

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PELAKU USAHA *ONLINE SHOP***

**AKIBAT *ENDORSE* WANPRESTASI**

(Studi Perkara Pemilik Usaha *Online* Yang Melakukan *Endorse* Di Kabupaten Jepara)

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Ilmu Hukum

Program Kekhususan Hukum Perdata



Diajukan Oleh :

**Muhammad Rizal Fauzi**

**30301800266**

**PROGRAM STUDI (S.1) ILMU HUKUM**

**FAKULTAS HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG (UNISSULA)**

**SEMARANG**

**2022**

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PELAKU USAHA *ONLINE SHOP***

**AKIBAT *ENDORSE* WANPRESTASI**

(Studi Perkara Pemilik Usaha *Online* Yang Melakukan *Endorse* Di Kabupaten Jepara)



Diajukan Oleh

**Muhammad Rizal Fauzi**

**30301800266**

Pada tanggal, 14 April 2022 telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing :

**Prof. Dr. Hj. Anis Mashdurohatun, S.H., M.Hum**

**NIDN : 06-2105-7002**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**  
**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PELAKU USAHA *ONLINE SHOP***  
**AKIBAT *ENDORSE* WANPRESTASI**  
(Studi Perkara Pemilik Usaha *Online* Yang Melakukan *Endorse* Di Kabupaten Jepara)

Dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Rizal Fauzi  
30301800266

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji  
Pada Tanggal 22 April 2022  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat dan lulus

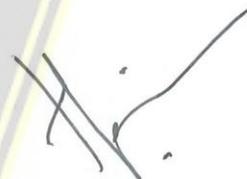
Tim Penguji  
Ketua

  
Dr. H. Amin Purnawan, S.H, Sp.N, M.Hum  
NIDN : 0606126501

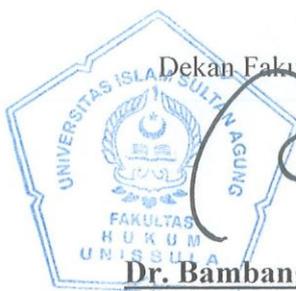
Anggota

Anggota

  
Prof. Dr. Hj. Anis Mashdurohatun, S.H., M.Hum  
NIDN : 0621057002

  
Dr. Lathifah Hanim, S.H, M.Hum, M.Kn  
NIDN: 0621027401

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Hukum UNISSULA

  
  
Dr. Bambang Tri Bawono, S.H., MH  
NIDN : 0607077601

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrohim

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Rizal Fauzi  
NIM : 30301800266  
Program Studi : Ilmu Hukum  
Fakultas : Hukum

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang diajukan dengan judul :

**“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PELAKU USAHA *ONLINE SHOP* AKIBAT *ENDORSE* WANPRESTASI”** (Studi Perkara Pemilik Usaha *Online* Yang Melakukan *Endorse* Di Kabupaten Jepara) ini adalah hasil karya sendiri, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi atau karya yang pernah ditulis/diterbitkan orang lain, kecuali yang bertulis beracu dalam daftar pustaka. Skripsi ini adalah milik saya, segala bentuk kesalahan dan kekeliruan dalam skripsi ini adalah tanggung jawab penulis.

Semarang, 14 April 2022



Muhammad Rizal Fauzi

## PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Muhammad Rizal Fauzi
NIM	: 30301800266
Program Studi	: Ilmu Hukum
Fakultas	: Hukum

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir Skripsi dengan judul :

**“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PELAKU USAHA *ONLINE SHOP* AKIBAT *ENDORSE WANPRESTASI*”** (Studi Perkara Pemilik Usaha *Online* Yang Melakukan *Endorse* Di Kabupaten Jepara) dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 14 April 2022



Muhammad Rizal Fauzi

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO :

- ❖ Barang siapa bertakwa kepada Allah maka Dia akan menjadikan jalan keluar baginya, dan memberinya rezeki dari jalan yang tidak ia sangka, dan barang siapa yang bertawakal kepada Allah maka cukuplah Allah baginya, Sesungguhnya Allah melaksanakan kehendak-Nya, Dia telah menjadikan untuk setiap sesuatu kadarnya. (Q.S. Ath-Thalaq ayat 2-3)
- ❖ Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.(Q.S. Al-Mujadalah ayat 11)

### PERSEMBAHAN :

1. Kedua orang tua penulis Bapak Junarno dan Ibu Tsamrotul Hidayah
2. Seluruh Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung
3. Almamater Universitas Islam Sultan Agung

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya. Penulisan skripsi yang berjudul “**Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha *Online Shop* Akibat *Endorse* Wanprestasi (Studi Perkara Pemilik Usaha *Online* Yang Melakukan *Endorse* Di Kabupaten Jepara)**” dalam rangka memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) di Fakultas Hukum UNISSULA.

Penulisan skripsi ini sangat sulit terwujud apabila tanpa bimbingan serta doa juga dukungan dari berbagai pihak yang juga membantu penyelesaian skripsi ini. Maka perkenankanlah saya menyampaikan rasa terimakasih dan ras hormat kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Gunarto, S.H, S.E, Akt, M.Hum selaku Rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Bapak Dr. Bambang Tri Bawono, S.H., MH Selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Ibu Dr. Hj. Widayati, S.H., M.H Selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Bapak Arpangi, S.H., M.H Selaku Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
5. Ibu Dr. Hj. AryaniWitasari, SH., M.Hum Selaku Ketua Program Studi S1 Fakultas Hukum Unissula.

6. Prof. Dr. Hj. Anis Mashdurohatun, S.H., M.Hum selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan serta arahnya dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Para Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu selama penulis menempuh pendidikan.
8. Para Staff dan Karyawan Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah melayani kami selama menempuh pendidikan.
9. Kedua orang tua penulis, Bapak Junarno dan Ibu Tsamrotul Hidayah, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, serta atas kesabaran yang luar biasa dalam setiap langkah hidup penulis, yang merupakan anugerah terbesar dalam hidup. Penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat di banggakan.
10. Kakak penulis tercinta, Lana Fathonatul Fikriyah, terimakasih atas segala doa dan segala dukungan.
11. Sahabat seperjuangan selama perkuliahan, Ahkam, Zidna, Nanang, Nanda, Yuda, Aldi, serta semua teman seperkuliahan, penulis mengucapkan terimakasih atas dukungan selama perkuliahan.
12. Semua pihak yang tidak dapat di sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus memberikan doa dan motivasi sehingga dapat terselesaikanya skripsi ini.

Saya menyadari bilamana penulisan skripsi ini masih memiliki banyak sekali kekurangan dari segi isi maupun penulisan. Semoga skripsi ini bisa memberikan

manfaat khususnya untuk penulis dan pembaca serta agama, negara, dan masyarakat. Apabila ada kata-kata ataupun kalimat yang kurang berkenan mohon dimaafkan. Aamiin.

Semarang, 14 April 2022

Penulis

Muhammad Rizal Fauzi



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	I
HALAMAN PERSETUJUAN.....	II
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	III
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	IV
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH.....	V
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	VI
KATA PENGANTAR .....	VII
DAFTAR ISI.....	X
ABSTRACT.....	XIII
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penulisan .....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Terminologi.....	8
F. Metode Penelitian.....	9
G. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
A. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian .....	16
1. Pengertian Perjanjian.....	16
2. Syarat Sahnya Perjanjian .....	17
3. Asas-asas Perjanjian.....	21
4. Macam-Macam Perjanjian .....	23
5. Perjanjian Dalam Hukum Islam .....	27
B. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Hukum Dalam Transaksi Elektronik .....	31
1. Pengertian atau Definisi Transaksi Elektronik ( <i>E-Commerce</i> ) .....	31
2. Perlindungan Hukum Pada Transaksi Elektronik ( <i>E-Commerce</i> ).....	32
3. Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik ( <i>E-Commerce</i> ).....	35
4. Tinjauan Umum Transaksi Elektronik Menurut Hukum Islam.....	40

C. Tinjauan Umum Tentang Wanprestasi.....	41
1. Pengertian Wanprestasi.....	41
2. Pengertian Prestasi .....	44
3. Faktor Penyebab Tidak Terlaksananya Prestasi .....	45
D. Tinjauan Umum Tentang <i>Celebrity Endorsement</i> .....	46
1. Pengertian <i>Celebrity Endorsement</i> .....	46
2. Pihak-pihak dalam <i>Celebrity Endorsement</i> .....	48
3. Prosedur <i>Celebrity Endorsement</i> .....	51
4. Tindakan untuk Mencegah Pelanggaran dalam Kerja Sama <i>Celebrity Endorsement</i> .....	52
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	54
A. Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha <i>Online Shop</i> Akibat <i>Endorse</i> Wanprestasi .....	54
B. Penyelesaian Sengketa Pelaku Usaha <i>Online Shop</i> Akibat <i>Endorse</i> Wanprestasi .....	70
BAB IV PENUTUP .....	85
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA .....	89

## ABSTRAK

Teknologi dan informasi mengalami perkembangan yang sangat pesat saat ini dan telah dimanfaatkan di berbagai bidang. Dalam bidang perdagangan, persaingan yang ketat antar pelaku usaha *online shop* menyebabkan pelaku usaha *online shop* memerlukan pihak lain agar mampu bersaing, serta terdapat problematika yang sering muncul yakni wanprestasi dalam pelaksanaannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta memahami bentuk perlindungan hukum terhadap pelaku *online shop* akibat *endorse* wanprestasi dan mengetahui cara penyelesaian sengketa pelaku usaha *online shop* akibat *endorse* wanprestasi di Kabupaten Jepara.

Penulisan skripsi ini menggunakan metode penulisan hukum yuridis empiris dengan pendekatan perundang-undangan, pendekatan fakta, dan pendekatan konseptual, serta menggunakan teknik analisis kualitatif dan bersifat deskriptif analisis yang menjelaskan mengenai wanprestasi dalam perjanjian *endorsement* antara pelaku usaha *online shop* dengan pihak pemberi jasa *endorse*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap pelaku usaha *online shop* akibat *endorse* wanprestasi yaitu mengacu pada ketentuan peraturan perundang-undangan khususnya Pasal 6 dan 7 UUPK mengenai hak dan kewajiban pelaku usaha, serta Pasal 1338 KUHP yang diwujudkan melalui perjanjian secara tertulis berupa pesan whatsapp dan email, dimana wujud perlindungan hukumnya tersebut yaitu pelaku usaha mendapatkan ganti kerugian sesuai dengan perjanjian yang disepakati.

Penyelesaian sengketa akibat *endorse* wanprestasi yaitu berdasarkan pada Undang-Undang No 30 Tahun 1999 dapat diselesaikan dengan cara litigasi dan non litigasi, namun yang dilakukan oleh pihak pelaku usaha dengan jasa *endorse* yang bergerak di media sosial instagram di kabupaten jepara yaitu dengan cara mengajukan surat peringatan secara tertulis untuk negosiasi atau musyawarah untuk mufakat antar pihak pelaku usaha dengan pihak jasa *endorse*, dimana hasil musyawarah pelaku usaha dan jasa *endorse* tersebut masing-masing pihak jasa *endorse* sepakat berkewajiban membayar ganti rugi kepada pelaku usaha.

**Kata Kunci :** Pelaku Usaha Online, Wanprestasi, Jasa *Endorse*

## **ABSTRACT**

*Technology and information are developing very rapidly at this time and have been used in various fields. In the field of trade, intense competition between online shop business actors causes online shop business actors to need other parties to be able to compete, and there are problems that often arise, namely default in implementation. This study aims to find out and understand the form of legal protection for online shop actors due to default endorsements and to find out how to resolve online shop business disputes due to default endorsements in Jepara Regency.*

*The writing of this thesis uses an empirical juridical legal writing method with a statutory approach, a fact approach, and a conceptual approach, as well as using qualitative analysis techniques and descriptive analysis which explains the default in the endorsement agreement between online shop business actors and the endorser service provider.*

*The results show that legal protection for online shop business actors due to default endorsements refers to the provisions of the legislation, especially Articles 6 and 7 of the UUPK regarding the rights and obligations of business actors, as well as Article 1338 of the Criminal Code which is realized through written agreements in the form of messages on WhatsApp and email, where the form of legal protection is that business actors get compensation in accordance with the agreed agreement.*

*Settlement of disputes due to endorsement of default, which is based on Law No. 30 of 1999, can be resolved by litigation and non-litigation, but what is done by business actors with endorse services that move on social media Instagram in Jepara Regency is by submitting a written warning letter for negotiations or deliberation for consensus between the business actors and the endorse service parties, where the results of the deliberations of the business actors and the endorsement services, each party with the endorse service agrees to be obliged to pay compensation to the business actor.*

**Keywords:** *Online Business Actors, Default, Endorsement Services*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pandemi virus covid-19 yang hingga saat ini masih menyebar luas di masyarakat dapat menyebabkan adanya perubahan kebiasaan belanja konsumen yang kini beralih dari belanja offline ke belanja online. Perubahan kebiasaan belanja online oleh masyarakat juga didukung dengan data statistik, termasuk para pebisnis dan para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang mulai bergerak untuk bertransformasi digital demi keberlangsungan usahanya. Meskipun begitu, ada titik cerah di balik situasi ekonomi yang perlahan merosot akibat virus ini. Perkembangan teknologi melahirkan peluang baru khususnya di bidang *E-Commerce*. Pertumbuhan *e-Commerce* semakin naik pesat disebabkan oleh perubahan perilaku konsumen yang memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan berbelanja online terutama pada masa PSBB (Pembatasan Masyarakat Berskala Besar). Selain itu, peningkatan ini juga didorong oleh pelaku UMKM yang berlomba-lomba untuk beralih online dengan bergabung di marketplace atau membangun toko onlinenya sendiri.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Indra Cahya, pelanggan E-Commerce naik 38,3 Persen Selama Pandemi, <https://www.merdeka.com/teknologi/pelanggan-e-commerce-naik-383-persen-selama-pandemi.html>, diakses pada 5 Januari 2021

Masyarakat diharuskan oleh pemerintah untuk menghabiskan waktu dirumah saja selama masa pandemi ini, mengakibatkan *e-commerce* menjadi peluang besar bagi pelaku usaha *online shop* untuk mengembangkan bisnisnya. Alasan *e-commerce* di gemari oleh pelaku usaha *online shop* untuk mengembangkan bisnis perdagangannya. Di dalam *E-commerce* memiliki jangkauan yang lebih luas dibandingkan menggunakan toko offline pada umumnya. Perkembangan teknologi informasi khususnya internet telah membawa pengaruh yang sangat signifikan.

Kemunculan internet memberikan manfaat di berbagai bidang, salah satunya di bidang perdagangan. Akibat pesatnya pertumbuhan internet dijadikan alat multifungsi bagi pembisnis untuk memasarkan dan menawarkan produk atau jasa ke calon pelanggan dari segala penjuru dan tanpa harus bertemu langsung (*face to face*).<sup>2</sup> Artinya, para pihak harus mempunyai rasa kepercayaan terhadap satu sama lain, dikarenakan tidak saling bertemuinya para pihak secara langsung dalam melakukan transaksi jual beli.

Pelaku usaha dan konsumen dapat diuntungkan dengan bertransaksi elektronik yang cepat, mudah dan efisien. Makadari itu tidak sulit untuk memperoleh informasi karena dapat menjangkau tempat tanpa keterbatasan waktu melalui penggunaan internet. Transaksi online diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

---

<sup>2</sup>Abdul Halim Bakatullah, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E.Co.M.Merce Lintas Negara di Indonesia*, Yogyakarta: FH UII Press, 2009, hlm.4

*Online shop* merupakan bentuk transaksi elektronik yang diminati oleh masyarakat sebagai alat untuk memasarkan produk dan jasa karena dengan kecanggihannya dapat mempermudah melihat produk-produk yang dipasarkan tanpa adanya batasan. Kegiatan berbisnis secara berinteraksi langsung dengan berbisnis secara elektronik tentunya adanya perbedaan, yaitu interaksi penjualan pembeli yang sekarang dengan kecanggihan internet tanpa harus ke lokasi penjualan tetapi hanya melalui media sebagai alat pembantu pembeli untuk berinteraksi dengan penjual.

Media yang dipergunakan sebagai media promosi bisnis yang efektif untuk memasarkan produk tanpa kendala kesulitanyaitu dengan media sosial Facebook, whatsapp, line, tokopedia, shopee, website, zalora, bukalapak, lazada, instagram dan lain-lain merupakan media sosial yang dipergunakan untuk memperoleh produk yang diinginkan konsumen. Namun aplikasi yang banyak diminati dan menghasilkan banyak keuntungan yaitu instagram. Media yang mempunyai keunggulan di dalam fitur nya seperti membagikan foto atau video, berbagi cerita dengan disertai stiker dan efek yang menarik merupakan makna dari instagram. Dengan memanfaatkan segala keunggulannya sebagai pengguna instagram dapat memperoleh keuntungan dengan kegiatan berbisnis. Munculnya berbagai akun yang dibuat oleh *online shop* di instagram dengan mengupload foto dan video barang atau jasa yang di tawarkannya.

Bagi calon pembeli dapat melakukan pemesanan barang atau menggunakan jasa dengan cara menghubungi kontak pemilik bisnis yang tercantum di bio akun instagram *online shop* tersebut. Dengan kemunculan *online shop* membuat pemilik bisnis online membutuhkan pihak lain untuk bersaing dalam bidang *e-commerce*. Hal itu disebabkan karena persaingan yang semakin ketat akibat banyak pebisnis *online shop* yang menawarkan berbagai produk di media sosial melalui instagram. Oleh karena itu, pemilik bisnis online menciptakan kreatifitas yang menarik agar menjadi pusat perhatian konsumen. Dalam mempergunakan jasa *endorsement* merupakan salah satu faktor pendukung kreatifitas yang tepat dalam memikat para konsumen.

