelaku usaha dalam konsep *business to business* melalui transaksi elektronik.
2. Albetrus Jonathan, Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Katolik Widya Mandala Surabaya 2012 "Strategi *business to business*(B2B) dalam manajemen bisnis perusahaan." Dalam penelitian ini membahas membahas mengenai bagaimana strategi serta karakteristik terhadap strategi *business to business* dalam manajemen bisnis perusahaan.

¹⁶Ninie Suparni. 2020. *Cyberspace Problematika & Antisipasi Pengaturannya*. Jakarta: Sinar Grafika, halaman 30.

Berdasarkan uraian diatas, dapat dikatakan diatas bahwa penelitian ini tentu sangat berbeda dengan peneletian yang dilakukan oleh penulis, sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini merupakan yang orisinil dan tidak memiliki dengan penelitian lainnya.

E. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan salah satu faktor suatu permasalahan yang akan dibahas, dimana metode penelitian merupakan cara utama yang bertujuan untuk mencapai tingkat penelitian ilmiah. Sesuai dengan rumusan permasalahan dan tujuan penelitian maka metode penelitian yang akan dilakukan meliputi:¹⁷

1. Jenis dan pendekatan penelitian

Peneliti diwajibkan mencantumkan jenis dan pendekatan yang akan dilakukan. Jenis penelitian hukum ini ialah hukum normatif (yuridis normatif), artinya penelitian yang dilakukan dengan mengkaji dan menganalisa substansi peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, perintah penguasa ataupun doktrin (pendapat ahli) yang bersifat konsep teoritis yang kemudian dihubungkan dengan permasalahan yang menjadi pokok pembahasan.¹⁸ Penelitian ini menggunakan pendekatan hukum yuridis normatif dengan menggunakan data sekunder yang mengolah data dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Melalui pendekatan konseptual dan perundang-undangan dimana penelitian ini merujuk pada prinsip-prinsip hukum dan undang-

¹⁷ Ida Hanifah dkk, *Op.Cit.*, halaman 19.

¹⁸Munir Fuady. 2018. *Metode Riset Hukum*. Bandung: Alfabeta, halaman 130.

undang yang ada dan mendapatkan pemahaman tentang bidang-bidang hukum tertentu.¹⁹

2. Sifat penelitian

Penelitian ini menggunakan sifat penelitian deskriptif analisis. Penelitian deskriptif analisis yaitu penelitian yang menggunakan objek, menerangkan, dan menjelaskan sebuah peristiwa dengan maksud untuk mengetahui keadaan objek yang diteliti. Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk memberikan data yang seteliti mungkin tentang manusia, keadaan, atau gejala-gejala lainnya.²⁰

3. Sumber data

Sumber data yang digunakan adalah bersumber dari Hukum Islam dan juga data sekunder yang menggunakan bahan hukum baik berupa bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Selanjutnya dijabarkan sumber data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini terdiri dari:

- a. Data yang bersumber dari kewahyuan yaitu Hadist diantaranya yaitu Hadist Riwayat Muslim.
- b. Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh melalui bahan pustaka yang terdiri dari:
 - 1) Bahan hukum primer yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat berupa peraturan perundang-undangan, yakni Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD), Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 24 Tahun 2021 (Permendag Nomor 24 Tahun 2021).

¹⁹*Ibid.*, halaman 133.

²⁰ Ahmad Tanzeh. 2011. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras, halaman. 64

- 2) Bahan hukum sekunder terdiri atas buku-buku, karya ilmiah, jurnal ilmiah, dan tulisan-tulisan yang memiliki hubungan dengan permasalahan yang diteliti.
- 3) Bahan hukum tersier terdiri atas bahan-bahan yang memberi petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder yaitu kamus hukum, Kamus Besar Bahasa Indonesia dan internet.

4. Alat pengumpul data

Alat pengumpul data dalam penelitian ini adalah studi pustaka (*library research*) dengan menggunakan dua cara yaitu:

- a. *Offline*, yaitu dengan mengunjungi toko-toko buku, perpustakaan yang ada disekitar Medan, termasuk perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- b. *Online*, yaitu dengan melakukan pencarian melalui internet seperti jurnal, artikel dan juga e-books.

5. Analisis data

Analisis data adalah merupakan tahap yang paling penting dan menentukan dalam penulisan skripsi. Melalui proses penelitian itu diadakan analisa dan konstruksi terhadap data yang telah dikumpulkan dan diolah.²¹Analisis data adalah kegiatan memfokuskan, mengabstraksikan, mengorganisasikan data secara sistematis dan rasional untuk memberikan bahan jawaban terhadap permasalahan. Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif, yaitu analisis data

²¹*Ibid.*, halaman 46.

yang tidak menggunakan angka, melainkan memberikan gambaran-gambaran (deskripsi) dengan kata-kata atas temuan-temuan, dan karenanya lebih mengutamakan mutu/kualitas dari data.²²

²²*Ibid.*,

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Hukum

Kajian ilmu hukum memang sulit di temukan suatu definisi yang sungguh-sungguh dapat memadai kenyataan. Para sarjana hukum memberikan definisi tentang hukum terdapat perbedaan pandangan, dan menurut seleranya masing-masing sesuai dengan objek penelitiannya. Hal ini disebabkan masing-masing sarjana hukum terpaku pada pandangannya sendiri. Tegasnya, para sarjana itu terikat pada alam sekitar dan kebudayaan yang ada ataupun terikat pada situasi yang mengelilinginya, Terdapat beberapa pengertian dari beberapa ahli hukum dan perundang-undangan tentang arti hukum, antara lain.²³

Dikutip dari Sri, menurut Immanuel Kant, pengertian hukum ialah keseluruhan syarat-syarat yang dengan ini kehendak bebas dari orang yang satu dapat menyesuaikan diri dengan kehendak bebas dari orang lain, menurut peraturan hukum mengenai kemerdekaan. menurut Soeroso berpendapat pengertian hukum adalah himpunan peraturan yang dibuat oleh pihak berwenang dengan tujuan mengatur tata kehidupan masyarakat. Karakteristik dari hukum adalah memerintah, melarang, serta memaksa dengan menjatuhkan sanksi hukum yang mengikat bagi siapa pun yang melanggar. Menurut Ernest Utrecht, ahli hukum dari Belanda ini, hukum adalah himpunan peraturan yang mengatur kehidupan. Peraturan tersebut dapat berupa perintah atau larangan yang mengatur

²³ Sri Warjiyati. 2018. *Memahami Dasar Ilmu Hukum*. Jakarta: Prenemedia Group. Halaman 28.

tata tertib dalam suatu masyarakat dan harus ditaati oleh seluruh anggota masyarakat..²⁴

Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa maka dapat ditarik pengertian bahwa hukum adalah sebagai suatu norma yang di dalamnya ada sanksi. Hukum sebagai suatu kebutuhan dari masyarakat agar masyarakat mendapatkan keadilan, kedamaian, kemanfaatan, kepastian hukum, kesejahteraan dan ketenteraman. Hukum dapat tertulis atau tidak tertulis, hukum tertulis dapat mengatur berbagai permasalahan yang ada dalam masyarakat, sehingga dikenal adanya hukum publik dan hukum privat. Karena hukum dibutuhkan oleh masyarakat, maka hukum harus ditegakkan oleh penegak hukum yang berkualitas, memegang teguh moralitas dan menjalankan dengan etis.²⁵

B. Pelaku Usaha

1. Pengertian Pelaku Usaha

Pelaku usaha atau produsen sering diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan jasa. Dalam pengertian ini termasuk di dalamnya pembuat, grosir, dan pengecer profesional, yaitu setiap orang/badan yang ikut serta dalam penyediaan barang dan jasa hingga sampai ke tangan konsumen. Dengan demikian, produsen tidak hanya diartikan sebagai pihak pembuat pabrik yang menghasilkan produk saja, tetapi juga mereka yang terkait dengan penyampaian peredaran produk hingga sampai ketangan konsumen. Pelaku usaha termasuk perusahaan (korporasi) dalam segala bentuk dan bidang usahanya, seperti BUMN, koperasi, dan perusahaan swasta baik berupa pabrikan, importir,

²⁴ *Ibid.*,

²⁵ *Ibid.*,

pedagang eceran, distributor, dan lain-lain. ebagai penyelenggara kegiatan uaha, pelaku usaha adalah pihak yang harus bertanggung jawab atas akibat-akibat negative berupa kerugian yang ditimbulkan oleh usahanya terhadap pihak ketiga.²⁶

Pada penyusunan suatu kesepakatan bisnis yang baik diperlukan adanya persiapan atau perencanaan terlebih dahulu, sebelum bertransaksi pun pelaku usaha membutuhkan informasi yang memadai tentang produk barang/jasa yang akan dikonsumsi. Pelaku usaha harus menyediakan dan melayani kebutuhan akan informasi seperti ini. Lebi-lebih untuk barang yang sudah dijual, namun pada saat transaksi tersebut barangnya belum diproduksi. Penyusunan kesepakatan secara terburu-buru tanpa menelusuri berbagai informasi sejak awal sampai berakhirnya negosiasi dan tanpa mengetahui keinginan atau kepentingan yang sesungguhnya dari pihak-pihak tidak akan melahirkan suatu kesepakatan yang baik.²⁷

Hak-hak pelaku usaha dapat ditemukan antara lain pada faktor-faktor yang membebaskan pelaku usaha dari tanggung jawab atas kerugian yang diderita oleh *reseller*, meskipun kerusakan timbul akibat cacat pada produk, yaitu apabila produk tersebut tidak diedarkan, cacat timbul dikemudian hari, cacat timbul setelah produk berada diluarcontrol produsen, barang yang diproduksi secara individu tidak untuk keperluan produksi, cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan yang ditetapkan oleh pengusaha.²⁸

²⁶ Rosmawati. *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Kencana, halaman 63.

²⁷ Sidarta, Abdul Rayid, dan Ahmad Sofian. 2018. *Aspek Hukum Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Kencana, halaman 181.

²⁸ Rosmawati, *Op.Cit.*, Halaman 65.

2. Hubungan hukum antara pelaku usaha

Hubungan hukum (*rechtbetrekkingen*) adalah hubungan antara dua subyek hukum atau lebih mengenai hak dan kewajiban di satu pihak berhadapan dengan hak dan kewajiban pihak yang lain. Hubungan hukum dapat terjadi antara sesama subyek hukum dan antara subyek hukum dengan benda. Hubungan antara sesama subyek hukum dapat terjadi antara orang, orang dengan badan hukum, dan antara sesama badan hukum. Barangsiapa yang mengganggu atau tidak mengindahkan hubungan ini, maka dapat dipaksa oleh hukum untuk mengikutinya. Hubungan hukum antara subyek hukum dengan benda berupa hak apa yang dikuasai oleh subyek hukum itu atas benda tersebut, baik benda berwujud, benda bergerak, atau benda tidak bergerak. Hubungan hukum memiliki syarat-syarat yaitu adanya dasar hukum dan adanya peristiwa hukum.²⁹

Hubungan hukum antara pelaku usaha telah terjadi karena kehendak para pihak pihak maka lahirnya suatu perikatan. Perikatan berupa suatu rangkaian kata yang mengandung janji atau kesanggupan yang bisa berupa tulisan atau lisan. Antara pelaku usaha saling mempunyai hak dan kewajiban memenuhi prestasi. Ketentuan Pasal 1313 KUHPerdara menyebutkan bahwa, suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.³⁰

Subekti dalam bukunya yang berjudul "Hukum Perjanjian", menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan Perjanjian adalah suatu peristiwa di mana seorang

²⁹ Soeroso R. 2001. *Pengantar Ilmu Hukum*. PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta. halaman 269.

³⁰ *Ibid.*,

berjanji kepada orang lain atau di mana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal. Dari peristiwa perjanjian tersebut, maka timbullah suatu hubungan antara dua orang yang terlibat dalam perjanjian yang dinamakan perikatan. Jadi suatu perjanjian akan menerbitkan suatu perikatan antara dua orang yang membuatnya. Sedangkan dalam bentuknya, perjanjian berupa suatu rangkaian kata yang mengandung janji-janji atau kesanggupan yang diucapkan atau ditulis.³¹

C. Sistem *Business To Business*

1. Pengertian *Business To Business*

Business to business merupakan bentuk transaksi bisnis yang dilakukan antar bisnis oleh satu perusahaan dengan perusahaan lainnya.³² *Business to business* ini dapat dikatakan berbeda dengan jenis bisnis yang biasa temukan. dalam *business to business* ini, menjual produk atau jasa ke sesama pelaku bisnis. Perusahaan *business to business* adalah perusahaan yang menawarkan apa yang dibutuhkan oleh perusahaan lain untuk menjalankan bisnisnya, serta membantu mengembangkan bisnis mereka. Perusahaan *business to business* juga memiliki target pelanggan yang sama sekali berbeda dari perusahaan pada umumnya. *business to business* ini biasanya menawarkan bahan mentah, suku cadang siap pakai, atau layanan lainnya yang dibutuhkan perusahaan lain untuk beroperasi, serta mendapatkan keuntungan sehingga model bisnis seperti ini

³¹ Agus Yudha Hernoko. 2019. *Hukum Perjanjian*. Prenada Media Group: Jakarta. Halaman 11.

³² Sudirman Hi Umar, Nuryati, Solihatiningih, "Pengaruh Strategi Pemasaran B2B Dan B2C Terhadap Cara Pembelian Tiket Pesawat Dilingkungan Mahasiswa", *Jurnal Flight Attendant Kedirgantaraan* Vol. 3 No. 2, 2016, Halaman 27, Melalui <https://jurnal.sttkd.ac.id/index.php/jfa/article/download/156/132/> Diakses 17 Juli 2023, Pukul 23:19

biasanya melibatkan produsen, grosir, dan pengecer.³³

Secara umum pada rantai suplai, transaksi *business to business* dapat terjadi kala perusahaan membeli komponen produk seperti bahan baku atas digunakan dalam proses manufakturing. Produk akhir lalu dapat dijual kepada konsumen langsung dikenal dengan transaksi bisnis ke konsumen atau direk ke konsumen. *Business to business* sering kali dikontraskan dengan bisnis ke konsumen. Dalam perdagangan *business to business*, sering kali para pihak dalam hubungan memiliki kekuatan negosiasi yang sebanding, dan bahkan jika tidak, masing-masing pihak biasanya melibatkan staf profesional dan penasihat hukum dalam negosiasi persyaratan, sedangkan bisnis ke konsumen dibentuk menjadi jauh lebih besar. Derajat dengan implikasi ekonomi dari asimetri informasi.³⁴

Namun, dalam konteks *business to business*, perusahaan besar mungkin memiliki banyak keuntungan komersial, sumber daya, dan informasi dibandingkan bisnis kecil. Ada perbedaan mendasar antara *business to business* dengan *business to customer*. Pada perusahaan *Business to business* lebih dekat pada sektor industri, sedangkan *business to konsumen* lebih berfokus pada pengguna atau pelanggan. Sedangkan perusahaan *Business to business* dapat melakukan proses in bound pada target yang sudah mereka tetapkan untuk kemudian mendapatkan prospek prospek berkualitas (*qualified-leads*). Berdasarkan hal tersebut, maka dapat dipahami perbedaan keduanya.³⁵

³³ Tata Sutabri. 2014. *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta: Andi Offset. Halaman 276

³⁴ *Ibid.*,

³⁵ Tim Stekom, "*Business to business*, melalui <https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Bisnis-kebisnis> Diakses 7 Februari 2023, Pukul 10:30 WIB.

