



**SOSIALISASI PENTINGNYA PERJANJIAN SPONSORSHIP ANTARA PERTUNI
PROVINSI BALI DENGAN PIHAK SPONSOR**

*Socialization of The Importance of The Sponsorship Agreement Between Pertuni of The Province of
Bali and The Sponsor*

Anak Agung Ayu Intan Puspadewi^{*1}, Putu Putri Prawitasari², Ni Ketut Ari Kesuma Dewi³

^{*1}Program Studi Ilmu Hukum Universitas Pendidikan Nasional, ²Program Studi Akuntansi
Universitas Pendidikan Nasional, ³Persatuan Tuna Netra Indonesia provinsi Bali

Jalan Bedugul Nomor 39, Denpasar

*Alamat Korespondensi: intanpuspadewi@undiknas.ac.id

(Tanggal Submission: 29 Mei 2024, Tanggal Accepted : 11 Oktober 2024)



Kata Kunci :

*Sosialisasi,
PERTUNI,
Perjanjian
Sponsorship*

Abstrak :

PERTUNI bali sering mengadakan kegiatan tahunan yang rata-rata memerlukan biaya. Biasanya untuk lancarnya kegiatan dan mendapatkan biaya tersebut dengan menggunakan sponsorship. Sponsorship adalah bentuk dukungan yang diberikan oleh individu, perusahaan, atau organisasi kepada suatu acara, proyek, dengan imbalan tertentu. Sponsorship ini biasanya dilakukan secara lisan antara pihak PERTUNI dengan pihak sponsorship, namun seringkali terjadi pihak sponsorship tidak memberikan sesuai dengan kesepakatan, maka pentingnya perjanjian secara tertulis untuk mengikat para pihak. Tujuan dari pengabdian ini memberikan edukasi bagi anggota PERTUNI pentingnya perjanjian tertulis khususnya dalam hal ini bekerja sama dengan pihak sponsorship. Memberikan pemahaman membuat perjanjian dengan pihak sponsor melalui kesepakatan bersama. Metode kegiatan dalam pengabdian ini yaitu melakukan sosialisasi dengan presentasi kepada para anggota PERTUNI. Presentasi dengan menyajikan materi terkait perjanjian sponsorship dan pentingnya perjanjian sponsorship. Adapaun tahapan yang dilakukan yaitu survey ke PERTUNI, pendataan, wawancara, merancang , sosialisasi, dan evaluasi. Hasil dari pengabdian yaitu sponsorship adalah suatu dukungan yang dapat berupa uang, produk, layanan, atau sumber daya lainnya. Setelah dilakukan pembahasan bersama dengan anggota PERTUNI, bahwa masih ada yang belum paham tentang perjanjian sponsorship. Bahwa sosialisasi ini menjelaskan bahwa perjanjian tertulis sangat penting digunakan dalam bekerja sama dengan pihak sponsorship dengan mengadakan kesepakatan yang dituangkan dalam suatu perjanjian, mengatur tentang hak dan kewajiban para pihak dan mengikat para pihak. Setelah dilakukan sosialisasi dengan metode presentasi kemudian dilakukan cara menyusun perjanjian sponsorship berdasarkan kesepakatan para pihak, kesepakatan tersebut akan mengikat para pihak. Kesimpulan dari pembahasan diatas sponsorship yaitu bantuan dari

pihak sponsor kepada pihak penyelenggara. Kegiatan sponsorship sebaiknya dilakukan menggunakan perjanjian tertulis.

Key word :

Socialization, PERTUNI, sponsorship agreements

Abstract :