*Endorsement* ditujukan kepada akun pribadi yang memiliki *followers* atau pengikut yang banyak dikarenakan foto dan video yang diuploadnya banyak yang disukai orang dan berpenampilan menarik sehingga membuat terkenal atau viral di dunia instagram dan menjadi pusat perbincangan bagi pengikutnya.<sup>3</sup>

Pelaku usaha berharap produk yang dipromosikan atau *endorse* melalui selebgram tersebut bisa semakin diketahui banyak orang dan omset penjualan naik pesat. Sehingga pelaku usaha memperoleh keuntungan dari hasil penjualan tersebut semakin tinggi. *Endorsement* merupakan kegiatan periklanan yang diperankan oleh selebriti yang mempunyai kualitas.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup>Silvia Mefuta dan Much Yulianto, *Fenomena Gaya Hidup Selebgram* (Studi Fenomena Selebgram Awkarin), *Interaksi Online*. Vol. 6 No. 4, Oktober 2018, hlm.567

<sup>4</sup>Gayatri Hutami Putri dan Bhina Patria, *Pengaruh Endorsement Selebriti Instagram Terhadap Minat Beli Remaja Putri*. Gadjah Mada Journal Of Professional Psychology( *GAMAJPP*). Vol.4, No.1, 2018, hlm.33

Menggunakan jasa *endorsement* dapat dilakukan dengan bentuk suatu perjanjian antara pemilik bisnis dengan selebriti *endorse* yang disebut jasa *endorse*.

Pengertian perjanjian diatur pada Kitab Undang Undang Perdata (KUHPerdata) Pasal 1313 yang isinya menjelaskan bahwa “perjanjian merupakan suatu perbuatan yang melibatkan satu orang atau lebih yang mengikatkan diri terhadap satu orang atau lebih”. Perjanjian yang telah disepakati oleh kedua belah pihak seharusnya dilaksanakan sesuai apa yang telah disepakati, tetapi tidak jarang terdapat pihak-pihak yang tidak memenuhi prestasi padapelaksanaan perjanjian atau yang seringkali dianggap dengan kata wanprestasi.

Wanprestasi mempunyai 4(empat) bentuk yaitu :<sup>5</sup>

1. Debitur tidak memenuhi prestasi sama sekali.
2. Debitur memenuhi prestasi namun tidak sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan.
3. Debitur melakukan prestasi tetapi tidak tepat waktu.
4. Debitur melakukan apa yang dilarang pada perjanjian.

Wanprestasi pada perjanjian *endorse* sering terjadi Misalnya, pemberi jasa *endorse* tidak melakukan kewajibannya untuk mengunggah foto *endorse* ke media sosial miliknya dalam jangka waktu yang telah disepakati sebelumnya, padahal pihak pelaku usaha *online shop* sudah mengirimkan

---

<sup>5</sup> Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perdata Indonesia*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2014, hlm. 242

barang serta *fee* atas jasa *endorsement* dan sudah diterima oleh selebgram atau jasa endorse tersebut. Tindakan pemberi jasa *endorse* tersebut sudah mengakibatkan kerugian bagi pemilik usaha baik rugi waktu, uang serta tenaga, juga menghilangkan laba yang didapat dari *endorsement* yang seharusnya diperoleh oleh pihak pelaku usaha *online shop*.

Perjanjian *endorsement* tidak dibuat secara khusus oleh Undang-Undang, namun seiring berkembang dengan kehidupan yang dilakukan masyarakat. Pelanggaran terhadap prestasi ini lahir akibat ketidak seimbangan kedudukan pemilik bisnis dengan jasa *endorse* atauselebgram.<sup>6</sup> Oleh karena itu perlunya perlindungan hukum bagi para pemilik bisnis untuk mewujudkan kesejahteraan dan keseimbangan dalam melakukan bisnisnya.

Berdasarkan hal ini membuat penulis selaku mahasiswa tertarik untuk mengangkat judul skripsi:

”PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PELAKU USAHA *ONLINE SHOP* AKIBAT *ENDORSE* WANPRESTASI (Studi Perkara Pemilik Usaha Online Yang Melakukan *Endorse* Di Kabupaten Jepara)”

---

<sup>6</sup>Imam Shajputra, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik*, Bandung: PT. Alumni, 2010, hlm.1

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan anantara lain :

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap pelaku usaha *online shop* akibat *endorse* wanprestasi?
2. Bagaimana penyelesaian sengketa pelaku usaha *online shop* akibat *endorse* wanprestasi?

## **C. Tujuan Penulisan**

1. Untuk mengetahui serta memahami bentuk perlindungan hukum terhadap pelaku *online shop* akibat *endorse* wanprestasi.
2. Untuk mengetahui cara penyelesaian sengketa pelaku usaha *online shop* akibat *endorse* wanprestasi.

## **D. Manfaat Penelitian**

Apabila tujuan penelitian yang dilakukan ini berhasil, diharapkan penelitian ini akan membawa manfaat atau kegunaan sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan untuk dapat menambah informasi dan menjadi panduan yang baik bagi perkembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan bidang Hukum Perdata, khususnya mengenai perlindungan hukum terhadap pelaku usaha *online shop* akibat *endorse* wanprestasi.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu penulis dalam menerapkan ilmu-ilmu yang diperoleh selama perkuliahan, sehingga dapat direalisasikan dalam kehidupan nyata. Serta diharapkan dapat memberikan sumbangasih pengetahuan kepada semua pihak yang membutuhkan terkait dengan penelitian ini.

## E. Terminologi

Seorang penulis wajib menjelaskan dari judul penelitian ini agar untuk mempermudah dan tidak menimbulkan kekeliruan dalam memahami judul penelitian ”perlindungan hukum terhadap pelaku usaha *online shop* akibat *endorse* wanprestasi”

Penjelasan istilah dari penulisan judul sebagai berikut :

### 1. Perlindungan Hukum

Menurut Setiono perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasayang tidak sesuai dengan aturan hukum, untuk mewujudkan ketertiban danketentraman sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia.<sup>7</sup>

### 2. Online Shop

Online shop dalam bahasa Indonesia disebut toko online yang dimana merupakan kegiatan pembelian barang atau jasa melalui media Internet. Melalui belanja lewat Internet, seorang pembeli bisa melihat

---

<sup>7</sup>Setiono, Disertasi : “*Rule of Law*”, Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2004, hlm. 3

terlebih dahulu barang atau jasa yang hendak ia belanjakan melalui web yang dipromosikan oleh penjual. Kegiatan belanja online ini merupakan bentuk komunikasi baru yang tidak memerlukan komunikasi tatap muka secara langsung, melainkan dapat dilakukan secara terpisah dari dan ke seluruh dunia melalui media notebook, komputer, ataupun handphone yang tersambung dengan layanan akses Internet.

### 3. Endorse

*Endorse* adalah bentuk promosi sebuah barang atau jasa di media sosial. *Endorse* merupakan sebuah taktik bisnis yang dilakukan produsen, supaya produknya laris dibeli konsumen. Biasanya taktik ini sering kali menggait selebriti atau publik figur yang terkenal.<sup>8</sup>

### 4. Wanprestasi

Wanprestasi adalah suatu sikap di mana pihak tertentu tidak memenuhi syarat dalam melaksanakan kewajiban sebagaimana yang telah ditentukan dalam perjanjian yang dibuat antara kedua belah pihak.<sup>9</sup>

## F. Metode Penelitian

Dalam penulisan karya ilmiah digunakan metode penelitian hukum yang dikonsepsikan sebagai suatu gejala empiris yang dapat di amati didalam kehidupan nyata, dimana empiris sendiri itu artinya sesuatu yang berdasarkan itu sendiri di peroleh berdasarkan wawancara dengan para

---

<sup>8</sup>Liputan6.com, *Arti Endorse dalam Dunia Bisnis*, Ketahui Manfaat dan Kekurangannya, <https://hot.liputan6.com/read/4680713/arti-endorse-dalam-dunia-bisnis-ketahui-manfaat-dan-kekurangannya>, diakses pada 21 desember 2021

<sup>9</sup>Kontrak hukum, *cari tau wanprestasi dalam perjanjian*, <https://kontrakhukum.com/article/apa-itu-wanprestasi>, diakses pada 22 desember 2021

informan dan responden di lapangan. Penelitian hukum ini dilakukan dengan cara penelitian secara langsung ke lapangan yang berasal dari informan yaitu pelaku usaha *online shop* di Kabupaten Jepara dengan cara tanya jawab secara terstruktur dan asas-asas hukum pada sumber data sekunder yang diperoleh dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier yang terkait dengan perlindungan hukum.

### **1. Pendekatan Penelitian**

Dalam penelitian ini metode pendekatan yang digunakan yaitu yuridisempiris. Dimana pendekatan ini digunakan data primer yang diperoleh dari lapangan. Jadi, pendekatan yuridis empiris dalam penelitian ini maksudnya adalah bahan dalam menganalisis permasalahan dilakukan dengan cara memadukan bahan-bahan hukum (yang merupakan data sekunder) dengan data primer yang diperoleh di lapangan.

### **2. Spesifikasi Penelitian**

Guna memperoleh data dalam penelitian ini, menggunakan pendekatan peneliti deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang menerangkan gambaran nyata mengenai fakta yang terjadi di lapangan yang disajikan dalam bentuk deskripsi tertulis melalui tahap interpretasi, evaluasi, dan pengetahuan umum. Penelitian deskriptif kualitatif menggambarkan seluruh keadaan yang terjadi di lapangan pada saat penelitian berlangsung berdasarkan hukum positif yang berlaku.

### 3. Sumber Data Penelitian

Data-data yang digunakan untuk melangsungkan penelitian ini meliputi Sumber Data Primer dan Sumber Data Sekunder.

#### a. Data Primer

Yang dimaksud dengan data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya dengan cara wawancara.

Wawancara merupakan metode sumber pengumpulan data yang paling efektif dalam mengumpulkan data primer yang diperoleh di lapangan. Hasil wawancara yang dilakukan untuk mendapatkan data dari pelaku usaha *online shop* akibat *endorse* wanprestasi di Kabupaten Jepara.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dalam penelitian terhadap pelaku usaha bisnis online, dan bahan-bahan tertulis lainnya yang berkaitan erat dengan objek yang akan dibahas dan menggunakan penelitian kepustakaan, penelitian kepustakaan adalah teknik untuk mencari bahan-bahan atau data-data yang bersifat sekunder<sup>10</sup> yaitu data-data yang erat hubungannya dengan bahan primer dan dapat dipakai untuk menganalisa permasalahan tentang perlindungan hukum terhadap pelaku usaha *online shop* akibat *endorse* wanprestasi.

---

<sup>10</sup>Sandu Siyoto Dan M. Ali Sodik, *Dasar Metode Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publisng, 2015, hlm.68

Data sekunder yang digunakan terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier, yaitu:

a. Bahan Hukum Primer

Bahan Hukum Primer merupakan bahan-bahan hukum yang mempunyai kekuatan mengikat. Data sekunder dari bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
2. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
3. Pasal 6 dan Pasal 7 UUPK tentang Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha.
4. Pasal 1338 Ayat (1) menentukan bahwa “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-Undang bagi yang membuatnya.”
5. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa

b. Bahan Hukum Sekunder

Jurnal ilmiah, makalah, hasil penelitian, artikel penelitian, kasus–kasus penelitian merupakan bahan penunjang dari data primer dalam memecahkan suatu isi fenomena di dalam penelitian.<sup>11</sup> Bahan hukum sekunder merupakan faktor penting dalam hal

---

<sup>11</sup>*Ibid*, hlm. 68

mencari teori hukum ataupun sebagai perbandingan sudut pandang terhadap penelitian.

c. Bahan Hukum Tersier

Sebagai materi hukum dari kedua materi hukum sebelumnya yang dapat menjadi acuan untuk menganalisis suatu penelitian. Internet dan surat kabar dapat dipakai sebagai media dalam menganalisis bahan hukum.

#### 4. Tehnik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah:

a. Wawancara

Dalam wawancara peneliti telah mengetahui dengan pasti informasi apa saja yang dapat digali dari responden sehingga sudah mempersiapkan daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada responden secara sistematis, dalam penelitian ini dapat menggunakan kamera ataupun perekam suara guna mempermudah proses wawancara.

b. Dokumen atau Studi Pustaka

Merupakan pengumpulan data yang bersumber dari bahan-bahan tertulis. Bahan-bahan tertulis itu dapat berupa Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), dokumen-dokumen, arsip-arsip, jurnal, ataupun artikel yang berkaitan dengan penelitian. Dalam studi kepustakaan data yang diperoleh dari Perpustakaan Fakultas

Hukum Universitas Islam Sultan Agung, Perpustakaan pusat  
Universitas Islam Sultan Agung.

c. Analisis Data

Analisis data yang digunakan oleh penulis adalah analisis data kualitatif, yaitu dengan menjelaskan data yang didapat dari wawancara dalam bentuk uraian sedangkan analisisnya menggunakan landasan teori dan kajian pustaka.

## **G. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan berbentuk skripsi ini merupakan metode dalam penyelesaian penulisan dengan tujuan mempermudah penulis dan pembaca yang disajikan dalam 4 ( empat ) bab, antara lain:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan sebagai pengantar untuk bab selanjutnya dimana berisikan latar belakang masalah yang menjadi dasar penulis mengangkat topik pada penulisan ini sebagai bentuk karya ilmiah yang akan dibuat, rumusan masalah yang akan dibahas dan diteliti, tujuan penelitian, terminologi, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini menjelaskan mengenai tinjauan umum tentang perlindungan hukum : pengertian perlindungan hukum, jenis perlindungan hukum. Tinjauan umum tentang perjanjian : pengertian perjanjian, syarat-sahnya perjanjian, asas-asas

perjanjian, macam-macam perjanjian. Tinjauan umum tentang wanprestasi : pengertian wanprestasi, pengertian prestasi, dan factor penyebab tidak terlaksananya prestasi. Tinjauan umum tentang pelaku usaha, pengertian pelaku usaha, pengertian *celebrity endorsement*, pihak-pihak dalam *celebrity endorsement*, prosedur *celebrity endorsement*.

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

Dalam bab ini, penulis akan menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan dari rumusan masalah mengenai bentuk perlindungan hukum terhadap pelaku usaha *online shop* akibat *endorse* wanprestasi.

### **BAB IV PENUTUP**

Dalam bab ini berisi mengenai kesimpulan-kesimpulan dari penjelasan pada bab III, serta saran atau masukan dari pemikiran penulis yang berkaitan dengan penelitian ini.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian**

##### **1. Pengertian Perjanjian**

Istilah dari perjanjian sudah tidak asing dikalangan masyarakat dan sudah populer, yang merupakan hal berhubungan dengan aturan hukum. Dalam pengertian perjanjian sendiri sampai saat ini belum diperoleh kesatuan dalam berpendapat diantara para ahli hukum dengan sarjana. Karena luasnya aspek di dalam perjanjian itu.

Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata mengawali ketentuan yang diatur dalam Bab Kedua Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, dengan menyatakan bahwa “Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”.<sup>12</sup> Pasal ini menerangkan secara sederhana tentang pengertian perjanjian yang menggambarkan tentang adanya dua pihak yang saling mengikatkan diri. Pengertian ini sebenarnya tidak begitu lengkap, tetapi dengan pengertian ini sudah jelas bahwa dalam perjanjian itu terdapat satu pihak mengikatkan dirinya kepada pihak lain.<sup>13</sup>

Menurut Subekti, perjanjian adalah suatu peristiwa dimana ada seorang berjanji kepada seorang lain atau dua orang itu saling

---

<sup>12</sup>Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja, Perikatan Yang Lahir dari Perjanjian, Jakarta, Rajagrafindo Persada, 2014, hal 7.

<sup>13</sup>Ahmadi Miru dan Sakka Pati, Hukum Perikatan (Penjelasan Makna Pasal 1233 Sampai 1456 BW), Jakarta, Rajagrafindo Persada, 2011, hal 63.

berjanjmelaksanakan suatu hal. Dari peristiwa inilah timbul hubungan antara dua orang itu yang disebut dengan perikatan. Dengan perkataan lain, perjanjian itu menerbitkan perikatan antara dua orang yang membuatnya. Mengenai bentuk perjanjian itu berupa suatu rangkaian perkataan yang mengandung janji-janji atau kesanggupan yang diucapkan atau dituliskan.<sup>14</sup>

Berdasarkan hal itu, maka hubungan antara perikatan dengan perjanjian adalah bahwa perjanjian itu menerbitkan perikatan. Dengan kata lain, perjanjian adalah sumber perikatan. Sumber lain dari suatu perikatan adalah undang-undang.<sup>15</sup>

Perjanjian merupakan sumber terpenting yang melahirkan perikatan. Memang, perikatan itu paling banyak diterbitkan oleh suatu perjanjian, tetapi sebagaimana sudah dikatakan tadi, ada juga sumber-sumber lain yang melahirkan perikatan. Sumber-sumber lain ini tercakup dengan nama undang-undang.<sup>16</sup>

## **2. Syarat Sahnya Perjanjian**

Keabsahan perjanjian merupakan hal yang esensial dalam hukum perjanjian. Pelaksanaan isi perjanjian, yakni hak dan kewajiban, hanya dapat dituntut oleh pihak yang satu kepada pihak yang lain, demikian pula sebaliknya, apabila perjanjian yang dibuat sah menurut hukum. Oleh karena itu keabsahan perjanjian sangat menentukan pelaksanaan isi perjanjian yang

---

<sup>14</sup>I Ketut Oka Setiawan, Hukum Perikatan, Jakarta, Sinar Grafika, 2017, hal 5.