Business to customer lebih *customer-centric*, sedangkan *Business to business* lebih berfokus pada industri. Pendekatan social media berbeda diantara kedua jenis usaha tersebut, sehingga harus disesuaikan pada masing-masing karakteristik sosial media. Konten pada website *business to business* dan *business to customer* juga berbeda. Pendekatan konten *business to business* akan lebih berfokus pada edukasi. Serta berfokus pada apa yang dapat mendatangkan solusi untuk mendapatkan *trust* dan *call to action*. Solusi dan referensi pengalaman lebih penting pada *business to business* dibanding pada *business to customer*. *Social public relation* tidak terlalu diperlukan pada jenis *business to business*. Namun pada *business to customer*, *social public relation* merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari program marketing secara keseluruhan.³⁶

2. Karakteristik *business to business*

Perusahaan dengan model bisnis *business to business* ini, biasanya akan menjalankan banyak strategi untuk mempromosikan diri kepada perusahaan yang akan menjadi konsumennya. Hal ini dilakukan guna meningkatkan kesadaran calon klien terhadap keberadaannya. Setelah itu, perusahaan dengan model bisnis seperti ini akan melakukan pertemuan dengan calon klien sebelum adanya transaksi keuangan dari kedua belah pihak. Berikut ini penjelasan tentang karakteristiknya.³⁷

Transaksi bisnis yang kompleks. Hal ini karena perusahaan *business to business* harus melewati beberapa tahapan sesuai prosedur perusahaan. Berbeda dengan transaksi jual beli yang terjadi umumnya. Prosedur bisnis tidak

³⁶*Ibid.*,

³⁷ Sudirman Hi Umar, *Op.Cit.*,

memungkinkan 2 perusahaan melakukan jual beli secara sederhana. Terdapat tahapan penyocokan antar perusahaan penyuplai dan perusahaan konsumen. Kegiatan jual beli antar *business to business* pun dilandasi oleh hubungan baik yang telah dibangun selama bertahun-tahun. Perusahaan menjadi selektif terhadap produsen mana yang akan menerima barang dan jasa mereka. Sehingga terjalin kerjasama yang profesional namun saling menguntungkan satu dengan yang lainnya. Biasanya *business to business* juga akan menerapkan negosiasi perjanjian pada awal kesepakatan kerja sama. Perusahaan *business to business* adalah pihak yang tidak ingin rugi. Perusahaan *business to business* mengandalkan betul negosiasi di awal atau kontrak yang di dalamnya meliputi barang pasokan dan perjanjian lainnya. *Business to business* merupakan kerjasama bisnis yang berlangsung lama atau dalam jangka panjang untuk menjaga rantai pasokan dan kontinuitas produksi.³⁸

Business to customer lebih *customer-centric*, sedangkan *business to business* lebih fokus kepada industri, pendekatan secara iklan atau promosi berbeda diantara keduanya jenis tersebut, sehingga harus disesuaikan pada masing masing karakteristik sosial media. Konten pada iklan *business to business* dan *business to customer* sangat berbeda, *business to business* akan berfokus kepada edukasi. Serta berfokus pada apa yang mendatangkan solusi untung mendapatkan *Trust* dan *Call To Action*. Solusi dan referensi pengalaman lebih penting pada *business to business* dibanding *business to customer*. *Social public relation* tidak terlalu diperlukan pada jenis *business to business*., namun pada *business to*

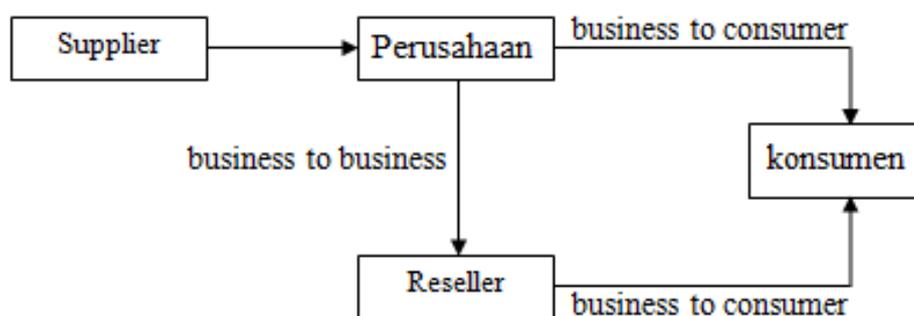
³⁸ *Ibid.*,

customer social public relation merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari program marketing secara keseluruhan.³⁹

Hubungan yang terjalin antar perusahaan merupakan hal yang terstandar dan telah memiliki prosedur baku dari tahun ke tahun. Tiap perusahaan wajib menaati standarisasi yang telah berlaku untuk menghindari hal-hal berisiko terganggunya stabilitas produksi. Dengan segala kompleksitasnya, wajar rasanya bila perusahaan *business to business* merupakan hubungan bisnis yang orientasinya berjangka panjang. Hal ini demi meminimalisir adanya risiko bisnis, mengingat volume produksi pada *business to business* pun sangat tinggi.⁴⁰

3. Hubungan dalam sistem *business to business*

Dari berbagai hubungan sistem *business to business* setidaknya ada empat komponen yang telah terbukti sebagai suatu komponen sistem *business to business* yaitu *supplier*, perusahaan, *reseller* dan konsumen, dapat digambarkan seperti skema dibawah ini.



Skema 1. Hubungan Sistem *Business to business*

³⁹ Tim Stekom, *Op.Cit.*

⁴⁰ Nuril Hidayah, *Op.Cit.*,

a) *Supplier*

Supplier merupakan salah satu bagian rantai supply yang sangat penting dan berpengaruh terhadap kelangsungan proses produksi. Sebagai sistem yang menjalankan kegiatan produksi pastilah membutuhkan bahan baku (raw material) yang cukup banyak dengan karakteristik yang berbeda-beda memerlukan proses pemilihan yang mampu mengatasi kompleksitas permasalahan menyatakan kinerja *supplier* atau pemasok akan mempengaruhi performansi atau kinerja perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu menilai *supplier* atau pemasok secara cermat dan tepat. Pemilihan pemasok merupakan kegiatan strategis, terutama apabila pemasok tersebut akan memasok item yang penting dan akan digunakan dalam jangka panjang.⁴¹

Jika Anda menjadi *supplier*, keuntungan selanjutnya adalah lebih praktis dalam hal pengiriman produk. Dikatakan demikian, karena pengiriman produk ke pelanggan akan dilakukan langsung oleh perusahaan. Oleh karena itu, *supplier* tidak perlu terjun langsung ke lapangan.⁴²

b) Perusahaan

Dalam berbagai kepustakaan dinyatakan bahwa perusahaan merupakan suatu istilah perekonomian yang dikenal dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) dan perusahaan lainnya. Namun, mengenai apa yang dimaksud

⁴¹Ifa saidatuningtyas, "Analisis Pemilihan *Supplier* Dalam Proses Pengadaan di PT. Kertas Padalarang Menggunakan Metode Analytical Hierachy Process", *Jurnal Logistik Bisnis*, Vol. 09 No. 2, 2019, halaman 77, Melalui <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/logistik/article/view/568>, Diakses 25 Juli Pukul 13.48 WIB.

⁴²*Ibid.*,

dengan perusahaan tidak dijumpai secara eksplisit dalam KUHD itu sendiri⁴³ secara jelas, pengertian perusahaan ini dijumpai dalam Pasal 1 Undang-undang No, 3 Tahun 1982 tentang wajib daftar perusahaan berikut penjelasannya “Perusahaan adalah setiap bentuk badan usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus-menerus didirikan, bekerja, serta berkedudukan dalam wilayah negara Indonesia dengan tujuan memperoleh keuntungan/lana”.

Perusahaan didefinisikan sebagai pemilik produk yang merepresentasikan perusahaan dimana nilai-nilai usaha diperluas keberbagai macam kategori produk/jasa. Disini suatu pemilik produk dari perusahaan menjadi hal yang berpengaruh dalam proses pencarian informasi tersebut. Pemilik produk yang saat ini tak hanya sekedar menjadi identitas dan pembeda dari produk pesaing semata, melainkan lebih dari itu, merek memiliki ikatan emosional yang istimewa yang tercipta antara konsumen dengan produsen. Pemilik produk perusahaan mengarahkan ke citra perusahaan yang lebih baik tidak hanya dalam benak investor, tapi juga pada karyawan tidak hanya itu merk perusahaan juga memberikan persepsi lebih baik mengenai citra merek atau produk yang ditawarkan.⁴⁴

Pemilik produk perusahaan menjadi sumber kekuatan untuk ekuitas suatu produk atau jasa. Dasar pemikiran pemilik produk ini merupakan payung pemilik

⁴³ Zaeni Asyhadie, Budi Sutrisno. 2012, *Hukum Perusahaan & Kepailitan*. Jakarta, Penerbit Erlangga

⁴⁴Syarifah Faridha; Farid, "Pengaruh corporate branding terhadap keputusan pembelian dengan ekuitas merek sebagai variabel mediasi pada rumah sakit ibu dan anak Kota Banda Aceh". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen*, Vol. 2 No. 1, 2017, halaman 2. Melalui <https://core.ac.uk/download/pdf/141853002.pdf>, Diakses 23 Juli 2023 Pukul 13.51 WIB.

produk (*Umbrella Brand*), yaitu pemilik produk yang sama mendukung berbagai produk yang berbeda di pasar, dimana setiap produk memiliki komunikasi dan performance sendiri. Perusahaan pemilik produk harus menentukan pada tingkat mana akan menanamkan identitas dan hal ini menjadi tantangan tersendiri untuk mengembangkan satu barang atau jasa dengan makna yang mendalam sehingga memiliki keunikan dan tidak mudah ditiru oleh pesaingnya. Ketika perusahaan menginformasikan produk atau jasa, membangun image konsumen potensial, dan konsumen merespon serta mendapatkan bahwa kinerja barang atau jasa yang mereka rasakan sesuai dengan yang mereka harapkan sebagai akibat informasi yang diterima, maka akan timbul rasa percaya kepada produk, dan kepada perusahaan. Sehingga menimbulkan kepercayaan pelanggan pada produk yang selanjutnya yang disebut sebagai *brand equity*.⁴⁵

c) *Reseller*

Reseller sesuai istilah terdiri atau 2 suku kata yaitu re dan seller. Re artinya lagi/ kembali dan seller artinya penjual. Jadi, secara terminologi *reseller* artinya adalah penjual yang menjual kembali. *Reseller* hampir mirip dengan pedagang yang sama-sama mengambil barang dari penjual dan menjualnya kembali dengan harga yang lebih tinggi. Dari sisi pelanggan biasanya tidak terlalu mempermasalahkan apakah *reseller* memiliki stok sendiri atau tidak. Selama *reseller* bisa melayani dan menjelaskan produk yang dia jual dengan baik, itu

⁴⁵*Ibid.*,

sebenarnya sudah cukup bagi pelanggan.⁴⁶

Reseller adalah istilah bagi sistem penjualan tanpa memproduksi barang sendiri alias menjual kembali produk dari tangan pertama ke konsumen. Sistem jualan dengan cara menjadi *reseller* ini menjadi tren saat ini dalam beberapa tahun ke belakang. Pasalnya, dari sisi kerugian pun menjadi *reseller* dianggap lebih aman daripada menjadi tangan pertama yang memproduksi barang.

Kelebihan menjadi *reseller* ialah resiko rugi kecil, pada dasarnya *reseller* hanya menjual produk yang sudah tersedia, bukan memproduksi produk dari nol kemudian dipasarkan ke konsumen. Hal ini menjadi alasan utama mengapa *reseller* bisa mengalami risiko kerugian lebih kecil daripada produsen selaku tangan pertama.⁴⁷

Kedua, bebas memasarkan produk dengan cara sendiri Walau sebagian *reseller* diajarkan bagaimana cara memasarkan produk oleh tangan pertama, tapi jika *reseller* memiliki cara sendiri yang lebih efektif mendatangkan konsumen, maka cara itu bisa dilakukan. *Reseller* bisa memasarkan produk sesuai dengan kemampuannya. Jika sibuk menjadi ibu rumah tangga, maka bisa memasarkan produk di rumah saja ataupun dengan cara apapun, *reseller* juga bisa memasarkan produk di tempat-tempat ramai seperti festival atau bahkan pasar kaget jika ingin produk segera habis terjual.⁴⁸

⁴⁶Amalia Damayanti, "Analisis mekanisme *reseller* dan dropshipper dalam bisnis online perspektif ekonomi islam", *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 7 No. 2, 2020, halaman 75, Melalui <https://ejournal.staim-tulungagung.ac.id/index.php/eksyar/article/view/161> Diakses 7 Februari 2023, Pukul 00:07 WIB.

⁴⁷Fitrinur, "5 Keuntungan dan kerugian menjadi *reseller* " melalui <https://zahir.accounting.com/id/keuntungan-kerugian-reseller/> Diakses 27 Juni 2023, Pukul 13.00 WIB.

⁴⁸*Ibid.*,

Ketiga, modal sedikit Keuntungan menjadi *reseller* yang paling mudah dirasakan adalah bisa memulai bisnis tanpa perlu membutuhkan modal besar. *Reseller* bisa membeli produk dari tangan pertama dengan jumlah sedikit untuk meminimalisasi kerugian. Tapi, jika cara memasarkan produk sang *reseller* sudah jago, maka dia bisa dengan mudah membeli produk tangan pertama dengan jumlah banyak tanpa takut rugi. Keuntungan ini juga akan sangat membantu *reseller* produk terkenal seperti kosmetik, karena mereka tidak harus memiliki laboratorium untuk membuat kosmetik karena produk sudah diproduksi oleh tangan pertama.⁴⁹

Menjadi *reseller* juga bukan berarti bebas resiko. Terdapat beberapa tantangan umum yang dihadapi oleh para *reseller*, antara lain keuntungan lebih kecil, Sebagai tangan kedua, keuntungan yang diambil dari penjualan suatu produk sudah dibagi dengan tangan pertama. *Reseller* membeli barang dari tangan pertama, ia kemudian menjual barang tersebut ke konsumen. Ada dua laba yang diambil dalam penjualan produk tersebut, yakni oleh tangan pertama dan oleh tangan kedua. Biasanya, *reseller* tidak bisa menaikkan harga jual produk dengan tinggi, apalagi berbeda jauh dengan harga produk yang dijual langsung oleh tangan pertama, sebab peluang konsumen membeli produk akan berkurang⁵⁰.

Tingkat persaingan tinggi, Banyak *reseller* lebih tertarik menjual produk tangan pertama yang sudah memiliki 'nama' alias mereknya dikenal luas oleh konsumen. Karena banyak yang berpikiran demikian, maka saingan *reseller* akan semakin banyak pula. Banyaknya persaingan dalam menjual produk yang sama

⁴⁹ *Ibid.*,

⁵⁰ *Ibid.*,

akan memunculkan masalah baru dalam marketing, sebab jika harga diturunkan agar konsumen datang, Anda akan mendapatkan keuntungan lebih sedikit. Tapi, jika harga tidak diturunkan, kemungkinan konsumen membeli produk dari Anda juga akan berkurang. Walau demikian, ada banyak cara mengatasi masalah tersebut, seperti mengemas produk menjadi lebih elegan atau memberikan pelayanan yang lebih baik pada konsumen agar mereka percaya pada Anda. Sebelum memutuskan untuk menjadi *reseller*, pastikan Anda paham mengenai keuntungan dan kerugiannya. Hal ini penting untuk manajemen risiko dan menyusun strategi dalam marketing.⁵¹

Reseller bisa memperhitungkan berapa banyak barang yang bisa ia jual. Sehingga, stok barang yang dibeli dari tangan pertama pasti akan pas, tidak akan terlalu banyak maupun terlalu sedikit.

