

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PELAKU USAHA ONLINE DALAM PERJANJIAN ENDORSEMENT

Ni Kadek Ariyanti Pratiwi, Fakultas Hukum Universitas Udayana,
e-mail: ariyantipratiwi29@gmail.com
I Gusti Ngurah Dharma Laksana, Fakultas Hukum Universitas Udayana,
email: dharmo_laksana@unud.ac.id
Ni Wayan Ella Apriyani, Fakultas Hukum Universitas Udayana,
e-mail: ella.apriyani@unud.ac.id

ABSTRAK

Artikel ini mempunyai tujuan guna menyediakan pemahaman terkait pengaturan beserta hukum perjanjian endorsement dan pengkajian berbagai bentuk dari perlindungan hukum untuk penyedia jasa endorse kepada gugatan oleh pembeli sebagai pihak ketiga yang merasakan ada kerugian terkait produk yang di-endorse sang pelaku usaha. Penelitian ini, menggunakan metode yuridis normatif dan pendekatan konseptual. Pengumpulan bahan hukum penelitian ini menerapkan Teknik kepustakaan yang dilaksanakan dengan membaca, menelaah, kemudian mencatat permasalahan yang ada, kemudian Teknik analisisnya menggunakan Teknik deskriptif kualitatif. Adapun temuan dari penulisan artikel ini Pengaturan mengenai Perjanjian *Endorsement* diatur melalui KUHPerdara mengingat perjanjian *endorsement* merupakan bagian dari hukum perikatan/perjanjian. perjanjian endorsement melibatkan pelaku usaha *online* dengan penyedia jasa endorse yang menimbulkan hak dan kewajiban antara kedua belah pihak yang harus dipenuhi untuk mencapai tujuan sesuai dengan perjanjian yang telah dibuat. Sebagaimana jika salah satu pihak melanggar perjanjian tersebut dan tidak melaksanakan tanggungjawabnya sehingga pihak lainnya dapat mengajukan gugatan wanprestasi.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Pelaku Usaha, Perjanjian Endorsement.

ABSTRACT

This article has the aim of providing an understanding regarding the arrangements and the law of the endorsement agreement and an examination of various forms of legal protection for endorsed service providers to lawsuits by buyers as third parties who feel there is a loss related to the product endorsed by the business actor. This study uses a normative juridical method and a conceptual approach. The collection of legal materials for this research applies library techniques which are carried out by reading, studying, then noting existing problems, then the analysis technique uses a qualitative descriptive technique. As for the findings from writing this article, arrangements regarding endorsement agreements are regulated through the Civil Code, considering that endorsement agreements are part of the law of engagement/agreement. endorsement agreements involve online business actors with endorsement service providers which give rise to rights and obligations between the two parties that must be fulfilled to achieve the goals in accordance with the agreement that has been made. As if one party violates the agreement and does not carry out its responsibilities so that the other party can file a breach of contract.

Keyword: Legal Protection, Businessmen, Endorsement Agreement.

I. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Di masa yang telah berkembang pesat dan mengalami modernisasi seperti saat ini dunia dihadapkan dengan berkembangnya teknologi dan informasi yang sangat pesat dan memberi beragam kemanfaatan dan perkembangan pada beragam komponen sosial. Pemanfaatan teknologi yang sangat pesat mengakibatkan semua kehidupan masyarakat dipengaruhi oleh teknologi tersebut. Perkembangan teknologi seperti ini mempermudah, mempercepat dan memberikan alternatif dalam berkomunikasi dan mencari informasi dengan sangat cepat, salah satu bukti dari perkembangan teknologi yaitu adanya media sosial yang sekarang ini sangatlah digemari warga dalam keseluruhan dunia. Digital marketing adalah suatu teknik yang digunakan untuk melakukan promosi produk barang/jasa dengan platform jenis media digital. Media pemasaran digital merupakan bentuk komunikasi yang sering digunakan oleh masyarakat pada umumnya dengan memanfaatkan jaringan internet. ¹Saat ini, media sosial merupakan wadah bagi masyarakat untuk berinteraksi dengan orang lain. Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat adalah Instagram.² Media sosial sebagai suatu media *online* yang dipakai antarsatu dengan yang lainnya sehingga para *user* bisa secara mudah berinteraksi, berkontribusi, serta berkomunikasi meskipun berada pada jarak jauh. Sekarang, media sosial tidak sekadar diaplikasikan guna berkomunikasi namun pula digunakan bagi pemasaran secara *online* dalam bidang ekonomi atau perdagangan, penggunaan internet digunakan sebagai sarana berbisnis dikarenakan penggunaan internet memberi kontribusi yang sangat efisien yang disebut dengan istilah *electronic commerce* (*E-commerce*). Misalnya saja *endorsement* yang banyak dilakukan di media sosial oleh banyak *public figure*. *Endorsement* merupakan salah satu promosi yang menggunakan platform media social untuk medianya yaitu instagram, tiktok ataupun yang lainnya. erdasarkan keuntungan mempromosikan melalui media social mempunyai pengaruh yang besar untuk peningkatan penjualan bagi pelaku usaha dan juga membuka peluang kerja untuk pemberi *jasa endorse* sehingga jika digunakan dengan benar akan saling menguntungkan satu sama lain.³ *Endorse* ialah suatu dukungan penjualan di media social kepada orang-orang ternama seperti artis atau akun yang memiliki banyak follower guna mengenalkan produk tertentu kepada seorang *public figure*, kemudian diunggah ke akun mereka. *Public figure* pada media sosial Instagram atau mudahnya disebut dengan Selebritis Instagram alias "Selebgram" yang umumnya mendapat kesempatan untuk menjadi *Celebrity Endorser* karena jumlah pengikutnya (*followers*) yang sangat banyak.⁴

¹ Masruron, Muhamad, dan Adinda Rosana Hesti Susani. "Endorsement sebagai marketing on social media (Studi Kasus di Kecamatan Masbagik)." *A-I Rasyad* 1, Vol. 1 (2022): 25.