<sup>15</sup>Ibid, Hlm. 6

<sup>16</sup>Subekti, Hukum Perjanjian, Jakarta, Intermedia, 2005, hal 1.

ditutup. Perjanjian yang sah tidak boleh diubah atau dibatalkan secara sepihak. Kesepakatan yang tertuang dalam suatu perjanjian karenanya menjadi aturan yang dominan bagi pihak yang menutup perjanjian.<sup>17</sup>

Suatu perjanjian haruslah memenuhi syarat-syarat sah perjanjian, berdasarkan pasal 1320 KUHPerdara suatu perjanjian adalah sah apabila memenuhi persyaratan, yaitu :

a. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya

Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya mengandung makna bahwa para pihak yang membuat perjanjian telah sepakat atau ada persesuaian kemauan atau saling menyetujui kehendak masing-masing yang dilahirkan oleh para pihak dengan tidak ada paksaan, kekeliruan dan penipuan. Persetujuan mana dapat dinyatakan secara tegas maupun diam-diam.<sup>18</sup> Kesepakatan para pihak merupakan unsur mutlak untuk terjadinya suatu kontrak.<sup>19</sup>

b. Kecakapan untuk membuat suatu kontrak

Cakap merupakan syarat umum untuk dapat melakukan perbuatan hukum secara sah yaitu harus sudah dewasa, sehat akal pikiran dan tidak dilarang oleh suatu peraturan perundang-undangan untuk melakukan sesuatu perbuatan tertentu. Seseorang oleh hukum dianggap tidak cakap untuk melakukan kontrak/perbuatan hukum jika orang tersebut belum

---

<sup>17</sup>Yahman, Karakteristik Wanprestasi dan Tindak Pidana Penipuan Yang Lahir Dari Hubungan Kontraktual, PT. Prestasi Pustakarya, Jakarta, 2011, hlm. 51

<sup>18</sup>H.Riduan Syahrani, 2010, Seluk Beluk dan Asas-asas Hukum Perdata. Alumni, Bandung, hlm. 205

<sup>19</sup>Ahmadi Miru, Hukum Kontrak Perancangan Kontrak, Rajawali Pers, 2007, hlm. 14

berumur 21 tahun, kecuali jika ia telah kawin sebelum cukup 21 tahun. Sebaliknya setiap orang yang berumur 21 tahun ke atas, oleh hukum dianggap cakap, kecuali karena suatu hal dia ditaruh dibawah pengampunan, seperti gelap mata, dungu, sakit ingatan atau pemboros.<sup>20</sup>

Adapun orang-orang yang tidak cakap untuk membuat perjanjian dalam Pasal 1330 KUHPerdato disebutkan sebagai berikut:

1. Orang-orang yang belum dewasa;
2. Orang yang ditaruh dibawah pengampunan; dan
3. Perempuan yang telah kawin.

Berdasarkan Surat Edaran Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 1963 ketentuan mengenai kedudukan wanita yang telah bersuami itu diangkat derajat yang sama dengan pria, untuk mengadakan perbuatan hukum dan menghadap di depan pengadilan tidak memerlukan bantuan suaminya, dengan demikian sub ke 3 dari Pasal 1330 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata telah dihapus.<sup>21</sup>

c. Mengenai suatu hal tertentu

Menurut KUHPerdato hal tertentu adalah satu hal tertentu yang diperjanjikan dalam suatu perjanjian adalah harus suatu hal atas suatu barang yang cukup jelas atau tertentu yakni paling sedikit ditentukan jenisnya sesuai dengan pasal 1333 KUHPerdato.<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup>H.Riduan Syahrani, *Op. Cit*, hlm. 208

<sup>21</sup>Yahman, *Loc. Cit*, hlm 17

<sup>22</sup>R.Soeroso, *Loc. Cit*, hlm 13

d. Suatu sebab (causa) yang halal

Suatu sebab yang halal merupakan syarat yang keempat untuk sahnya perjanjian. Mengenai syarat ini Pasal 1335 KUHPerdara menyatakan bahwa suatu perjanjian tanpa sebab, atau yang telah dibuat karena sesuatu sebab yang palsu atau terlarang, tidak mempunyai kekuatan.<sup>23</sup> Akhirnya, Pasal 1337 KUHPerdara menentukan bahwa sesuatu sebab dalam perjanjian tidak boleh bertentangan dengan undangundang, kesusilaan dan ketertiban umum.<sup>24</sup>

Dua syarat yang pertama, dinamakan syarat-syarat subyektif, karena mengenai orang-orangnya atau subyeknya mengadakan perjanjian, sedangkan dua syarat yang terakhir dinamakan syarat-syarat obyektif karena mengenai perjanjian sendiri atau obyek dari perbuatan hukum yang dilakukan itu. Apabila syarat-syarat subyektif tidak dipenuhi. Perjanjiannya dapat dibatalkan oleh hakim atas permintaan pihak yang tidak cakap atau yang memberikan kesepakatan secara tidak bebas. Hak untuk meminta pembatalan perjanjian ini dibatasi dalam waktu 5 tahun sesuai dengan Pasal 1454 KUHPerdara. Selama tidak dibatalkan perjanjian tersebut tetap mengikat. Sedangkan apabila syarat-syarat obyektif yang tidak dipenuhi, perjanjianya batal demi hukum. Artinya dari semula tidak pernah dilahirkan suatu perjanjian dan tidak pernah ada perikatan. Sehingga tiada dasar untuk saling menuntut di muka hakim (pengadilan).<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup>H. Riduan Syahrani, *Op.Cit.* hlm. 211

<sup>24</sup>*Ibid*, hlm. 212

<sup>25</sup>*Ibid*, hlm. 213

### 3. Asas-asas Perjanjian

Dalam melakukan sebuah perjanjian, terdapat asas-asas yang dapat menjadi pedoman bagi para pihak yang terlibat, antara lain:<sup>26</sup>

#### 1. Asas Kebebasan Berkontrak (*Freedom of Contract*)

Asas kebebasan berkontrak diatur secara tegas di dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara, yang berbunyi:

“Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.”

Dalam ketentuan tersebut, semua perjanjian baik tertulis maupun tidak tertulis, berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang telah melakukan kesepakatan. Hal ini juga dapat diartikan bahwa setiap pihak bebas untuk melakukan perjanjian dengan ketentuan yang tidak diatur secara khusus di dalam undang-undang selama tidak bertentangan dengan undang-undang yang berlaku.

Asas ini memberikan kebebasan bagi para pihak, meliputi.<sup>27</sup>

- 1) Kebebasan untuk membuat atau tidak membuat perjanjian.
- 2) Kebebasan untuk mengadakan perjanjian dengan siapapun.
- 3) Kebebasan dalam menentukan isi perjanjian, dan
- 4) Kebebasan untuk menentukan bentuk perjanjian, baik tertulis maupun tidak tertulis.

#### 2. Asas Konsensualisme

---

<sup>26</sup>M. Muhtarom, “Asas-Asas Hukum Perjanjian: Suatu Landasan dalam Pembuatan Kontrak”, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta, I (Mei, 2014), Hlm. 50

<sup>27</sup>*Ibid*, Hlm. 51

Asas konsensualisme dapat dikaitkan dengan Pasal 1320 ayat (1) KUHPerdara yang menyebutkan syarat sahnya perjanjian, salah satunya yaitu kesepakatan. Asas konsensualisme adalah asas yang menyatakan bahwa perjanjian tidak diatur secara formal, tetapi hanya memerlukan kesepakatan dari para pihak. Kesepakatan yang dimaksud pada asas ini yaitu penyesuaian kehendak yang dibuat oleh para pihak dalam melakukan perjanjian.<sup>28</sup>

### 3. Asas Kepastian Hukum (*Pacta Sunt Servanda*)

Asas kepastian hukum merupakan asas yang berkaitan dengan akibat perjanjian. Asas kepastian hukum juga mengandung arti bahwa hakim atau pihak ketiga wajib menghormati substansi perjanjian yang dibuat oleh para pihak tanpa melakukan intervensi di dalamnya.<sup>29</sup> Asas ini dapat dikaitkan dengan Pasal 1338 KUHPerdara yang menyebutkan bahwa :

“Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.”

Dalam pasal tersebut, dapat diartikan bahwa setiap perjanjian tidak dapat ditarik kembali, kecuali terdapat kesepakatan dari para pihak atau alasan-alasan lain yang dibenarkan oleh undang-undang untuk melakukannya.

### 4. Asas itikad baik (*Good Faith*)

---

<sup>28</sup>*Ibid*, Hlm. 51

<sup>29</sup>*Ibid*, Hlm. 52

yaitu asas yang mengandung makna bahwa para pihak harus mengedepankan kepercayaan dan keyakinan dalam melaksanakan perjanjian. Asas itikad baik terbagi menjadi dua macam, yaitu itikad baik nisbi dan itikad baik mutlak. Asas itikad baik nisbi melakukan penilaian terhadap sikap dan perilaku yang nyata dari subyek hukum. Sedangkan, asas itikad baik mutlak melakukan penilaian terhadap akal sehat dan keadilan yang obyektif pada suatu keadaan.<sup>30</sup> Asas ini diatur di dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara yang menyebutkan bahwa perjanjian harus dilakukan dengan itikad baik.

#### **4. Macam-Macam Perjanjian**

Perjanjian dapat diklasifikasikan menjadi lima macam, dan perjanjian tersebut memiliki kriteria masing-masing, perjanjian tersebut yaitu:

##### **1. Perjanjian dua pihak dan sepihak**

Pembedaan ini didasarkan pada kewajiban berprestasi. Perjanjian dua pihak adalah perjanjian yang mewajibkan kedua belah pihak saling memberi prestasi, misalnya perjanjian jual beli Pasal 1457 KUHPerdara dan perjanjian sewa menyewa Pasal 1548 KUHPerdara. Perjanjian sepihak adalah perjanjian yang mewajibkan satu pihak memberi prestasi dan pihak lain menerima prestasi, misalnya perjanjian hibah dan hadiah.<sup>31</sup>

##### **2. Perjanjian bernama dan tidak bernama**

---

<sup>30</sup>*Ibid*, Hlm. 52

<sup>31</sup>Subekti, Hukum Perjanjian, *Loc.Cit*, hlm.3

Perjanjian Bernama ialah perjanjian yang pada dasarnya sudah memiliki nama dan diatur dalam peraturan perundang-undangan. Perjanjian ini tercantum dalam BAB V sampai dengan BAB XVIII KUHPerdara. Contoh perjanjian bernama, antara lain perjanjian jual beli, perjanjian sewa menyewa, dan perjanjian hibah.

Sedangkan, Perjanjian Tidak Bernama ialah perjanjian yang tidak diatur di dalam KUHPerdara, tetapi perjanjian tersebut diakui masyarakat dan digunakan sebagai pedoman hukum. Perjanjian Tidak Bernama memiliki jumlah yang tidak terbatas, hal ini berarti perjanjian ini dapat digunakan salah satu pihak untuk melakukan perjanjian lain dengan prinsip yang sama. Perjanjian ini didasarkan pada asas kebebasan berkontrak yang berlaku di dalam hukum perjanjian, dimana setiap pihak yang melakukan perjanjian bebas menentukan cara, isi, dan dengan siapa dirinya melakukan perjanjian. Salah satu contoh Perjanjian Tidak Bernama yaitu perjanjian *celebrity endorsement*.

### 3. Perjanjian obligator

Perjanjian Obligatoir (Obligatoir Overeenkomst) adalah perjanjian yang menimbulkan hak dan kewajiban diantara para pihak. Perjanjian obligatoir, sebagaimana secara umum disebutkan di dalam ketentuan Pasal 1313 KUHPerdara. Perjanjian obligatoir adalah perjanjian yang timbul karena kesepakatan dari dua pihak atau lebih dengan tujuan timbulnya suatu perikatan untuk kepentingan yang satu atas beban yang

lain atau timbal balik, dapat dicermati penggunaan dan perbedaan istilah perjanjian dan perikatan.<sup>32</sup>

#### 4. Perjanjian Kebendaan (Zakelijik Overeenkomst)

Perjanjian kebendaan adalah perjanjian dengan mana seorang menyerahkan haknya atas sesuatu benda kepada pihak lain, yang membebankan kewajiban (obligasi) pihak itu untuk menyerahkan benda tersebut kepada pihak lain (levering, transfer) Pada umumnya untuk terbentuknya perjanjian di bidang kebendaan, khususnya untuk benda tetap dipersyaratkan selain kata sepakat, juga bahwa perjanjian tersebut dibuat dalam akta yang dibuat di hadapan pejabat tertentu dan diikuti dengan pendaftaran (balik nama) dari perbuatan hukum berdasarkan akta tersebut pada register umum ( penyerahan hak kebendaannya).<sup>33</sup>

Peralihan yang berkaitan dengan benda bergerak berwujud tidak memerlukan akta, tetapi cukup dengan penyerahan nyata dan kata sepakat adalah unsur yang paling menentukan untuk adanya perjanjian. Jual beli adalah suatu perjanjian dimana satu pihak mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, sedangkan pihak lain mengikatkan diri untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Menurut ketentuan Pasal 584 KUHPerdara, hak milik atas sesuatu kebendaan tidak dapat diperoleh dengan cara lain tetapi dengan pemilikan, pelekatan, daluarsa, pewarisan baik menurut undang-undang maupun wasiat dan karena

---

<sup>32</sup>Herlien Budiono, Ajaran Umum Hukum Perjanjian dan Penerapan di Bidang Kenotariatan, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010, hlm. 22

<sup>33</sup>*Ibid*, hlm. 18

penunjukan atau penyerahan berdasar atas suatu peristiwa perdata untuk memindahkan hak.<sup>34</sup>

5. Perjanjian konsensuil, riil dan formil

Perjanjian konsensuil adalah perjanjian yang dianggap sah apabila telah terjadi kesepakatan antara pihak yang membuat perjanjian. Menurut KUHPerdata perjanjian ini sudah mempunyai kekuatan mengikat (Pasal 1338).

Perjanjian riil adalah perjanjian yang memerlukan kata sepakat tetapi barangnya harus diserahkan. Misalnya perjanjian penitipan barang Pasal 1741 KUHPerdata dan perjanjian pinjam mengganti Pasal 1754 KUHPerdata.

Perjanjian formil adalah perjanjian yang memerlukan kata sepakat tetapi undang-undang mengharuskan perjanjian tersebut harus dibuat dengan bentuk tertentu secara tertulis dengan akta yang dibuat oleh pejabat umum Notaris atau PPAT. Misalnya jual beli tanah, undang-undang menentukan akta jual beli harus dibuat dengan akta PPAT.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup>*Ibid*, hlm. 18

<sup>35</sup>*Ibid*, hlm. 42

## 5. Perjanjian Dalam Hukum Islam

### a) Pengertian Akad

Perjanjian dalam Islam disebut dengan akad. Kata akad berasal dari bahasa Arab yaitu “al-‘aqd” artinya menghubungkan, mengikat, menjalin. Menurut Fuqaha pengertian akad secara terminologi merupakan hubungan antara dua pihak atau lebih yang telah membuat perjanjian, kemudian dari perjanjian itu timbul suatu kewajiban pada masing-masing pihak untuk memenuhi dan melaksanakan hal-hal yang telah disepakati.

Menurut Thahir Azhari, akad adalah kumpulan aturan hukum yang berdasarkan Al-Qur’an dan Hadits yang mengatur hubungan dua pihak atau lebih mengenai suatu barang yang menjadi objek perjanjian. Ahmad Azhar Basyir mendefinisikan akad yaitu suatu hubungan antara ijab dan qobul dengan berdasarkan syara’ yang menentukan adanya akibat hukum terhadap objeknya.<sup>36</sup>

Sedangkan ulama kontemporer, Wahbah Zuhaili mendefinisikan akad merupakan hubungan antara ijab (ikrar untuk melaksanakan) dan qobul (menerima ikrar) yang melahirkan akibat hukum pada objek perjanjian dan berdasarkan syariat Islam.<sup>37</sup>

### b) Rukun Akad

Mengenai rukun akad, Imam Hanafi berpendapat bahwa hanya terdapat ijab dan qobul atau pernyataan kesepakatan antara kedua belah

---

<sup>36</sup>Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia (Konsep, Regulasi, dan Implementasi)*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018), Hlm. 23

<sup>37</sup>Yasardin, *Asas Kebebasan Berkontrak*, (Jakarta: Kencana, 2018), Hlm. 4-7

pihak dalam rukun akad. Landasan dari Imam Hanafi mengenai rukun tersebut yaitu karena hal itu harus ada dalam pembentukan suatu perjanjian. Imam Hanafi juga menambahkan mengenai akibat hukum merupakan rukun akad yang harus ada di setiap perjanjian atau disebut sebagai *lawazim al-aqd*.<sup>38</sup>

Dalam ajaran Islam demi sahnya suatu perjanjian, harus dilaksanakannya rukun dan syarat suatu akad. Rukun adalah suatu aspek yang dikerjakan dalam berbagai hal, perbuatan, dan keadaan. Rukun akad yang paling pokok adalah ijab dan qobul. Syarat yang harus terpenuhi dalam rukun yaitu adanya objek dan subjek perjanjian. Dalam akad, rukun akad terdiri dari tiga unsur yaitu dua pihak atau lebih yang melaksanakan akad, objek akad, dan ucapan ijab dan qobul (*shigat*).<sup>39</sup>

Sedangkan mayoritas ulama menyebutkan rukun akad terbagi menjadi tiga yaitu ungkapan ijab dan qobul (*shigat*), pihak yang melaksanakan akad (*al-aqidani*), objek perjanjian (*ma'qud alaih*), dan hal yang dikehendaki oleh akad (*al-mahaal*).

Adapun syarat akad menurut mayoritas ulama berikut ini:

1. Pihak yang melaksanakan akad
  - a. Pihak yang berakad dapat membedakan hal yang baik dan buruk, antara yang berbahaya dan tidak membahayakan (*mumayyiz*) dan mempunyai akal sehat.

---

<sup>38</sup>*Ibid*, Hlm. 16

<sup>39</sup>Abdul Ghofur Anshori, *Op.Cit*, Hlm. 24

- b. Pihak yang berakad memiliki kewenangan terhadap objek transaksinya.
2. Objek Akad
    - a. Objek akad harus jelas dan ada ketika dilaksanakannya akad
    - b. Pemilik mempunyai hak kepemilikan penuh terhadap objek akadnya
    - c. Objek akad dapat diberikan saat akad
    - d. Objek akad terhindar dari hal-hal yang najis
  3. Shighat
    - a. Adanya saling ridho saat melakukan akad atau lafaz akad dapat disesuaikan dengan tradisi setempat
    - b. Melaksanakan akad dengan kegiatan saling memberi dan menerima
    - c. Melaksanakan akad dengan isyarat
    - d. Melaksanakan akad dengan tulisan kepada dua pihak yang tidak dapat berbicara, berada dalam satu tempat maupun yang tidak dalam satu tempat.<sup>40</sup>

Dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat 40 diterangkan bahwa:

اٰرْ هُبُوْنَ بَيْنِيْۤ اَسْرَآءِ يَلَاذِكُرُوْا نِعْمَتِيَ الَّتِيْۤ اَنْعَمْتُ عَلٰۤيْكُمْ وَاَوْفُوا۟ بِعَهْدِيْٓ اَوْ فَبِعَهْدِكُمْ وَاِيَّاۤيْۤ فَا

---

<sup>40</sup>Sri Sudiarti, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Medan: FEBI UIN SU-Press, 2018), Hlm.