⁵¹ *Ibid.*,

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sistem *Business To Business* Dalam Peraturan Perundang-Undangan

Business to business tidak terlepas dari kesepakatan dan perikatan, Kesepakatan ialah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”. Pengertian ini ternyata mendapat banyak kritikan karena disamping kurang lengkap juga dikatakan terlalu luas. Dikatakan kurang lengkap karena menyebutkan kata “perbuatan” tanpa menentukan jenis perbuatannya, seolah-olah juga mencakup tindakan seperti perwakilan sukarela, perbuatan melawan hukum dan lain sebagainya. Tindakan tersebut memang menimbulkan perikatan, akan tetapi perikatan tersebut timbulnya karena undang-undang, bukan karena perjanjian. Kemudian dari kata “dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan diri pada satu orang atau lebih”, didapat kesan seolah-olah perjanjian hanya mencakup kesepakatan sepihak saja, sedangkan sebagian besar kesepakatan merupakan perjanjian timbal balik.⁵²

Kesepakatan merupakan dua perbuatan hukum yang masing-masing bersisi satu. Kesepakatan itu adalah untuk menimbulkan akibat hukum, menimbulkan hak dan kewajiban dan kalau kesepakatan itu dilanggar maka ada akibat hukumnya, si pelanggar dapat dikenakan akibat hukum atau sanksi.⁵³

⁵² Yonfen Hendri, "Tanggung Jawab Hukum Distributor Dan Agen Terhadap Konsumen Berdasarkan Peraturan Menteri Nomor 12 Tahun 2021", *Jurnal Nasional Conference on Social Science and Religion*, Halaman 1090, Melalui <https://ojs.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/proceedings/article/download/7255/> Diakses 18 Juli 2023.

⁵³ *Ibid.*,

1. Peraturan Perundang-Undangan Tentang Sistem Business To Business

Business to business berkaitan dengan *supplier* dan *reseller* yang dijelaskan dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 24 Tahun 2021 Tentang Perikatan untuk Pendistribusian Barang oleh Distributor atau Agen (Permendag), sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 1 angka 6 bahwa distributor/*supplier* adalah pelaku usaha distribusi yang bertindak sebagai perantara untuk dan atas nama pihak yang menunjuknya berdasarkan perjanjian dengan imbalan komisi untuk melakukan kegiatan pemasaran barang tanpa memiliki dan / atau menguasai barang yang dipasarkan, sedangkan angka 7 bahwa *reseller* adalah pelaku usaha distribusi yang bertindak atas namanya sendiri dan / atau atas penunjukan produsen atau pemasok atau importir berdasarkan perjanjian untuk melakukan kegiatan pemasaran barang.⁵⁴

Meningkatnya perusahaan yang memasarkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen menjadi faktor utama adanya perusahaan *business to business* di Indonesia. Dalam system hukum, bahwa hukum perdata dan hukum dagang tidak diatur tentang *business to business*. Agen/*supplier* dan distributor/*reseller* mempunyai fungsi dan peran yang sama di Indonesia sebagai perantara di wilayah tertentu. Sebagaimana yang diatur dalam Permendag, perjanjian distribusi antara pabrik dan *supplier* bahwa penjual menunjuk pembeli sebagai distributor.

⁵⁴ *Ibid.*,

Berdasarkan perjanjian tersebut *supplier* mendapat barang dari pabrik untuk dijual kembali.⁵⁵

Perjanjian antara *reseller* dan *supplier* dalam sistem perdagangan ini, *supplier* menjual atas nama pabrik, *supplier* menjual produk kepada konsumen bertindak atas nama pabrik, *reseller* tersebut menjual produk kepada konsumen, bertindak atas nama dirinya sendiri. Ini karena *reseller* menjual barang sendiri, sehingga *reseller* menanggung semua resiko sebagai pihak yang mempunyai perjanjian *supplier*, sehingga tidak dapat meminta tanggung jawab kepada *supplier*. *Reseller* menanggung resiko dan biaya perawatan barang tersebut. Sebab berdasarkan ketentuan Pasal 1315 dan Pasal 1340 KUHPerdara, suatu perjanjian hanya mengikat kepada para pihak yang membuatnya.⁵⁶

Menurut Permendag pasal 6 ayat 3, perjanjian sebagaimana dimaksud harus paling sedikit memuat nama dan alamat lengkap pihak pihak yang membuat perjanjian, maksud dan tujuan perjanjian, status dan keagenan atau kedistributoran, jenis barang yang diperjanjikan, wilayah pemasaran, hak dan kewajiban masing masing para pihak, kewenangan, jangka waktu perjanjian, cara pengakhiran perjanjian, cara penyelesaian perselisihan, hukum yang digunakan dan tenggang waktu yang penyelesaian.⁵⁷

Business to business dalam arti lain juga menjual produk atau jasa kepada perusahaan lain. Perkembangan dalam dunia usaha, *business to business* adalah bisnis yang cukup rumit, pada bisnis model ini persaingan harga cukup rentan terjadi yang berakibat pada tipisnya profit margin dari pengusaha. Untuk

⁵⁵ *Ibid.*,

⁵⁶ Suharnoko. 2004. *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Kencana. Halaman 40

⁵⁷ Yonfen Hendri, Loc.Cit.,

mengatasi hal tersebut, strategi pemasaran yang sesuai adalah dengan menawarkan nilai kepada pelanggan di samping harga. Pembeli di sektor bisnis tentu saja mengutamakan kualitas dan bagaimana produk yang ditawarkan oleh penjual memenuhi kebutuhan dan keinginannya.⁵⁸

Ketika sebuah bisnis dibangun, salah satu fokus utama yang perlu dimatangkan adalah target pasar. Menentukan target pasar dari bisnis adalah kunci untuk perkembangan bisnis karena model bisnis dan strategi untuk mengembangkan bisnis tersebut bergantung pada target konsumen mereka. Dalam sistem *business to business* fokus utama target pasar yang dimatangkan ialah kepada sesama pelaku usaha atau perusahaan. Tujuan dari suatu bisnis adalah untuk melayani kebutuhan pelanggan dan mencoba untuk memperoleh laba. Kesepakatan Kerjasama antara pelaku usaha dalam sistem *business to business*, pada mulanya dilakukan dengan kata sepakatan baik secara tertulis, lisan maupun diam-diam antara kedua belah pihak.⁵⁹ Pada umumnya, kontrak lisan dianggap sah selayaknya kesepakatan tertulis, pada pasal 1320 KUHPerdara sama sekali tidak mengatur dan mewajibkan suatu kesepakatan dibuat secara tertulis sehingga kesepakatan lisan juga mengikat secara hukum.⁶⁰

2. Mekanisme Transaksi Dalam Sistem *Business To Business*

Pada umumnya, setiap orang menjalankan suatu bisnis karena melihat suatu kesempatan untuk menciptakan barang atau jasa yang belum ditawarkan

⁵⁸ Akmal Musyadat Cholis. 2021. *150 Brand Awareness Ideas*. Jakarta; Quadrant. Halaman 73.

⁵⁹ Kristi Donatus Febrian, *Op.Cit.*,

⁶⁰ Sanusi Bintang, Dahlan. 2000. *Pokok-Pokok Hukum Ekonomi Dan Bisnis*. Bandung: Citra Aditya Bakti. Halaman 21.

oleh perusahaan lain. Selain itu juga dapat dipengaruhi oleh adanya keinginan untuk memproduksi barang yang lebih murah dibandingkan dengan perusahaan lain. Pada kesempatan untuk mendapatkan laba dapat lebih terbuka karena dapat menyediakan barang dan jasa. Dalam sistem *business to business* terdapat karakteristik sebagai berikut:⁶¹

- a. *Trading Partners* yang sudah diketahui dan umumnya memiliki hubungan yang cukup lama. Informasi hanya dipertukarkan dengan partner tersebut. Dikarenakan sudah mengenal lawan komunikasi, maka jenis informasi yang dikirimkan dapat disusun sesuai dengan kebutuhan dan kepercayaan.
- b. *Data exchange* berlangsung berulang-ulang dan secara berkala. Dengan kata lain, layanan yang digunakan sudah tertentu. Hal ini memudahkan pertukaran data untuk dua perusahaan yang menggunakan standar yang sama.
- c. Salah satu pelaku dapat melakukan inisiatif untuk mengirimkan data, tidak harus menunggu *partner*-nya.⁶²

Pada sistem *business to business*, banyak memiliki keuntungan dan kerugian, hingga cara kita menjalankan diri dan bisnis kita. Keuntungan-keuntungan dari sistem *business to business* mencakup hemat waktu dan praktis. Menu dalam situs layanan *business to business* khusus hanya menyediakan kebutuhan produk pelanggan terkait, tanpa harus repot mencarinya dalam katalog produk atau daftar kategori produk umum perusahaan *Kawan Lama* yang lainnya,

⁶¹ Hamdi Agustin. 2019. *Sistem Informasi Manajemen Dalam Perspektif Islam*. Depok: Rajagrafindo Persada. halaman 138

⁶² *Ibid.*,

efektif dan efisien adalah ciri pelanggan *business to business* tidak perlu melewati proses negosiasi harga yang panjang, karena sudah dilakukan pada awal kesepakatan kerja sama, keuntungannya besar mengurangi biaya perusahaan untuk administrasi, surat menyurat transaksi, ataupun untuk riset harga pasar, transaksi yang transparan layanan ini mendukung *good corporate governance*. Setiap transaksi mudah dipantau karena sistem selalu memberikan rekam jejak transaksi melalui e-mail notifikasi kepada buyer (*purchasing*) atasan (*approval*), hingga *user*, ataupun yang berhak mendapatkan informasi tersebut di perusahaan sesuai dengan kesepakatan. Ini meningkatkan kontrol perusahaan terhadap proses transaksi, meningkatkan komunikasi dan kolaborasi antara penjual dan pembeli, menciptakan pasar baru tanpa dibatasi wilayah geografis, mempercepat transaksi antara penjual dan pembeli, menurunkan biaya transaksi kedua belah pihak.⁶³

Kerugian-kerugian dari sistem *business to business* ialah lebih sedikit pelanggan, di pasar *business to business*, kamu tidak akan menemukan banyak pembeli dan penjual seperti yang terdapat di pasar *business to customer*. Meskipun pasarnya kecil dengan lebih sedikit pembeli dan penjual, tetapi pesanan mereka besar, memakan waktu, karena pesanan bisnis ke klien bisnis besar, dan hubungan mereka bersifat jangka panjang. Tetapi proses menemukan dan membangun dengan klien *business to business* sangat lama sehingga kamu tidak dapat pergi begitu saja dan membeli produk dan layanan seperti di pasar *business to customer*, formalitas, Ini juga melibatkan banyak formalitas seperti dokumentasi, data, negosiasi, dan pertemuan. Terkadang, pelaku usaha harus

⁶³ *Loc.Cit.*, Tim Stekom.

melakukan negosiasi dan membuat kesepakatan di bawah tabel untuk menandatangani kontrak.⁶⁴

Mekanisme transaksi sistem *business to business* secara sederhana biasanya dimulai dengan adanya penawaran suatu produk tertentu, pihak *reseller* pertama pertama mengajukan permohonan pembelian kepada *supplier*, yang kemudian dilanjutkan dengan penawaran mengenai semua persyaratan kesepakatan yang dimaksud oleh *supplier*. Setelah *reseller* menyetujui semua persyaratan yang ditentukan dari pihak *supplier* yang telah memberikan kata sepakat mengenai syarat syarat kesepakatan yang dimaksud, maka kesepakatan tersebut dapat direalisasikan yaitu dengan berupa pengiriman barang oleh *supplier* kepada *reseller*. Rangkaian perbuatan itu secara yuridis dapat dikualifikasi sebagai tindakan pemberian kuasa dari *reseller*. Dalam kesepakatan tersebut, sistem penjualan, tanggung jawab para pihak, sanksi sanksi apabila terjadi perselisihan karena tidak terpenuhnya prestasi, prosedur pembayaran dan berakhirnya kesepakatan.⁶⁵ Tahapan-tahapan dalam transaksi *business to business* dapat diurutkan sebagai berikut:

- a. Pihak *reseller* pertama-tama mengajukan permohonan pembelian kepada *supplier* atau perusahaan lain.

Pada prosesnya biasanya rumit, dan memakan waktu yang tidak sebentar, hal ini disebabkan pengajuan penawaran harus melewati beberapa proses persetujuan dahulu, barang atau produk yang diberikan kepada *reseller* adalah barang yang meliputi mutu barang, biaya, maupun waktu penyampaian

⁶⁴ *Ibid.*,

⁶⁵ Akmal Musyadat Cholis, *Op.Cit.*,

pengiriman barang sesuai dengan permintaan yang disampaikan pihak *reseller* kepada *supplier*.⁶⁶

Kerjasama sistem *business to business* biasanya tidak selalu pihak *reseller* yang melakukan permintaan barang atau produk kepada pihak *supplier*, ada kalanya pihak *supplier* yang menawarkan pelayanan barang yang merupakan produk terbaru yang berkaitan yang dapat memperbarui, mengembangkan dan meningkatkan kapabilitas produk yang akan dikeluarkan *reseller*.⁶⁷

Pada hal dan keadaan tertentu, *reseller* terkadang tidak mendapatkan suplai produk dari *supplier* dikarenakan terdapat keterbatasan pihak *supplier* dalam menyediakan produk yang diminta oleh karena itu pihak *reseller* tidak bisa hanya mengandalkan satu *supplier* saja, lebih dari satu *supplier* untuk menanggulangi jika pihak *supplier* kehabisan stock barang maka dapat digantikan dengan *supplier* lain sampai dapat menyediakan barang atau produk lagi.⁶⁸

- b. Kemudian dilanjutkan dengan penawaran mengenai semua persyaratan kesepakatan oleh kedua belah pihak yang dimaksud oleh *supplier*, memungkinkan adanya negosiasi kontrak untuk mengantisipasi jumlah dan harga bahan baku yang akan di suplai.⁶⁹

Sebelum kesepakatan *business to business* dibuat, terdapat tahapan klarifikasi dan negosiasi mengenai barang atau produk, yang tentunya erat

⁶⁶ Mochamad Argent, "Pelaksanaan Perjanjian Kerjasama Konsinyasi Distribution Outlet (Distro) Dengan Supplier Di Kabupaten Sleman", *Jurnal Hukum Perdata*, Halaman 59, Melalui <http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/9108/>, Diakses 18 Juli 2023 Pukul 19.20 WIB.

⁶⁷ *Ibid.*,

⁶⁸ *Ibid.*, halaman 62.