PERTUNI Bali often organizes annual activities that generally require funding. To ensure the smooth running of these activities and to obtain the necessary funds, they usually use sponsorship. Sponsorship is a form of support provided by individuals, companies, or organizations to an event or project in exchange for certain benefits. This sponsorship is typically conducted verbally between PERTUNI and the sponsor, but often sponsors do not provide according to the agreement. Therefore, having a written agreement is crucial to bind both parties. The purpose of this service is to educate PERTUNI members on the importance of written agreements, especially when collaborating with sponsors. It aims to provide an understanding of creating agreements with sponsors through mutual consent. The method used in this service involves conducting socialization through presentations to PERTUNI members. The presentation covers materials related to sponsorship agreements and their importance. The stages of the process include surveying PERTUNI, data collection, interviews, drafting, socialization, and evaluation. The outcome of the service shows that sponsorship is a form of support that can be in the form of money, products, services, or other resources. After discussions with PERTUNI members, it was found that some members still do not understand sponsorship agreements. This socialization explained that written agreements are crucial when collaborating with sponsors, as they formalize the agreement, outline the rights and obligations of both parties, and bind them. Following the presentation, methods for drafting sponsorship agreements based on mutual consent were discussed, which will bind both parties. In conclusion, sponsorship refers to the support provided by sponsors to the organizers. Sponsorship activities should ideally be conducted using written agreements.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Puspadewi, A. A. A. I., Prawitasari, P. P., & Dewi, N. K. A. K. (2024). Sosialisasi Pentingnya Perjanjian Sponsorship Antara Pertuni Provinsi Bali Dengan Pihak Sponsor. *Jurnal Abdi Insani*, 11(4), 1417-1424. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i4.1548>

PENDAHULUAN

Persatuan Tunanetra Indonesia (Pertuni) adalah organisasi kemasyarakatan tunanetra tingkat Nasional yang didirikan pada tanggal 26 Januari 1966 di Surakarta Hingga saat ini, Pertuni telah memiliki Dewan Pengurus Daerah (DPD di 34 Propinsi dan Dewan Pengurus Cabang (DPC) di 221 Kabupaten/Kota di seluruh Indonesia, salah satunya DPD PERTUNI Provinsi Bali. Lokasi DPD Pertuni provinsi bali terletak di Jl. Serma Mendra No.3, Dauh Puri Klod, Kecamatan Denpasar Barat, Kota Denpasar. Organisasi pertuni sangat aktif dalam melaksanakan kegiatan setiap tahunnya, hal ini dilakukan untuk meningkatkan keberadaan Pertuni dan juga meningkatkan percaya diri, minat dan bakat para anggota Pertuni Bali. Kegiatan yang rutin dilakukan setiap tahunnya yaitu kegiatan rangkaian acara Hari Ulang Tahun Pertuni, dimana dalam rangkaian kegiatan tersebut terdiri atas beberapa kegiatan yaitu *rely* tongkat, Pertuni Bali *Got Talent*, Cek Kesehatan dan *Talkshow*, tentunya dalam pelaksanaan kegiatan tersebut membutuhkan anggaran biaya yang cukup banyak, maka Pertuni bali biasanya membuat proposal kegiatan serta surat permohonan donator dan tentunya mencari *sponsorship* untuk menunjang kegiatan tersebut.

Apabila dilihat jika permohonan donator bahwa suatu dukungan finansial yang diberikan tanpa adanya imbalan dan penghargaan tertentu. *Sponsorship* dapat menciptakan asosiasi positif antara merek perusahaan dengan acara atau kegiatan yang disponsori, sehingga memperkuat citra dan



reputasi perusahaan (Aditama, 2022). *Sponsorship* memungkinkan perusahaan untuk menjangkau *audiens* yang lebih spesifik dan relevan dengan jenis acara atau kegiatan yang disponsori. Ini dapat membantu dalam membangun hubungan yang lebih kuat dengan konsumen potensial. Ini bisa membuka peluang bagi perusahaan untuk menjangkau dan menarik calon konsumen baru di luar segmen pasar yang ditargetkan secara langsung oleh perusahaan. *Sponsorship* merupakan bagian dari *communication tools* di mana perusahaan memberikan dukungan dalam bentuk keuangan kepada suatu kegiatan olahraga, musik, sosial dan lainnya agar kegiatan tersebut dapat menjalankan aktivitasnya dengan baik dan pada saat yang bersamaan perusahaan akan memperoleh keuntungan berupa *awareness* dan *image* dari konsumennya (Salma, 2017). Tujuan utama dari *sponsorship* adalah untuk membangun kesadaran konsumen terhadap merek produk atau perusahaan dan membangun gambaran konsumen terhadap suatu merek produk atau perusahaan (Chaturvedi, 2009). *Sponsorship* memang memainkan peran yang sangat strategis dalam pemasaran dan bisa memberikan dampak signifikan pada penjualan dan persepsi konsumen terhadap merek. Berikut adalah beberapa cara *sponsorship* dapat mempengaruhi konsumen dan membantu perusahaan dalam strategi pemasarannya: Meningkatkan Kesadaran Merek, Mendorong Penjualan, Membentuk Persepsi Positif, Mendapatkan Wawasan Konsumen dan Menciptakan Pengalaman Merek yang Berkesan. *Sponsorship* memberikan kesempatan untuk menciptakan pengalaman merek yang lebih mendalam dan berkesan. Ini bisa termasuk interaksi langsung di acara, aktivasi merek, atau konten eksklusif yang melibatkan *audiens* dengan cara yang lebih personal.