Artinya :

*Wahai Bani Israil! Ingatlah nikmat-Ku yang telah Aku berikan kepadamu. Dan penuhilah janjimu kepada-Ku, niscaya Aku penuhi janji-Ku kepadamu, dan takutlah kepada-Ku saja.*

Dan Al-Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat 177 :

لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ  
بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَآتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوَى  
الْقُرْبَى وَالْيَتَامَى وَالْمَسْكِينِ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ  
الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي  
الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ

Artinya :

*Kebajikan itu bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan ke barat, tetapi kebajikan itu ialah (kebajikan) orang yang beriman kepada Allah, hari akhir, malaikat-malaikat, kitab-kitab, dan nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabat, anak yatim, orang-orang miskin, orang-orang yang dalam perjalanan (musafir), peminta-minta, dan untuk memerdekakan hamba sahaya, yang melaksanakan salat dan menunaikan zakat, orang-orang yang menepati janji apabila berjanji, dan orang yang sabar dalam kemelaratan, penderitaan dan pada masa peperangan. Mereka itulah orang-orang yang benar, dan mereka itulah orang-orang yang bertakwa.*

## **B. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Hukum Dalam Transaksi Elektronik**

### **1. Pengertian atau Definisi Transaksi Elektronik (*E-Commerce*)**

Suatu transaksi dalam kegiatan sehari-hari itu erat kaitannya dengan suatu proses jual beli. Dimana transaksi merupakan persetujuan jual beli (dalam perdagangan) antara dua pihak.<sup>41</sup> Maka dari itu mengenai definisi transaksi elektronik (jual beli secara online) melalui e-commerce. Di Indonesia jual beli masih mengacu pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. *Online shop* perjanjiannya tidak hanya mengacu pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata tetapi juga mengacu pada Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan teknologi industry. Adanya internet merupakan bukti dari perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang dalam sejarahnya berkembang dengan cepat dan telah menciptakan dunia baru atau cyberspace. Pada Transaksi jual beli secara elektronik telah diatur didalam Pasal 1 ayat (2) UU No. 19 Tahun 2016 yakni “Transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Para pihak terkait di dalamnya melakukan hubungan hukum yang dituangkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang juga dilakukan secara elektronik dan sesuai dengan Pasal 1 ayat (17) UU

---

<sup>41</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/transaksi>, diakses pada tanggal 10 Januari 2022 Pkl. 10.30 WIB.

No.19 Tahun 2016 yakni disebut sebagai “Kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik

Julian Ding memberikan definisi tentang *E-commerce* sebagai berikut:<sup>42</sup>

“*Eletronic Commerce Transaction* adalah transaksi dagang antara penjual dengan pembeli untuk menyediakan barang, jasa, atau mengambil alih hak. Kontrak ini dilakukan dengan media eletronik (digital Medium) di mana para pihak tidak hadir secara fisik. Medium ini terdapat dalam jaringan umum dengan sistem terbuka yaitu internet atau *world wide web*. Transasksi ini terjadi terlepas dari batas wilayah dan syarat nasional”

Jadi, dapat dipahami dari pengertian *e-commerce* tersebut yakni bahwa *e-commerce* itu mengacu pada jaringan internet untuk melakukan belanja online dan jangkauannya lebih sempit, serta cara transaksi melalui transfer uang secara digital. Dengan kemudahan berkomunikasi secara elektronik, maka perdagangan saat ini sudah mulai merambat ke dunia elektronik. Transaksi dapat dilakukan dengan kemudahan teknologi informasi, tanpa adanya halangan jarak. Penyelenggaraan transaksi elektronik dapat dilakukan baik dalam lingkup publik atau privat.

## **2. Perlindungan Hukum Pada Transaksi Elektronik (*E-Commerce*)**

Suatu perlindungan dapat disebut sebagai perlindungan hukum jika di dalamnya mengandung unsur-unsur sebagai berikut:

- a. Terdapat pengayoman dari pemerintah terhadap warganya

---

<sup>42</sup>Julian ding LL.B, *E-commerce, law & practice*, sweet & Maxwell Asia, 1999, hlm 27 dikutip dalam buku Mariam Darus Badruzaman, *Kompilasi Hukum Perikatan*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2016, hlm 284-285

- b. Pemberian jaminan kepastian hukum
- c. Berkaitan dengan hak-hak warga negara
- d. Terdapat sanksi atau hukuman bagi pihak yang melanggarnya

Perlindungan hukum merupakan upaya-upaya hukum yang dilakukan untuk melindungi hak-hak setiap orang untuk mencegah adanya kerugian yang dapat timbul kepadanya. Beberapa ahli hukum juga turut mengartikan perlindungan hukum, antara lain:

Perlindungan hukum dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah *legal protection*. Perlindungan hukum terdiri atas dua kata, yaitu “perlindungan” yang dapat diartikan sebagai tempat berlindung, perbuatan, serta proses melindungi dan “hukum” yang berarti peraturan yang mengatur kehidupan masyarakat dan bersifat mengikat. Perlindungan hukum ini diberikan kepada subyek hukum, yaitu orang atau badan hukum, dalam bentuk lisan maupun tulisan yang bersifat preventif maupun represif.

Dalam hal ini, perlindungan hukum berarti perlindungan yang diberikan kepada subyek hukum yang bersifat mengikat. Perlindungan ini diberikan oleh hukum dan lahir karena adanya hak dan kewajiban yang dimiliki oleh setiap subyek hukum sebagai akibat dari perbuatan hukum. Masyarakat sebagai salah satu unsur subyek hukum memiliki hak dan kewajiban dalam melakukan tindakan yang berakibat pada hukum.

Menurut Phillipus M. Hadjon, perlindungan hukum merupakan perbuatan melindungi harkat dan martabat yang dimiliki oleh subyek

hukum berdasarkan ketentuan yang terdapat di dalam perundang-undangan maupun peraturan lain yang berlaku di dalam masyarakat.<sup>43</sup> Hukum dapat pula melindungi hak-hak yang didapatkan oleh subyek hukum tanpa mengurangi kewajiban subyek hukum dalam memenuhi tanggung jawabnya. Ditegaskan pula oleh Setiono bahwa perlindungan hukum dapat melindungi subyek hukum dari tindakan sewenang-wenang yang dilakukan oleh pihak lain yang tidak sesuai dengan peraturan dan melanggar hak-hak subyek hukum, sehingga memungkinkan subyek hukum tersebut untuk mengalami kerugian.<sup>44</sup>

Perlindungan hukum berkaitan erat dengan keadilan, hal ini dikarenakan tujuan dari dibentuknya hukum itu sendiri adalah untuk mencapai keadilan. Guna mewujudkan aspek keadilan dalam perlindungan hukum, maka perlindungan hukum dapat dilakukan dengan dua (2) macam cara sebagai berikut:

a. Perlindungan Hukum Secara Preventif

Perlindungan preventif adalah perlindungan yang diberikan oleh pemerintah yang memiliki tujuan untuk mencegah adanya pelanggaran yang dirumuskan kedalam peraturan perundang-undangan. Hlm ini dilaksanakan dengan memberikan rambu-rambu atau batasan-batasan kepada para pihak dalam melakukan suatu kewajiban. Pada perlindungan hukum preventif, subyek hukum memiliki kesempatan

---

<sup>43</sup>Philipus M. Hadjon, Pengantar Hukum Administrasi Indonesia, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 2011, hlm 10.

<sup>44</sup>Setiono, 2004, Rule Of Law (Supremasi Hukum), Surakarta, Magister Ilmu Hukum Pasca Sarjana Univeristas Sebelas Maret, Hlm. 3

untuk mengajukan keberatan serta pendapatnya sebelum pemerintah memberikan hasil keputusan akhir. Namun sangat disayangkan, pada negara Indonesia belum ada ketentuan yang mengatur secara khusus mengenai perlindungan hukum secara preventif.<sup>45</sup>

b. Perlindungan Hukum Secara Represif

Perlindungan hukum secara represif adalah perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara, serta hukuman tambahan yang diberikan jika telah terjadi sengketa atau telah dilakukannya suatu pelanggaran. Bentuk perlindungan hukum ini, subyek hukum tidak memiliki kesempatan untuk mengajukan keberatan. Hlm ini dikarenakan permasalahan atau sengketa yang terjadi ditangani langsung oleh peradilan administrasi dan pengadilan umum. Pada dasarnya perlindungan hukum secara represif ini diberikan dengan tujuan untuk menyelesaikan sengketa antara para pihak.

Hukum Perlindungan hukum merupakan bentuk perwujudan dari fungsi hukum, yaitu mewujudkan keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum. Perlindungan hukum merupakan perlindungan hak-hak subyek hukum, baik yang bersifat preventif (pencegahan) maupun represif (pemaksaan).

**3. Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik (*E-Commerce*)**

Berdasarkan Jual Beli yang dilakukan secara online memiliki keuntungan yang lebih banyak, salah satunya adalah informasi yang beragam dan mendetail yang dapat diperoleh konsumen dibandingkan

---

<sup>45</sup> Philipus M. Hadjon, *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 2011, hlm 10.

dengan perdagangan konvensional tanpa harus bersusah payah pergi ke banyak tempat.<sup>46</sup> Namun dalam pelaksanaannya kegiatan jual beli secara online ini juga memiliki beberapa risiko yang dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen dengan contoh sebagai berikut:

- a. Permasalahan mengenai kapan terjadinya atau lahirnya kesepakatan dalam transaksi jual beli yang dilakukan secara online, permasalahan berkaitan dengan saat bertemunya permintaan dan penawaran melalui media maya tersebut
- b. Permasalahan pilihan hukum serta permasalahan pembuktian
- c. Permasalahan keabsahan digital signature dan data message.

Beberapa kerugian tersebut membuat kegiatan jual beli yang secara online sebetulnya riskan untuk dilakukan karena besar kemungkinan dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen disamping keuntungan yang diberikan. Untuk melindungi dan mencegah terjadinya kerugian, maka perlindungan konsumen juga dapat dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi dan setelah terjadinya transaksi.

Bentuk perlindungan konsumen yang dapat dilakukan sebelum adanya transaksi antara lain:

a. *Legislation*

*Legislation* merupakan perlindungan konsumen terhadap konsumen yang dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi dengan memberikan perlindungan kepada konsumen melalui

---

<sup>46</sup>Yudha Sri Wulandari, *Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce*, AJUDIKASI : Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 2 No. 2. Desember 2018, hlm 205

peraturan perundang-undangan yang telah dibuat. Sehingga dengan adanya peraturan perundangan tersebut diharapkan konsumen memperoleh perlindungan sebelum terjadinya transaksi, karena telah ada batas-batasan dan ketentuan yang mengatur transaksi antara konsumen dan pelaku usaha.

*b. Voluntary Self Regulation*

*Voluntary Self Regulation* merupakan perlindungan hukum terhadap konsumen yang dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi, dimana dengan cara ini pelaku usaha diharapkan secara sukarela membuat peraturan bagi dirinya sendiri agar lebih berhati-hati dan waspada dalam menjalankan usahanya.

Sedangkan perlindungan hukum terhadap konsumen pada saat setelah terjadinya transaksi dapat dilaksanakan melalui jalur Pengadilan Negeri (PN) atau di luar Pengadilan oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) berdasarkan pilihan para pihak yang bersengketa.

Dalam transaksi jual beli secara online konsumen berada di posisi sebagai pihak yang lemah. Hal ini dikarenakan perbedaan kepentingan antara konsumen dengan pelaku usaha. Oleh karena itu dibutuhkan ketentuan peraturan perundang undangan mengenai perlindungan konsumen. Perlindungan konsumen dimuat dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Konsumen, yang pada Pasal 1 angka 1 dijelaskan pengertiannya bahwa, “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang

menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.”

Pengaturan mengenai hukum tentang perlindungan konsumen memiliki tujuan antara lain:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Secara umum, pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan cara sebagai berikut:<sup>47</sup>

- a. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum
- b. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan pelaku usaha
- c. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa
- d. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktek usaha yang menipu dan menyesatkan
- e. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan, dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lain

Penetapan terkait ketentuan tentang perlindungan terhadap konsumen diharapkan mampu membuat posisi konsumen menjadi sejajar dengan pelaku usaha. Hal ini dikarenakan kedudukan konsumen yang sering dianggap lebih lemah daripada pelaku usaha. Dengan demikian risiko kerugian yang mungkin timbul bagi konsumen dalam transaksi jual beli terlebih dengan menggunakan media internet atau online dapat dicegah atau dikurangi.

---

<sup>47</sup>Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, 2000, hlm 7.

#### 4. Tinjauan Umum Transaksi Elektronik Menurut Hukum Islam

Budaya yang telah melekat pada masyarakat Indonesia terkait dengan transaksi jual beli yaitu dimana setiap orang saling bertemu dengan bertatap muka antara penjual dan pembeli serta mengunjungi tokonya langsung. Transaksi jual beli merupakan bentuk dari kegiatan ekonomi manusia dan merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam.

Transaksi jual beli sebagaimana yang diatur dalam hukum Islam didasarkan pada Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi :<sup>48</sup>

الْمَسَّ مِنَ الشَّيْطَانِ يَتَخَبَّطُهُ الَّذِي يَفُومُ كَمَا إِلَّا يَفُومُونَ لَا الرِّبَا يَأْكُلُونَ الَّذِينَ  
جَاءَهُ فَمَنْ الرِّبَا وَحَرَّمَ الْبَيْعَ اللَّهُ وَأَحَلَّ الرِّبَا مِثْلُ الْبَيْعِ إِنَّمَا قَالُوا بِأَنَّهُمْ ذَلِكَ  
فَأُولَئِكَ عَادَ وَمَنْ ۖ اللَّهُ إِلَى وَأَمْرُهُ سَلَفٌ مَا فَلَهُ فَاَنْتَهَى رَبِّهِ مَنْ وَعِظَتُهُمْ  
خَلِدُونَ فِيهَا هُمْ ۖ النَّارِ أَصْحَابُ

Artinya :

*“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah mengharamkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah)*

---

<sup>48</sup> <https://tafsirq.com/2-al-baqarah/ayat-275>, diakses pada tanggal 17 Januari 2022 Pukul 19:00 WIB

*kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”<sup>49</sup>*

Ayat tersebut merupakan dalil bahwa Allah menghlmalkan jual beli pada aktivitas kegiatan ekonomi manusia. Tetapi pada ayat tersebut pula Allah melarang perbuatan riba dalam kegiatan jual beli. Aktivitas ekonomi jual beli memanglah perbuatan yang dihalalkan oleh Allah akan tetapi bilapada jual beli tersebut terdapat adanya riba. Maka jual beli yang semula merupakan perbuatan yang dihlamkan oleh Allah menjadi suatu perbuatan yang haram.

### **C. Tinjauan Umum Tentang Wanprestasi**

#### **1. Pengertian Wanprestasi**

Wanprestasi adalah suatu sikap di mana pihak tertentu tidak memenuhi syarat dalam melaksanakan kewajiban sebagaimana yang telah ditentukan dalam perjanjian yang dibuat antara kedua belah pihak. Apabila debitur tidak memenuhi prestasi sebagaimana yang telah ditentukan dalam perjanjian, ia dikatakan wanprestasi (kelalaian).<sup>50</sup> Dalam hal wanprestasi karena kesalahan debitur baik sengaja maupun karena kelalaian, jika dalam suatu perjanjian tenggang waktu pelaksanaan prestasi ditentukan, maka debitur berada dalam keadaan wanprestasi setelah lewat tenggang waktu yang ditentukan. Menurut Pasal 1238 KUHPerdara, keadaan tersebut masih memerlukan teguran dari pengadilan (somasi) baru dapat dikatakan debitur dalam keadaan wanprestasi. Teguran dapat secara tertulis pribadi dan secara

---

<sup>49</sup><https://tafsirq.com/2-al-baqarah/ayat-275>, diakses pada tanggal 10 Maret 2022 Pukul 19:00 WIB

<sup>50</sup>H. Riduan Syahrani, Seluk Beluk dan Asas-asas Hukum Perdata, *Op.Cit.* hlm. 218

tertulis melalui pengadilan (somasi). Teguran secara tertulis melalui pengadilan ini sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 1238 KUHPerdara sudah tidak berlaku lagi karena ketentuan ini telah dicabut dan dinyatakan tidak berlaku oleh Surat Edaran Mahkamah Agung (SEMA) Nomor 3 Tahun 1963, oleh karena itu menurut Subekti cukup ditegur secara pribadi baik lisan maupun secara tertulis.<sup>51</sup>

Didalam pasal 1338 KUHP ada empat keadaan wanprestasi yaitu :

1. Tidak memenuhi prestasi
2. Terlambat memenuhi prestasi
3. Memenuhi prestasi secara tidak baik
4. Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.<sup>52</sup>

Akibat-akibat bagi debitur yang lalai ada empat macam, yaitu :

1. Membayar kerugian yang diderita oleh kreditur atau dengan singkat dinamakan ganti-rugi.
2. Pembatalan perjanjian atau juga dinamakan pemecahan perjanjian.
3. Peralihan risiko.
4. membayar biaya perkara, apabila sampai diperkarakan di depan hakim.<sup>53</sup>

Apabila Debitur dalam keadaan wanprestasi, kreditur dapat memilih di antara beberapa kemungkinan tuntutan sebagai berikut :

---

<sup>51</sup>Djaja S. Meliala, Hukum Perdata dalam Perspektif BW, *Op.Cit*, hlm 176

<sup>52</sup>*Ibid.* Hlm 176

<sup>53</sup>R. Subekti, Hukum Perjanjian, *Op.Cit*, hlm.45

1. Kreditur dapat meminta pemenuhan prestasi saja dari debitur
2. Kreditur dapat menuntut prestasi disertai ganti rugi kepada debitur sesuai dengan Pasal 1267 KUHPerdara yang mana berbunyi, “Pihak terhadap siapa perikatan tidak dipenuhi, dapat memilih apakah ia, jika hal itu masih dapat dilakukan, akan memaksa pihak yang lain untuk memenuhi perjanjian, ataukah ia akan menuntut pembatalan perjanjian, disertai penggantian biaya kerugian dan bunga.”
3. Kreditur dapat menuntut dan meminta ganti rugi, hanya mungkin kerugian hanya karena keterlambatan.
4. Kreditur dapat menuntut pembatalan perjanjian.
5. Kreditur dapat menuntut pembatalan disertai ganti rugi kepada debitur. Ganti rugi itu berupa pembayaran uang denda.<sup>54</sup>

Akan tetapi penggantian biaya, kerugian dan bunga karena wanprestasi ini hanya dapat dilakukan apabila debitur telah dinyatakan lalai dalam pemenuhan kewajiban dalam suatu perjanjian, ini berdasarkan pasal 1243 KUHPerdara, yang menyatakan bahwa :