⁶⁹ *Ibid.*,

kaitannya dengan kewajiban para pelaku kesepakatan yang telah disepakati dan sesuai dengan pola kesepakatan dengan sistem *business to business*, dalam dokumen permintaan kepada *supplier*, berikut hal hal yang umum yang harus diketahui oleh kedua belah pihak.⁷⁰

- 1) *Reseller* dalam dokumen permintaannya kepada *supplier* harus meliputi tentang tujuan bisnis nya dan penjelasan kebutuhan barang atau produk dari pihak *supplier* yang akan dikaitkan dengan upaya pencapaian tujuan bisnis.
 - 2) *Reseller* menyajikan keterangan yang jelas dan dapat diukur mengenai barang yang dibutuhkan dari pihak *supplier* dengan sistem *point of purchase*.
 - 3) *Supplier* harus mampu memahami tujuan bisnis *reseller* dan mengerti dengan jelas bagaimana keterkaitan antara barang atau produk yang dibutuhkan dari pihak *reseller* dengan upaya tujuan bisnis pihak *reseller*.
 - 4) *Supplier* harus mampu merencanakan, mengorganisasikan dan merealisasikan permintaan pihak *reseller* sesuai dengan kebutuhan barang atau produk dengan parameter yang disepakati pihak *supplier* dan pihak *reseller*.
- c. Setelah *reseller* menyetujui semua persyaratan yang ditentukan dari pihak *supplier*, lalu kedua belah pihak sama-sama telah memberikan kata sepakat mengenai syarat syarat kesepakatan yang dimaksud⁷¹

⁷⁰ *Ibid.*,

⁷¹ *Ibid.*, halaman 65.

Rumusan kesepakatan kerjasama *business to business* berupa identitas para pihak, ruang lingkup pekerjaan, besarnya presentase pekerjaan, sistem evaluasi nilai penjualan, bea pengiriman dan jaminan, laporan penjualan bulanan, cara pembayaran, standard kualitas barang, besarnya jumlah pengiriman, pemberlakuan harga, lamanya kesepakatan kerjasama, berakhirnya kerjasama, penyelesaian perselisihan dan aturan perubahan.⁷²

- d. *Supplier* menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan apa yang disepakati merujuk pada kesepakatan kerjasama *business to business*.

Supplier harus merencanakan, mengorganisasikan dan merealisasikan permintaan distro sesuai dengan parameter kebutuhan *reseller*, dalam hal penyuplaian barang atau produk, serta menjaga kualitas barang yang sesuai dengan apa yang disepakati pihak *supplier* dengan *reseller*. Hal ini tidak terlepas dari peran. Supervisi pelaksanaan perkejaan *supplier* sebagai penyuplai barang sesuai dengan ketentuan kesepakatan kerjasama *business to business*. Berkaitan dengan implementasi pekerjaan yang diberikan oleh sesama pihak.⁷³

- e. Maka kesepakatan tersebut dapat direalisasikan yaitu dengan berupa pengiriman barang oleh *supplier* kepada *reseller*. Dalam sistem *business to business* biasanya akan terjalinnya hubungan dalam waktu jangka lama antara sesama pelaku usaha.

Supplier melakukan pengiriman barang atau produk kepada *reseller* secara rutin seperti apa yang diperjanjikan yang disepakati, pada setiap pengiriman pihak *supplier* biasanya disertai dengan laporan tentang jumlah barang yang dikirim dan

⁷² *Ibid.*,

⁷³ *Ibid.*,

juga tentang jenis barang yang dikirim. Untuk pendataan sebagai barang bukti barang atau produk yang telah dikirim oleh pihak *supplier* dan dicocokkan oleh pihak *reseller*, jika ada perbedaan dalam laporan dengan jumlah barang pihak *reseller* diwajibkan memberi kabar secepatnya setelah barang diterima.⁷⁴

- f. Pihak *reseller* melakukan pembayaran dan membuat laporan bulanan penjualan barang atau produk yang dikirimkan oleh pihak *supplier*.

Pihak *reseller* melakukan pembayaran yang diberikan kepada pihak *supplier* atas produk atau barang yang telah dikirim oleh pihak *supplier*, biasanya dikirim *via* transfer pada bank yang ditunjuk sesuai dengan kesepakatan, beserta melampirkan bukti pembayaran.⁷⁵

Berdasarkan beberapa segmen seperti jenis produk dan target pasar dari market *business to business*, maka dapat dikelompokkan jenis perusahaan sektor *business to business*. Pengelompokan produsen *business to business* ini dapat dibagi menjadi *primary industry*, *secondary industry*, dan *tertiary industry*.⁷⁶

1) *Primary industry*

Segmen industri primer *business to business* bergerak pada aktivitas pengelolaan sumber daya alam untuk menghasilkan bahan baku untuk perusahaan dari industri lainnya. Kegiatan utama sektor primer ini berputar pada lingkungan dan pemanfaatan sumber daya alam dengan cara ekstraksi atau memanen dari tanah dan bawah tanah. Contoh perusahaan pada sektor industri primer *business to*

⁷⁴ *Ibid.*, halaman 66.

⁷⁵ *Ibid.*,

⁷⁶ Sofjan Assauri. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Depok: Raja Grafindo Persada. Halaman 104.

business ini adalah perusahaan yang bergerak di pertanian, perikanan, juga kegiatan ekstraktif pertambangan, penggalian batu, gas dan minyak bumi.⁷⁷

2) *Secondary industry*

Segmen industri sekunder *business to business* dikenal juga sebagai industri manufaktur. Perusahaan di industri manufaktur adalah kegiatan yang beroperasi mengubah bahan mentah menjadi barang jadi. Perusahaan manufaktur membutuhkan pabrik, fasilitas manufaktur, mesin, dan energi untuk mengubah bahan mentah menjadi produk fungsional. Industri sekunder *business to business* terbagi menjadi industri berat dan industri ringan. Contoh industri sekunder *business to business* yaitu manufaktur mobil, FMCG (*fast moving consumer goods*) seperti Mayora, Unilever, manufaktur pakaian, hingga perusahaan konstruksi.⁷⁸

3) *Tertiary industry*

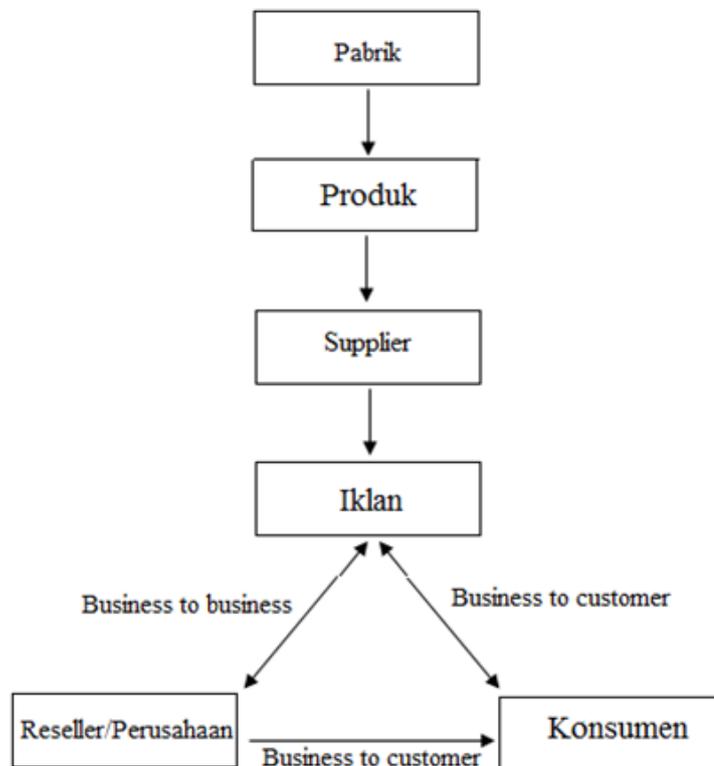
Perusahaan pada segmen industri tersier *business to business* merupakan perusahaan yang menyediakan jasa komersial untuk mendukung proses produksi dan distribusi. Bisnis *business to business* pada kategori tersier tidak memproduksi barang namun, menawarkan layanan profesional. Contoh bisnis *business to business* industri tersier yaitu perusahaan konsultan seperti PwC, Deloitte, EY, kemudian perusahaan jasa kesehatan, pariwisata, teknologi informasi, hingga industri hiburan.⁷⁹

⁷⁷ *Ibid.*,

⁷⁸ *Ibid.*,

⁷⁹ *Ibid.*,

Dari berbagai jenis sistem *business to business* yang ada, secara prinsip mekanisme kerja kurang lebih sama, yaitu berupa kegiatan bisnis antara pelaku usaha yang saling mengambil keuntungan dari menjual produk barang atau jasanya yang akan dijual lagi kepada konsumen akhir seperti yang terlihat pada skema dibawah ini⁸⁰



Skema 2. Mekanisme Sistem *Business to business*⁸¹

Pabrik berfungsi menghasilkan produk barang/jasa untuk kebutuhan *customer*, mengelola faktor produksi. Pabrik ialah pihak yang memberikan

⁸⁰ Mansur, "*Business to business* (B2B) E-Marketplace sebagai Media Promosi Produk Usaha Kecil Dan Menengah (UKM)", Jurnal *Buletin Bisnis & Manajemen*, Volume 01, No. 11, 2015, Halaman 9, Melalui <http://journal.stie-yppi.ac.id/index.php/BBM/article/view/116> Diakses 25 Juli 2023, Pukul 14.00 WIB

⁸¹ *Ibid.*,

kewenangan pada *supplier* untuk dan atas nama serta dibawah pengawasan pihak lain. Kewenangan tersebut, dapat diberikan melalui lisan, tertulis atau diam-diam.

⁸² Kemudian, pihak *supplier* mendistribusikan produk dari prinsipal tetapi produk tetap milik prinsipal, biasanya pendistribusian melalui media iklan yang akan dilihat oleh customer. Ada dua hal utama yang biasa dilakukan oleh *customers*. Pertama adalah melihat produk-produk atau jasa-jasa yang diiklankan oleh perusahaan terkait melalui jasa iklan seperti brosur, surat kabar dan radio. Kedua adalah mencari data atau informasi tertentu yang dibutuhkan sehubungan dengan proses transaksi bisnis atau dagang (jual beli) yang akan dilakukan. Jika tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan, konsumen dapat melakukan transaksi perdagangan dengan menghubungi *customer service by supplier*.⁸³

Supplier termasuk orang yang menjadi perantara antara para pihak penjual dan pembeli, yaitu sebagai pemasok barang atau mencarikan pembeli/perusahaan dengan mendapatkan upah atau komisi atas jasa pekerjaannya. *Supplier* adalah orang yang menjadi perantara pihak pabrik dan *customer* akhir guna memperlancar transaksi jual beli. Dengan adanya perantara maka pihak pabrik dan *customer* akhir akan lebih mudah dalam bertransaksi baik berbentuk ataupun barang⁸⁴

Banyak pelaku usaha atau perusahaan, menawarkan saluran yang memudahkan pelanggannya untuk mengajukan komplain. Mereka menyediakan

⁸² Sudjana, "Tanggung Jawab Prinsipal Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Keagenan Dan Distributor", *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol.6 No.1, 2022, Halaman 7, Melalui <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/ajudikasi/article/view/4334/2048>, Diakses 18 Juli 2023 Pukul 21.15 WIB.

⁸³ *Ibid.*,

⁸⁴ Farid Wajdi, Suhrawardi. 2020. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika. Halaman 249

fasilitas seperti *free-call* yang di Indonesia dikenal dengan saluran layanan konsumen. Perusahaan yang mendorong *customer* nya untuk komplain, biasanya sudah mengalami sifat terhadap komplain, bahwa komplain tidak dinilai sebagai hal yang negatif, justru dengan mendengar keluhan *customer* pelaku usaha bisa memperbaiki produk nya. *Customer* puas karena mereka mendapatkan pelayanan yang baik di kesempatan pertama. Pelanggan juga bisa puas karena komplainnya diselesaikan dengan baik.⁸⁵

Berdasarkan pesan tersebut, *customer* dibedakan menjadi dua yaitu *reseller* dan konsumen akhir. *Reseller* atau perusahaan yang mengelola kembali produk biasanya akan menjual atau mengolah kembali produk dengan harga yang lebih tinggi, biasanya *reseller* atau perusahaan mempunyai permintaan khusus dikarenakan mereka akan mengelola atau mengembangkan lagi produk dari pabrik dan *reseller*/perusahaan biasanya membeli dengan jumlah yang banyak sedangkan konsumen akhir adalah orang yang memakai atau mengonsumsi produk, konsumen ialah bagian terpenting dari rantai sistem bisnis karena sebenarnya konsumenlah yang menggunakan produk/jasa dalam kegiatan bisnis tersebut. Pabrik tidak selalu mengetahui konsumen akhir dari produk produknya karena pembayaran produk dilakukan oleh *customer* akhir kepada *reseller*.⁸⁶

Selanjutnya, melalui dapat dilakukan pula aktivitas pasca pembelian, yaitu pelayanan purna jual (*Supplier's Customer service*). Proses ini dapat dilakukan melalui jalur seperti telepon, ataupun jalur internet, seperti *email*, *chatting*, dan lain-lain. Diharapkan dari interaksi tersebut di atas, konsumen dapat datang

⁸⁵ Handi Irawan. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia. Halaman 94

⁸⁶ *Ibid.*,

kembali dan melakukan pembelian produk atau jasa di kemudian hari (*Follow-On Sales*).⁸⁷

Elemen pertama adalah “proses”. Proses yang berkaitan dengan produk atau jasa fisik, biasanya akan melalui rantai nilai (*value chain*) seperti yang diperkenalkan oleh Michael Porter:⁸⁸

- a. Proses utama terdiri dari: *inbound logistics*, produksi, *outbound logistics* dan distribusi, *sales and marketing*, dan servis; dan
- b. Proses penunjang terdiri dari: *procurement*, *firm infrastructure*, dan teknologi
- c. Sementara proses yang melibatkan produk atau jasa digital, akan mengikuti rantai nilai virtual (*virtual value chain*) seperti yang diperkenalkan oleh Indrajit Singha, yang meliputi rangkaian aktivitas: *gathering* (mengumpulkan), *organizing* (mengatur), *selecting* (memilih), *synthesizing* (mensintesis), dan *distributing* (mendistribusikan).⁸⁹

Elemen kedua adalah “institusi”. Salah satu prinsip yang dipegang dalam perusahaan adalah diterapkannya asas jejaring (*inter-networking*), dimana dikatakan bahwa untuk sukses, sebuah perusahaan harus bekerja sama dengan berbagai institusi-institusi yang ada (perusahaan tidak dapat berdiri sendiri).⁹⁰

Sebuah perusahaan *Tesla* milik Elon Musk misalnya yang baru baru ini berkunjung ke indonesia, dalam menjalankan prinsip-prinsip perdagangan otomotif harus bekerja sama dengan pemasok (*supplier*) nikel dari indonesia

⁸⁷ *Ibid.*,

⁸⁸ Niniek Suparni, *Op.Cit.*, halaman 39

⁸⁹ *Ibid.*,

⁹⁰ *Ibid.*,

untuk membuat baterai, pemilik barang (merchant), penyedia jasa pembayaran (bank), bahkan konsumen (*customers*). Kerjasama yang dimaksud di sini akan mencapai tingkat efektivitas dan efisiensi yang diinginkan dengan cara melakukannya secara otomatis (melibatkan teknologi komputer dan telekomunikasi).⁹¹

Dengan adanya jalur komunikasi yang efisien (secara elektronik), diharapkan proses kolaborasi dan kooperasi dapat dilakukan secara efektif, sehingga meningkatkan kinerja perusahaan dalam hal pengambilan keputusan.⁹²

B. Hubungan Hukum Pelaku Usaha dalam Sistem *Business To Business*

Hukum yang mengatur hubungan hukum, yaitu ikatan-ikatan antara individu dan masyarakat atau antara individu dengan individu. Ikatan tersebut tercermin dari pihak dan kewajiban yang diberikan oleh hukum. Hubungan hukum timbul dari peristiwa-peristiwa tertentu yang merupakan suatu syarat hubungan hukum, tetapi harus merupakan peristiwa hukum, yaitu kejadian, keadaan, atau perbuatan yang oleh hukum dihubungkan dengan akibat hukum. Peristiwa dapat dibagi menjadi dua yaitu yang merupakan perbuatan subjek hukum. Perbuatan yang dilakukan oleh subjek hukum(perbuatan hukum) yang merupakan salah satu bentuk peristiwa hukum pada hakikatnya mempunyai unsur adanya kehendak dan pernyataan kehendak yang sengaja ditujukan untuk menimbulkan akibat hukum, yaitu akibat-akibat yang diatur hukum. Apabila suatu perbuatan tidak mengandung kedua unsur tersebut, maka perbuatan tersebut tidak

⁹¹Nurul Husna Malik Ibrahim, "Dampak Ekspansi Perusahaan Tesla Terhadap Perkembangan Industri Otomotif China", *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, 2022, Halaman 66, Melalui http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/24116/2/E061181029_skripsi_07-06-2022%201-2.pdf, Diakses 18 Juli 2023, Pukul 22.27 WIB.