Secara keseluruhan, *sponsorship* adalah alat pemasaran yang multifungsi yang, jika dikelola dengan baik, dapat memberikan keuntungan besar bagi perusahaan dalam meningkatkan visibilitas merek, memperkuat hubungan dengan konsumen, dan mendorong penjualan. Mengintegrasikan *sponsorship* dengan strategi pemasaran yang lebih luas dan berfokus pada tujuan jangka panjang dapat membantu perusahaan mencapai hasil yang optimal.

Sponsorship ini sering digunakan oleh PERTUNI untuk menunjang segala kegiatan yang dilakukan. Sponsor yang didapatkan biasanya ada dari Bank atau dari usaha UMKM. Rata-rata pelaksanaannya yang sudah terjadi kesepakatan *sponsorship* ini dilakukan secara lisan saja diantara para pihak yang bersangkutan. Seringkali terjadinya perbedaan pemberian dari pihak *sponsorship* kepada pihak Pertuni, hal ini salah satunya disebabkan karena tidak adanya bukti diatas kertas atau tidak dibuatkannya perjanjian sebagai pengikat para pihak tersebut. Masyarakat umum biasanya sering menggunakan perjanjian lisan, yang terpenting yaitu adanya kesepakatan para pihak. Dan jika perjanjian tertulis biasanya bagi mereka yang sudah lebih modern dan paham akan perjanjian tertulis dan paham adanya hak dan kewajiban dalam suatu perjanjian. Biasanya hal ini dilakukan dalam lingkungan bisnis, hubungan perjanjian yang kompleks dan bahkan banyak juga yang menggunakannya dengan akta otentik. Maka berdasarkan permasalahan tersebut perlunya pemberian pengetahuan terkait perjanjian *sponsorship*. Pemberian pengetahuan terkait perjanjian *sponsorship* dapat memberikan kepastian hukum terhadap perjanjian yang dibuat antara PERTUNI dengan pihak sponsor. Para pihak juga menjalankannya dapat berdasarkan kesepakatan yang telah dituangkan dalam perjanjian tersebut.

METODE KEGIATAN

Pelaksanaan pengabdian ini dilaksanakan pada hari minggu, 8 Oktober 2023 yang bertempat di Aula Sekretariat Persatuan Tunanetra Indonesia Provinsi Bali pada pukul 09.00 WITA. Adapun peserta kegiatan dalam sosialisasi ini yaitu para anggota PERTUNI yang berjumlah 20 orang. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan yaitu:

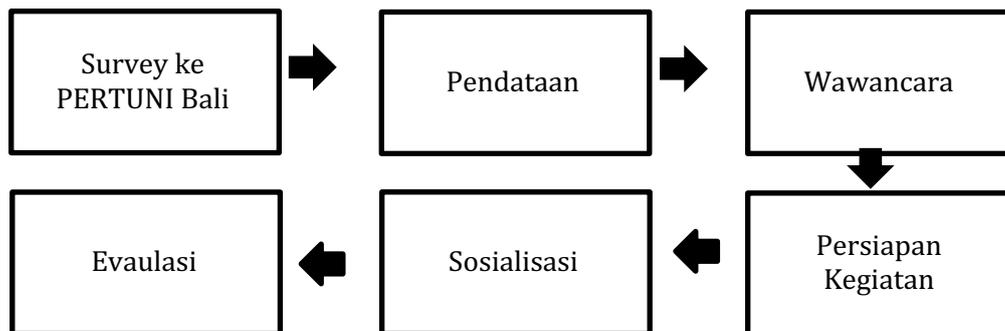
1. Tahap Pertama Melakukan Survey

Survey dilakukan dengan melihat keadaan sebagai persiapan untuk diadakannya kegiatan pengabdian (Fitrios *et al.*, 2020). Survey dilakukan juga untuk menilai kelayakan melakukan kegiatan pengabdian. Survey ini dilakukan mengecek berapa jumlah anggota pertuni, ruangan yang digunakan untuk kegiatan.

