

**PENYELESAIAN WANPRESTASI DALAM PELAKSANAAN
PERJANJIAN *ENDORSEMENT ONLINESHOP* OLEH *SELEBRITI*
*INSTAGRAM***

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Hukum



Oleh :

Nama : Cut Faradina Mauliza
Npm : 1801110078
Bagian : Hukum Perdata

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS HUKUM
BANDA ACEH
2022**

Telah Disetujui

Untuk Diajukan Kepada Panitia Ujian Skripsi
Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh

Judul Skripsi

**Penyelesaian Wanprestasi Dalam Pelaksanaan Perjanjian Endorsement
Online Shop Oleh Selebriti Instagram**

Banda Aceh, 24 Agustus 2022
Pembimbing



Trio Yusandy, S.H., M.Kn

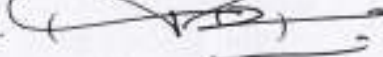




**Penyelesaian Wanprestasi Dalam Pelaksanaan Perjanjian Endorsement
Online Shop Oleh Selebriti Instagram**

Oleh

Nama : Cut Faradina Mauliza
Npm : 1801110078
Program Studi : Ilmu Hukum
Bagian : Hukum Perdata

Telah dipertahankan di depan sidang penguji
Pada tanggal 10 September 2022
Dan telah memenuhi syarat untuk diterima

DEWAN PENGUJI

1. Ketua : Dr. H. Rizanizarli, S.H.,M.H. 
2. Sekretaris : Mainita, S.H., M.H.Kes. 
3. Pembimbing/Penguji I : Trio Yusandy, S.H., M.Kn 
4. Penguji II : Mainita, S.H., M.H.Kes. 
5. Penguji III : Rusnin, S.H.,M.H. 

Banda Aceh, 16 September 2022
Universitas Muhammadiyah Aceh
Dekan Fakultas Hukum




Dr. H. Rizanizarli S.H. M.H.

ABSTRAK

Cut Faradina Mauliza,
2022

PENYELESAIAN WANPRESTASI DALAM PELAKSANAAN PERJANJIAN *ENDORSEMENT* *ONLINESHOP* OLEH *SELEBRITI INSTAGRAM*

Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Aceh
(iv, 59) pp.,tabl.,bibl.,app.

Trio Yusandy, S.H. M.Kn.

Pasal 1243 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) yang mengatur tentang tidak terpenuhinya kewajiban yang telah disepakati oleh kedua belah pihak sehingga debitur harus membayar kerugian yang diderita oleh kreditur. *Endorsement* merupakan jasa penambahan *Followers* pada akun *Online Shop*. Diketahui, terdapat beberapa selebgram yang tidak memehuni kewajibannya dalam melakukan promosi sebuah barang yang telah dijanjikannya karena lalai memenuhi perikatannya. Meskipun telah di atur dengan tegas dalam Undang-Undang dilarang melakukan wanprestasi namun kenyataannya masih ada yang melakukannya. Hal tersebut telah melanggar perjanjian yang telah dilakukan.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bentuk wanprestasi dalam perjanjian *Endorsement Online Shop* oleh *Selebgram*, untuk menjelaskan faktor penyebab terjadinya wanprestasi yang terjadi dalam pelaksanaan perjanjian *Endorsement Online Shop* oleh *Selebgram* serta menjelaskan upaya apa yang ditempuh dalam penyelesaian permasalahan yang timbul dalam perjanjian *endorsement* telah dilakukan oleh pihak *selebgram* terhadap *Online Shop*.

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode yuridis empiris. Pendekatan Yuridis adalah pendekatan yang berpedoman pada peraturan-peraturan, buku-buku atau literatur-literatur hukum. Pendekatan empiris adalah suatu metode penelitian hukum yang diperoleh dengan melalui penelitian lapangan dengan mewawancarai responden dan informan.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa bentuk wanprestasi yang terjadi dalam pelaksanaan perjanjian *Endorsement Online Shop* oleh *Selebgram* ini karena ketidaksempurnaan *Selebgram* memenuhi kewajibannya. Faktor terjadinya wanprestasi dalam pelaksanaan perjanjian *Endorsement* adalah faktor kelalaian, faktor iktikad tidak baik dan faktor tidak tepat waktu. Upaya yang ditempuh dalam penyelesaian wanprestasi dalam pelaksanaan perjanjian *Endorsement Online Shop* oleh *Selebgram* dengan cara menghubungi pihak terkait dan melakukan pendekatan secara kekeluargaan serta melakukan mediasi, musyawarah dan menurut Pasal 1243-1244 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata kreditur dapat meminta ganti rugi pada debitur.