⁹²*Ibid.*,

mengandung kedua unsur tersebut, maka perbuatan tersebut tidak dapat dikategorikan sebagai perbuatan hukum.⁹³

Sehingga hubungan hukum merupakan hukum yang menimbulkan akibat hukum, akibat adalah timbulnya hak dan kewajiban sebagai pelaksana dari satu kesepakatan, apabila salah satu pihak melakukan pelanggaran dalam hubungan tersebut, maka hukum akan memaksa supaya hubungan itu dipenuhi.⁹⁴

Hubungan hukum lahir dari suatu kesepakatan yang merupakan suatu peristiwa hukum yang melahirkan adanya hak dan kewajiban para pihak dalam kesepakatan menimbulkan suatu beban kontraktual yaitu keharusan atau kewajiban memenuhi kesepakatan tersebut selama hubungan hukum belum berakhir seiring dengan berakhirnya kontrak tersebut.⁹⁵

1. Hubungan Hukum Antara Pelaku Usaha Dalam Sistem Business To Business

Pada praktik kegiatan *business to business* diartikan sebagai hubungan hukum antara para pihak *supplier* dan reseller, dimana pabrik memberikan wewenang kepada *supplier* untuk melakukan transaksi dengan pihak ketiga. Hubungan hukum antara pabrik dengan *supplier* nya dapat berupa perwakilan, dimana *supplier* bertindak atas nama pabrik,

Kesepakatan kerjasama *business to business* antara *supplier* dan *reseller* merupakan perbuatan hukum yang dibuat dengan sengaja ditujukan untuk

⁹³ Mochamad Argent, "Pelaksanaan Kerjasama Konsinyasi Distribution Outlet (Distro) Dengan *Supplier* Di Kabupaten Sleman", *Jurnal Hukum*, 2014, halaman 56, Melalui <http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/9108/bab%20iv.pdf?sequence=6&isAllowed=y>, Diakses 9 Agustus 2023, Pukul 00.21 WIB

⁹⁴ *Ibid.*, halaman 57.

⁹⁵ *Ibid.*,

menimbulkan akibat hukum, yaitu akibat-akibat yang diatur oleh hukum. Dalam Kesepakatan kerjasama *Business to business* terdapat dua pihak yaitu *supplier* dan *reseller*. Kesepakatan ini dibuat oleh *supplier* dan *reseller*, hubungan para pihak adalah melakukan kesepakatan penyuplaian barang atau produk untuk *reseller*. Hubungan hukum antara *supplier* dan *reseller* timbul, berkaitan dengan *supplier* bersedia memasok barang atau produk kepada *reseller* dalam konteks mengembangkan, meningkatkan dan mendapatkan keuntungan sebagai upaya pencapaian tujuan bisnis antara *supplier* dengan *reseller* sesuai dengan parameter yang telah disepakati, serta *reseller* melakukan kewajibannya sebagai tempat penjualan atau pendistribusian dan melakukan pembayaran setiap pengiraman atau barang atau produk yang telah laku terjual dengan disertai laporan penjualan bulanan yang dilakukan atas penyelesaian kewajiban atas pekerjaan pihak *reseller*. Hubungan tersebut merupakan hubungan hukum yang menimbulkan akibat hukum bagi para pihak yang membuat kontrak.⁹⁶

Dalam pasal 1338 ayat 1 KUHPerdara dapat dipandang sebagai suatu syarat atau tuntutan kepastian hukum (janji itu mengikat) maka dalam pasal 1338 ayat 1 KUHPerdara harus kita pandang sebagai tuntutan keadilan dalam kesepakatan yang dibuat secara sah yang berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Kesepakatan *business to business* dapat dipaksakan berlaku melalui pengadilan dalam hal terjadi perselisihan atau perbedaan penafsiran diantara para pihak terhadap isi kesepakatan yang telah disepakati bersama tetapi sebelum melalui pengadilan, penyelesaian perselisihan dilakukan

⁹⁶ *Ibid.*, halaman 57.

secara musyawarah terlebih dahulu oleh para pihak yang mengikatkan diri dalam kesepakatan bilapun cara musyawarah tidak efektif, maka dapat dipaksakan berlaku melalui pengadilan.⁹⁷

Dari uraian mengenai akibat hukum terhadap hubungan dalam suatu kesepakatan, dapat dikemukakan mengenai kesepakatan kerjasama *business to business* dikaitkan dengan fungsi kesepakatan yaitu bisnis ke bisnis artinya proses bisnis antara penjual dengan penjual atau produsen dengan produsen atau produsen dengan grosir, pedagang, agen. Mereka dapat melakukan proses bisnis, mulai dari promosi, penawaran, dan permintaan produk, tanya jawab antara sesama pelaku usaha. Pada umumnya produk yang sampai ke tangan konsumen telah melalui tahap kegiatan perdagangan yang panjang mulai dari produsen pembuat (pabrik), distributor, pengecer, hingga ke konsumen. Masing masing pihak merupakan unit-unit kegiatan perdagangan dengan peranan tersendiri. Semua pihak yang terkait dalam pembuatan suatu produk hingga sampai ke tangan konsumen disebut dengan pelaku usaha (produsen).⁹⁸

Pada kegiatan *business to business* biasanya diartikan sebagai suatu hubungan hukum dimana seorang atau pihak *supplier* diberi kuasa bertindak untuk dan atas nama orang atau pihak pabrik untuk melaksanakan suatu transaksi dengan pihak lain. *Supplier* yang demikian dapat disebut juga sebagai perwakilan dagang dalam konteks perdagangan internasional yang mempunyai perwakilan dagang di suatu daerah tertentu. *Reseller* yang bertindak untuk dan atas namanya

⁹⁷ *Ibid.*, halaman 59.

⁹⁸ Adi Djoko Guritno, "Pengantar Manajemen Rantai Pasokan (*Supply Chain Management*), *Jurnal Manajemen Rantai Pasokan*, Halaman 17, Melalui <https://pustaka.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdfmk/EKMA437102-M1.pdf>, Diakses 19 Juli 2023 Pukul 00:14 WIB

sendiri. *Reseller* menanggung sendiri segala resiko usaha yang dilakukannya. Oleh karena itu, biasanya dalam kesepakatan distributor, secara tegas dan jelas akan ditetapkan bahwa distributor melakukan usaha untuk dan atas namanya sendiri, bukan untuk dan atas nama pabrik.⁹⁹

Kontrak kerjasama antara pabrik dan *supplier* sebenarnya merupakan kesepakatan tertulis dan interaksi bisnis. Kontrak yang dilakukan ialah kontrak kerjasama distribusi, keagenan serta penitipan jual beli yang dimodifikasi lalu digabungkan berdasarkan asas kebebasan berkontrak yang diatur dalam peraturan perundang-undangan yang ada, dalam hal ini Pasal 1338 KUHPerdara Indonesia.¹⁰⁰ Dibeberapa kasus, kontrak antara *reseller* dan *supplier* merupakan kesepakatan tidak tertulis atau disebut juga kesepakatan lisan, Kesepakatan tidak tertulis merupakan kesepakatan yang sah sebagaimana dalam kajian hukum perdata selama dibuat tidak bertentangan dengan Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Keberadaan kesepakatan tidak tertulis melekat pada prinsip kebebasan para pihak yang membentuk dan melaksanakan kesepakatan sebagaimana dalam asas kebebasan berkontrak serta didukung pula pelaksanaannya pada asas-asas hukum kesepakatan lainnya.¹⁰¹

Kesepakatan tidak tertulis memiliki keunggulan dan kelemahan. Keunggulan kesepakatan tertulis lebih kepada efisien waktu dalam membentuk

⁹⁹ Eliga Candra Bintara, "Tinjauan Hukum Pelaksanaan Penjualan Konsinyasi Antara Distributor Outlet Dengan *Supplier*", *Jurnal Hukum*, Vol. 23. Halaman 6. Melalui <https://eprints.ums.ac.id/69700/9/Naskah%20Publikasi-23.pdf> Diakses 8 Agustus 2023, Pukul 23.01 WIB

¹⁰⁰ *Ibid.*,

¹⁰¹ I Wayan Agus Vinjayantera, "Kajian Hukum Perdata Penggunaan Perjanjian Tidak Tertulis Dalam Kegiatan Bisnis", *Jurnal Komunikasi Hukum*, Vol. 6 No.1, Halaman 115, Melalui <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/jkh/article/view/23445>, Diakses 8 Agustus 2023, Pukul 23.16 WIB

dan melaksanakan kesepakatan serta adanya kepercayaan dalam membentuk dan melaksanakan kesepakatan. Kelemahan kesepakatan tidak tertulis terletak pada risikoterjadinya sengketa yakni terkait pembuktian segala hal yang telah disepakati.¹⁰²

Seorang *reseller* yang memakai atau mengolah produk dapat memperolehnya dari *supplier*/pabrik dengan cara membeli. Ada tiga tahapan transaksi yang dapat dilakukan antara pelaku usaha dan konsumen untuk memperoleh suatu produk, yaitu sebagai berikut¹⁰³

Pratransaksi, yaitu tahap sebelum adanya kesepakatan/transaksi antara pelaku usaha, yaitu keadaan-keadaan atau peristiwa-peristiwa yang terjadi sebelum *reseller* memutuskan untuk membeli dan memakai produk yang diedarkan *customer*. Pada tahap pratransaksi, *reseller/customer* berhak untuk mencari informasi mengenai kebutuhannya, antara lain syarat-syarat yang perlu dipenuhi/disediakan, harga, komposisi, kegunaan (khasiat/manfaat), keunggulannya dibanding produk lain yang sejenis, cara pemakai/penggunaan, dan sebagainya. Informasi ini dapat diperoleh langsung dari pelaku usaha atau melalui sarana lain yang dikeluarkan oleh pelaku usaha, seperti brosur, iklan, dan lain-lain.¹⁰⁴

Merujuk pada ketentuan Pasal 1320 dan Pasal 1321 KUHPerdara, kesepakatan yang dibuat atas kesepakatan para pihak, sedangkan kesepakatan dianggap tidak sah (cacat) jika mengandung unsur paksaan, kekhilafan, dan

¹⁰² *Ibid.*, Halaman 113

¹⁰³ Nel Arianty, dkk. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Medan: Perdana Publishing. Halaman 54.

¹⁰⁴ *Ibid.*,

penipuan (dan penyalahgunaan keadaan, menurut perkembangan yurisprudensi). Karena itu, berkaitan dengan pemberian informasi, produsen penjual haruslah memberikan keterangan yang benar, jujur, dan sesungguhnya tentang produk yang dijualnya sehingga konsumen pembeli tidak terperdaya atau tertipu.¹⁰⁵

Transaksi, yaitu setelah calon *reseller* memperoleh informasi yang cukup mengenai kebutuhannya, disini *customer* mempergunakan salah satu haknya, yaitu hak untuk memilih (menentukan pilihan). Apabila konsumen sudah menyatakan persetujuannya, pada saat itu lahirlah kesepakatan, sebab penawaran pelaku usaha telah mendapat jawaban didalam penerimaan dari *reseller*. Menurut hukum perdata, kesepakatan lahir karena bertemunya penawaran (*offer*) dengan penerimaan (*acceptance*), sebab kedua-duanya adalah sama-sama pernyataan kehendak. Pada tahap inilah disepakati apa yang menjadi hak dan kewajiban para pihak, termasuk cara-cara pemenuhannya dan dari kedua belah pihak lahir hubungan hukum yang menimbulkan beban kontraktual yang harus memenuhi hak dan kewajiban. Mengikuti kesepakatan yang sudah tercapai antara pelaku usaha dan *customer* maka kemudian dapat dibuat kesepakatan tertulis yang artinya, mereka menuliskan/menuangkan kesepakatannya didalam sebuah kontrak. Jika kesepakatan itu telah dituangkan dalam bentuk tertulis (kontrak) dan ditandatangani oleh para pihak, berlakulah ia sebagai alat bukti yang kuat, yaitu membuktikan hak dan kewajiban para pihak. Dalam menyelenggarakan transaksi, *reseller*/konsumen hendaknya dibiasakan memberi/ menerima tanda bukti pembelian berupa secarik kertas yang didalamnya ditulis dengan jelas mengenai

¹⁰⁵ *Ibid.*,

jenis barang yang dibeli dan harganya serta keterangan lain yang perlu. Hal ini perlu untuk menghindari kemungkinan perselisihan di kemudian hari. Pemberian/penerimaan tanda bukti suatu ketika dapat menguntungkan kedua belah pihak.¹⁰⁶

Purna transaksi yang sudah dibuat antara sesama pelaku usaha tentunya masih harus direalisasikan, yaitu diikuti pemenuhan hak dan kewajiban diantara mereka sesuai dengan isi kesepakatan yang dibuat. Artinya, tahap pengikatan perjanjian sebenarnya dimaksudkan oleh para pihak. Sebab menurut sifatnya kesepakatan jual beli adalah kesepakatan obligatoir. Dalam kesepakatan jual beli misalnya, yang diharapkan oleh para pihak adalah bahwa penjual memenuhi kewajibannya untuk menyerahkan kebendaan yang dijual kepada pembeli dan sebaliknya pembeli membayar sejumlah harga. Kewajiban yang harus dilaksanakan oleh para pihak didalam kesepakatan itulah yang dinamakan prestasi. Jika salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya dengan baik sesuai dengan kesepakatan, pihak tersebut dikatakan berada dalam keadaan melanggar kesepakatan yang kemudian menimbulkan hak bagi pihak lawan untuk mengajukan tuntutan.¹⁰⁷

Pada proses tahap pelaksanaan kesepakatan, yang sangat penting diperhatikan adalah masalah masalah penafsiran kesepakatan. Tidak selamanya kesepakatan dilaksanakan sama seperti yang dikehendaki oleh para pihak. Ada kalanya terkadang terdapat perbedaan pendapat (maksud) di antara para pihak mengenai istilah yang dipakai didalam kesepakatan. Artinya, ada perbedaan

¹⁰⁶ *Ibid.*,

¹⁰⁷ *Ibid.*,

penafsiran oleh para pihak atas kesepakatan itu. Kalau hal demikian timbul, besar kemungkinan pemenuhan hak dan kewajiban sebagaimana dimaksudkan dalam kesepakatan akan menghadapi kendala, yang pada akhirnya akan melahirkan konflik. Sehubungan dengan transaksi antara sesama pelaku usaha. Beberapa hal yang potensial melahirkan konflik adalah kualitas dan kegunaan produk (antara informasi dan faktanya), harga dan hak-hak *customer* setelah kesepakatan.¹⁰⁸

Motif pelanggan *business to business* (*patronage motives*) yang mendorong pembeli senang membeli produk pada perusahaan atau penyalur tertentu. Pertimbangan yang penting dalam motif untuk pembelian tersebut adalah:¹⁰⁹

- a. Dapat dipercayainya perusahaan atau penyalur tersebut (*reability of supplier*), biasanya pelanggan *business to business* memiliki hubungan dalam jangka waktu yang lama.
- b. Ketepatan waktu penyerahan produk barang atau jasa yang dibeli (*punctuality in delivery*), karena dalam proses *business to business* biasanya perusahaan yang sebagai konsumen akan mengolah kembali produknya.
- c. Dapat memenuhi spesifikasi yang diminta dari produk yang dibutuhkan (*exact fulfilment of specification requested*).
- d. Tersedianya beberapa pilihan atas produk yang ditawarkan (*variety of selection*).