² Jesslyn. "Pertanggungjawaban Penerima Endorse Judi Dan Kosmetik Illegal Melalui Instagram." *Lex Librum : Jurnal Ilmu Hukum* 6, No. 2 (2020): 201.

³ Suryadini, Dewa Ayu Kade Wida, dan Suatra Putrawan. "Pertanggungjawaban Selebgram Terhadap Konsumen Yang Mempromosikan Barang dan Jasa Di Media Sosial." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 8, No 6 (2020): 922-932.

⁴ Sulistiawati, Ni Luh Putu Siska, dan A.A. Sagung Wiranti Darmadi, dkk. "Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Online Shop Apabila Terjadi

Influencer akan mengunggah konten iklan berupa foto maupun video yang berisi hal positif terkait produk yang diiklankan di jejaring sosial agar pelaku usaha mendapatkan keuntungan.⁵ Beragam *system Endorsement* yang ditawarkan mulai gratis (*Free Endorse*) hingga berbayar (*Paid Promote*).⁶

E-Commerce dari segi general bisa dimaknai merupakan transaksi penjualan dalam elektronik dengan media internet. Di samping itu, *E-commerce* pun bisa dimaknai merupakan proses menjalankan perbisnisan yang mempergunakan teknologi elektronik dan mengorelasikan diantara konsumen, industri, beserta warga berbentuk transaksi elektronik serta pertukaran ataupun penjualan benda, informasi, servis dengan elektronik.⁷ Perkembangan (*E-commerce*) saat ini sangat berkembang pesat dikalangan masyarakat diseluruh dunia salah satunya dapat dilihat berbelanja (*Shopping*) secara *online* menjadi kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat dengan memanfaatkan perkembangan teknologi saat ini berbelanja (*Shopping*) bisa dilakukan di manapun, serta kapanpun. Teknologi berkembang kian cepat mengakibatkan makin banyak warga yang menikmati internet sehingga semakin banyak juga masyarakat yang melakukan pembelian melalui (*E-commerce*) sehingga semakin meningkat pula penjualan secara *online*. Menurut pasal 1320 KUHPerdara terdapat empat (4) syarat sahnya perjanjian yakni kesepakatan, kecakapan, objek tertentu dan sebab secara halal.

Indonesia salah satu negara yang menikmati dari perkembangan teknologi tersebut, para pelaku usaha *online* berlomba-lomba melakukan promosi atau mengiklankan produknya melalui media sosial dan dibantu oleh pihak ketiga atau dalam hal ini didefinisikan sebagai *endorsement*. Berdasarkan Pasal 1 angka 3 UU No. 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen (Selanjutnya disebut UUPK) mengungkapkan pelaku usaha merupakan tiap individual ataupun badan usaha, baik berwujud badan hukum dan juga bukan badan hukum, selain itu dilakukan pendirian dan mempunyai kedudukan ataupun melaksanakan aktivitas di daerah hukum negara RI, baik dengan bersamaan dan juga sendiri melalui perjanjian melakukan penyelenggaraan aktivitas bisnis di beragam sektor perekonomian. Penggunaan jasa *endorse* bagi pelaku usaha *online* didasari oleh perjanjian antara pelaku usaha *online* dengan pihak pemberi jasa *endorse* tersebut.⁸ *Endorsement* merupakan sebuah perjanjian kerjasama antara pihak yang saling menguntungkan, yaitu penawar dan penerima kontrak/perjanjian kerjasama *endorsement*. Perjanjian yang dibuat dalam suatu perjanjian *endorsement* berisi beberapa klausula yang bisa berbeda-beda dari

Wanprestasi yang Dilakukan Oleh Pemberi Jasa Endorse di Kota Denpasar”, *Kertha Semaya: Jurnal Ilmu Hukum* 7, No.4 (2019): 3.

⁵ Fasya, Ilma Ainun Nabila, Berliantha, dkk. “Pelanggaran Etika Periklanan: Paradigma Tanggung Jawab Hukum Influencer Terhadap Perbuatan *Endorsement*.” *Jurnal MAHUPAS: Mahasiswa Hukum Unpas* 1, No. 2 (2022): 90.

⁶ Chaerani, Annisa. “Aspek Hukum Wanprestasi Selebgram Terhadap Usaha Bisnis Online dan Upaya Perlindungan.”, *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 8, No. 18 (2022): 444.

⁷ Nimda, 2012, "Apa Itu E-Commerce", URL : <http://www.unpas.ac.id/apa-itu-e-commerce/> Diakses pada tanggal 15 September 2022.