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

---

<sup>54</sup>Salim HS, Hukum Kontrak Teori & Teknik Penyusunan Kontrak, Sinar Grafika, Jakarta, 2006, hlm. 96

Ganti rugi sering disebut dengan tiga unsur seperti biaya, rugi dan bunga. Biaya adalah segala pengeluaran atau perongkosan, yang nyatanya sudah dikeluarkan oleh suatu pihak. Rugi adalah kerugian karena kerusakan barang-barang kepunyaan kreditur, yang diakibatkan oleh kelalaian si debitur. Sedangkan yang dimaksud dengan bunga adalah kerugian yang berupa kehilangan keuntungannya, yang sudah dibayangkan atau dihitung oleh kreditur.<sup>55</sup>

Dalam pasal 1243 KUHPerdara diatur tentang ganti rugi karena wanprestasi. Ganti rugi karena wanprestasi adalah suatu bentuk ganti rugi yang dibebankan kepada debitur yang tidak memenuhi isi perjanjian yang telah dibuat antara kreditur dengan debitur.<sup>56</sup>

## 2. Pengertian Prestasi

Prestasi dalam perjanjian kerja sama merupakan bagian terpenting yang harus dilaksanakan. Prestasi dalam perjanjian kerja sama diartikan sebagai suatu bentuk pelaksanaan kerja sama yang telah disepakati oleh para pihak yang mengikatkan diri dalam sebuah perjanjian untuk mematuhi ketentuan yang diatur di dalam perjanjian tersebut.<sup>57</sup>

Adapun bentuk-bentuk prestasi yang tercantum di dalam Pasal 1234 KUHPerdara, antara lain:

- a. Untuk memberikan sesuatu
- b. Untuk berbuat sesuatu

---

<sup>55</sup>R. Subekti, *Hukum Perjanjian, Op.Cit*, hlm. 47

<sup>56</sup>Salim HS, *Hukum Kontrak Teori & Teknik Penyusunan Kontrak, Op.Cit*, hlm. 100

<sup>57</sup>M. Syamsuddin, 2018, *Mahir Menulis Studi Kasus Hukum*, Jakarta, Prenadamedia Group, hlm. 204

- c. Untuk tidak berbuat sesuatu

### 3. Faktor Penyebab Tidak Terlaksananya Prestasi

Perjanjian kerja sama antara dua pihak yang telah dibuat sesuai dengan peraturan tidak selalu terlaksana dengan baik. Tidak terlaksananya perjanjian kerja sama dapat menyebabkan kerugian terhadap salah satu pihak yang terlibat di dalamnya. Adapun faktor penghambat tidak terlaksananya perjanjian kerja sama, antara lain:

- a) Kelalaian

Kelalaian yang disebabkan oleh salah satu pihak yang memiliki kewajiban untuk memenuhi sebuah prestasi dapat pula dikategorikan sebagai wanprestasi. Pihak yang melakukan kelalaian atas prestasinya umumnya melakukan hal-hal yang tidak sesuai dengan isi perjanjian, seperti:

- 1) Tidak memenuhi prestasi sama sekali;
- 2) Memenuhi prestasi tetapi tidak sesuai dengan isi perjanjian;
- 3) Terlambat dalam memenuhi prestasi; dan
- 4) Melakukan sesuatu yang tidak boleh dilakukan.

- b) Keadaan Memaksa (*Overmacht*)

Keadaan memaksa merupakan suatu keadaan dimana salah satu pihak tidak dapat melaksanakan prestasi sesuai dengan yang diperjanjikan karena adanya hal yang tidak dapat dikendalikan.

Keadaan memaksa memiliki dua jenis, yaitu:

1. *Overmacht* Absolut, yaitu suatu keadaan yang tidak dapat dikendalikan sehingga pihak yang berkewajiban dalam memberikan prestasi tidak dapat memenuhi tanggungjawabnya.<sup>58</sup> Keadaan ini tidak disebabkan oleh kehendak manusia dan tidak dapat diduga sebelumnya.<sup>59</sup> Contohnya, bencana alam, hilang ingatan, dan sebagainya.
2. *Overmacht* Relatif, yaitu keadaan memaksa yang dapat menghalangi pihak yang berkewajiban memenuhi prestasi dikarenakan suatu kejadian yang merugikan pihak tersebut. *Overmacht* relatif dapat disematkan apabila debitur yang bersangkutan tidak dapat memenuhi prestasi, tetapi prestasi tersebut memungkinkan untuk tetap terpenuhi.<sup>60</sup> Contohnya, seorang pedagang kue telah melakukan perjanjian jual beli dengan konsumen dan telah menetapkan harga jual, akan tetapi saat proses pembelian bahan baku terdapat kenaikan harga yang tinggi.

#### **D. Tinjauan Umum Tentang *Celebrity Endorsement***

##### **1. Pengertian *Celebrity Endorsement***

*Celebrity endorsement* merupakan iklan yang ditujukan untuk calon konsumen berupa dukungan, saran, maupun ajakan untuk menggunakan sebuah produk yang dijual oleh pelaku usaha tertentu dengan

---

<sup>58</sup>Suwojo Wojowasito, 2003, *Kamus Umum Belanda Indonesia*, Jakarta, PT. Ikhtiar Baru-Van Hoevo, hlm. 578

<sup>59</sup>*Ibid*, hlm. 578

<sup>60</sup>Mishbahul Munir dan Rhido Jusmadi, 2019, *Buku Ajar: Praktek Peradilan Perdata*, Surabaya, Scopindo Media Pustaka, hlm. 26

menggunakan jasa selebriti yang memiliki pengaruh sebagai *branding* produk tersebut. Dalam penggunaan jasa ini, selebriti memberikan ulasan terhadap produk yang digunakan dan memberikan *branding* positif terhadap produknya. Selebriti juga dapat menunjukkan atribut yang melekat pada suatu produk serta kualitas yang dimiliki oleh produk tersebut, sehingga meningkatkan nilai jual terhadap produk yang dipromosikannya. Pelaku usaha yang memberikan produk kepada selebriti untuk dipromosikan umumnya mengharapkan keuntungan atas iklan yang diberikan oleh selebriti yang bersangkutan.

Shimp dalam bukunya yang berjudul “Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu” menyatakan bahwa *celebrity endorsement* dapat dikatakan sebagai pemanfaatan artis, entertainer, atlet, maupun *public figure* yang dikenal oleh masyarakat sesuai bidang yang dimilikinya.<sup>61</sup> Definisi ini menegaskan bahwa *celebrity endorsement* bertujuan untuk meningkatkan *branding* dan nilai produk yang diperdagangkan oleh pelaku usaha dengan cara memanfaatkan tokoh publik yang berpengaruh di dalam masyarakat sesuai dengan fungsi produk yang dimilikinya.

Unsur-unsur yang ada di dalam *celebrity endorsement*, antara lain:<sup>62</sup>

---

<sup>61</sup>Terence A. Shimp, 2003, Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jakarta, Erlangga, hlm. 44

<sup>62</sup>Reyhan Sinatrya Feiz, “Pengaruh *Celebrity Endorsement* JKT 48 Terhadap *Brand Awardness* pada Iklan Sepeda Motor Honda Beat”, *Student Journal UB*, Vol. 1, No. 12 (2018), hlm. 5

- a. *Trustworthines* unsur ini mengandung arti “kepercayaan” yang dimiliki masyarakat terhadap *endorser*. Kepercayaan masyarakat terhadap *endorser* ini akan meningkatkan nilai jual produk yang dipromosikannya;
- b. *Expertise*, unsur ini berarti “keahlian” yang meliputi pengetahuan, pengalaman, serta keterampilan *endorser* dalam mempromosikan sebuah produk;
- c. *Attractiveness*, unsur ini didefinisikan sebagai “daya tarik” *endorser* dalam mempromosikan sebuah produk yang dapat meningkatkan penjualan pada produk yang dipromosikan.

## 2. Pihak-pihak dalam *Celebrity Endorsement*

*Celebrity endorsement* merupakan media promosi yang efektif untuk meningkatkan penjualan produk *online shop*.

Pihak-pihak yang terlibat dalam *celebrity endorsement*, antara lain:

### a. Selebriti (*Endorser*)

Friedman mendefinisikan selebriti (*Endorser*) sebagai seseorang yang dikenal publik atau masyarakat dalam pencapaiannya di bidang-bidang yang menjadi bakat dan *branding* dalam dirinya. Seperti contohnya, model wanita mempromosikan *online shop* yang menjual pakaian wanita, atlet mempromosikan susu rendah kalori, dan sebagainya. Selebriti yang mempunyai pengikut atau penggemar di media sosial umumnya memiliki *target audience* yang dapat digunakan sebagai *target marketing* pelaku usaha yang menjalankan

bisnis berbasis *online shop*. Penggemar selebriti tersebut biasanya sudah memiliki minat yang sama dengan branding yang melekat pada selebriti. Hal ini dapat mempermudah *endorsee* untuk melakukan kerja sama dengan *endorser* karena produknya akan dipromosikan pada *target audience* yang tepat.

b. Pelaku Usaha (*Endorsee*)

Pelaku usaha dalam perjanjian *celebrity endorsement* bertindak sebagai pengguna jasa *endorsement* yang memberikan produk yang diperdagangkannya kepada *endorser* untuk dipromosikan kepada masyarakat guna meningkatkan nilai guna dan jumlah penjualan produk yang diperdagangkan. Dalam penggunaan jasa *celebrity endorsement*, pelaku usaha mempunyai hak untuk mendapatkan fasilitas yang diberikan *endorser* sesuai dengan *term and condition* yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Pelaku usaha juga berhak meminta pertanggung jawaban *endorser* apabila terjadi pelanggaran dalam penggunaan jasa *celebrity endorsement*, seperti keterlambatan promosi produk, kehilangan produk, dan lain sebagainya.

c. *Personal Manager* (Admin)

*Personal Manager* adalah pihak yang memiliki tugas untuk mengatur jadwal, mengatur keuangan *endorsement*, serta mengatur perjanjian kontrak dengan pelaku usaha maupun sponsor lainnya.

Adapun jenis kegiatan yang dilakukan oleh personal manager, antara lain :

1. Perencanaan

Tahap perencanaan biasa digunakan untuk menggambarkan penetapan tujuan dalam suatu kegiatan yang akan dilakukan. Dalam hal ini, *personal manager* merencanakan beberapa hal yang harus dilakukan oleh selebriti, seperti jadwal *endorsement*, bentuk kegiatan yang akan dilakukan, serta ketentuan lain yang berkaitan dengan kontrak *management*.

2. Pengendalian

Tahap pengendalian merupakan bentuk implementasi dari tahap perencanaan. *Personal manager* bertindak sebagai pengawas dalam pelaksanaan suatu kegiatan dan memastikan kegiatan tersebut berjalan sesuai dengan konsep yang telah disepakati.

3. Pengambilan Keputusan

Tahap pengambilan keputusan merupakan jalinan antara tahap perencanaan dan pengendalian. *Personal manager* diharuskan untuk memilih beberapa tujuan dan metode dalam melaksanakan sebuah kegiatan.

Perjanjian yang dilakukan antara selebriti dan *personal manager* adalah perjanjian pemberian kuasa. Perjanjian ini diatur di dalam Pasal 1792 KUHPerdara yang berbunyi:

“Pemberian kuasa adalah suatu persetujuan dengan mana seseorang memberikan kekuasaan kepada seorang lain, yang menerimanya, untuk dan atas namanya menyelenggarakan suatu urusan”.

Dalam hal pelimpahan kewenangan dalam perjanjian kerja sama *endorsement* kepada *personal manager*, *personal manager* sebagai penerima kuasa berkuasa secara penuh untuk mewakili selebriti sebagai pemberi kuasa terhadap pelaku usaha sebagai pihak ketiga untuk dan atas nama selebriti.<sup>63</sup> Selebriti bertanggung jawab atas segala perbuatan kuasa, sepanjang perbuatan yang dilakukan kuasa tidak melebihi wewenang yang diberikan pemberi kuasa.

### 3. Prosedur *Celebrity Endorsement*

Dalam prosedur penggunaan jasa *celebrity endorsement* diawali dengan menghubungi kontak selebriti (*endorser*) yang memiliki *target audience* sesuai dengan *target marketing* yang dimiliki oleh pelaku usaha (*endorsee*). Setelah *endorsee* menghubungi *endorser*, *endorser* memberikan *term and condition* yang berisi tata cara serta persyaratan penggunaan jasa *celebrity endorse*-nya. Ketentuan yang diberikan *endorser* pada umumnya berisi harga jasa promosi yang disesuaikan dengan jumlah dan jenis tayangannya, batas maksimal barang dipromosikan, serta prosedur pengajuan pengembalian uang apabila terjadi kesalahan dari pihak *endorser*.

---

<sup>63</sup>M. Yahya Harahap, 2012, *Hukum Acara Perdata*, Jakarta, Sinar Grafika, hlm. 2

Setelah *endorsee* dan *endorser* sepakat dengan peraturan yang telah ditentukan, *endorsee* membayar *commitment fee* kepada *endorser* sejumlah nominal yang telah disepakati. Setelah proses pembayaran selesai, *endorsee* diminta untuk mengirimkan pilihan produk berupa foto yang akan dipilih oleh *endorser*. Pemilihan produk ini bertujuan untuk menyesuaikan gaya yang ditampilkan *endorser* dengan produk yang akan dipakainya di sosial media.

*Endorsee* diwajibkan untuk mengirimkan produk yang diperdagangkan kepada *endorser* untuk dipromosikan melalui media sosialnya dalam bentuk foto atau video yang bersifat persuasif. Postingan terhadap produk yang dipromosikan oleh selebriti menjadikan masyarakat mengenal produk yang dijual oleh *endorsee* dan menimbulkan keuntungan bagi *endorsee* tersebut.

#### **4. Tindakan Mencegah Pelanggaran dalam Kerja Sama *Celebrity Endorsement***

Dalam melakukan perjanjian kerja sama *celebrity endorsement*, diperlukan antisipasi untuk menghindari adanya pelanggaran dalam perjanjian kerja sama tersebut. Antisipasi ini bertujuan untuk memberikan kejelasan mengenai ketepatan *celebrity* dalam memposting kewajibannya berupa promosi terhadap barang *endorsement* yang telah ditentukannya. Perjanjian kerja sama *celebrity endorsement* dapat diminimalisasi dengan cara memastikan estimasi postingan *endorsement* dan menyimpan bukti percakapan dengan pihak *celebrity* untuk dijadikan sebagai bukti apabila

pihak *celebrity* melebihi batas maksimum estimasi posting yang telah ditentukan.<sup>64</sup>

Pencegahan pelanggaran dalam perjanjian kerja sama *celebrity endorsement* juga dapat dilakukan dengan memilih *celebrity* atau *management* yang mempunyai rekam jejak baik dan terpercaya. Tidak lupa juga untuk membaca syarat dan ketentuan atau *terms and conditions* yang diberikan oleh pihak *celebrity* serta menanyakan perihal poin-poin yang belum diketahuinya. *Terms and condition* atau syarat dan ketentuan yang diberikan oleh pihak *celebrity* sangat penting untuk dipahami.



---

<sup>64</sup> Reyhan Sinatrya Feiz, 2018, “Pengaruh *Celebrity Endorsement* JKT 48 Terhadap *Brand Awardness* pada Iklan Sepeda Motor Honda Beat”, Student Journal UB, Vol. 1, No. 12

## BAB III

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha *Online Shop* Akibat *Endorse* Wanprestasi

Pada saat ini *e-commerce* telah semakin berkembang dalam masyarakat. Masyarakat pada zaman modern dibantu oleh perkembangan teknologi dan informasi semakin menginginkan mekanisme yang mempermudah pelaksanaan berbagai kegiatan, media sosial yang berkembang seperti instagram sebagai salah satu pasar dalam kegiatan *e-commerce* menawarkan mekanisme yang relatif cepat, mudah dan murah. Salah satunya dalam menjual produk barang, para pemilik bisnis online, baik perusahaan besar maupun UKM dapat melakukan strategi-strategi pemasaran yang memanfaatkan sistem elektronik.<sup>65</sup>

Fungsi awal berbagi foto di media sosial seperti instagram ini lama kelamaan bertambah menjadi salah satu tempat strategis para pemilik bisnis online untuk memasarkan produknya seperti sebuah katalog majalah. Dengan adanya fitur untuk menyukai dan berkomentar pada foto seseorang kemudian menciptakan publik figur dalam media sosial yang dikenal dengan istilah “*influencer/selebgram*”. Keberadaan *influencer* ataupun *celebrity* yang memiliki pengikut yang banyak dan *feed-back* positif dalam akun

---

<sup>65</sup> Chacha Andira Sari, 2015, Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga, AntroUnairNet, Vol. IV, No.2.

instagramnya, membuka peluang bagi pemilik bisnis online yang melihat adanya target pasar dalam akun media sosial.

Keberadaan selebriti dalam sosial media instagram adalah sosok yang paling mempengaruhi dunia maya, oleh sebab adanya ratusan ribu penggemar yang mengikuti dan menjadi calon konsumen yang ditargetkan oleh toko online. Penggunaan selebriti *endorser* dari kalangan selebriti di sosial media sendiri dirasa efektif oleh pihak toko online, dikarenakan postingan para selebriti itu akan selalu diperhatikan oleh para follower-nya. Postingan yang tidak dihapus tersebut akan menjadi media promosi yang abadi dan mampu menjadi media iklan yang reaktif.

Pengaruh sosial media khususnya instagram lebih membuat pembetulan suatu brand menjadi hal yang mudah, hanya dengan satu klik dari mouse maka bisnis yang didirikan dapat dikenal oleh seluruh dunia. Kegiatan berpromosi di sosial media sosial instagram pada kenyataannya bukan hal yang sederhana di dunia nyata, dikarenakan dunia maya yang bersifat online tentunya memiliki resiko yang lebih besar bagi para pelaku usaha setiap menitnya.

Penggunaan *endorsement* sebagai strategi bisnis toko online bukan hanya menjadi alat promosi barang atau jasa, melainkan juga menanamkan citra pada konsumen maupun calon konsumen tentang produk yang ditawarkan. Para pemilik toko online harus berhati-hati dalam melakukan pemilihan *endorser*, yaitu dengan memperhatikan beberapa hal diantaranya adalah persepsi konsumen terhadap seorang endorser, tampilan

fisik dari *endorser* dan pengaruh yang dimiliki oleh *endorser* sehingga dapat mempengaruhi pemikiran konsumen karena pernyataan *endorsement* tersebut. Tugas utama dari para *endorser* ini adalah agar dapat menciptakan asosiasi yang baik antara *endorser* dengan produk yang diiklankan sehingga dapat menimbulkan sikap positif dalam diri konsumen.