¹⁰⁸ *Ibid.*,

¹⁰⁹ Sofjan Assauri. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Depok: Raja Grafindo Persada.

- e. Ketergantungan pelayanan perbaikan dari penyalur (*dependability of repair service*), seperti jaminan atas pelayanan purna penjualan (*after sales service*) untuk menjaga kelangsungan pemakai produk yang akan dibeli.
- f. Biaya produksi yang lebih murah (*lowest cost of production*), karena biasanya pelanggan *business to business* membeli dengan jumlah yang tidak sedikit.
- g. Produk yang dibeli dapat diharapkan menghasilkan produk jadi yang dapat cepat dijual (*salability*), karena biasanya pelanggan *business to business* membeli produk baku.¹¹⁰

Dalam rangka untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi perusahaan, ada upaya membangun kepercayaan adalah suatu prasyarat dalam menyehatkan dan menyelamatkan hubungan jangka panjang. Dalama wawasan pemasaran, perlu adanya upaya membangun kepercayaan dan kredibilitas perusahaan dimana perlu adanya keharusan untuk melakukan pengidentifikasian atas beberapa dimensi yang penting agar dapat dijaga kepercayaan antar perusahaan. Hubungan diantara agen dan kliennya, dapat dilihat dalam temuan dibawah ini:¹¹¹

- a. Pada hubungan tahap formasi, satu partner yang berpengalaman nyata akan berpengaruh untuk suatu pertumbuhan pasar yang nyata. Sebagai contoh, sebuah manufaktur yang mmempunyai kapitalisasi dalam teknik produksi masif, tentunya telah dapat meningkatkan pentingnya jumlah media advertensi masif.

¹¹⁰ *Ibid.*,

¹¹¹ Sofjan Assauri. 2018. *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok: Rajawali Pers, halaman

- b. Terdapatnya suatu hubungan asimetri informasi diantara partner, terutama didalam meningkatkan hubungan yang telah menghasilkan profit, dari pada bila partner yang melakukan pelanggaran area perusahaan lainnya.
- c. Setidak-tidaknya terdapat satu partner yang mempunyai hambatan yang tinggi untuk *entry* yang akan menghalangi partner lainnya untuk masuknya ke bisnis. Agen advertensi tidak dapat dengan mudah untuk menjadikan manufaktur nasional untuk beberapa tahun, sehingga dapat dipilih untuk dapat menerima komisi media.
- d. Terdapat ketergantungan yang asimetris, seperti satu partner dapat lebih mampu untuk mengendalikan atau mempengaruhi perilaku yang lain. Agen advertensi biasanya telah dapat mengendalikan melalui akses media.
- e. Ada satu manfaat yang diperoleh partner dari skala ekonomis serta suatu hubungan. Agen advertensi mendapatkan manfaat itu melalui pemberian informasi yang sama dari keberagaman klien.¹¹²

Dalam hal ini, suatu riset telah mendapatkan hubungan pembeli dan pemasok yang berbeda menurut faktor yaitu tentang ketersediaan alternatif, pentingnya pasokan, kerumitan pasokan, dan dinamisnya pasar pasokan. Dengan dasar keempat faktor tersebut, maka terdapat delapan kategori yang berbeda, yaitu sebagai berikut:¹¹³

¹¹² *Ibid.*,

¹¹³ *Ibid.*, halaman 166.

- a. Hubungan pembeli dan pemasok dengan dasar yang sederhana. Ini merupakan pertukaran rutin dengan tingkat kerja sama atau kooperasi dan informasi pertukaran.
- b. Hubungan tentang nyata sederhana yang merupakan hubungan yang membutuhkan lebih banyak adaptasi penjual, dan kurang menekankan pada kerja sama dan pertukaran informasi.
- c. Transaksi kontraktual, dengan pertukaran yang dirumuskan atas dasar kontrak formal dan umumnya mempunyai tingkat kepercayaan yang rendah, kerjasama dan transaksi.
- d. Pemasok pelanggan, umumnya berupa keadaan pasokan yang biasa dan persaingan.
- e. Sistem kerja sama, dimana partner dengan sistem kerja sama yang menyatu dalam cara operasional.
- f. Kolaboratif, dengan menekankan pada pertukaran kolaboratif, lebih terpercaya dan terdapat komitmen yang terarah pada partnership yang sebenarnya.
- g. Adaptif yang mutually, dimana pembeli dan penjual membuat banyak hubungan adaptai khusus tanpa menekankan pencapaian kepercayaan yang kuat atau kerja sama.
- h. Pelanggan adalah raja, dimana hubungan yang dilakukan sangat dekat dengan kerja sama, penjual menerima permintaan untuk pemenuhan

kebutuhan pelanggan, tanpa mengharapkan adaptasi atau perubahan dalam apa yang dipertukarkan.¹¹⁴

Pada hal jumlah pelanggan yang lebih sedikit dan kekuatan serta pentingnya pelanggan-pelanggan yang besar, mengamati adanya hubungan yang dekat antara pelanggan dan pemasok dalam pasar bisnis. Pemasok sering berharap dapat menyesuaikan penawaran mereka dengan kebutuhan masing-masing pelanggan bisnis. Kontrak akan beralih pada pemasok yang bekerja sama dengan pembeli berkenan dengan spesifikasi teknis dan persyaratan pengiriman.¹¹⁵

Hubungan dengan pemasok yang dilakukan dapat membantu perusahaan perusahaan dalam menumbuhkan laba dan dalam pencapaian positioning perusahaan itu. Sebagai contoh, perusahaan *Xerox* yang bekerja dengan meningkatkan hubungan yang dekat dengan para pemasok-pemasoknya. Upaya ini untuk mengembangkan proses kustomisasi dan biaya komponen-komponen pengglas dalam manufakturnya dapat menurun. Hasilnya adalah pemasok telah dapat menerima peningkatan hasil penjualan dan jaminan volume, dimana suatu pencapaian dapat dimengerti, terutama bagi pemenuhan kebutuhan pelanggan dan terdapatnya posisi yang kuat bagi *Xerox* untuk penjualan mendatang.¹¹⁶

Investasi yang spesifik juga berdampak pada resiko yang dapat dipertimbangkan untuk kedua-duanya, baik pelanggan maupun pemasok. Bagaimanapun pemasok mungkin juga berkewajiban untuk mengerjakan suatu

¹¹⁴ *Ibid.*,

¹¹⁵ Thamrin Abdullah, Francis Tantri. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Raja Grafindo Persada. Halaman 138.

¹¹⁶ Sofjan Assauri, *Loc.Cit.*, Halaman 166.

kegiatan yang sebenarnya ada diluar kontrak. Akan tetapi, sebagai partner dalam staf teknis internal manufaktur peralatan original, dapat saja menggunakan perhitungan desain yang terkait. Dengan digunakannya pertukaran informasi yang terinci dan sering dikoordinasikan berdasarkan desainnya bagi penyusunan perubahan pengerjaan, maka kemungkinan hasilnya dapat melebihi kontrak. Interaksi ini akan dapat mengurangi biaya dan meningkatkan kualitas, dengan perbaikan dan cepat tanggapnya perusahaan terhadap perubahan di pasar.¹¹⁷

2. Hak dan Kewajiban Para Pelaku Usaha Dalam Sistem Business To Business

Pada hubungan hukum tersebut ada hak dan kewajiban masing-masing pihak. Seperti transaksi pada umumnya dalam melibatkan dua pihak diantaranya penjual dan pembeli, masing-masing dari pelaku transaksi memiliki hak dan kewajiban yang harusnya dilaksanakan dengan penuh kesadaran.¹¹⁸

Pada umumnya hak-hak *supplier* sehubungan dengan penyelenggaraan kesepakatan *business to business* berupa mendapatkan pembayaran pada setiap pengiriman atas barang atau produknya yang telah dikirimkan kepada *reseller*. Lalu kewajiban *supplier* berupa memasok barang atau produk kepada *reseller*, dengan jumlah nilai yang telah disepakati, dalam pengiriman barang atau produk *supplier* harus menyertakan laporan pengiriman barang yang berisi barang atau

¹¹⁷ Munir Fuady. 2017. *Pengantar Hukum Bisnis: Menata Bisnis Modern di Era Global*. Bandung: Citra Aditya Bakti, halaman 409

¹¹⁸ *Ibid.*,

produk apa bentuknya, berapa jumlah, berapa nominalnya dan juga harus harga barang atau produk tersebut.¹¹⁹

Kemudian *reseller* pada umumnya memiliki hak berupa mendapatkan pasokan barang atau produk dari *supplier* untuk didistribusikan dan menjualkan barang atau produk tersebut, dalam melakukan segala bentuk promosi mendapatkan bantuan oleh *supplier*, mendapatkan keuntungan dari penjualan dari barang atau produk dengan cara memotong beberapa persen hasil penjualan sesuai dengan apa yang diperjanjikan didalam kesepakatan. Lalu kewajiban *reseller* berupa pihak *reseller* harus menjual dan mendistribusikan barang atau produk, lalu wajib melakukan pembayaran atas segala barang atau produk *supplier* yang telah terjual pada setiap bulannya disertai dengan membuat laporan.¹²⁰

Oleh karena hubungan *business to business* didasarkan pada kesepakatan, maka pada umumnya komisi yang menjadi hak *supplier* ditentukan secara eksplisit dalam kesepakatan *business to business*. Namun demikian, bila kesepakatan tidak mengatur secara eksplisit hakim dapat menetapkan besarnya komisi bagi agen yang telah melakukan kegiatan bisnis to bismis. Selain itu, agen berhak pula untuk meminta pembayaran kembali (*reimbursement*) semua biaya dan pengeluaran-pengeluaran yang ia lakukan sehubungan dengan pelaksanaan pekerjaan keagenan untuk kepentingan prinsipalnya¹²¹.

¹¹⁹ Ezra Ridel Moniung, "Perjanjian Keagenan dan Distributor Dalam Perspektif Hukum Perdata", *Jurnal Lex Privatum*, Vol. III, <https://media.neliti.com/media/publications/155377-ID-perjanjian-keagenan-dan-distributor-dala.pdf>, Halaman 124, Diakses Pada 14 Agustus 2023 Pukul 23.20 WIB.

¹²⁰ *Ibid.*,

¹²¹ *Ibid.*,

Hal yang paling menonjol sehubungan dengan hak-hak produsen adalah hak-hak yang muncul sebagai konsekuensi dari pelaksanaan *fiduciary duties* dari agen yang mengakibatkan *fiduciary rights* dari prinsipal. Kewajiban-kewajiban *supplier* untuk menghindari benturan kepentingan dengan kepentingan pabrik (*avoiding the conflict of interest*), tidak boleh mengambil keuntungan secara rahasia dari jasa distributor (*non secret profit making*), tidak boleh menerima suap (*no bribe taking*) dan memelihara pembukuan terpisah (*ditty to separate account*) dengan harta kekayaan pabrik, menimbulkan hak pabrik pada sisi yang lain.¹²²

Praktik hubungan *business to business* dapat diakhiri dengan cara kesepakatan timbal balik oleh kedua belah pihak, berakhir karena adanya sebab sebab hukum, atau berakhir karena adanya pembatalan secara sepihak baik oleh *supplier* maupun oleh *reseller*.

Kesepakatan pengakhiran, hubungan keagenan barangkali dilakukan selama waktu tertentu dengan jangka waktu ditentukan dalam kesepakatan keagenan atau selama waktu tidak tertentu karena kesepakatan keagenan tidak menentukan batas waktu. Baik hubungan keagenan untuk suatu jangka waktu tertentu maupun hubungan keagenan untuk jangka waktu tidak tertentu, secara hukum dapat berakhir dengan cara kesepakatan. Pabrik atau *supplier* bersama-sama dengan *reseller* membuat suatu kesepakatan tertulis bahwa kesepakatan keagenan dinyatakan batal dan hubungan hukum keagenan antara *supplier* dengan *reseller* dinyatakan berakhir dan berlaku efektif sejak tanggal kesepakatan pembatalan. Kesepakatan tentang pengakhiran hubungan distribusi dapat pula

¹²² *Ibid.*, halaman 131 .

dilakukan dalam hal hubungan distribusi didasarkan pada surat penunjukan unilateral yang mencantumkan kata-kata tidak dapat ditarik kembali" (*irrevocable*). Surat penunjukan yang bersifat *irrevocable* tidak memungkinkan produsen melakukan pembatalan sepihak, dan kekuatan hukumnya sama dengan kesepakatan, sehingga pembatalan hubungan distribusi yang didasarkan pada surat penunjukan *irrevocable* tersebut hanya dapat dilakukan dengan cara kesepakatan timbal balik (*mutual consent*).¹²³

Menurut Permendag, kesepakatan yang masih berlaku dapat diakhiri sebelum masa kesepakatan apabila perusahaan dibubarkan, perusahaan berhenti melakukan kegiatan usahanya, bangkrut/pailit, atau disepekatkan kedua belah pihak.¹²⁴

Berakhirnya karena alasan hukum, Pada umumnya ada empat alasan hukum yang menyebabkan hubungan keagenan berakhir, yaitu halangan terhadap objek keagenan (*frustration*), kematian, sakit ingatan (*insanity*), dan terjadinya kepailitan (*bankruptcy*).¹²⁵

Terakhir ialah pembatalan sepihak Kesepakatan *business to business* yang dibatalkan secara sepihak akan menimbulkan dua konsekuensi hukum yaitu apabila pembatalan dilakukan oleh *reseller*, maka aktivitas *reseller* secara efektif berhenti atau berakhir dengan tidak adanya tunjutan dari *reseller* atas *reimbursement* atau *success fee commission*. Namun demikian, pihak *supplier* dapat saja meminta pengembalian atas biaya-biaya yang telah diberikan kepada

¹²³ *Ibid.*,

¹²⁴ Yonfen Hendri, *Op.Cit.*,

¹²⁵ *Ibid.*,

reseller sebagai *operational costs*, oleh karena agen tidak melaksanakan pekerjaan keagenan. Sementara itu, apabila pembatalan dilakukan oleh prinsipal maka agen dapat mengajukan tuntutan kepada produsen/*supplier* baik atas pembayaran kembali semua biaya-biaya dan pengeluaran-pengeluaran yang dilakukan oleh agen sehubungan dengan pekerjaan keagenan maupun atas komisi yang diharapkan menjadi keuntungan bagi *reseller*.¹²⁶

C. Perlindungan Hukum Pelaku Usaha Dalam Sistem *Business to business*

Perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan terhadap subyek hukum dalam bentuk perangkat hukum yang baik yang bersifat preventif maupun represif, baik yang tertulis maupun tidak tertulis¹²⁷. Dengan kata lain perlindungan hukum sebagai suatu gambaran dari fungsi hukum, yaitu konsep dimana hukum dapat memberikan suatu keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan dan kedamaian. Jadi dapat disimpulkan pengertian perlindungan hukum pada hakikatnya hukum memberi kedamaian yang intinya adalah keadilan, dan keadilan yang diberikan oleh hukum tergantung hukum mana yang diatur oleh hukum tersebut.¹²⁸

Hukum memegang peranan penting dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Dikarenakan hukum berfungsi mengatur setiap hal agar seluruhnya berjalan lancar, tetib dan sesuai aturan. Sehingga supremasi hukum harus ditegakkan. Setiap warga negara berhak atas pengakuan,berhak atas jaminan

¹²⁶ *Ibid.*,

¹²⁷ Zenia Almaida, "Perlindungan Hukum Preventif Dan Represif Bagi Pengguna Uang Eletronik Dalam Melakukan Transaksi Tol Non Tunai", *Private Law*, Vol. 9 No. 1,2021, Halaman 222

¹²⁸ *Ibid.*,

perlindungan dan kepastian hukum. Serta setiap warga negara berhak memiliki perlakuan yang sama di mata hukum. Hal ini telah jelas tertuang pada Pasal 28D Ayat 1 UUD 1945.