2. Tahap kedua pendataan jumlah anggota PERTUNI dan panitia pelaksana acara yang menangani tentang *sponsorship*.

3. Tahap Ketiga wawancara dengan ketua PERTUNI, mengenai kebutuhan yang diperlukan oleh anggota PERTUNI dalam hal perjanjian *sponsorship*.
4. Tahap Keempat menyusun model susunan kegiatan sosialisasi terkait perjanjian *sponsorship* (Widiyanto *et al.*, 2021) serta persiapan peserta yaitu sasarannya adalah anggota PERTUNI dan panitia pelaksana acara yang menangani tentang *sponsorship*. Model kegiatan dilakukan dengan presentasi oleh pembicara, tanya jawab dan kesimpulan.
5. Tahap Kelima yaitu memberikan sosialisasi dengan jumlah peserta 15 orang yang memberikan materi pentingnya perjanjian *sponsorship*.
6. Tahap Keenam Terakhir yaitu evaluasi terkait kegiatan sosialisasi pentingnya perjanjian *sponsorship* yang sudah dilakukan (Rangkuty *et al.*, 2021).

Adapun bagan dalam proses persiapan pengabdian tersebut yaitu terdapat pada Gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Alur persiapan pengabdian

Adapun *rundown* acara sosialisasi tersebut yaitu terdapat pada Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. *Rundown* Acara Sosialisasi

NO	WAKTU	D	KEGIATAN
1.	09.00-10.00	60'	SOSIALISASI <ul style="list-style-type: none"> • pembagian pre-test (via VN WA; wawancara satu-satu) • registrasi
2.	10.00-10.05	5'	<ul style="list-style-type: none"> • pembukaan acara • foto
3.	10.00-11.00	60'	Materi 1 Proposal kegiatan Pembuatan proposal kegiatan
4.	11.00-12.00	60'	Materi 2 Pengantar perjanjian <i>sponsorship</i> Pembuatan perjanjian <i>sponsorship</i>
5.	12.00-13.00	60'	Istirahat
6.	13.00-14.00	30'	Sesi tanya jawab
7.	14.00-14.30	30'	Post Test
8.	14.30-14.35	5''	Penutup

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pertuni Bali, yang merupakan singkatan dari Persatuan Tunanetra Indonesia Cabang Bali, berlokasi di Jl. Serma Mendra No.3 Sanglah, Denpasar. Organisasi ini dipimpin oleh I Gede Winaya. Pertuni Bali berfokus pada pemberdayaan dan kesejahteraan para penyandang tunanetra di wilayah Bali. Organisasi ini menyediakan berbagai layanan dan program untuk meningkatkan kualitas hidup anggotanya serta memperjuangkan hak-hak mereka di masyarakat. PERTUNI Bali setiap tahunnya rutin melaksanakan acara yang biasanya berkaitan dengan hari ulang tahun PERTUNI. Pengabdian masyarakat memiliki tujuan yaitu memberikan edukasi kepada masyarakat dengan Tindakan yang nyata. dan kegiatan ini dilaksanakan pada:

Hari/Tanggal : Minggu, 8 Oktober 2023

Pukul : 10.00 - selesai

Tempat : Aula Sekretariat Persatuan Tunanetra Indonesia Provinsi Bali

Acara : Safari Literasi: Sosialisasi Pembuatan Perjanjian *Sponsorship* dan laporan kegiatan.