Sebagai produsen yang menawarkan produknya di media sosial, para pemilik bisnis online memiliki tantangan tersendiri, dengan mana barang yang ditawarkan hanya berupa wujud foto-foto katalog, sehingga diperlukan selebriti *endorser* yang representatif dan memiliki keistimewaan. Dalam memilih selebriti *endorsernya*, pelaku bisnis online terlebih dahulu melakukan riset, pencarian tersering dalam sosial media instagram, kemudian melakukan survey terhadap keaktifan dan interaksi calon *endorser* dalam akun instagram tersebut. Setelah melihat tingkat popularitas calon *endorser* dalam sosial media, kemudian pihak toko online melihat minat calon *endorsernya* terhadap produk yang dijual toko online, apakah sesuai dengan toko online atau tidak. Apabila dirasa cocok maka biasanya toko online akan menghubungi calon *endorser* tersebut.

*Endorse* atau *Endorsement* dapat diartikan sebagai berikut, *endorse* sendiri adalah istilah yang berasal dari kata *endorsement* yang artinya mendukung atau memberi saran. Namun jika diartikan secara luas, *endorsement* merupakan sebuah bentuk dukungan dari seseorang terhadap suatu produk/jasa dan menyarankan kepada orang lain untuk menggunakan

produk/jasa tersebut. Biasanya *endorsement* hasil kerja sama antara dua belah pihak yaitu pemilik produk dan orang yang menjalankan *endorse*.

Pemilik bisnis online akan menawarkan kerjasama kepada para publik figur untuk dapat membantu memasarkan produk. Para publik figur ini kemudian diminta untuk memberikan *review (tinjauan atau ulasan)* terhadap produk toko online dengan cara mengkonsumsi atau menggunakan produk tersebut lalu mendokumentasikannya berupa foto yang disertai komentar atau komentar tentang produk itu saja, sehingga diharapkan akan lebih banyak pengikut akun instagram para publik figur yang tertarik dengan produk tersebut. Cara ini memang tidak dilakukan secara gratis, karena ada timbal balik yang akan didapatkan oleh para *endorser* yaitu berupa beberapa produk dari toko online yang meminta *endorsement*. Jika dibandingkan dengan iklan, sistem ini memiliki kelebihan karena para *endorser* memiliki pengaruh yang cukup kuat kepada para pengikut atau penggemarnya. Para pengikut ini cenderung meniru apa yang dilakukan oleh idolanya. Kemudian kerjasama *endorse* bersama publik figur ini akan berpengaruh kepada peningkatan penjualan produk dari toko online jika semakin banyak orang atau pengikut yang ingin mengikuti gaya para *endorser*.<sup>66</sup>

Cara kerja kegiatan *endorsement* ini pun pada umumnya hampir mirip dengan pembagian selebaran iklan atau lewat flyer. Perbedaannya adalah platform yang digunakan di *endorse* ini adalah media sosial. Hal ini dilakukan karena pengguna media sosial di Indonesia ini tergolong tinggi, oleh sebab itu

---

<sup>66</sup> Febriyanti, Rizky Suci & Aniek Wahyuati. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorse dan Brand image terhadap Keputusan Pembelian melalui minat beli*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. 5(5), hal1:18.

endorsement memiliki keefektivasannya sendiri karena semakin banyak orang yang melihat maka akan semakin baik.

Syarat-syarat yang diajukan *endorser* pun beragam dan biasanya selebgram yang akan memilih sendiri produk yang diinginkan. Biaya kerjasama pun ditentukan oleh *endorser*, mulai dari ratusan ribu hingga jutaan rupiah berdasarkan banyaknya jumlah pengikut atau pasar yang dimiliki pemberi jasa *endorse* tersebut, karena berbanding lurus dengan kesempatan memasarkan produk yang lebih besar.

Dalam penggunaan jasa *endorse*, pihak-pihak yang terlibat umumnya menjalankan perjanjian melalui internet. Perjanjian kerja sama yang dilakukan secara online ini dapat dijalankan dengan perantara internet, seperti surat elektronik atau e-mail, line, whatsapp, dan sejenisnya. Proses negosiasi yang dilakukan oleh para pihak untuk memperoleh kesepakatan dilakukan menggunakan fasilitas chatting.

Dan banyak dijumpai dalam perjanjian membuat kemungkinan untuk terjadi kesalahan dalam melakukan perjanjian, sehingga dalam hal ini perlu disadari bilamana instrumen perlindungan hukum untuk ditegakkan guna melindungi kedua belah pihak pelaku usaha online maupun pemberi jasa *endorse* yang terlibat dalam transaksi secara online. Sehingga dalam hal ini perlu disadari bahwa instrumen perlindungan hukum perlu ditegakkan guna melindungi kedua belah pihak yang terlibat dalam transaksi yang dilakukan secara online.

Perlindungan hukum yang dimiliki oleh pelaku usaha timbul pada saat pelaku usaha (*Endorsee*) dan jasa *endorse* (*Endorser*) telah mencapai kesepakatan dalam perjanjian *endorsement*. Kesepakatan para pihak tersebut menimbulkan hak dan kewajiban yang berkaitan satu sama lain. Pihak pelaku usaha (*Endorsee*) memiliki kewajiban untuk memenuhi persyaratan yang diajukan oleh jasa *endorse* (*Endorser*), seperti contohnya pembayaran *commitment fee* di awal perjanjian kerjasama *endorsement*. Sedangkan, pihak jasa *endorse* wajib memenuhi kesepakatan yang telah dibuatnya di dalam perjanjian kerjasama tersebut. Dalam hal ini, jasa *endorse* wajib melakukan promosi terhadap barang yang dikirimkan oleh pelaku usaha sebagai obyek dalam perjanjian *endorsement*.

Pada dasarnya instrumen perlindungan hukum terhadap pelaku usaha dalam perdagangan diwujudkan dalam 2 (dua) bentuk pengaturan, yaitu perlindungan hukum melalui suatu bentuk perundang-undangan tertentu (Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, dan sebagainya) yang sifatnya umum untuk setiap orang yang melakukan transaksi dan perlindungan hukum berdasarkan perjanjian yang khusus dibuat oleh para pihak, wujudnya dalam bentuk substansi atau isi perjanjian antara konsumen dan produsen, seperti ketentuan tentang ganti rugi, jangka waktu pengajuan klaim, penyelesaian sengketa, dan sebagainya.<sup>67</sup>

---

<sup>67</sup>Elisatris Gultom, *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi perdagangan melalui media electronic commerce*, Jakarta, Ellips Media, 2009, hal. 61.

Diantara kedua bentuk perlindungan hukum di atas, maka perlindungan hukum melalui ketentuan perundang-undangan merupakan instrumen/sarana yang paling efektif digunakan mengingat ketentuan perundang-undangan dapat dijadikan dasar bagi kedua belah pihak dalam membuat perjanjian serta pemerintah melalui perangkatnya dapat memaksakan pemberlakuan undang-undang tersebut.

Pemberlakuan hukum di bidang *e-commerce* dalam memberikan perlindungan terhadap para pihak yang melakukan transaksi melalui internet, sebenarnya sudah ada sejak tahun 2008 dengan dikeluarkannya peraturan perundang-undangan khusus yang mengatur transaksi melalui internet yaitu Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE), dengan dasar pertimbangan bahwa pembangunan nasional adalah suatu proses yang berkelanjutan yang harus senantiasa tanggap terhadap berbagai dinamika yang terjadi di masyarakat.

Suatu perlindungan dapat disebut sebagai perlindungan hukum jika di dalamnya mengandung unsur-unsur sebagai berikut:<sup>68</sup>

- a. Terdapat pengayoman dari pemerintah terhadap warganya
- b. Pemberian jaminan kepastian hukum
- c. Berkaitan dengan hak-hak warga negara
- d. Terdapat sanksi atau hukuman bagi pihak yang melanggarnya

---

<sup>68</sup> <https://brainly.co.id/tugas/24965273>, diakses pada 20 Februari 2022, pukul 18:30

Seperti halnya konsumen, pelaku usaha juga memiliki hak dan kewajiban. Pengaturan hak-hak dan kewajiban-kewajiban pelaku usaha dapat bersumber pada peraturan perundangan yang bersifat umum dan juga perjanjian/kontrak yang bersifat khusus. Hak pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 6 UUPK adalah:

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
5. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Adapun kewajiban-kewajiban pelaku usaha menurut ketentuan Pasal 7

UUPK adalah:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Agar dapat mengetahui gambaran secara lengkap perlindungan hukum terhadap pelaku usaha penulis juga sempat mewawancarai beberapa narasumber yaitu sebagai berikut :

Pada bulan Maret 2020 telah terjadi perjanjian *endorse* antara Lana Fathonatul Fikriyah pemilik bisnis online @alhidayahstore yang menjual berbagai macam kain tenun dengan *endorser* Bulan Pertiwi di bawah akun instagram@bulannnprt看, kedua pihak merupakan pengguna sosial media instagram sedangkan @bulannnprt看 merupakan pengguna instagram yang mempunyai followers 11,5k.<sup>69</sup>

Pada awalnya pemilik bisnis online menghubungi Bulan Pertiwi yang menyediakan jasa *endorse* melalui chat whatsapp, kemudian pelaku usaha diberikan persyaratan kerjasama berupa:

- a. Harga *fee* :  
Opsi 1 : Rp. 200.000,- per foto  
Opsi 2 : Rp. 400.000,- per dua foto untuk dua barang  
Express : Rp. 750.000,- pertiga foto untuk tiga barang
- b. Produk dipilih oleh *endorser*
- c. Foto akan diunggah dalam kisaran waktu 1 minggu (normal), bergantung kondisi *endorser*.

Setelah sepakat dengan persyaratan yang diajukan oleh bulannprt看, pihak toko @alhidayahstore sepakat dengan harga yang dipilih yaitu express : Rp. 750.000,- pertiga foto untuk tiga barang, kemudian pihak toko

---

<sup>69</sup>Hasil wawancara dengan Lana Fathonatul Fikriyah selaku pelaku usaha pada tanggal 9 Januari 2022

mengirimkan *fee* dan produk-produk barang yang telah dipilih oleh *endorser*. Selang beberapa hari kemudian kedua belah pihak pelaku usaha (*endorsee*) dan jasa endorse (*endorser*) memenuhi prestasi sesuai dengan kewajiban mempromosikan produk toko online melalui akun instagramnya pada perjanjian ini, *endorsement* berjalan dengan lancar dengan mana masing-masing pihak memenuhi kewajibannya.

Kemudian pihak toko kembali menghubungi pihak *endorser* Bulan Pertiwi dan menawarkan kembali kepada jasa *endorse* untuk kembali mengadakan kerjasama *endorse* kedua. *Endorser* memilih produk dan meminta dikirimkan produk yang dijual oleh pelaku usaha. Berdasarkan kepercayaan dan pengalaman transaksi sebelumnya. Maka pelaku usaha memenuhi persyaratan yang diajukan oleh jasa endorse (*endorser*) tersebut, dengan harapan transaksi akan berjalan lancar seperti transaksi sebelumnya. Namun yang terjadi adalah *endorser* tidak memenuhi kewajibannya dengan mempromosikan produk dari *endorsee*. Setelah melewati jangka waktu satu bulan setelah barang dikirimkan oleh *endorsee*, pihak *endorser* tetap tidak mengunggah foto produk yang telah disepakati untuk di promosikan, dengan alasan terkendala dengan penentuan lokasi yang kurang tepat untuk mengambil foto, proses editing yang membutuhkan waktu yang lama, serta harus mengatur cahaya ruangan agar mendapatkan foto yang bagus.<sup>70</sup> Tindakan *endorser* tersebut tentu telah merugikan pihak Toko online yang mengeluarkan biaya maupun produk sebagai modal dalam berjualan.

---

<sup>70</sup>*Ibid*

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Silvia Dewi, selaku pemilik usaha *online shop* @Silviastore yang bergerak dalam bisnis hijab dengan Gina Meidina Putri di bawah akun instagram @ginameidinaa. Pada awalnya pemilik bisnis online menghubungi Gina yang menyediakan jasa *endorse* melalui e-mail.<sup>71</sup> Kemudian jasa *endorse* Gina Meidina Putri memberikan persyaratan kerjasama berupa :

a. Harga fee :

Opsi 1 : Rp. 500.000,- per foto

Opsi 2 : Rp. 750.000,- per dua foto untuk dua produk

Express : Rp. 950.000,- per tiga foto untuk tiga produk

b. Produk dipilih oleh *endorser*

c. Foto akan diunggah dalam kisaran waktu 3 minggu (normal), bergantung kondisi *endorser*.

Setelah sepakat dengan persyaratan yang diajukan oleh bulannprtw, pihak toko @silviastore sepakat dengan harga yang dipilih yaitu *express* : Rp. 950.000,- pertiga foto untuk tiga barang, kemudian pihak toko mengirimkan *fee* dan produk-produk barang yang telah dipilih oleh *jasa endorse*. Setelah melewati enam minggu *endorser* tidak melakukan kewajibannya untuk mempromosikan produk pemilik toko online. Pemilik bisnis online terus mengingatkan *endorser* untuk memenuhi prestasinya baik melalui e-mail maupun aplikasi chatting.<sup>72</sup>

---

2022 <sup>71</sup> Hasil wawancara dengan Silvia Dewi selaku pelaku usaha pada tanggal 10 Februari

<sup>72</sup>*Ibid*

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan narasumber Bagas Anwar, selaku pemilik usaha *online shop* @grosirmurah dalam media sosial instagram adalah toko yang bergerak dalam penjualan fashion wanita, khususnya celana jeans. Agar dapat memperkenalkan produk-produknya kepada masyarakat dan meningkatkan penjualan, pihak toko online ini mengupayakan untuk berpromosi dengan cara menjalin kerjasama dengan publik figur yang ada di instagram.<sup>73</sup> Pada persyaratan yang diajukan oleh Mega Wati di bawah akun instagram @iitsmega melalui aplikasi chatting whatsapp, pihak jasa *endorse* (*endorser*) menjanjikan akan mempromosikan 3 produk dari toko online @grosirmurah secara terpisah yaitu dalam 3 foto yang berbeda dengan tarif sebesar Rp. 1.000.000,- melalui akun instagram khusus @iitsmega mengenai endorsement dengan mana foto akan diunggah dalam kisaran waktu 3 minggu dan foto tidak akan dihapus selama waktu yang telah di perjanjikan dari akun instagram tersebut. Pemasaran yang dilakukan pun tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan awalnya, karena pihak *endorser* mempromosikan 3 produk barang dalam satu foto. Hal ini tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan oleh *endorser* dan seminggu setelah toko tersebut diunggah, Mega Wati menghapusnya tanpa pemberitahuan kepada pihak toko online.<sup>74</sup>

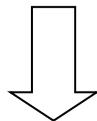
---

2022 <sup>73</sup>Hasil wawancara dengan Bagas Anwar selaku pelaku usaha pada tanggal 10 Februari

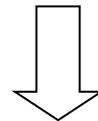
<sup>74</sup>*Ibid*

Tabel hubungan pelaku usaha dengan jasa *endorse* di Kabupaten Jepara:

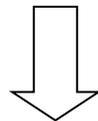
Pelaku Usaha Online :	Jasa <i>Endorse</i> :
Lana Fathonatul Fikriyah (Produk Kain Tenun)	Bulan Pertiwi
Silvia Dewi ( Produk Hijab)	Gina Meidina Putri
Bagas Anwar ( Produk Fashion Wanita)	Mega Wati



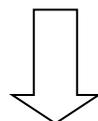
Hubungan antara pelaku usaha dengan jasa *endorse* yaitu hubungan kemitraan, masing-masing di dalam pasal 6 dan 7 UUPK (mempunyai hak dan kewajiban yang sama dan seimbang).



Pasal 6 dan 7 UUPK	
<p>Pasal 6 Ayat (5) UUPK :</p> <p>Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.</p>	<p>Pasal 7 Ayat (7) :</p> <p>Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.</p>



Pasal 1338 KUHPerdata
<p>Pasal 1338 Ayat (1) menentukan bahwa “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-Undang bagi yang membuatnya.” Mengacu pada Asas Kepastian Hukum (<i>Pacta Sunt Servanda</i>)</p> <p>Maka isi dari perjanjian yang disepakati berupa perjanjian tertulis antara pelaku usaha dengan jasa <i>endorse</i> di Kabupaten Jepara itu sendiri mengenai kesepakatan pembayaran <i>commitment fee</i> di awal perjanjian. Sedangkan, pihak jasa <i>endorse</i> wajib memenuhi kesepakatan dan jasa <i>endorse</i> wajib melakukan promosi terhadap barang yang dikirimkan oleh pelaku usaha sebagai obyek dalam perjanjian.<sup>75</sup></p>



<sup>75</sup> Hasil wawancara dengan tiga narasumber selaku pelaku usaha, pada tanggal 10 Februari 2022

Pasal 1238 KUHPerdara

- 1) Tidak memenuhi prestasi sama sekali;
- 2) Memenuhi prestasi tetapi tidak sesuai dengan isi perjanjian;
- 3) Terlambat dalam memenuhi prestasi; dan
- 4) Melakukan sesuatu yang tidak boleh dilakukan.

Berdasarkan hasil wawancara kepada masing-masing narasumber, wanprestasi yang dilakukan jasa endorse di Kabupaten Jepara yaitu memenuhi prestasi tetapi tidak sesuai dengan isi perjanjian dan terlambat dalam memenuhi prestasi.<sup>76</sup>

Berdasarkan hasil penelitian di Kabupaten Jepara, apabila terjadi wanprestasi yang dilakukan oleh jasa *endorse*. Maka, pelaku usaha berhak mendapatkan perlindungan hukum. Dimana pelaku mendapatkan hak yaitu pada Pasal 6 Ayat (5) UUPK “Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya” dan jasa *endorse* berhak mendapatkan sanksi ganti rugi berdasarkan pada Pasal 7 Ayat (7) UUPK yaitu memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Dalam kasus yang di teliti antara pihak toko online @alhidayahstore dengan jasa *endorse* Bulan Pertiwi, dimana pihak jasa *endorse* sepakat mengganti rugi sebesar Rp. 750.000,- sesuai dengan pembayaran yang telah di kirimkan pelaku usaha.