Terkait dengan sistem *business to business*, pada dasarnya akan mencakup kontrak, berawal dari perbedaan atau ketidaksamaan kepentingan diantara para pihak lalu menciptakan bentuk kesepakatan yang diinginkan melalui proses tawar menawar. Pada kontrak perbedaan tersebut diakomodasi dan selanjutnya dibingkai dengan hukum.¹²⁹

Perumusan hubungan kerjasama melalui negosiasi, para pihak berupaya menciptakan bentuk bentuk kesepakatan untuk saling mempertemukan sesuatu yang diinginkan melalui proses tawar menawar.¹³⁰ Objek dalam kesepakatan ini berupa barang bergerak, sesuai dengan pasal 1332 KUHPerdara menyatakan "Hanya barang - barang yang dapat diperdagangkan saja yang dapat menjadi pokok - pokok kesepakatan". Selanjutnya Pasal 1333 KUH Perdata "Barang yang menjadi objek suatu kesepakatan harus tertentu, setidaknya-tidaknya harus ditentukan jenisnya, sedangkan jumlahnya tidak perlu ditentukan asalkan saja kemudian dapat dihitung atau ditentukan". Melalui kesepakatan/kontrak muncul sebuah perikatan atau hubungan hukum. Hal ini menimbulkan hak dan kewajiban pada masing masing pihak yang membuat kesepakatan/kontrak. Pada prinsipnya,

¹²⁹ Agus Yudha Hernoko, *Op. Cit.*, Halaman 1

¹³⁰ *Ibid.*,

kesepakatan/kontrak akan berlaku sebagai undang undang bagi para pembuatnya. Hal tersebut berdasarkan Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdata.¹³¹

Kesepakatan kerjasama antara *supplier* dan *reseller* tidak diatur secara khusus didalam KUHPerdata, lahirnya kesepakatan ini berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak untuk mengadakan kesepakatan, serta berdasarkan mengadakan kesepakatan. Dari kesepakatan maka timbullah persetujuan antara para pihak dan lahirlah perikatan antara pelaku usaha, dan apabila suatu perikatan tidak dipenuhi maka sesuai dengan Pasal 1243 KUHPerdata " Penggantian biaya, kerugian dan bunga karena tak dipenuhinya suatu perikatan mulai diwajibkan, bila debitur, walaupun telah dinyatakan Ialai, tetap Ialai untuk memenuhi perikatan itu, atau jika sesuatu yang harus diberikan atau dilakukannya hanya dapat diberikan atau dilakukannya dalam waktu yang melampaui waktu yang telah ditentukan."¹³²

Hukum kesepakatan atau kontrak yang dianut di Indonesia bersifat terbuka. Artinya, ada pemberian kebebasan yang seluas-luasnya kepada siapa pun untuk membuat kesepakatan dengan isi dan sifatnya sesuai yang dikehendaki, asalkan tidak melanggar undang undang, ketertiban umum, dan kesusilaan. Selain itu, kesepakatan merupakan hukum pelengkap maksudnya, para pihak yang membuat kesepakatan boleh membuat atau mengatur ketentuan-ketentuan sendiri tentang isi dari kesepakatannya dengan ketentuan

¹³² Yunirman Rijan, Ira Koesoemawati. 2009. *Cara Mudah Membuat Surat Perjanjian atau Kontrak dan Surat Penting Lainnya*. Depok: Raih Asa Sukses. halaman. 6.

apabila tidak diatur dalam kesepakatan tersebut, yang berlaku adalah pasal-pasal tentang Kesepakatan yang ada di dalam KUHPerdara.¹³³

Suatu kesepakatan kerjasama terjadi melalui atau dengan perantara pernyataan kehendak dari orang atau pihak yang bertindak, yang ditujukan pada timbulnya akibat hukum atau karena pihak yang bertindak memunculkan kepercayaan pada pihak lain bahwa kehendaknya itu tertuju pada terjadinya kesepakatan. Pernyataan kehendak dari orang yang bertindak mencakup penawaran dan penerimaan sebelum ditutupnya kesepakatan. Satu momen penting dalam proses pembentukan atau penutupan kesepakatan adalah perjumpaan kehendak, saling bertautnya masing masing pernyataan kehendak dan adanya hubungan timbal balik sebagaimana dipahami oleh mereka masing-masing.¹³⁴

Menurut Sudargo Gautama yang dikutip oleh Niru, kesepakatan atau persetujuan kehendak itu merupakan hal yang paling penting dalam pembuatan kesepakatan kerjasama, dengan adanya kata sepakat untuk mengadakan kerjasama diantara para pihak, maka pada saat itu juga telah terjadi persetujuan atas pernyataan kehendak dari masing-masing pihak (*overeenstemende wilsverklaring*) yaitu berupa pernyataan pihak yang menawarkan dimana tawaran (*offeree*), serta pernyataan pihak yang menerima tawaran dinamakan akseptasi.¹³⁵

¹³³ *Ibid.*, halaman 6.

¹³⁴ *Ibid.*,

¹³⁵ Niru Anita Sinaga, "Implementasi Hak dan Kewajiban Para Pihak Dalam Hukum Perjanjian", *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*, Vol. 10 No. 1, Halaman 5, Melalui

Kesepakatan Kerjasama antara sesama pelaku usaha dalam sebuah kontrak tertulis yang mengatur tentang segala hal yang berkaitan dengan hak dan kewajiban dalam pelaksanaan kegiatan usaha. Hal ini harus ditaati dan dipatuhi oleh kedua pihak karena di dalam Pasal 1338 KUHPerdara diterangkan bahwa bila segala kesepakatan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya, dan ketentuan dari Pasal 1338 KUHPerdara ini diperkuat oleh Pasal 1339 KUHPerdara, yaitu ikatan-ikatan tidak hanya mengikat untuk hal-hal yang secara nyata ditegaskan, melainkan pula untuk segala hal yang wajib dilakukan berdasarkan kepatutan,kebiasaan/undang-undang. Kontrak antara kedua belahpihak inipun tidak begitu saja akan mudah dilaksanakan bila kedua belah pihak tidak melakukan kewajiban mereka masing-masing.¹³⁶

Pada praktik kesepakatan *business to business*, antara *reseller* dengan *supplier* pada sistem *business to business* terdapat hal-hal yang dikecualikan yaitu kesepakatan dalam rangka distribusi yang isinya tidak memuat ketentuan untuk memasok kembali barang dan/atau jasa dengan harga yang lebih rendah dari harga yang telah diperjanjikan.¹³⁷

Ketika adanya kesepakatan dan perlindungan antara suplier dan *reseller* telah dimuat didalam KUHPerdara dalam Buku III mengenai perikatan, misalnya dalam pasal 1266, pasal 1338, dan Pasal 1365. Pada pasal 1266 berbunyi “Syarat batal dianggap selalu dicantumkan dalam persetujuan yang timbal-balik,

<https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jihd/article/download/> Diakses 19 Juli 2023 Pukul 01.24 WIB.

¹³⁶ Yunirman Rijan, *Loc.Cit.*,

¹³⁷ Ezra Ridel Moniung, *Loc.Cit.*,

andaikata salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya. Dalam hal demikian persetujuan tidak batal demi hukum, tetapi pembatalan harus dimintakan kepada pengadilan. Permintaan ini juga harus dilakukan, meskipun syarat batal mengenai tidak dipenuhinya kewajiban dinyatakan di dalam persetujuan. Jika syarat batal tidak dinyatakan dalam persetujuan, maka hakim dengan melihat keadaan, atas permintaan tergugat, leluasa memberikan suatu jangka.waktu untuk memenuhi kewajiban, tetapi jangka waktu itu tidak boleh lebih dari satu bulan.”, pasal 1338 yang berbunyi “Semua persetujuan yang dibuat sesuai dengan undang-undang berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Persetujuan itu tidak dapat ditarik kembali selain dengan kesepakatan kedua belah pihak, atau.karena alasan-alasan yang ditentukan oleh undang-undang. Persetujuan harus dilaksanakan dengan itikad baik.” dan pasal 1365 yang berbunyi “Tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian itu karena kesalahannya untuk mengganti kerugian tersebut.”¹³⁸

Ketika salah satu pelaku usaha tidak mampu melaksanakan kewajibannya sesuai dengan kesepakatan yang ada, maka tindakan itu sepenuhnya dapat dikatakan sebagai melanggar kesepakatan. Melanggar kesepakatan memiliki konsekuensi yang cukup serius bagi *supplier* ataupun *reseller*, hal ini akan menjadi sangat penting jikalau ketentuan tersebut sudah diatur didalam isi kesepakatan, karena pihak yang tidak melakukan kewajibannya (melanggar kesepakatan) secara otomatis akan membayar sejumlah ganti kerugian yang

¹³⁸ *Ibid.*,

dibebankan tanpa melakukan penyelesaian masalah melalui negosiasi terlebih dahulu dan dilakukan secara berulang-ulang ketika para pihak tidak melakukan sesuai kesepakatan.¹³⁹

Sesuai dengan pasal 1243 KUHPERdata terkait kewajiban menggantikan kerugian yang diderita oleh pihak kreditur atau pihak lainnya akibat salah satu pihak¹⁴⁰ "Penggantian biaya, kerugian dan bunga karena tak dipenuhinya suatu perikatan mulai diwajibkan, bila debitur, walaupun telah dinyatakan lalai, tetap lalai untuk memenuhi perikatan itu, atau jika sesuatu yang harus diberikan atau dilakukannya hanya dapat diberikan atau dilakukannya dalam waktu yang melampaui waktu yang telah ditentukan.", atas dasar itu salah satu pihak dinyatakan lalai.¹⁴¹

Mengenai hal itu, melanggar kesepakatan berupa perbuatan seperti pihak *reseller* atau *supplier* sama sekali tidak memenuhi kesepakatan, kesepakatan tidak sempurna, terlambat memenuhi kesepakatan dan melakukan apa yang dalam kesepakatan dilarang untuk dilakukan. Penyelesaian sengketa antara pihak *reseller* dengan *supplier* diatur dalam kontrak kesepakatan kerjasama, diantaranya mengenai kelalaian atau melanggar kesepakatan yang dilakukan oleh salah satu pihak. Bentuk akibat hukum karena kelalaian yang diatur adalah

¹³⁹ Yahman. 2016. *Cara Mudah Memahami Wanprestasi & Penipuan Dalam Hubungan Kontrak Komersial*. Jakarta:Kencana Prenada Media Group. Halaman 7.

¹⁴⁰ Admin BFI melalui <https://www.bfi.co.id/id/wanprestasi-adalah-pengertian-dan-hal-penting-lainnya> 23 06 2023 diakses pada Jumat, 14 Juli 2023. Pukul 14.00 WIB.

¹⁴¹ Yahman, *Op. Cit.*, Halaman 24.

pembatalan kesepakatan, ganti rugi dan bunga serta penyelesaian secara hukum (peradilan).¹⁴²

Apabila salah satu pihak *reseller* atau *supplier* melakukan kelalaian atau melanggar kesepakatan, maka akan mengakibatkan beberapa hal berupa membayar kerugian yang diderita oleh pihak yang dirugikan atau ganti kerugian, terjadinya pembatalan kesepakatan, peralihan resiko. Penyelesaian sengketa antara pihak *reseller* dengan *supplier* diatur dalam kontrak kesepakatan kerjasama *business to business*, diantaranya mengenai kelalaian atau melanggar kesepakatan yang dilakukan oleh salah satu pihak. Bentuk akibat hukum karena kelalaian yang diatur adalah pembatalan kesepakatan, ganti rugi dan bunga serta penyelesaian secara hukum (peradilan).¹⁴³

Pasal 1246 KUHPerdara ditetapkan bahwa: Biaya, rugi dan bunga yang oleh Si berpiutang boleh dituntut akan penggantiannya, terdirilah pada umumnya atas rugi yang telah dideritanya dan untung yang sedianya harus dapat dinikmatinya. Berdasarkan kedua ketentuan di atas, maka dapat ditegaskan bahwa bila dalam kesepakatan jualbeli ternyata debitur melanggar kesepakatan, maka ia dapat dituntut dan dikenakan sanksi membayar ganti rugi yang diderita oleh kreditur yang terdiri tiga unsur yaitu: biaya, rugi, bunga¹⁴⁴.

Berkaitan dengan penerapan sanksi-sanksi yang telah dipaparkan di atas, maka dalam pasal 1267 KUHPerdara ditetapkan bahwa Pihak terhadap siapa

¹⁴² Mochamad Argent, *Loc.Cit.*,

¹⁴³ *Ibid.*,

¹⁴⁴ Fitriani Amas Gulu, "Aspek Hukum Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Berdasarkan KUHPerdara", *Jurnal Hukum*, Halaman 9, Melalui <https://media.neliti.com/media/publications/190660-ID-aspek-hukum-pelaksanaan-perjanjian-jual.pdf> Diakses 19 Juli 2023 Pukul 11:23 WIB

perikatan tidak dipenuhi, dapat memilih apakah ia, jika hal itu masih dapat dilakukan, akan memaksa pihak yang lain untuk memenuhi kesepakatan disertai dengan pengantian biaya, rugi dan bunga.¹⁴⁵

Pasal 1248 KUHPerdara, yang masing-masing pasal ini berbunyi sebagai berikut "Si berutang hanya diwajibkan mengganti biaya rugi dan bunga yang nyata telah atau sedianya harus dapat di duga sewaktu kesepakatan dilahirkan, kecuali jika hal tidak dipenuhinya kesepakatan itu disebabkan karena sesuatu tipu daya yang dilakukan olehnya."