Disarankan kepada pihak *Online Shop* .untuk lebih selektif lagi untuk *survey* terlebih dahulu mengenai latar belakang para *Selebgram* yang ingin digunakan jasanya, guna menghindari terjadinya wanprestasi dalam pelaksanaan perjanjian *Endorsement Online Shop* Oleh *Selebgram*.

KATA PENGANTAR



Puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik dan hidayah-Nya, sehingga dapat disusun skripsi ini yang berjudul **“PENYELESAIAN WANPRESTASI DALAM PELAKSANAAN PERJANJIAN *ENDORSEMENT ONLINESHOP SELEBRITI INSTAGRAM*”**. Tidak lupa shalawat dan salam disampaikan kepada Nabi Besar Muhammad Saw yang telah membawa umat Islam dari zaman kebodohan ke zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Terima kasih yang tidak terhingga diucapkan kepada Ayahanda (Alm) tercinta dan Ibunda tercinta yang telah memberikan kasih sayang yang tak terhingga, serta tidak pernah lelah dalam memberikan dukungan, doa dan nasihat dan yang selalu menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsi ini .

Disadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh sebab itu dengan tulus diucapkan terima kasih dan hormat kepada:

1. Bapak Trio Yusandy, S.H. M.Kn, selaku Dosen Pembimbing dan Dosen Wali yang dengan tulus dan ikhlas telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya memberikan pengarahan, masukan-masukan serta kritik yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

2. Bapak Dr. H. Rizanizarli, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh, dan Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan, serta dorongan semangat dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Fadhullah, S.H., M.S. selaku Dosen Wali saya di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh yang telah memberikan bimbingan dan arahan bagi penulis selama perkuliahan.
4. Bapak DR. H. Yusri Z. Abidin, S.H., M.H. selaku Ketua Bagian Hukum Perdata di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh yang telah memberikan bimbingan dan arahan bagi penulis selama perkuliahan.
5. Bapak dan Ibu Dosen selaku pengajar Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh yang dengan tulus hati memberikan ilmu yang bermanfaat sehingga dapat menyelesaikan studi di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh.
6. Tenaga Kependidikan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh yang telah membantu kelancaran dan kemudahan sejak perkuliahan sampai pada akhir penyelesaian studi ini.
7. Senior-senior organisasi yang sudah meluangkan waktunya hanya untuk sekedar bertukar fikir demi membantu menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman saya yang sudah mau membantu dan meluangkan waktu hanya untuk sekedar menemani saya revisi dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Sahabat Online saya yang sudah memberi semangat dan menemani saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Para Responden dan Informan yang telah bersedia memberikan bantuan berupa data dan informasi guna penyelesaian skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini mungkin masih ada kekurangan, baik substansi maupun penulisannya, maka dengan kerendahan hati penulis menerima saran-saran dan petunjuk-petunjuk demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya penulis berdoa serta berserah diri kepada Allah SWT agar senantiasa dilindungi dan dilimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.
Amin Yarabbal A'lamin.

Banda Aceh, 20 Juli 2022

Penulis

Cut Faradina Mauliza

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Permasalah	1
B. Ruang Lingkup dan Tujuan Penelitian	5
C. Metode Penelitian	6
D. Sistematika Pembahasan	9
BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG HUKUM PERJANJIAN	11
A. Pengertian Perjanjian.....	11
B. Jenis-Jenis Perjanjian.....	12
C. Syarat Sah Perjanjian.....	15
D. Asas-asas Perjanjian	17
E. Pengertian Wanprestasi	23
F. Pengertian Perlindungan Konsumen	25
BAB III PENYELESAIAN WANPRESTASI DALAM PELAKSANAAN PERJANJIAN <i>ENDORSEMENT ONLINE SHOP</i> OLEH <i>SELEBRITI INSTAGRAM</i>	32
A. Bentuk Wanprestasi dalam Pelaksanaan Perjanjian <i>Endorsement Online Shop</i> oleh <i>Selebriti Instagram</i>	32
B. Faktor-faktor Penyebab Wanprestasi dalam Pelaksanaan Perjanjian <i>Endorsement</i>	35
C. Penyelesaian Wanprestasi Dalam Pelaksanaan Perjanjian <i>Endorsement Online Shop</i> Oleh <i>Selebriti Instagram</i>	52
BAB IV PENUTUP	56
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Selebgram adalah istilah untuk para pengguna akun *instagram* yang terkenal di situs jejaring sosial media tersebut, *selebgram* tidak jauh berbeda dengan *selebriti* pada umumnya yang mana memiliki perbedaan antara *selebgram* dan *selebritis* umumnya hanya terletak pada medianya. Kebanyakan *selebritis* pada umumnya terkenal karena kemunculannya dilayar kaca televisi, seorang *selebgram* terkenal karena eksistensinya dalam media sosial *instagram*. *Selebgram* sama seperti para *selebritis* lainnya yang memiliki banyak *fans* atau pengagum, namun pada media sosial *Instagram fans* dari pada para *selebgram* adalah mereka yang mengikuti (*followers*) akun dari *selebgram*. Ketenaran seorang *selebgram* tidak terlepas dari bagaimana cara mereka memprestasikan diri mereka melalui akun *instagram* mereka.