Dan kasus yang di teliti antara pihak toko online @silviastore dengan jasa *endorse* Gina Meidina Putri, dimana pihak jasa *endorse* sepakat mengganti rugi sebesar Rp. 950.000,- sesuai dengan pembayaran yang telah di kirimkan oleh pelaku usaha.

Sedangkan kasus yang di teliti antara pihak toko online @grosirmurah dengan jasa *endorse* Mega Wati, dimana pihak jasa *endorse* sepakat mengganti rugi sebesar Rp. 1.000.000,- sesuai dengan kesepakatan pembayaran yang telah di kirimkan oleh pelaku usaha.

---

<sup>76</sup> *Ibid*

Oleh sebab itu secara empiris pelaku usaha sebenarnya sudah cukup terlindungi oleh aturan hukum yang ada, tetapi dalam hal ini mengharuskan kesadaran setiap pelaku usaha untuk secara aktif mempertahankan hak-haknya agar hal tersebut tidak dilanggar oleh jasa *endorse* yang melakukan kecurangan saat melakukan perjanjian *endorse* secara online.

Adanya perlindungan hukum diatas tentunya negara telah memberikan jaminan terhadap pelaku usaha dalam melakukan perjanjian saat produk-produknya di pasarkan oleh jasa *endorse* sehingga menurut penulis aturan diatas sudah cukup memberikan jaminan perlindungan hukum bagi pelaku usaha untuk bisa melakukan perjanjian secara aman.

Dalam sudut pandang penulis aturan hukum yang ada saat ini sudah cukup baik untuk memberikan perlindungan bagi pelaku usaha dalam transaksi online, tetapi yang menjadi kendala adalah bila kurangnya inisiatif dari pelaku usaha itu sendiri untuk melaporkan permasalahan yang dialaminya dalam transaksi online kepada pihak kepolisian. Namun pelaporan ini bisa dilakukan oleh pelaku usaha apabila dalam permasalahan tersebut ada unsur pidananya misalnya adanya penipuan dalam transaksi *endorse* secara online tersebut.

Jadi apabila pelaku usaha ada aturan hukum yang dilanggar oleh jasa *endorse* dalam transaksi online yang dapat merugikan pelaku usaha, maka pelaku usaha dapat melaporkan hal tersebut kepada kepolisian agar dapat di proses secara hukum. Begitupun sebaliknya pelaku usaha juga dapat mengajukan gugatan perdata untuk meminta ganti kerugian yang dialaminya bilamana pelaku usaha tersebut dirugikan secara ekonomi.

## **B. Penyelesaian Sengketa Pelaku Usaha *Online Shop* Akibat *Endorse* Wanprestasi**

Tingginya tingkat pengguna internet di Indonesia menunjukkan bilamana memang hampir seluruh masyarakat Indonesia telah menjadi pengguna internet. Meningkatnya pengguna internet ini tentunya sejalan dengan perkembangan toko online yang ada di Indonesia. Sebagaimana yang kita ketahui, saat ini di Indonesia telah berkembang berbagai macam toko online yang menawarkan berbagai macam kemudahan dan promo-promo yang tentunya sangat menarik.

Dalam transaksi elektronik melalui suatu internet memungkinkan untuk terjadi berbagai bentuk kecurangan atau bentuk-bentuk suatu wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha atau penjual maupun jasa *endorse* dalam transaksi melalui marketplace tersebut yang mana merupakan salah satu alasan mengapa wanprestasi menjadi suatu yang penting untuk dilakukan penyelesaian dalam suatu transaksi melalui marketplace. Dimana sering ditemukan dalam transaksi jual beli online adalah barang yang tidak sesuai dengan ketentuan, barang tidak dapat dikembalikan jika terdapat kerusakan.

Dalam Pasal 6 ayat (1) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa disebutkan bahwa : “Sengketa atau beda pendapat perdata dapat diselesaikan oleh para pihak melalui alternatif penyelesaian sengketa yang didasarkan pada itikad baik dengan mengesampingkan penyelesaian secara litigasi di Pengadilan Negeri.”

Sebelum masuk dalam pembahasan terkait tentang bagaimana penyelesaian sengketa pelaku usaha *online shop* akibat *endorse* wanprestasi. Maka perlu diketahui terlebih dahulu bilamana Terjadinya gugatan wanprestasi tentu saja berangkat dari adanya suatu hubungan hukum kontraktual (perjanjian) antara para pihak, sehingga melahirkan hak dan kewajiban hukum bagi para pihak yang melakukan perjanjian. Di mana hak dan kewajiban di sini diwujudkan dengan apa yang disebut sebagai prestasi. Pada saat prestasi tidak dipenuhi atau tidak dilaksanakan atau dilaksanakan tidak sebagaimana mestinya menurut perjanjian yang disepakati oleh para pihak, maka lahir apa yang dinamakan wanprestasi (cidera janji).<sup>77</sup>

Suatu hal dapat dikatakan wanprestasi, bilamana tidak adanya pemenuhan prestasi. Prestasi merupakan suatu yang wajib dipenuhi oleh setiap dalam setiap perikatan karena prestasi sama dengan objek perikatan. Menurut Pasal 1234 KUHPerdara wujud prestasi ada tiga, yaitu :

1. Memberikan sesuatu
2. Berbuat sesuatu
3. Tidak berbuat sesuatu

---

<sup>77</sup>Nevey Varida Ariani, 2012, “Alternatif Penyelesaian Sengketa Bisnis di Luar Pengadilan (Non-Litigation Alternatives Business Dispute Resolution)”, Jurnal Rechtsvinding, Vol. 1, No. 8

Berikut merupakan bentuk-bentuk daripada wanprestasi yaitu :<sup>78</sup>

1. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukan Dalam transaksi e-commerce, penjual mempunyai kewajiban untuk menyerahkan barang yang dijual kepada pembeli dan kewajiban untuk menanggung kenikmatan tenteram dan menanggung cacat-cacat tersembunyi. Jika penjual tidak melaksanakan kewajibannya tersebut, maka penjual dapat dikatakan wanprestasi.
2. Melaksanakan apa yang dijanjikan, tetapi tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan pada bentuk ini penjual benar telah menyerahkan barang yang dijual belikan tetapi tidak sebagaimana yang dijanjikan.
3. Melaksanakan apa yang dijanjikan tetapi terlambat Maksudnya jika barang pesanan datang terlambat tapi tetap dapat dipergunakan maka hal ini dapat digolongkan sebagai prestasi yang terlambat, jika prestasinya tidak dapat dipergunakan lagi maka digolongkan sebagai tidak melaksanakan apa yang telah diperjanjikan, yakni seperti pada bentuk yang pertama.
4. Melaksanakan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya untuk wanprestasi yang terakhir ini, contohnya penjual yang berkewajiban untuk tidak menyebarkan kepada umum identitas dan data diri dari pembeli, tetapi ternyata penjual melakukannya.

---

<sup>78</sup> J. Satrio, 1999, Hukum Perikatan, Alumni, Bandung, ( Selanjutnya di tulis J. Satrio 2 ), Hlm. 84

Berdasarkan hasil wawancara peneliti kepada narasumber, Pada bulan Maret 2020 telah terjadi perjanjian *endorse* antara Lana Fathonatul Fikriyah pemilik bisnis online @alhidayahstore yang menjual berbagai macam kain tenun dengan *endorser* Bulan Pertiwi di bawah akun instagram @bulannnnprtw, kedua pihak merupakan pengguna sosial media instagram sedangkan @bulannnnprtw merupakan pengguna instagram yang mempunyai followers 11,5k.

Pada awalnya pemilik bisnis online menghubungi bulan pertiwi yang menyediakan jasa *endorse* melalui e-mail, kemudian oleh pihak toko diberikan persyaratan kerjasama berupa :<sup>79</sup>

a. Harga fee :

Opsi 1 : Rp. 400.000,- per foto

Opsi 2 : Rp. 600.000,- per dua foto untuk dua barang

Express : Rp. 750.000,- per tiga foto untuk tiga barang

b. Produk dipilih oleh *endorser*

c. Foto akan diunggah dalam kisaran waktu 1-3 minggu (normal), bergantung kondisi *endorser*.

Setelah sepakat dengan persyaratan yang diajukan oleh bulan pertiwi, pihak toko @alhidayahstore sepakat dengan harga yang dipilih kemudian pihak toko mengirimkan *fee* dan produk-produk barang yang telah dipilih oleh *endorser*. Selang beberapa hari kemudian kedua belah pihakpelaku usaha (*endorsee*) dan jasa *endorse* (*endorser*) memenuhi prestasi sesuai dengan

---

<sup>79</sup>Hasil wawancara dengan Lana Fathonatul Fikriyah selaku pelaku usaha, pada tanggal 9 Januari 2022

kewajiban mempromosikan produk toko online melalui akun instagramnya pada perjanjian ini, *endorsement* berjalan dengan lancar dengan mana masing-masing pihak memenuhi kewajibannya.

Kemudian pihak toko kembali menghubungi pihak *endorser* @bulannnprtwt dan menawarkan kembali kepada jasa *endorse* untuk kembali mengadakan kerjasama *endorse* kedua. *Endorser* memilih produk dan meminta dikirimkan produk yang dijual oleh *endorsee*. Berdasarkan kepercayaan dan pengalaman transaksi sebelumnya. Maka *endorsee* memenuhi persyaratan yang diajukan oleh *endorser* tersebut. Dengan harapan transaksi akan berjalan lancar seperti transaksi sebelumnya. Namun yang terjadi adalah *endorser* tidak memenuhi kewajibannya dengan mempromosikan produk dari *endorsee*. Setelah melewati jangka waktu satu bulan setelah barang dikirimkan oleh *endorsee*, pihak *endorser* tetap tidak mengunggah foto produk yang telah disepakati untuk di promosikan, dengan alasan terkendala dengan penentuan lokasi yang tepat untuk mengambil foto, proses editing yang membutuhkan waktu yang lama, serta harus mengatur cahaya ruangan agar mendapatkan foto yang bagus. Tindakan *endorser* tersebut tentu telah merugikan pihak Toko online yang mengeluarkan biaya maupun produk sebagai modal dalam berjualan. Pihak pemilik toko online Lana Fathonatul Fikriyah selalu mengirimkan pesan kepada pihak Bulan Pertiwi untuk melakukan pengembalian dana yang telah dibayarnya karena menganggap pihak Bulan Pertiwi tidak melakukan kewajiban sesuai dengan perjanjian kerja sama yang telah disepakati oleh kedua pihak. Setelah tidak ada

respon yang diberikan oleh pihak Bulan Pertiwi, pemilik toko onlineberinisiatif untuk memberikan komentar mengenai kasus wanprestasinya pada akun instagram Bulan Pertiwi untuk mendapatkan notice dari pihak *endorsement*. Pada saat komentarnya telah dituliskan melalui instagram, pihak Bulan Pertiwilangsung menghubungi Lana dan berjanji untuk mengembalikan dana yang telah dibayarkan oleh Lana kepadanya. Pengembalian dana oleh pihak Bulan Pertiwikepada Lana akhirnya terselesaikan.<sup>80</sup>

Sedangkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Silvia Dewi, selaku pemilik usaha *online shop* @Silviastore, pelaku usaha yang menjual berbagai macam hijab, Perjanjian *endorse* yang dilakukan antara selebgram Gina Meidina Putri di bawah akun instagram @ginameidinaadengan pelaku bisnis online Silvia Dewi sebagai Pemilik bisnis online di bawah akun @silviastore yang bergerak dalam bisnis hijab. Pada awalnya pemilik bisnis online menghubungi Gina yang menyediakan jasa *endorse* melalui e-mail, kemudian oleh Gina diberikan persyaratan kerjasama berupa :<sup>81</sup>

- a. Harga fee :
- b. Opsi 1 : Rp. 500.000,- per foto  
Opsi 2 : Rp. 750.000,- per dua foto untuk dua barang  
Express : Rp. 950.000,- per foto yang diunggah kurang dari seminggu
- c. Produk dipilih oleh *endorser*

---

<sup>80</sup>*Ibid*

<sup>81</sup>Hasil wawancara dengan Silvia Dewi selaku pelaku usaha, pada tanggal 10 Februari2022

d. Foto akan diunggah dalam kisaran waktu 1-3 minggu (normal), bergantung kondisi *endorser*.

Setelah melewati enam minggu *endorser* tidak melakukan kewajibannya untuk mempromosikan produk pemilik toko online, sementara barang dan *fee* atas jasa *endorsement* sudah dikirimkan dan diterima oleh *endorser*. Pemilik bisnis online terus mengingatkan *endorser* untuk memenuhi prestasinya baik melalui e-mail maupun aplikasi chatting. Sehingga setelah terjadi wanprestasi dalam perjanjian *endorsement*, pihak pelaku usaha *online shop @silviastore* menempuh cara negosiasi<sup>82</sup> dengan pihak pemberi jasa *endorse* dan selanjutnya menentukan bahwa pihak pemberi jasa *endorse* wajib membayar kerugian sebesar dua kali lipat dari biaya jasa *endorse* yang telah dikeluarkan olehnya, dan juga pihak pemberi jasa *endorse* wajib mengembalikan produk jual yang dimiliki oleh pelaku usaha *online shop @silviastore*.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Bagas Anwar, selaku pemilik usaha *online shop @grosirmurah* dalam media sosial instagram adalah toko yang bergerak dalam penjualan fashion wanita, khususnya celana jeans.<sup>83</sup> Agar dapat memperkenalkan produk-produknya kepada masyarakat dan meningkatkan penjualan, pihak toko online ini mengupayakan untuk berpromosi dengan cara menjalin kerjasama dengan publik figur yang ada di instagram. Pada persyaratan yang diajukan oleh Mega Wati di bawah akun instagram @iitsmega melalui aplikasi chatting whatsapp, pihak jasa *endorse* (*endorser*) menjanjikan akan mempromosikan 3 produk dari toko online

---

<sup>82</sup>*Ibid*

<sup>83</sup>Hasil wawancara dengan Bagas Anwar selaku pelaku usaha, pada tanggal 10 Februari 2022

@grosirmurah secara terpisah yaitu dalam 3 foto yang berbeda dengan tarif sebesar Rp. 1.000.000,- melalui akun instagram khusus @iitsmega mengenai endorsement dengan mana foto yang telah diunggah tidak akan dihapus selamanya dari akun instagram tersebut. Pemasaran yang dilakukan pun tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan awalnya, karena pihak endorser mempromosikan 3 produk barang dalam satu foto. Hal ini tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan oleh endorser dan seminggu setelah toko tersebut diunggah, Mega Wati menghapusnya tanpa pemberitahuan kepada pihak toko online. Sehingga setelah terjadi wanprestasi dalam perjanjian endorsement, pihak pelaku usaha memberikan peringatan dan teguran tersebut dilakukan setelah pihak endorser tidak mengunggah produk pada instagram. Ketika teguran diberikan kepada endorser, endorser langsung merespon dengan baik serta mengungkapkan alasan diunggahnya 3 produk barang dalam satu foto dan dihapusnya produk di media sosial tanpa pemberitahuan kepada pihak toko online.

Proses penyelesaian wanprestasi yang dilakukan oleh saudara Bagas Anwar selaku pemilik usaha *online shop* dengan *endorser* Mega Wati selaku pemberi jasa *endorse* adalah sebagai berikut. memberikan peringatan melalui akun media sosial dengan cara chatting. Tidak ada tanggapan dari saudara Mega Wati, baik menelpon maupun menghubungi melalui akun media sosial. Saudara Bagas Anwar kembali memberikan peringatan melalui akun media sosial kepada saudara Mega Wati karena semenjak peringatan pertama sama sekali tidak ada respon dari pihak saudara Mega Wati. Sesuai prosedur, 3 hari

setelah pemberian peringatan, saudari Bagas Anwar mendatangi rumah saudari Mega Wati, namun yang bersangkutan sedang tidak ada dirumah, sehingga saudara Bagas Anwar hanya menitipkan pesan kepada ibu dari saudari Mega Wati agar disampaikan bahwa beliau datang kerumah dan diharapkan untuk segera menghubunginya kepada saudari Mega Wati. Setelah kedatangan saudara Bagas Anwar tersebut, saudari Mega Wati tetap tidak menghubunginya.<sup>84</sup> Sehingga saudari Bagas Anwar kembali mendatangi rumah saudari Mega Wati dan menempuh proses negosiasi dengan kesepakatan yang didapat adalah barang jual yang sudah diberikan kepada saudari Mega Wati dikembalikan kepada saudara Bagas Anwar, dan beliau diharuskan untuk melakukan ganti rugi yaitu berupa biaya sewa jasa endorse sebanyak 2 (dua) kali lipat.

Negosiasi adalah suatu upaya penyelesaian sengketa para pihak tanpa melalui proses pengadilan dan hasil dari proses negosiasi yakni saudari Mega Wati sukarela menyerahkan barang jual yang sudah diterima kepada saudara Bagas Anwar dan melakukan ganti rugi dan perjanjian wanprestasi atas nama Mega Wati telah selesai.

Berdasarkan yang telah dijelaskan diatas, maka apabila dalam hal ini pihak pemberi jasa *endorse* melakukan wanprestasi, maka pemberi jasa *endorse* yang bersangkutan harus bertanggungjawab dan menjalankan sanksi sesuai dengan ketentuan yang terdapat dalam Peraturan Perundang-undangan yang berlaku. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Lana

---

<sup>84</sup>*Ibid*

Fathonatul Fikriyah, Silvia Dewi dan Bagas Anwar selaku pelaku usaha *online shop* sehubungan dengan ketentuan Pasal 19 UUPK yaitu jasa endorse wajib melakukan tanggung jawab berupa penggantian kerugian atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen.

Terkait dengan Wanprestasi atau tidak dipenuhinya janji itu dapat terjadi baik dikarenakan dengan sengaja maupun tidak disengaja. Pada transaksi jual beli melalui e-commerce, kemungkinan untuk terjadinya wanprestasi dapat dikatakan cukup besar maka sesungguhnya sangat diperlukan kesadaran para belah pihak yaitu penjual dan pembeli ataupun jasa endorse untuk memenuhi hak dan kewajiban masing-masing yaitu dalam hal berupa pemenuhan prestasi. Pada dasarnya upaya-upaya penyelesaian sengketa atas wanprestasi dalam hal ini terbagi menjadi 2 yaitu melalui jalur litigasi dan non litigasi. Dimana penyelesaian sengketa melalui litigasi dilakukan di pengadilan sedangkan non litigasi dilakukan di luar pengadilan.