⁸ Indrayana, I Putu Dipta, Nyoman Putu Budiarta, dan Ni Made Jaya Senastri. “Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Online Jika Terjadi Wanprestasi Yang Dilakukan Oleh Pemberi Jasa Endorse.” *Jurnal Interpretasi Hukum* 2, No 2 (2021): 436-437.

setiap *endorser*.⁹ Sistem *endorsement* dilandasi dari perjanjian *endorsement* antara pelaku usaha *online shop* dengan *endorser*. *Endorser* dapat menerima maupun menolak tawaran dari pelaku usaha *online shop*, manakala *endorser* ada kesediaan, sehingga *endorser* bisa melaksanakan pengajuan persyaratan beserta ketentuan dalam meng-endorse, serta dari pihak pelaku usahanya perlu mematuhi kebijakan yang berlaku.¹⁰ Kesepakatan antara pelaku usaha *online* dengan *endorser* dapat dilakukan melalui *online* tanpa kedua belah pihak harus bertemu secara langsung, sehingga hal ini dapat mengakibatkan persoalan terkait kepastian hukum terhadap perjanjian *endorsement* tersebut. Perdata Pasal 1313 KUHPerdata menyatakan keaslian perjanjian atau kebenarannya, yang mana perjanjian itu diselenggarakan dengan tertulis dan dihadirkan antarkedua pihak yang menyepakati kepada perjanjian itu. Syarat bekerja sama diantara pemberi layanan *endors* dengan pelaku usaha daring pada realisasinya penentuan didominasi oleh pihak yang memberi layanan *endorse* dengan sepihak, sementara pelaku usaha selaku pemakai layanan itu sekadar bisa memersetujui ataupun menolak peraturan kerja sama yang diajukannya tersebut. Maka dari itu, pelaku usaha dalam perjanjian kerja sama *endorse* berposisi lemah dan maka dari itu dibutuhkan terdapat perlindungan hukum kepada para pelaku usaha *online* terkait kerja sama *endorsement* ini.

Pesatnya kemajuan teknologi sehingga semakin pesat juga perkembangan terkait penggunaannya sehingga semakin banyak timbul permasalahan terkait perjanjian terkait *endorsement*. Berdasarkan Undang-undang sebuah perjanjian dibagi menjadi beberapa yang pertama perjanjian jasa-jasa tertentu, yang kedua perjanjian kerja, yang ketiga Perjanjian Pemborongan Kerja.¹¹ Pada perkembangan, perjanjian *endorsement* sekarang bisa memicu permasalahan baik terhadap *endorser* dan juga pelaku usahanya itu sendiri. Pemberi layanan *endorse* atau *endorser* yang merupakan salah satu subyek hukum dalam perjanjian *endorsement* belum memiliki perlindungan hukum jika terkait ini pelaku bisnis diduga akan melakukan pelanggaran perjanjian atau wanprestasi terhadap suatu isi dari perjanjian yang sudah digariskan antarpihak terkait sehingga merugikan konsumen, dan kemudian menuntut berupa pembayaran ganti kerugian kepada *endorser* yang mengakibatkan *endorser* ikut dirugikan akan kesalahan dari pelaku usaha. Pemilik bisnis *online* dalam melakukan transaksi elektronik seringkali dihadapkan kepada permasalahan, khususnya dalam melakukan kerjasama *endorse* melalui situs jejaring sosial Instagram.¹² Perjanjian tanpa kekuatan hukum yang jelas bisa memberi kerugian suatu pihak di perjanjian *endorsement* ini. Perjanjian ini pada realitanya penentuan didominasi oleh penyedia layanan *endorse* sehingga pemilik usaha *online* hanya dapat menolak maupun menyetujuinya sehingga pemilik usaha *online* memiliki kedudukan yang lemah dalam perjanjian ini sehingga sering kerjasama *online* ini cenderung merugikan salah satu pihak dan menyebabkan

⁹ Yudityastri, Alya, dan Suraji. "Klausula Baku Dalam Perjanjian Endorsement Dikaitkan Dengan Asas Kebebasan Berkontrak." *Jurnal Privat Law* 8, No 2 (2020): 166.

¹⁰ Dwikayanti, Ni Made Rai, dan Ni Putu Purwanti. "Perlindungan Hukum Bagi Pemberi Jasa Endorse Dalam Perjanjian Endorsement". *Kertha Semaya: Journal Fakultas Hukum Universitas Udayana* 9, No 5 (2021): 747-759.

¹¹ Subekti, *Aneka Perjanjian* (Bandung, PT. CitraAditya, 2014), 57.

¹² Purwono, R. Tri Yuli. "Penerapan Asas Itikad Baik Pada Perjanjian Kerjasama Endorsement Pada Online Shop Dengan Selebriti Instagram Di Kabupaten Sleman." *Jurnal Kajian Hukum* 4, No. 2 (2019): 27.

wanprestasi. Umumnya, wanprestasi dibagi jadi empat macam, yakni: melaksanakan suatu hal yang tidak dibolehkan untuk dilaksanakan oleh perjanjian, melakukan hal yang sudah diperjanjikan, namun tidak sejalan terhadap yang disetujui. Tidak melaksanakan hal yang disanggupinya agar dilaksanakan, melaksanakan hal yang sudah disetujui, namun ada keterlambatan ataupun sudah lewat tenggat waktunya yang telah disepakati bersama-sama.¹³

Mengkaji lebih dalam terkait bagaimana penyelesaian kasus terhadap pelaku usaha online dalam perjanjian *endorsement* yang melakukan wanprestasi diperlukan pengkajian dari beberapa penelitian sebelumnya. Salah satu penelitian yang dijadikan referensi adalah penelitian oleh Ni Made Rai Dwikayanti dan Ni Putu Purwanti yang menyatakan bahwa pengaturan dan karakteristik mengenai perjanjian *endorsement* dalam sistem hukum belum diatur secara spesifik, namun dapat mengacu pada beberapa terkait perjanjian pada umumnya dalam KUHPerduta.¹⁴ Kemudian dalam penelitian Desak Putu Lila Astuti dan A.A Ngurah Wirasila yang menyatakan bahwa Perlindungan terhadap konsumen dalam hal ini didasari pada apabila pelaku usaha dalam hal ini menimbulkan kerugian terhadap konsumen pengguna transaksi *e-commerce*.¹⁵

Berdasarkan pemaparan diatas maka penulis mengangkat judul **"Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Online Dalam Perjanjian Endorsement"** yang menitik beratkan pada perlindungan hukum bagi pelaku usaha online jika erdorse atau pemberi jasa *endorsement* tersebut melakukan wanprestasi dalam perjanjian *endorsement* yang sudah disepakati satu sama lain.