Dengan cara mereka mengunggah foto dengan mengkombinasikan penggunaan *caption* dan *tagar* (#) membuat para *selebgram* secara tidak langsung mudah terdeteksi oleh penggunaan lain. Dari bagaimana mereka mempresentasikan diri muncul ketertarikan pengguna lain untuk mengikuti (*follow*) akun *selebgram* itu dengan bertambahnya jumlah *followers* akan menunjukkan beberapa terkenalnya seorang *selebgram* tersebut. *Selebgram* tidak jauh berbeda dengan *selebritis* pada umumnya, *selebgram* juga menjadi idola bagi para *followers* mereka dan jadi sebuah acuan untuk para *followers* mereka.

Selebgram yang digunakan untuk mempromosikan sebuah produk haruslah jauh dari kesan yang negatif dalam masyarakat, Bentuk kerjasama tersebut dilakukan dengan cara toko *online* mengirimkan barang kepada Selebgram lalu para *Selebgram* itu mempromosikan sebuah produk dengan cara membuat foto lalu mengunggah ke *Instagram* mereka atau ke media sosial lainnya sesuai dengan perjanjian kerjasama, metode ini dinamakan dengan *Endorsment*. Pada saat ini *Endorsment* dapat kita lihat keberadaannya diberbagai macam sosial media maupun televisi. Tidak dapat dipungkiri dengan meluasnya kegiatan ini, *Endorsment* dapat dijadikan salah satu strategi iklan yang dapat digunakan oleh pembisnis, terutama kegiatan dagang yang menggunakan cara pembelian dan pembayaran secara *online*.

Oleh karena hal itu, pelaku bisnis tertarik untuk mengoptimalkan bisnisnya di *Instagram*. Melaksanakan *endorsement*, 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 *@salariz_mask*, *@Hollofshop*, maupun *@QueenDbeautyshop* 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* CF yang bekerja sama dengan @salariz_mask 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* FJ yang bekerja sama dengan @sunnybeauty.ofc yaitu masih banyak nya produk yang harus dipromosikan. Sedangkan *endorser* EP yang bekerja sama dengan @QueenDbeautyshop 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 dan pemilik toko online @sleepwear_id juga mengalami hal yang dimana ia telah membayar pihak *endorser* tetapi pihak *endorser* tersebut hanya berjanji barang yang akan diunggah itu maksimal 1-2 minggu setelah barang diterima namun barang itu diunggah setelah berbulan-bulan dan pihak *endorser* juga salah menyebutkan nama *Online Shop* nya padahal sudah diberikan pengarahan bagaimana cara menulis nama toko *online* miliknya yang benar.

Dari penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa *endorser* melakukan tindakan wanprestasi, karena tidak memenuhi prestasi sesuai dengan perjanjian. Dalam kerja

sama *endorsement*, para pihak telah membuat suatu perjanjian. Perjanjian tersebut dilakukan secara *virtual*, lebih tepatnya dilakukan di *platform instagram* dan *whatsapp*. Apabila menurut asas konsensualisme, perjanjian itu dianggap sah karena semua pihak telah menyepakati perjanjian tersebut. Perjanjian tersebut berisi tentang jumlah produk, *fee* terhadap jasa *endorsement*, ukuran produk yang akan dikirim, dan jadwal penayangan barang. Perihal jumlah produk, ukuran produk, dan *fee* setiap *online shop* mempunyai aturan yang berbeda. Sedangkan jadwal pengunggahan produk, @salariz_mask, @Hollofshop, @QueenDbautyshop telah melakukan kesepakatan dengan pihak endorser yaitu pengunggahan produk dilakukan di *story instagram* dengan durasi 24 jam. Durasi tersebut merupakan durasi yang standar yang dibuat oleh *instagram*. Namun *endorser* yang berinisial NH yang bekerja sama dengan @salariz_mask, tidak mengunggah produk selama 24 jam. *Endorser* tersebut menghapus foto atau video *endorsement* produk kurang dari 24 jam. Sementara itu dalam perjanjian *endorsement* yang telah disepakati, produk harus diunggah selama 24 jam. Dari penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa *endorser* melakukan wanprestasi yaitu tidak mengunggah produk sesuai batas waktu yang dijanjikan.