Berdasarkan uraian yang dijelaskan, penyelesaian sengketa bisnis pada kasus pelanggaran kerja sama *celebrity endorsement* dapat diselesaikan melalui alternatif penyelesaian sengketa non litigasi yang meliputi konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi, dan arbitrase. Penyelesaian tersebut dapat menggunakan jalur hukum yang didasarkan pada kesepakatan kedua pihak yang terlibat. Dalam hal ini, endorsee berhak memilih alternatif penyelesaian sengketa yang akan digunakannya, kemudian endorser berkewajiban untuk mematuhi aturan hukum yang ditentukan dalam penggunaan alternatif tersebut.

Hasil wawancara yang telah dilakukan, maka penyelesaian sengketa antara antara pelaku usaha dengan pemberi jasa *endorse* jika terjadi wanprestasi tidak diselesaikan melalui jalur litigasi melainkan diselesaikan secara non litigasi. Bilamana merujuk pada Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, karena pada hakikatnya pembeli merupakan konsumen yang diberikan perlindungan hukum.

Secara garis besar upaya hukum yang dapat ditempuh dalam penyelesaian sengketa menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu :

#### 1. Litigasi

Pada Pasal 45 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai penyelesaian sengketa konsumen melalui peradilan.

Pasal 45 berbunyi :

- 1) “Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.”
- 2) “Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.”

Kasus wanprestasi yang diselesaikan melalui jalur litigasi atau melalui pengadilan kebanyakan merupakan kasus jual-beli yang dilakukan secara langsung atau dengan kata lain mempertemukan penjual dan pembeli

#### 2. Non Litigasi

Untuk penyelesaian melalui jalur non litigasi yang didasarkan pada UU Perlindungan Konsumen. Dilakukan melalui Badan

Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Dimana melalui badan tersebut para pihak diberi kebebasan untuk menyelesaikan sengketa melalui cara apa saja (contohnya: konsiliasi, mediasi, dan arbitrase). Kasus penyelesaian yang diselesaikan melalui non litigasi atau yang dalam hal ini melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagai contohnya yaitu kebanyakan transaksi-transaksi jual beli e-commerce. Hal ini dikarenakan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen merupakan alternatif bagi konsumen yang kerugian atas transaksi jual beli yang transaksi yang nilainya kecil.

Dari hasil wawancara dengan narasumber yaitu pihak jasa *endorse* dianggap wanprestasi karena tidak melaksanakan beberapa bentuk dalam perjanjian, yaitu :

1. Melaksanakan apa yang dijanjikan, tetapi tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan:

Dalam hal ini masing-masing pelaku usaha @alhidayahstore, @silviastore, @grosirmurah telah melakukan kesepakatan dengan pihak-pihak *endorser* yaitu pengunggahan produk dilakukan sesuai dengan ketentuan waktu yang di janjikan oleh masing-masing pihak dalam perjanjian. Namun *endorser* mengunggah produknya kurang dari waktu yang disepakati. Sementara itu dalam perjanjian *endorsement* yang telah disepakati, produk harus diunggah sesuai dengan ketentuan waktu yang di janjikan. Dari penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa *endorser*

@bulannnprt, @ginameidinaa, @iitsmega melakukan wanprestasi yaitu tidak mengunggah produk sesuai batas waktu yang dijanjikan.<sup>85</sup>

2. Melaksanakan apa yang dijanjikan tetapi terlambat :

Dalam pelaksanaan *endorsement* antara pihak online shop dengan *endorser*, para pihak telah menyepakati jadwal pengunggahan produk yang akan dipromosikan. Namun saat jadwal pengunggahan foto atau video produk milik *online shop*, pihak *endorser* tidak mengunggah foto maupun video tersebut pada platform instagram *endorser*. Kemudian pihak *online shop* memberi peringatan melalui media sosial para pihak yang terkait, agar mengunggah produk sesuai apa yang telah dijanjikan. Peringatan dari @alhidayahstore, @silviastore, maupun @grosirmurah kepada *endorser* terkait direspon baik, namun tidak berpengaruh apapun pada pengunggahan yang sudah dijadwalkan, sehingga tidak ada produk milik *online shop* yang diunggah di story maupun *feed* instagram. Faktor tidak diunggahnya produk tersebut dikarenakan pihak *endorser* mengalami beberapa kendala dalam menjalankan kewajibannya. *Endorser* Bulan Pertiwi yang bekerja sama dengan @alhidayahstore terkendala dengan penentuan lokasi yang tepat untuk mengambil foto, proses editing yang membutuhkan waktu yang lama, serta harus mengatur cahaya ruangan agar mendapatkan foto yang bagus. Adapun kendala yang dialami oleh *endorser* Gina Meidina Putri yang bekerja sama dengan @silviastore yaitu masih banyak nya produk yang harus dipromosikan. Sedangkan *endorser*

---

<sup>85</sup> Hasil wawancara dengan tiga narasumber selaku pelaku usaha, pada tanggal 10 Februari 2022

Mega Wati yang bekerja sama dengan @grosirmurah melakukan konfirmasi jika *endorser* lalai dan jarang sekali yang menghubungi melalui whatsapp terkait *endorsement*. Berdasarkan kendala tersebut berdampak pada jadwal pengunggahan produk yang akan dipromosikan. Produk tersebut mengalami keterlambatan pengunggahan pada akun instagram *endorser*. Pihak *endorser* tetap melakukan kewajibannya yaitu mengunggah dan mempromosikan produk *online shop*, namun kewajiban tersebut tidak dilaksanakan sesuai dengan perjanjian. Dari penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa *endorser* melakukan tindakan wanprestasi, karena tidak memenuhi prestasi sesuai dengan perjanjian.<sup>86</sup>

Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara dengan pelaku usaha, yaitu pelaku usaha Lana Fathonatul Fikriyah yang bergerak dalam bidang penjual kain tenun, pelaku usaha Silvia Dewi yang bergerak dalam bidang penjual hijab, pelaku usaha Bagas Anwar yang bergerak dalam bidang penjual celana jeans.

Dalam kasus ini telah terjadi wanprestasi dengan pihak jasa *endorse* yang secara personal bergerak sebagai selebgram yang mempunyai banyak pengikut yang aktif di media sosial instagram, dalam penyelesaian sengketa ini dapat diajukan dengan mengajukan surat peringatan secara tertulis atau somasi kepada *endorser* (jasa *endorse*) untuk memenuhi prestasi yang telah menjadi kesepakatan dalam perjanjian kerjasama yang dibuat oleh kedua pihak antara pelaku usaha dengan pihak jasa *endorse*.

---

<sup>86</sup> Hasil wawancara dengan tiga narasumber selaku pelaku usaha, pada tanggal 10 Februari 2022

Dari hasil penelitian wanprestasi yang dilakukan oleh jasa *endorse* di Kabupaten Jepara yaitu tidak melakukan apa yang disanggupi untuk dilakukan, melaksanakan apa yang dijanjikan tetapi tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan, melaksanakan apa yang dijanjikan tetapi terlambat.

Dan hasil dari penyelesaian sengketa pihak-pihak pelaku usaha di Kabupaten Jepara itu sendiri yaitu dengan cara non litigasi atau diluar pengadilan dengan cara negosiasi atau musyawarah mencari jalan tengah dimana Jasa *endorse* dapat mengembalikan ganti rugi sesuai dengan kesepakatan dan Pelaku usaha merasa sudah tidak dirugikan.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Perlindungan hukum terhadap pelaku usaha online shop akibat *endorse* wanprestasi secara tegas telah diatur didalam peraturan perundang-undang khususnya Pasal 6 dan 7 UUPK, didalam Undang-Undang tersebut pelaku usaha mendapatkan perlindungan hukum apabila terjadi wanprestasi yang dilakukan oleh pemberi jasa *endorse* di Kabupaten Jepara, Didalam penelitian ini Wanprestasi yang dilakukan jasa *endorse* di Kabupaten Jepara yaitu jasa *endorse* dari masing-masing pelaku usaha tidak melakukan kewajibanya untuk mempromosikan produk *endorsenya* di media sosial instagram, jasa *endorser* mengunggah produknya kurang dari waktu yang disepakati, pihak *endorser* tidak mengunggah foto maupun video tersebut pada platform instagram. Jadi jasa *endorse* melanggar wanprestasi dalam bentuk tidak melakukan apa yang disanggupi untuk dilakukan, melaksanakan apa yang dijanjikan tetapi tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan, melaksanakan apa yang dijanjikan tetapi terlambat. Bilamana jasa *endorse* melakukan wanprestasi maka terdapat sanksi berupa pembatalan perjanjian, membayar kerugian kepada pelaku usaha, mengembalikan barang yang telah dikirim kepada pelaku usaha. Jadi apabila pelaku usaha ada aturan hukum yang dilanggar oleh jasa *endorse* dalam transaksi online yang dapat merugikan pelaku usaha, maka pelaku

usaha dapat melaporkan hal tersebut kepada kepolisian agar dapat di proses secara hukum. Begitupun sebaliknya pelaku usaha juga dapat mengajukan gugatan perdata untuk meminta ganti kerugian yang dialaminya bilamana pelaku usaha tersebut dirugikan secara ekonomi.

2. Penyelesaian sengketa wanprestasi yang dilakukan oleh jasa endorse terhadap pelaku usaha online shop dalam perjanjian *endorsement* diatur dalam Pasal 6 ayat (1) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa disebutkan bahwa “Sengketa atau beda pendapat perdata dapat diselesaikan oleh para pihak melalui alternatif penyelesaian sengketa yang didasarkan pada itikad baik dengan mengesampingkan penyelesaian secara litigasi di Pengadilan Negeri.” Penyelesaian ini dapat diselesaikan dengan cara litigasi dan non litigasi,. Di Kabupaten Jepara pelaku usaha melakukan *endorsement* dengan melalui media instagram. Pelaku usaha telah mengirimkan barang yang dijual kepada pihak jasa *endorse* yang dipilih masing-masing pelaku usaha untuk mempromosikan produknya tetapi pihak jasa *endorse* dari masing-masing jasa *endorse* tidak melakukan kewajibannya untuk mengunggah produknya kurang dari waktu yang disepakati. Dari penyelesaian *sengketa* pihak-pihak pelaku usaha di Kabupaten Jepara itu sendiri yaitu dengan cara non litigasi atau diluar pengadilan dengan cara mengajukan surat peringatan secara tertulis untuk negosiasi atau musyawarah mencari jalan tengah.

## B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian dan wawancara dalam pembahasan ini, antara lain:

### 1. Bagi Pelaku Usaha (*Endorsee*)

Saran yang dapat diberikan kepada pelaku usaha atau *endorsee* yang menggunakan jasa *celebrity endorsement* atau selebgram sebagai media dalam mempromosikan jasa atau barang dagangannya, diharapkan mengetahui secara lengkap dan jelas aturan hukum yang berkaitan dengan penggunaan jasa *celebrity endorsement* untuk meminimalisasi adanya pelanggaran perjanjian kerja sama dan mengetahui langkah yang tepat dalam menyelesaikan perkara apabila terlibat sengketa di dalamnya.

### 2. Bagi Pihak *Jasa Endorse* (*Endorser*)

Disarankan bagi pihak jasa *endorse* hendaknya membuat terms and condition yang tidak merugikan salah satu pihak. *Endorser* sebaiknya juga mematuhi ketentuan yang telah diatur di dalam perjanjian sesuai dengan kesepakatannya dengan *endorsee*, seperti halnya estimasi waktu *endorsement*, materi yang akan disampaikan, maupun ketentuan lain yang telah menjadi kesepakatan kedua pihak untuk menghindari adanya selisih paham antara *endorser* dan *endorsee*.

### 3. Bagi Pemerintah

Pemerintah hendaknya memberikan perhatian yang lebih serius terkait pelaksanaan perjanjian kerja sama *celebrity endorsement* atau iklan karena mayoritas pelaku usaha yang melakukan perdagangan di internet

menggunakan *jasaendorsement* sebagai media promosinya. Penjelasan mengenai aturan hukum yang berkaitan dengan penggunaan jasa *celebrity endorsement* juga diperlukan untuk memberikan kepastian hukum yang lebih terjamin.

## DAFTAR PUSTAKA

### AL-QURAN

#### A. Buku

Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Nusa Media, 2008.

\_\_\_\_\_, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E.Co.M.Merce Lintas Negara Di Indonesia*, Yogyakarta: FH UII Press, 2009.

\_\_\_\_\_, *Hukum Transaksi Elektronik Sebagai Panduan Dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-commerce Di Indonesia*, Bandung: Nusa Media, 2017.

Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perdata Indonesia*, Bandung: PT. CitraAditya Bakti, 2014.

Ahmadi Miru dan Sakka Pati, *Hukum Perikatan Penjelasan Makna Pasal 1233 Sampai 1456 BW*, Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2011.

Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*, Prenada Media Group, 2010.

Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Sinar Grafika, 2008.

Djaja S. Meliala, *Hukum Perdata dalam Perspektif BW*, Nuansa Aulia, Bandung, 2012.

Eman Suparman, *Pilihan Forum Arbitrase dalam Sengketa Komersial untuk Penegakan Keadilan*, Jakarta, Tatanusa, 2004.

H.Riduan Syahrani, *Seluk Beluk dan Asas-asas Hukum Perdata*. Alumni, Bandung, 2010.

Herlien Budiono, *Ajaran Umum Hukum Perjanjian dan Penerapan di Bidang Kenotariatan*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010.

Imam Shajputra, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik*, Bandung: PT. Alumni, 2010.

- I Ketut Artadi dan Dewa Nyoman Rai Asmara Putra, *Implementasi Ketentuan-Ketentuan Hukum Perjanjian ke Dalam Perancangan Kontrak*, Denpasar, Udayana University Press, 2010.
- Muchsin, *Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia, Surakarta*, Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, 2003.
- M. Syamsuddin, *Mahir Menulis Studi Kasus Hukum*, Jakarta, Prenadamedia Group, 2018.
- M. Yahya Harahap, *Hukum Acara Perdata*, Jakarta, Sinar Grafika, 2012.
- Mishbahul Munir dan Rhido Jusmadi, *Buku Ajar: Praktek Peradilan Perdata*, Surabaya, Scopindo Media Pustaka, 2019.
- Rizka Afriandita E, *Penerapan Asas Itikad Baik dala Pelaksanaan Perjanjian Endorsement Online*. (Tesis Magister Ilmu Hukum, Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada) , 2017.
- Setiono, Disertasi : *Rule of Law*, Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret 2004.
- Sandu Siyoto Dan M. Ali Sodik, *Dasar Metode Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publising, 2015.
- Subekti, *Hukum Perjanjian*, cetakan 19, Intermasa, Jakarta, 2001.
- Salim HS, *Hukum Kontrak Teori & Teknik Penyusunan Kontrak*, Sinar Grafika, Jakarta, 2006.
- Suwojo Wojowasito, *Kamus Umum Belanda Indonesia*, Jakarta, PT. Ikhtiar Baru-Van Hoevo, 2003.
- Sarwono, *Hukum Acara Perdata Teori dan Praktik*, Jakarta, Sinar Grafika, 2011.
- Terence A. Shimp, *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta, Erlangga, 2003.
- Yahman, *Karakteristik Wanprestasi dan Tindak Pidana Penipuan Yang Lahir Dari Hubungan Kontraktual*, PT. Prestasi Pustakarya, Jakarta, 2011.

## **B. Jurnal**

Ahmad Miru, Larangan Penggunaan Klausula Baku Dalam Perjanjian Antara Konsumen Dan Pelaku Usaha, *Ius Quia Iustum Law Journal Of Islamic University Indonesia*, Vol.8, No.17, 2001.

Chacha Andira, 2015, Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga, *AntroUnairNet*, Vol. IV, No.2, 2015.

Febriyanti, Rizky Suci & Aniek Wahyuati. Pengaruh Celebrity *Endorse* dan *Brand image* terhadap Keputusan Pembelian melalui minat beli. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 5(5), hal:18, 2016.

Gayatri Hutami Putri dan Bhina Patria, Pengaruh Endorsement Selebriti Instagram Terhadap Minat Beli Remaja Putri, *Gajah Mada Journal Of Professional Psychology (GAMAJPP)*, Vol.4, No.1, 2018.

Luh Nila Winarni, “Asas Itikad Baik Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen dalam Perjanjian Pembiayaan”, *Media Neliti*, Vol. 1, No. 6, 2018.

Ni Luh Putu Siska Sulistiawati, dkk, “Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Online Shop Apabila Terjadi Wanprestasi”, *Open Journal System*, Vol. 1, No. 1, 2019.

Nevey Varida Ariani, “Alternatif Penyelesaian Sengketa Bisnis di Luar Pengadilan (Non-Litigation Alternatives Business Dispute Resolution)”, *Jurnal Rechtsvinding*, Vol. 1, No. 8, 2012.

Reyhan Sinatrya Feiz, “Pengaruh Celebrity Endorsement JKT 48 Terhadap Brand Awardness pada Iklan Sepeda Motor Honda Beat”, *Student Journal UB*, Vol. 1, No. 12, 2018.

Silvia Mefuta dan Much Yulianto, Fenomena Gaya Hidup Selebgram (Studi Fenomena Selebgram Awkarin), *Interaksi Online*. Vol. 6 No. 4, 2018.

## **C. Wawancara**

## **D. Undang-Undang**

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Pasal 6 dan Pasal 7 UUPK tentang Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha.

Pasal 1338 Ayat (1) menentukan bahwa “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-Undang bagi yang membuatnya.”  
Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.

#### **E. Internet**

Indra Cahya, pelanggan E-Commerce naik 38,3 Persen Selama Pandemi, <https://www.merdeka.com/teknologi/pelanggan-e-commerce-naik-383-persen-selama-pandemi.html>

Liputan6.com, Arti Endorse dalam Dunia Bisnis, Ketahui Manfaat dan Kekurangannya, <https://hot.liputan6.com/read/4680713/arti-endorse-dalam-dunia-bisnis-ketahui-manfaat-dan-kekurangannya>.

Kontrak hukum, cari tau wanprestasi dalam perjanjian, <https://kontrakhukum.com/article/apa-itu-wanprestasi>.

Noor Iza, UU Revisi ITE Ditandatangani Presiden dan Berlaku mulai 25 November 2016, 7 Desember 2016, <https://kominfo.go.id/content/detail/8463>.