1.2. Rumusan Masalah

Mengamati hal yang melatarbelakangi permasalahan itu, sehingga masalah dalam riset ini bisa dirumuskan mencakup :

1. Bagaimanakah Pengaturan dari perjanjian *endorsement*?
2. Bagaimanakah perlindungan hukum bagi pelaku usaha *online* jika *endorse* melakukan wanprestasi dalam perjanjian *endorsement*?

1.3. Tujuan Penulisan

Dalam menulis karya tulis ilmiah berikut tujuannya guna melaksanakan analisis mengenai bentuk perjanjian *endorsement* yang berlaku di Indonesia. Disamping itu, tulisan ini juga tujuannya guna melaksanakan analisis, mengetahui bentuk proteksi hukum kepada pelaku bisnis *online* manakala *endorse* melakukan wanprestasi dalam perjanjian *endorsement*.

2. Metode Penelitian

¹³ Arjanto, Dwi. 2021. "Mengenal Wanprestasi Dalam Suatu Perjanjian: Terbagi 4 Jenis". URL : <https://metro.tempo.co/read/1547655/mengenal-wanprestasi-dalam-suatu-perjanjian-terbagi-4jenis#:~:text=Biasanya%20wanprestasi%2C%20terbagi%20menjadi%20empat,apa%20yang%20disanggupi%20untuk%20> Diakses pada tanggal 15 September 2022.

¹⁴ *Op.cit.*, 754.

¹⁵ Astuti, Desak Ayu Lila, dan A.A. Ngurah Wirasil. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Transaksi E-Commerce Dalam Hal Terjadinya Kerugian". *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum* 1, No 10 (2018): 14.

Pada riset berikut, mempergunakan metode yuridis normatif dengan menekankan penggunaan bahan hukum yang mencakup tiga bahan hukum yaitu bahan hukum sekunder, primer, hingga terseir. Bahan hukum primer maknanya yaitu memiliki kekuatan mengikat yakni aturan UU, sedangkan bahan hukum sekunder merupakan bahan pelengkap dimana penulis menggunakan literatur-literatur, pendapat ahli ataupun jurnal yang berkaitan dengan judul penulis. Terakhir yakni bahan hukum tersier maknanya yaitu bahan informasi hukum berupa kamus, ensiklopedia. Selain itu penulisan ini beranjak dari sistem hukum yang terjadi mengenai perjanjian yang ditimbulkan akibat kekosongan norma yang berkaitan dengan perjanjian *endorsement* sehingga berdampak pada perlindungan hukum kepada pemberi jasa *endorse* apabila digugat oleh pembeli yang merasakan dampak rugi terkait produk yang di-*endorse* oleh pelaku bisnis. Berkaitan dengan adanya norma hukum untuk masalah ini yang akan diteliti.¹⁶ Dalam penulisan ini mempergunakan pendekatannya yaitu konseptual berarti bermula dari persepsi beserta doktrin yang mengalami perkembangan di keilmuan hukum, dimana menitik beratkan pada analisis peraturan perundang-undangan sebagai sumber utama dan dibantu dengan teori, asas-asas hukum dan konsep yang relevan sehingga dapat memberikan sumbangsih dalam menyelesaikan permasalahan yang ada.¹⁷ Dalam mengumpulkan bahan hukum penelitian menerapkan Teknik kepustakaan yang dilaksanakan dengan membaca, menelaah, kemudian mencatat permasalahan yang ada, kemudian Teknik analisisnya menggunakan Teknik deskriptif kualitatif, yang dilakukan dengan menganalisa dan mengkaji lebih lanjut ke peraturan perundang-undangan yang mengatur terkait permasalahan tersebut.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Pengaturan Perjanjian *Endorsement*

Perjanjian *endorsement* merupakan suatu perjanjian kerjasama diantara pelaku usaha daring terhadap penyedia layanan *endorse* yang disebut dengan *endorser* yang dilakukan dengan media sosial instagram maupun melalui media komunikasi seperti *Whatsaap*, *Line* atau alat komunikasi yang dapat menghubungkan antara pelaku usaha *online* dengan *endorser*. Perjanjian *Endorsement* berarti perjanjian diantara pihak-pihak yang tujuannya saling mengikatkan agar meraih prestasi yang memberi untung.¹⁸ Pengaturan terkait perjanjian *endorsement* diberi pengaturan dengan KUHPerdara karena perjanjian *endorsement* sebagai bagiannya atas hukum perjanjian ataupun perikatan. Dalam pelaksanaannya perjanjian *endorsement* hanya dilakukan melalui komunikasi *online* sehingga tidak banyak perjanjian *endorsement* ini tidak tertuang dalam bentuk hitam diatas putih. Perjanjian pada Pasal 1313 KUHPerdara mengungkapkan yakni "Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih". Berdasarkan Pasal 1313 KUHPerdara tersebut suatu perjanjian mengikatkan antarpihak yang berkewajiban memenuhi perjanjian tersebut. Pelaku usaha *online* atau *endorser* berkewajiban untuk memenuhi dari kesepakatan dalam perjanjian *endorsement*.

¹⁶ Suteki, dan Taufani, G. *Metodologi Penelitian Hukum (Filsafat, Teori Dan Praktik)* (Depok, PT Raja Grafindo Persada, 2018), 41.

¹⁷ Marzuki, Petern Mahmud. "*Penelitian Hukum EdisiyRevisi*" (Jakarta: Prenandamedia Groups, 2016), 177.

¹⁸ *Op.cit.*,1-5.