Pada kegiatan ini diikuti oleh 3 narasumber yaitu Anak Agung Ayu Intan Puspawati, S.H.,M.Kn., Ni Ketut Ari Kesuma Dewi, S.S.,M.A, dan Putu Putri Prawitasari, S.E.,M.Si.,Ak. Dalam kegiatan ini dibuka oleh ketua PERTUNI Bali yaitu I Gede Winaya. Kegiatan ini diikuti oleh 20 anggota pertuni Bali, Seperti yang terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Peserta kegiatan

Pelaksanaan kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan terkait dasar-dasar perjanjian secara umum. Pada dasarnya, perjanjian dapat dilakukan baik secara lisan maupun tertulis. Namun, Pertuni Bali seringkali melakukan perjanjian secara lisan tanpa adanya bukti kesepakatan dari para pihak yang terlibat. Dalam sosialisasi ini, ditekankan pentingnya perjanjian tertulis terutama dalam konteks kegiatan *sponsorship*. Hal ini karena perjanjian tertulis dapat memberikan kejelasan dan kepastian hukum mengenai hak dan kewajiban masing-masing pihak yang terlibat dalam *sponsorship*. Dengan adanya dokumen tertulis, kedua belah pihak memiliki bukti konkret yang dapat dijadikan acuan jika terjadi perselisihan atau ketidaksepakatan di kemudian hari. Oleh karena itu, para peserta diharapkan memahami bahwa pembuatan perjanjian tertulis sangat penting untuk menjaga kejelasan, transparansi, dan kepastian hukum dalam berbagai bentuk kerja sama, termasuk *sponsorship*. Adapun penyampaian materi perjanjian *sponsorship* seperti pada Gambar 3.



Gambar 3. Pemaparan materi perjanjian *sponsorship*

Pengertian perjanjian menurut para ahli menurut pendapat Sri Soedewi Masjehoen Sofwan menyebutkan bahwa perjanjian itu adalah perbuatan hukum yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dan saling mengikat. Perjanjian dapat diartikan juga sebagai para pihak saling berjanji dan saling mengikat untuk melaksanakan sesuatu hal hubungan antara dua orang yang melakukan perjanjian menimbulkan suatu ikatan yang terdiri dari hak dan kewajiban kedua belah pihak atas suatu prestasi. Perikatan merupakan serangkaian perkataan yang mengandung janji-janji atau kesanggupan yang diucapkan atau ditulis. Janji yang dinyatakan secara tertulis umumnya disebut dengan istilah perjanjian. Perikatan ini mengatur bagaimana hak dan kewajiban tersebut dijalankan dan dipenuhi oleh masing-masing pihak. Dengan adanya perikatan, setiap pihak yang terlibat memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan apa yang telah disepakati dalam perjanjian tersebut. Oleh karena itu, penting untuk memastikan bahwa setiap perjanjian dituangkan dalam bentuk tertulis, agar lebih jelas dan memiliki kekuatan hukum yang dapat dipertanggungjawabkan. Perjanjian tertulis juga membantu mencegah terjadinya kesalahpahaman dan sengketa di kemudian hari, karena semua ketentuan dan persyaratan sudah tercatat dengan jelas dan dapat diacu kembali bila diperlukan.

Perjanjian tertulis dibuat secara tertulis oleh para pihak sesuai kesepakatan dan dituangkan dalam sebuah tulisan kertas. Sedangkan perjanjian lisan tidak tertulis hanya disampaikan secara lisan. Perjanjian tertulis memiliki kekuatan hukum yang lebih kuat dibandingkan perjanjian lisan, karena perjanjian tertulis bukti nyatanya dapat dibaca dalam suatu perjanjian tertulis tersebut.

Hasil dari sosialisasi bahwa anggota pertuni belum paham mengenai perbedaan bentuk perjanjian. Bahkan secara lisan yang sering dilakukan mereka tidak mengetahui bahwa itulah suatu perjanjian. Perjanjian *sponsorship* yang sering dilakukan biasanya menggunakan perjanjian lisan tetapi terjadi beberapa waktu pihak sponsor tidak memberikan sponsor tersebut sesuai dengan kesepakatan di awal antara mereka. Atas dasar hal tersebut bahwa sangat penting kegiatan *sponsorship* ini menggunakan perjanjian tertulis karena segala kesepakatan tertuang dalam bentuk tulisan dan menjadi bukti oleh para pihak.