Pasal 1249 KUHPerdara ditetapkan bahwa "Bahkan jika hal tidak dipenuhinya kesepakatan itu disebabkan karena tipu daya si berutang, penggantian biaya rugi dan bunga sekedar mengenai kerugian yang di derita oleh si berpiutang dan keuntungan yang terhitung baginya hanyalah terdiri atas apa yang merupakan akibat langsung dan dipenuhinya kesepakatan."

Kedua ketentuan di atas, dapat diketahui bahwa ganti rugi yang diwajibkan kepada debitur untuk dibayar manakala ia melanggar kesepakatan, hanya meliputi kerugian yang dapat diduga pada saat diadakannya kesepakatan ini dan kerugian yang merupakan akibat langsung dari kelalaian debitur.

Menurut M.Yahya Harahap yang dikutip oleh Suharnoko menjelaskan bahwa sebenarnya lebih memenuhi logika kesepakatan timbal balik seperti pada jual-beli apabila salah satu prestasi gugur, dengan sendirinya prestasi yang lainpun harus. Dengan demikian lebih masuk akal jika barang yang di jual musnah sebelum diserahkan pada pembeli, gugur kewajiban pembeli untuk

¹⁴⁵ *Ibid.*,

membayar harga adalah lebih rasional untuk menentukan resiko dalam jual-beli barang tertentu, tetap berada pada pihak penjual selama barang belum diserahkan pada pembeli.¹⁴⁶

Pengertian kerjasama *business to business* tersebut diatas diatur dalam KUHPerdara pasal 1404 yang berbunyi “Jika si berpiutang menolak pembayaran, maka si berhutang dapat melakukan penawaran pembayaran tunai apa yang diutangkannya, dan jika si berpiutang menolaknya, menitipkan uang atau barangnya kepada pengadilan. Penawaran yang sedemikian, diikuti dengan penitipan, membebaskan si berhutang, dan berlaku baginya sebagai pembayaran, asal penawaran itu telah dilakukan dengan cara menurut undang-undang; sedangkan apa yang dititipkan secara itu tetap atas tanggungan si berpiutang”.¹⁴⁷

Penjelasan Pasal 1404 KUHPerdara diatas, jika kreditur menolak pembayaran debitur, maka debitur dapat melakukan penawaran pembayaran tunaiapayang diutangkannyadan jika kreditur menolaknya, maka debitur menitipkan uang atau barangnya kepada pengadilan, dalam praktek penyusunan permohonan konsinyasi, maka debitur menjadi penggugat dan kreditur menjadi tergugat.¹⁴⁸

Pada kesepakatan *business to business* membuat dan mengatur isi kesepakatan dengan ketentuan pembebanan ganti kerugian serta jumlah nominal yang akan dibayarkan para pihak, bilamana dalam pelaksanaan kesepakatan *business to business* tidak melaksanakan kewajibannya (melanggar kesepakatan)

¹⁴⁶ Suharnoko. 2014. *Hukum Perjanjian Teori dan Analisa Kasus*. Jakarta: Kharisma Putra Utama, halaman 71.

¹⁴⁷ *Ibid.*,

¹⁴⁸ *Ibid.*,

sebagaimana telah diatur didalam misi kesepakatan. Hal ini akan menjadi sangat penting jikalau ketentuan tersebut sudah diatur didalam isi kesepakatan, karena pihak yang tidak melakukan kewajibannya (melanggar kesepakatan) secara otomatis akan membayar sejumlah ganti kerugian yang dibebankan tanpa melakukan penyelesaian masalah melalui negosiasi terlebih dahulu dan dilakukan secara berulang-ulang ketika para pihak melakukan melanggar kesepakatan, terutama *reseller* yang melakukan melanggar kesepakatan kepada *supplier* dapat dijatuhkan sanksi, yaitu berupa membayar kerugian yang dialami *supplier*, pembatalan kesepakatan, peralihan resiko, dan membayar biaya perkara bila sampai diperkarakan secara hukum di pengadilan.¹⁴⁹

Perlindungan hukum represif dapat diperoleh dengan mengajukan gugatan ke pengadilan yang diajukan oleh pihak yang merasa dirugikan oleh pihak lain karena adanya melanggar kesepakatan.¹⁵⁰ Namun dalam menyelesaikan perselisihan yang mungkin timbul antara para pihak maupun dengan pihak ketiga, tidak hanya dapat memilih menyelesaikannya melalui pengadilan saja. Penyelesaian sengketa menurut Permendag pasal 9 dilakukan dengan cara musyawarah untuk mufakat, proses pengadilan melalui pengadilan dan arbitrase.¹⁵¹ Seseorang hakim dalam memeriksa dan mengadili perkara yang diajukan kepadanya, seharusnya mengerti dan memahami berbagai aspek yang menyangkut perkara yang ditangani, baik fakta dan alat buktinya. Selanjutnya,

¹⁴⁹ *Ibid.*,

¹⁵⁰ Yonfen Hendri, *Loc. Cit.*,

¹⁵¹ *Ibid.*,

hakim mencari dan menemukan aturan hukum yang dijadikan dasar untuk memeriksa dan memutuskannya.¹⁵²

¹⁵² Yahman, *Op. Cit.*, Halaman 31.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari pembahasan yang sudah dijelaskan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sistem *business to business* dapat memberikan manfaat bagi para pelaku bisnis karena dengan melakukan negosiasi dan menimbulkan persetujuan dari para pihak maka lahirlah sebuah kesepakatan yang telah disepakati, yang menyerupai kontrak kerjasama distribusi, keagenan, penitipan dan jual beli yang dimodifikasi dan dikomparasikan dalam suatu kebebasan berkontrak merupakan kesepakatan tertulis dari interaksi bisnis. Tentang kontrak kerjasama *business to business* dengan pola kesepakatan titip jual *supplier* kesepakatan kerjasama merupakan jenis kesepakatan yang banyak digunakan dalam praktek kegiatan komersil, tidak ada ketentuan khusus yang mengatur tentang kesepakatan kerjasama jenis kesepakatan ini lahir dan berkembang dalam praktek bisnis, dan bertumpu pada prinsip kebebasan berkontrak. Dengan keberadaan sistem *business to business*, kebutuhan antara pelaku usaha lebih mudah untuk didapatkan dan antara sesama pelaku usaha juga lebih menguntungkan dan efisien.
2. Di dalam hubungan hukum tersebut ada hak dan kewajiban masing-masing para pihak. Masing-masing dari pelaku transaksi memiliki hak dan kewajiban yang harusnya dilaksanakan dengan penuh kesadaran.

3. *Reseller* yang melakukan melanggar kesepakatan dapat dijatuhkan sanksi yaitu berupa membayar kerugian yang dialami oleh *supplier*, pembatalan kesepakatan, peralihan resiko dan membayar perkara bila sampai diperkarakan sampai ke pengadilan, yang dimaksud kerugian yang bisa dimintakan penggantian itu, tidak hanya biaya-biaya yang sungguh-sungguh telah di keluarkan (*kosten*), atau kerugian yang sungguh-sungguh menimpa benda si berpiutang (*schaden*), tetapi juga berupa kehilangan keuntungan (*interessen*), yaitu keuntungan yang di dapat seandainya si berhutang tidak lalai (*winstderving*).

B. Saran

1. Bagi pelaku usaha yang melakukan kegiatan *business to business* lebih baik membuat kesepakatan yang jelas dan disetujui oleh kedua belah pihak agar kedepannya jika terjadi perselisihan bisa diselesaikan dengan baik dan menjalani kesepakatan agar sesama pelaku usaha saling mempercayai dan akan terjadinya kegiatan transaksi bisnis yang berkelanjutan atau *long term relation*.
2. Bagi pelaku usaha yang melakukan bisnis perdagangan dengan menerapkan sistem kerjasama *business to business* sebaiknya melakukan hak dan kewajiban sesuai kesepakatan yang disepakati guna memperkecil atau meminimalisasi adanya suatu permasalahan atau sengketa dikemudian hari yang disebabkan karena tidak melakukan hak dan kewajibannya diantara salah satu pihak, kesalahpahaman informasi, ataupun kerugian yang disebabkan salah satu pihak, yang diharapkan

selanjutnya dapat menjalin kerjasama bisnis yang produktif dan aman demi kelancaran perekonomian para pihak dikarenakan kedua belah pihak mempunyai hubungan hukum.

3. Dengan adanya perjanjian diharapkan pihak-pihak yang terlibat didalamnya dapat menjalankan sesuai dengan kesepakatan-kesepakatan yang telah disetujui, melakukannya dengan itikad baik, dan sebagai dasar untuk menyelesaikan apabila timbul masalah dikemudian hari. Eksistensi hukum sangat diperlukan untuk dihormati dan prinsip-prinsip hukum dijunjung tinggi. Apabila timbul masalah diharapkan hakim yang menangani dapat memberikan perlindungan hukum bagi para pihak.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Agus Yudha Hernoko. 2019. *Hukum Perjanjian*. Prenada Media Group: Jakarta.
- Akmal Musyadat Cholis. 2021. *150 Brand Awareness Ideas*. Jakarta; Quadrant.
- Farid Wajdi, Suhrawardi. 2020. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Hamdi Agustin. 2019. *Sistem Informasi Manajemen Dalam Perspektif Islam*. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Handi Irawan. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia.
- Ida Hanifah dkk. 2018. *Pedoman Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa*. Medan: Pustaka Prima.
- Janus Sidabalok. 2018. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Citra Aditya Bakti.
- Mardani. 2014. *Ayat-ayat dan Hadist Ekonomi Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Munir Fuady. 2017. *Pengantar Hukum Bisnis: Menata Bisnis Modern di Era Global*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Munir Fuady. 2018. *Metode Riset Hukum*. Bandung: Alfabeta.
- Nel Arianty, dkk. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Medan: Perdana Publishing.
- Ninie Suparni. 2020. *Cyberspace Problematika & Antisipasi Pengaturannya*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Rosmawati. *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Kencana.
- Sanusi Bintang, Dahlan. 2000. *Pokok-Pokok Hukum Ekonomi Dan Bisnis*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Sidarta, Abdul Rayid, dan Ahmad Sofian. 2018. *Aspek Hukum Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Kencana.
- Soeroso R. 2001. *Pengantar Ilmu Hukum*. PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Sofjan Assauri. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- _____. 2018. *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok: Rajawali Pers.
- Sri Warjiyati. 2018. *Memahami Dasar Ilmu Hukum*. Jakarta: Prenemedia Group.
- Suharnoko. 2004. *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Kencana.

- _____. 2014. *Hukum Perjanjian Teori dan Analisa Kasus*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- Tanzeh. 2011. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Tata Sutabri. 2014. *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Thamrin Abdullah, Francis Tantri. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Yahman. 2016. *Cara Mudah Memahami Wanprestasi & Penipuan Dalam Hubungan Kontrak Komersial*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Yunirman Rijan, Ira Koesoemawati. 2009. *Cara Mudah Membuat Surat Perjanjian atau Kontrak dan Surat Penting Lainnya*. Depok: Raih Asa Sukses.
- Zaeni Asyhadie, Budi Sutrisno. 2012, *Hukum Perusahaan & Kepailitan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

B. Jurnal

- Amalia Damayanti, "Analisis Mekanisme Reseller dan Dropshipper Dalam Bisnis Online Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 7 No. 2, 2020.
- Anastasia Pricillia Wibowo, "Keabsahan Jual Beli Kendaraan Bermotor tanpa Disertai Surat Kepemilikan". *Jurnal Hukum*, Vol. 6 No. 2, 2022.
- Eliga Candra Bintara, "Tinjauan Hukum Pelaksanaan Penjualan Konsinyasi Antara Distributor Outlet Dengan Supplier", *Jurnal Hukum*, Vol. 23.
- Ezra Ridel Moniung, "Kesepakatan Keagenan dan Distributor Dalam Perspektif Hukum Perdata", *Jurnal Lex Privatum*, Vol. III.
- I Wayan Agus Vinjyantera, "Kajian Hukum Perdata Penggunaan Kesepakatan Tidak Tertulis Dalam Kegiatan Bisnis", *Jurnal Komunikasi Hukum*, Vol. 6 No.1.
- Ifa Saidatuningtyas, "Analisis Pemilihan Supplier Dalam Proses Pengadaan di PT. Kertas Padalarang Menggunakan Metode Analytical Hierachy Process" *Jurnal Logistik Bisnis*, Vol. 09 No. 2, 2019.

- John Mei Pakpahan, "Itikad Baik Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Dalam Kesepakatan Pengiriman Barang", *National Conference on Social Science and Religion, NCSSR*
- Kristi Donatus Febrian, "Pembagian Hak dan Kewajiban Para Pihak Dalam Kesepakatan Pemberian Kuasa Penjualan Barang Dengan Sistem Titip Pada Pertokoan Tradisional di Kabupaten Kutai Barat", *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 4 No. 2, 2016.
- Lulu Marjani, "Loyalitas Pelanggan Pada Business-to-Business: Pengaruh Kualitas Pelayanan", *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol. 5 No. 1, 2019.
- Rachmad Abduh, 2021, "Pandangan hukum terhadap konsep businesstobusiness terhadap pelaku usaha dalam kondisi pandemik", *Seminar Nasional Teknologi Edukasi dan Humaniora*, 2021, ke-1.
- Socha Tcefortin Indera Sakti, "Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Kesepakatan Jual Beli Tanah Letter C Dibawah Tangan" *Jurnal Private Law Vol. VIII No.1*, 2020
- Syarifah Faridha; Farid, "Pengaruh Corporate Branding Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Ekuitas Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Kota Banda Aceh", *Jurnal Ilmiah Ekonomi manajemen*, Vol. 2 No. 1, 2017.
- Yonfen Hendri, "Tanggung Jawab Hukum Distributor Dan Agen Terhadap Konsumen Berdasarkan Peraturan Menteri Nomor 12 Tahun 2021", *Jurnal Nasional Conference on Social Science and Religion*.
- Mansur, "*Business to business (B2B) E-Marketplace sebagai Media Promosi Produk Usaha Kecil Dan Menengah (UKM)*", *Jurnal Buletin Bisnis & Manajemen*, Volume 01, No. 11, 2015

C. Internet

- Tim Stekom, "*Business to business*, melalui <https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Bisnis-kebisnis> Diakses 7 Februari 2023.
- Fitrinur, "5 Keuntungan dan kerugian menjadi *reseller* " melalui <https://zahiraccounting.com/id/keuntungan-kerugian-reseller/>

Nuril Hidayah, "Apa itu B2B? Karakteristik, Strategi, dan Contoh Usaha", melalui <https://mekari.com/blog/apa-itu-b2b/> diakses Selasa, 7 Febuari 2023 Pukul 09.33 WIB.

D. Perundang Undang

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata).

Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD).

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 24 Tahun 2021 Tentang Perikatan Untuk Pendistribusian Barang Oleh Distributor Atau Agen (Permendag)

E. Dalil

Hadist Riwayat Muslim