Dalam hal perjanjian *endorsement* menimbulkan sebuah hak beserta kewajiban diantara dua pihak. Perjanjian *endorsement* sebagai suatu perjanjian obligator yaitu dalam perjanjiannya seseorang diwajibkan untuk membayar atau menyerahkan sesuatu maka terdapat relasi umpan balik antarsatu dengan yang lainnya dan saling menguntungkan. Sebenarnya hak dan kewajiban dalam suatu perjanjian tergantung dari kesepakatan dalam poin-poin yang tercantum dalam perjanjiannya itu.

Pasal 1320 KUHPerdara melakukan pengaturan terkait persyaratan sah perjanjiannya. Bagi sah perjanjian dibutuhkan beberapa persyaratan sebagai berikut :

- 1) Adanya Kesepakatan dari pihak yang mengikat diri;
- 2) Adanya Kecakapan dalam menciptakan perjanjian;
- 3) Adanya Suatu hal tertentu;
- 4) Adanya Suatu sebab yang tidak terlarang.

Mengamati Pasal 1320 KUHPerdara yang mengatur syarat sahnya perjanjian sehingga diantara pelaku bisnis serta penyedia layanan *endorse* artis harus terpenuhi syarat yang dipaparkan ini, yakni:

- 1) "Persetujuan atau kesepakatan antar pelaku usaha dan pemberi jasa *endorse*.
- 2) Pihak pelaku usaha dan pemberi jasa *endorse* mampu untuk membuat suatu kesepakatan.
- 3) Terkait dengan ketentuan tertentu, meliputi apa saja yang akan dijanjikan dan objek pada perjanjian dalam hak dan kewajiban yang diuraikan secara jelas.
- 4) Klausula yang diperbolehkan dalam hal tersebut berarti pada perjanjian tidak boleh bersebrangan dengan norma kesopanan, kesusilaan, ketertiban dan keamanan."

Perjanjian dalam *endorsement* sebagai pelaku usaha dan pihak ketiga yang membantu dalam promosi di media sosial atau dalam hal ini disebut *endorser* wajib mengikat diri dan saling memenuhi perjanjian yang telah disepakati untuk mencapai tujuan bersama agar tidak terjadi wanprestasi bila salah satu pihak melaksanakan pelanggaran perjanjian itu. Para pihak pada perjanjian *endorsement* ialah *endorser* serta *endorsee* yang ikut serta langsung di aktivitas *endorsement* itu. Walaupun terdapat sebagian *endorser* yang memakai pihak ketiga berbentuk manajemen bintang film ataupun orang yang diyakini sebagai pihak ketiganya. Terkait keandalan untuk membuat sesuatu perjanjian, telah pasti ini terakumulasi. Alasannya antara para pihak tentu cakap dalam membuat perjanjian. Meski terdapat pula pihak yang belum berusia, seperti *endorser* yang belum lumayan tua, perjanjian yang dicoba telah pasti lewat pihak ketiga, dapat lewat manajer dan juga orang tua sendiri.

Berbagai perjanjian *endorsement* mencantumkan klausula yang dengan langsung mengungkapkan bahwasanya pihak *endorser* tidak menerima produk palsu, obat terlarang, maupun benda lainnya yang tidak dibenarkan oleh hukum. Kontrak elektronik berdasarkan Pasal 1 angka 17 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 mengenai Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik (untuk selanjutnya disebut UU ITE) mengungkapkan bahwasanya: "Kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik". Pasal 18 ayat (1) UU ITE pun mengungkapkan bahwasanya: "Transaksi Elektronik yang dituangkan ke dalam Kontrak Elektronik mengikat para pihak". Perjanjian *endorsement* sebagai suatu macam kontrak elektronik yang terlahir dikarenakan terdapat penawaran serta penerimaan. Perjanjian *endorsement* itu mengikat untuk dua pihak yakni *endorsee* dan *endorser*. Perjanjian

elektronik yang sudah dipersetujui oleh antarpihak dengan daring bisa jadi landasan beserta instrumen pembuktian hukum secara sah. Hal berikut dilandaskan kepada Pasal 5 UU ITE yang dirumuskan yaitu:

- 1) "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah;
- 2) Informasi dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan perluasan dari alat bukti yang sah sesuai dengan Hukum Acara yang berlaku di Indonesia;
- 3) Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dinyatakan sah apabila menggunakan Sistem Elektronik sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang ini."

3.2 Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Online Jika Endorse Melakukan Wanprestasi Dalam Perjanjian Endorsement

Perjanjian *endorsement* sebagai suatu perjanjian yang baru yang timbul karena pengaruh atas kemajuan teknologi yang sangat pesat diseluruh dunia. Perjanjian *endorsement* ini mengikat kedua belah pihak yang bersangkutan di dalam perjanjian tersebut maka antarpihak terkait pun mempunyai kewajiban beserta hak untuk dipenuhi yang telah disepakati untuk mencapai tujuan bersama di dalam perjanjian tersebut sehingga jika salah satu pihak tidak memenuhi hak dan kewajibannya maka perjanjian tersebut dinyatakan wanprestasi. Wanprestasi berarti istilahnya bahasa Belanda "wanprestatie" bermakna tidak terpenuhi kewajiban ataupun prestasi di perjanjian. Berdasarkan KBBI, definisi wanprestasi maksudnya salah satu pihak berikrar pada perjanjian mempunyai hasil kurang baik dampak dari kelalaian dirinya. Alhasil wanprestasi bisa dimaksud merupakan tindakan mengingkar janji oleh salah satu pihak pada perjanjian di atas materai yang merupakan dampak atas kelalaian alhasil tidak dapat penuhi kewajiban dirinya.¹⁹ Perjanjian melaksanakan penerbitan ikatan hak beserta kewajiban diantara pihak-pihak di perjanjian, maka pihak yang tidak terpenuhi kewajiban yang sudah disetujui itu dikatakan wanprestasi. Ada pula wujud wanprestasi bisa mencakup empat jenis, yakni:

- a. Tidak melaksanakan hal yang disanggupi ingin dilaksanakannya;
- b. Melaksanakan hal yang diperjanjikan, namun tidak sesuai yang diperjanjikan;
- c. Melaksanakan hal yang diperjanjikan namun ada keterlambatan;
- d. Melaksanakan hal yang berdasarkan perjanjian tidak dibolehkan dilaksanakan.