Sponsorship adalah bantuan dari perusahaan kepada pihak eksternal tertentu dalam bentuk produk, layanan, atau pemberian. Perusahaan memberikan *sponsorship* sebagai langkah alternatif untuk mempromosikan mereknya. Ada dua pihak yang terlibat dalam kegiatan *sponsorship*, yaitu perusahaan dan pihak penyelenggara acara. Pihak perusahaan memberikan *sponsorship* sebagai bentuk dukungan atas penyelenggaraan acara. Namun, acara tersebut harus relevan dengan produk perusahaan tersebut. Sebagai balasannya, pihak eksternal mempromosikan merek atau produk tersebut kepada masyarakat dalam acara yang diselenggarakan. Kedua belah pihak saling menandatangani kesepakatan tertulis untuk kelancaran proses *sponsorship*.

Bahwa para anggota pertuni paham akan *sponsorship* hanya saja kurang pemahaman tentang hak dan kewajiban yang ditimbulkan dalam *sponsorship* alangkah lebih baik dilakukan dengan perjanjian tertulis karena hak dan kewajiban tersebut tertuang dalam suatu perjanjian tersebut. Adapun *draft* surat perjanjian *sponsorship* sebagai bahan sosialisasi dan pembelajaran pada saat pengabdian yaitu sebagai berikut:

SURAT PERJANJIAN SPONSORSHIP

Kami yang bertanda tangan di bawah ini

1. Nama :
Jabatan :
Instansi :
Alamat :

Yang selanjutnya dalam surat perjanjian kerja sama ini bertindak untuk dan atas nama _____

Yang selanjutnya disebut pihak pertama

2. Nama :
Jabatan :
Instansi :
Alamat :

Yang selanjutnya dalam surat perjanjian kerja sama ini bertindak untuk dan atas nama _____

Yang selanjutnya disebut pihak kedua

Pada hari ____ tanggal ____ tahun ____ bahwa pihak pertama dan pihak kedua telah setuju dan sepakat secara sadar dan tanpa paksaan untuk mengadakan hubungan Kerja sama dalam rangka berpartisipasi dalam kegiatan _____ dengan kesepakatan sebagai berikut:

1. Pihak pertama bersedia mendukung pihak kedua sebagai _____ (sponsor tunggal, utama, biasa, khusus)
2. Pihak pertama memberikan dukungan kepada pihak kedua dalam bentuk _____ (perincian produk, uang atau dll)
3. Atas dasar pada *point* 2 maka pihak kedua menyediakan fasilitas yang dibutuhkan oleh pihak pertama.
4. Bahwa segala bentuk partisipasi tidak mengandung SARA, dan tidak mengandung zat-zat berbahaya bagi manusia dan lingkungan, maka pihak kedua berhak memeriksa bentuk partisipasi yang diberikan oleh pihak pertama.
5. Pihak kedua tidak bertanggung jawab terhadap kualitas dan keamanan produk di luar konfirmasi pada perjanjian ini.
6. Surat perjanjian ini berlaku dari saat ditandatangani oleh para pihak dan berakhir pada hari ____ tanggal ____ bulan ____ tahun
7. Hal-hal yang belum ada dalam perjanjian ini dimusyawarahkan dan disepakati Bersama oleh para pihak.

Pihak Pertama

()

Denpasar, _____
Pihak Kedua

()

Berdasarkan *draft* tersebut bahwa perjanjian tersebut merupakan perjanjian di bawah tangan, diaman dibuat, disepakati dan ditandatangani oleh para pihak serta dapat mengikat para pihak. Perjanjian ini dibuat berdasarkan kesepakatan para pihak yang akan menimbulkan suatu perikatan atau menimbulkan hak dan kewajiban. Dalam perjanjian timbul perikatan harus terpenuhinya hak dan kewajiban para pihak yang wajib ditaati oleh para pihak. Asas kebebasan berkontrak memberikan kebebasan kepada para pihak untuk menentukan isi, bentuk, dan syarat-syarat kontrak selama tidak bertentangan dengan undang-undang, ketertiban umum, dan kesusilaan. Itikad baik dalam berkontrak menekankan bahwa setiap pihak harus bertindak jujur dan adil selama proses perundingan, pembuatan, dan pelaksanaan kontrak. Janji harus ditepati, atau sering dikenal dengan prinsip *pacta sunt servanda*, berarti setiap janji yang telah disepakati dalam kontrak harus dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab. Perjanjian yang sah menciptakan perikatan hukum yang mengharuskan masing-masing pihak untuk memenuhi kewajibannya dan memberi hak kepada pihak lain. Dalam praktiknya, pemenuhan kewajiban ini harus dilakukan secara timbal balik, memastikan bahwa hak-hak yang telah disepakati dalam kontrak terpenuhi secara adil dan proporsional. Hal ini tidak hanya menjaga kepercayaan dan hubungan baik antara para pihak, tetapi juga memastikan kepastian hukum