Pasal 1234 pada KUHPperdata mengungkapkan bahwasanya, "Penggantian biaya, kerugian dan bunga karena tidak 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". Sedangkan gugatan wanprestasi bisa dilakukan pengajuan selaras terhadap peraturan KUHP Pasal wanprestasi 1267.

¹⁹ Redaksi OCBN NISP,2021, "Apa Itu Wanprestasi? Ini Pengertian, Unsur, & DampakHukum".URL:<https://www.ocbnisp.com/id/article/2021/08/12/wanprestasiadalah#:~:text=Wanprestasi%20adalah%20istilah%20dari%20bahasa.prestasi%20buruk%20akibat%20dari%20kelalaiannya> Diakses Pada tanggal 15 September 2022.

Saat ini semakin banyak timbul permasalahan yang terjadi akibat perjanjian *endorsement* dimana pelaku usaha *online* merasa dirugikan oleh pihak ketiga dalam melakukan promosi produknya yang dalam hal ini disebut *endorser* seringkali *endorser* tidak memberikan kepastian terhadap pelaku usaha *online*. Sistem *e-commerce* saat ini mengalami perkembangan yang pesat yang mengakibatkan semakin mempermudah dari bisnis *online* namun terkait ini sering terjadi wanprestasi yang merugikan pelaku usaha. Kedudukan diantara para pihak yang tidak seimbang yang mengakibatkan suatu pihak memungkinkan untuk melaksanakan wanprestasi dalam perjanjian *endorsement*. Dalam perjanjian *endorsement* juga tidak ada suatu perjanjian hitam diatas putih karena kebanyakan perjanjian *endorsement* hanya dilakukan melalui media sosial dan tanpa para pihak bertatap muka secara langsung untuk menetapkan perjanjian tersebut. Sehingga sangat perlu peraturan yang mengatur terkait perlindungan hukum bagi pihak-pihak yang bersangkutan yang merasa dirugikan dalam perjanjian tersebut.

Perlindungan hukum ialah seluruh usaha untuk menjamin terdapatnya kejelasan hukum buat berikan perlindungan kepada seorang bila haknya itu dilanggar oleh pihak lainnya. Perlindungan hukum merupakan perlindungan akan harkat serta martabat, dan pengakuan kepada berbagai hak asasi manusia yang dipunyai oleh subjek hukumnya bersumber pada determinasi hukum dari kesewenangan ataupun sebagai peraturan maupun kaidah yang akan bisa mencegah sesuatu perihal dari perihal yang lain. Berhubungan terhadap pelanggan, berarti hukum membagikan perlindungan kepada hak-hak klien dari suatu hal yang menyebabkan tidak terpenuhi haknya tersebut. Bagi Philipus Meter. Hadjon perlindungan hukum merupakan perlindungan akan harkat martabat, dan pengakuan kepada berbagai hak asasi manusia yang dipunyai oleh subjek hukumnya bersumber pada determinasi biasa dari kesewenangan ataupun sebagai berkas peraturan ataupun kaidah yang akan bisa mencegah sesuatu perihal yang lain.²⁰

Bentuk Perlindungan hukum yang diberi dari pemerintahan diklasifikasikan jadi dua, yakni perlindungan hukum represif serta preventif.

a. Perlindungan hukum preventif

Dalam hal wanprestasi yang dilakukan oleh pemberi jasa *endorse* pemerintah telah memberikan perlindungan hukum yang bersifat preventif melalui peraturan perundang-undangan. Pada Pasal 40 ayat (2) UU ITE menyatakan "Pemerintah melindungi kepentingan umum dari segala jenis gangguan sebagai akibat penyalahgunaan Informasi Elektronik dan Transaksi Elektronik yang mengganggu ketertiban umum, sesuai dengan Peraturan Perundang-Undangan". Pasal 21 UU ITE mengatakan kalau pihak yang mengemban tanggung jawab atas seluruh dampak hukum pada penerapan Transaksi Elektronik. Terkait perihal wanprestasi perjanjian *endorsement* sekadar dilaksanakan oleh satu pihak yakni pihak penyedia pelayanan *endorse* yang wajib tanggung jawab atas seluruh dampak hukum yang dipicu pada penerapan wanprestasi atas perjanjian *endorsement*-nya itu.

b. Perlindungan hukum represif

Perlindungan hukum represif yakni perlindungan akhir mencakup sanksi misalnya penjara, denda, hukuman tambahan yang diberi manakala telah terdapat persengketaan ataupun dilaksanakan tindakan melanggar. Pada Pasal 19 UUPK sudah diungkapkan tanggung jawab yang harus terpenuhi pihak pelaku bisnis terkait ini berarti yang memberi layanan *endorse*, yakni :

²⁰Ibid, 20.

- 1) "Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- 2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- 3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- 4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- 5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen."