dan perlindungan hak bagi semua pihak yang terlibat dalam kontrak tersebut (Reinhard Politon, 2017). Perjanjian *sponsorship* yang dibuat di bawah tangan memiliki kekuatan mengikat bagi para pihak yang bersepakat dalam suatu kegiatan yang dituangkan pada akta di bawah tangan dapat dikatakan sebagai bukti awal bahwa para pihak terikat dalam suatu hukum oleh perbuatan mereka dan bersepakat dituangkan dalam suatu dokumen perjanjian (Mamesah, 2021).

KESIMPULAN DAN SARAN

Adapun kesimpulan dari pembahasan di atas yaitu Pemahaman pengetahuan tentang perjanjian *sponsorship* yaitu bantuan dari pihak sponsor kepada pihak penyelenggara tertentu dalam bentuk produk, layanan, atau pemberian. Kegiatan *sponsorship* sebaiknya dilakukan dengan menggunakan perjanjian tertulis, karena akan lebih jelas terkait hak dan kewajiban para pihak yang tentunya akan mengikat para pihak. Para peserta sosialisasi setelah dilakukannya sosialisasi ini dapat mengetahui dasar-dasar terkait perjanjian *sponsorship*, serta para peserta dapat menyusun perjanjian secara sederhana terkait dengan perjanjian *sponsorship* sesuai kesepakatan para pihak.

Disarankan agar pihak Pertuni terus memberikan pengetahuan dengan melakukan sosialisasi terkait pentingnya perjanjian. Dan disarankan agar anggota pertuni menggunakan perjanjian tertulis dalam melaksanakan kegiatan *sponsorship*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. G. (2022). Masihkah Sponsorship Efektif Mendongkrak Citra Merek Perusahaan? Reynexy Gigih Aditama. *Jurnal Konseptual*, 4(2).
- Chaturvedi, P. (2009). *Pelaksanaan Sponsorship Dampaknya Terhadap Brand Image Pada Clothing Linecoltd Sumur Bandung*. 1(September), 1–44.
- Elko L. Mamesah, H. S. M. (2021). Kekuatan Hukum Pembuktian Dalam Perjanjian Akta Dibawah Tangan. *Lex Privatum*, 1x(11), 232–240.
- Fitrios, R., Armaini, & Restu Agusti. (2020). Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga Dengan Pemanfaatan Pekarangan Rumah Di Desa Lubuk Sakat. *Jurnal Pengabdian Untukmu Negeri*, 4(2), 153–159. <https://doi.org/10.37859/Jpumri.V4i2.1991>
- Politon, R. (2017). Pemenuhan Hak Dan Kewajiban Sesuai Kesepakatan Para Pihak Dalam Kontrak Ditinjau Dari Kitab Undang Undang Hukum Perdata. *Вестник Росздравнадзора*, 4(1), 9–15.
- Rangkuty, D. M., Pane, S. G., Rianto, H., & Jannah, M. (2021). Peningkatan Pemahaman Masyarakat Kelompok Nelayan Desa Pahlawan Tentang Konsep Dasar Perdagangan Internasional. *Jurnal Pengabdian Untukmu Negeri*, 5(1), 139–144. <https://doi.org/10.37859/Jpumri.V5i1.2539>
- Salma, A. N. (2017). Pengaruh Sponsorship Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Interdisciplinary Journal of Communication*, 2(1), 1–26.
- Widiyanto, S., Cleopatra, M., Sahrazad, S., Ati, A. P., Sandiar, L., & Widiarto, T. (2021). Penyuluhan Literasi Baca Tulis Pada Siswa SMA. *Jurnal Pengabdian Untukmu NegeRI*, 5(1), 122–126. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v5i1.2503>