Bila pelaku usaha terkait perihal ini pihak penyedia pelayanan *endorse* melaksanakan wanprestasi, sehingga pelaku bisnis bertanggung jawab serta melaksanakan hukuman selaras terhadap kebijakan yang ada pada aturan UU secara sah. Berkaitan dengan perlindungan konsumen, jasa *endorsement* dengan pelaku usaha *online* dan *endorser* yang diatur di beberapa peraturan perundang-undangan dan Undang-Undang Nomor Tahun 1999 tentang Transaksi Elektronik. Perjanjian *endorsement* memberikan hak dan tanggung jawab terhadap masing-masing pihak yang harus dipenuhi. Selanjutnya, kedua belah pihak juga berhak mendapatkan perlindungan hukum apabila salah satu pihak melakukan wanprestasi terhadap perjanjian tersebut. Berdasarkan uraian diatas apabila pelaku usaha merasa dirugikan oleh pemberi jasa *endorse* atau *endorser* berhak mendapat perlindungan hukum preventif maupun perlindungan hukum secara refresif maka pemberi jasa *endorse* harus siap bertanggung jawab atas ganti rugi dan sanksi-sanksi dari perbuatan yang merugikan pelaku usaha *online*.

Secara umum, tindakan wanprestasi yang dilakukan pelaku usaha sebagai pihak pemberi *endorse* dan kaitannya dengan pihak ketiga atau konsumen dalam perjanjian *endorsement* adalah meliputi tiga hal, yaitu :

1. Produk yang diberikan oleh pelaku usaha ternyata tidak tepat atau tidak sesuai dengan yang di *endorse* kepada *endorser* yang mengakibatkan kerugian pada konsumen akibat pengaruh *endorse*.
2. Produk yang telah dijanjikan pada konsumen tidak diberikan dengan tempo waktu yang tepat.
3. Produk yang dikirim oleh pelaku usaha tidak sampai ke tangan konsumen. Dalam hal ini berarti bahwa kewajiban pelaku usaha tidak dilakukan sama sekali.

Apabila hal-hal tersebut terjadi dan tidak terjadi karena adanya suatu peristiwa tidak pasti, maka dari itu konsumen dapat menggugat wanprestasi kepada pihak pelaku usaha karena sudah dianggap merugikan konsumen. Peraturan mengenai kerugian konsumen diatur dalam UUPK.²¹ Sehingga para pelaku usaha harus mampu

²¹ Rahmawati, Indah Dwi, I Made Udiana, dan I Nyoman Mudana. "Perlindungan Hukum Konsumen Pengguna Kosmetik Tanpa Izin Edar Dalam Perspektif UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen". *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum* 7, No 5 (2019) : 6.

menanggung segala bentuk tuntutan kerugian oleh konsumen atas produk yang di *endorsement* oleh *endorser*.

Perlindungan hukum merupakan seluruh usaha atas memenuhi hak serta memberi bantuan atas perasaan nyaman pada saksi ataupun korban, perlindungan hukum untuk korban kejahatan merupakan bagiannya perlindungan untuk warga yang bisa diserahkan dalam bermacam wujud. Bantuan hukum perjanjian *endorsement* diantara pelaku bisnis *online* serta penyedia pelayanan *endorse* ialah bagian dari kemajuan teknologi. Perjanjian *endorsement* akan membagikan tanggung jawabnya pada tiap-tiap pihak baik pelaku bisnis *online* ataupun penyedia pelayanan *endorse*. Pada Pasal 40 ayat (2) UU ITE menyatakan "Pemerintah melindungi kepentingan umum dari segala jenis gangguan sebagai akibat penyalahgunaan informasi Elektronik dan Transaksi Elektronik yang mengganggu ketertiban umum, sesuai dengan peraturan perundangundangan".

Berdasarkan Pasal 21 UU ITE menyebutkan bahwa pihak yang bertanggung jawab atas segala akibat hukum dalam pelaksanaan transaksi elektronik ialah sebagai berikut:

- 1) "Jika dilakukan sendiri, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggung jawab para pihak yang bertransaksi;
- 2) Jika dilakukan melalui pemberian kuasa, segala akibat hukum dalam pelaksanaan transaksi elektronik menjadi tanggung jawab pemberi kuasa; atau
- 3) Jika dilakukan melalui agen elektronik segala akibat hukum dalam pelaksanaan transaksi elektronik menjadi tanggung jawab penyelenggara agen elektronik;
- 4) Oleh karena dalam hal wanprestasi perjanjian *endorsement* hanya dilakukan oleh salah satu pihak yaitu pemberi jasa *endorse*, maka yang harus bertanggung jawab atas segala akibat hukum yang ditimbulkan dalam pelaksanaan wanprestasi atas perjanjian *endorsement* itu yaitu pemberi jasa *endorse/selebgram*."

4. Kesimpulan

Perjanjian *endorsement* merupakan sebuah perjanjian baru yang timbul karena pesatnya perkembangan media social seluruh dunia. Perjanjian *endorsement* merupakan suatu perjanjian kerjasama antara pelaku usaha *online* dengan pemberi jasa *endorse* yang disebut dengan *endorser* yang dilakukan melalui media sosial ataupun alat komunikasi yang dapat menghubungkan antara pelaku usaha *online* dengan *endorser*. Pengaturan mengenai Perjanjian *Endorsement* diatur melalui KUHPerdara mengingat perjanjian *endorsement* merupakan bagian dari hukum perikatan/perjanjian. Dalam perjanjian *endorsement* melibatkan pelaku usaha *online* dengan penyedia jasa *endorse* yang menimbulkan hak dan kewajiban antara kedua belah pihak yang harus dipenuhi untuk mencapai tujuan sesuai dengan perjanjian yang telah dibuat. Sebagaimana jika salah satu pihak melanggar perjanjian tersebut dan tidak melaksanakan tanggungjawabnya sehingga pihak lainnya dapat mengajukan gugatan wanprestasi. Dalam hal ini kedua belah pihak yang merasa dirugikan berhak mendapatkan perlindungan hukum yang dapat melindungi haknya baik perlindungan hukum preventif maupun perlindungan hukum represif ataupun salah satu pihak berhak menuntut ganti rugi dari salah satu pihak yang merugikan pihak lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Marzuki, Petern Mahmud. *"Penelitian Hukum EdisiyRevisi"* (Jakarta: Prenandamedia Groups, 2016).
- Purwanto, djoko. *Korespondensi Bisnis Modern* (Jakarta : PT Gelora Aksara Pratama, 2017).
- Subekti, *Aneka Perjanjian* (Bandung, PT. CitraAditya, 2014).
- Suteki, dan Taufani, G. *Metodologi Penelitian Hukum (Filsafat, Teori Dan Praktik)* (Depok, PT Raja Grafindo Persada, 2018).

JURNAL

- Astuti, Desak Ayu Lila, dan A.A. Ngurah Wirasil. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Transaksi E-Commerce Dalam Hal Terjadinya Kerugian". *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum* 1, No 10 (2018): 1-5.
- Chaerani, Annisa. "Aspek Hukum Wanprestasi Selebgram Terhadap Usaha Bisnis Online dan Upaya Perlindungan.", *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 8, No. 18 (2022): 444. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7212607>
- Dwikayanti, Ni Made Rai, dan Ni Putu Purwanti. "Perlindungan Hukum Bagi Pemberi Jasa Endorse Dalam Perjanjian Endorsement". *Kertha Semaya: Journal Fakultas Hukum Universitas Udayana* 9, No 5 (2021)
- Fasya, Ilma Ainun Nabila, Berliantha, dkk. "Pelanggaran Etika Periklanan: Paradigma Tanggung Jawab Hukum Influencer Terhadap Perbuatan Endorsement." *Jurnal MAHUPAS: Mahasiswa Hukum Unpas* 1, No. 2 (2022): 90.
- Indrayana, I Putu Dipta, Nyoman Putu Budiarta, dan Ni Made Jaya Senastri. "Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Online Jika Terjadi Wanprestasi Yang Dilakukan Oleh Pemberi Jasa Endorse." *Jurnal Interpretasi Hukum* 2, No 2 (2021). <https://doi.org/10.22225/juinhum.2.2.3454.435-439>
- Jesslyn. "Pertanggungjawaban Penerima Endorse Judi Dan Kosmetik Illegal Melalui Instagram." *Lex Librum : Jurnal Ilmu Hukum* 6, No. 2 (2020). <http://doi.org/10.5281/zenodo.3904220>
- Masruron, Muhamad, dan Adinda Rosana Hesti Susani. "Endorsement sebagai marketing on social media (Studi Kasus di Kecamatan Masbagik)." *A-I Rasyad* 1, Vol. 1 (2022).
- Purwono, R. Tri Yuli. "Penerapan Asas Itikad Baik Pada Perjanjian Kerjasama Endorsement Pada Online Shop Dengan Selebriti Instagram Di Kabupaten Sleman." *Jurnal Kajian Hukum* 4, No. 2 (2019).
- Rahmawati, Indah Dwi, I Made Udiana, dan I Nyoman Mudana. "Perlindungan Hukum Konsumen Pengguna Kosmetik Tanpa Izin Edar Dalam Perspektif UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen". *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum* 7, No 5 (2019) : 6. <https://doi.org/10.24843/KM.2019.v07.i05.p10>
- Suryadini, Dewa Ayu Kade Wida, dan Suatra Putrawan. "Pertanggungjawaban Selebgram Terhadap Konsumen Yang Mempromosikan Barang dan Jasa Di Media Sosial." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 8, No 6 (2020).
- Sulistiawati, Ni Luh Putu Siska, dan A.A. Sagung Wiranti Darmadi, dkk. "Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Online Shop Apabila Terjadi Wanprestasi yang Dilakukan Oleh Pemberi Jasa Endorse di Kota Denpasar",

Kertha Semaya: Jurnal Ilmu Hukum 7, No.4 (2019).
<https://doi.org/10.24843/KM.2019.v07.i04.p06>

Yudityastri, Alya, dan Suraji. "Klausula Baku Dalam Perjanjian Endorsement Dikaitkan Dengan Asas Kebebasan Berkontrak." *Jurnal Privat Law* 8, No 2 (2020): 166.

INTERNET

Arjanto, Dwi. 2021. "Mengenal Wanprestasi Dalam Suatu Perjanjian: Terbagi 4 Jenis". URL : <https://metro.tempo.co/read/1547655/mengenal-wanprestasi-dalam-suatu-perjanjian-terbagi-4jenis#:~:text=Biasanya%20wanprestasi%2C%20terbagi%20menjadi%20empat,apa%20yang%20disanggupi%20untuk%20> Diakses pada tanggal 15 September 2022.

Nimda, 2012, "Apa Itu E-Commerce", URL : <http://www.unpas.ac.id/apa-itu-e-commerce/> Diakses pada tanggal 15 September 2022.

Redaksi OCBN NISP,2021, "Apa Itu Wanprestasi? Ini Pengertian, Unsur, & DampakHukum".URL:<https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/08/12/wanprestasiadalah#:~:text=Wanprestasi%20adalah%20istilah%20dari%20ba> [hasa,prestasi%20buruk%20akibat%20dari%20kelalaiannya](https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/08/12/wanprestasiadalah#:~:text=Wanprestasi%20adalah%20istilah%20dari%20ba) Diakses Pada tanggal 15 September 2022.

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251,Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5952

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Republik Nomor 3821.