Dalam perjanjian ini jika pihak Selebriti memenuhi kewajibannya maka disebut dengan prestasi, dan jika pihak Selebriti tidak memenuhi kewajibannya maka disebut Wanprestasi. Sedangkan Wanprestasi adalah tidak memenuhi atau lalai dalam melaksanakan kewajiban sebagaimana yang ditentukan dalam perjanjian. Wanprestasi atau tidak dipenuhinya janji dapat terjadi baik karena disengaja maupun tidak sengaja.

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas atas, Maka penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk Wanprestasi dalam Pelaksanaan Perjanjian *Endorsement Online Shop* oleh *Selebriti Instagram* ?
2. Faktor–faktor apa sajakah penyebab wanprestasi dalam Pelaksanaan Perjanjian *Endorsement* ?
3. Upaya apa saja yang dapat ditempuh dalam Penyelesaian Wanprestasi dalam Pelaksanaan Perjanjian *Endorsement* ?

B. RUANG LINGKUP DAN TUJUAN PENELITIAN

1. Ruang Lingkup

Agar pembahasan ini tidak meluas maka dalam hal ini penulis perlu membatasi ruang lingkup Penelitian. Penelitian ini termasuk kedalam bidang Hukum Perdata yang memfokuskan kepada perkara tentang akibat hukum yang timbul bagi nasabah dalam perjanjian gadai jika terjadinya wanprestasi dalam perjanjian *Endorsement*.

2. Tujuan Penelitian

Suatu penelitian yang di lakukan tentu harus memiliki tujuan dan manfaat yang bisa di peroleh hasil penelitian. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

- 1) Untuk menjelaskan bentuk Wanprestasi dalam Pelaksanaan Perjanjian *Endorsement Online Shop* oleh *Selebriti Instagram*.

- 2) Untuk menjelaskan Bagaimana Faktor–Faktor yang menyebabkan Wanprestasi dalam Pelaksanaan Perjanjian *Endorsment*.
- 3) Untuk menjelaskan upaya apa saja yang dapat ditempuh dalam Penyelesaian Wanprestasi dalam Pelaksanaan Perjanjian *Endorsement*

C. METODE PENELITIAN

Untuk memperoleh informasi serta penjelasan mengenai segala sesuatu diperlakukan pedoman penelitian atau metode penelitian, hal ini yang digunakan oleh penulis yaitu penelitian yuridis empiris. Penelitian yuridis empiris merupakan penelitian hukum yang melihat bagaimana penerapan hukum di dalam masyarakat. Penelitian yuridis empiris adalah penelitian terhadap data primer (lapangan) yang mengkaji regulasi hukum, kemudian dikaitkan dengan data dan perbuatan yang dilakukan oleh masyarakat, maka dari itu penelitian ini diperoleh melalui penelitian lapangan (*field research*). Penelitian yang dilakukan peneliti yaitu mengenai praktik endorsement dan penyelesaian wanprestasi pada praktik endorsement di online shop.¹

1. Definisi *Operasional Variabel* Penelitian

- a) Perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih .
- b) Wanprestasi adalah suatu tindakan penyimpangan oleh pihak yang mengadakan perjanjian dalam keadaan yang tidak memaksa, dari apa

¹ Nasution, Bahder John. *Metode Penelitian Ilmu Hukum*. PT. Mandar Maju, Bandung, 2008

yang sebelumnya telah diperjanjikan dan disepakati dalam perjanjian yang dapat berakibat pada timbulnya kerugian pada pihak lawan.

- c) *Endorsement* adalah bentuk sebuah iklan atau promosi yang menggunakan tokoh atau selebriti terkenal yang memiliki pengakuan, kepercayaan, rasa hormat, dan sebagainya dari banyak orang dan melakukan pemasaran di media sosial.
- d) *Selebgram* adalah istilah untuk para pengguna akun Instagram yang terkenal dan memiliki jumlah pengikut di Jejaring Sosial.

2. Lokasi dan Populasi Penelitian

a) Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti memilih lokasi penelitian di akun *instagram online shop* Salariz Mask yang beralamat di Perumahan Tirtasari Residence, Jl. Tirtasari Raya No. 18 Malang, *online shop* Queen D beautyshop yang beralamat di Jalan Darussalam kota Lhokseumawe, dan *online shop* Hollofshop yang beralamat di Kalimalang, Jakarta Timur.

b) Populasi

Populasi penelitian ini adalah pihak-pihak yang terkait yaitu Selebriti *Instagram*, *Owner Onlineshop*, dan Akademisi yang mengetahui akan hal ini

3. Cara Pengambilan Sampel

Untuk memperoleh data yang lengkap, penelitian dilakukan secara *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu memilih beberapa responden

beserta informan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti yang diperkirakan mewakili seluruh populasi.

Keseluruhan sampel yang akan diambil terdiri dari:

A. Responden

- a. Selebriti Instagram 3 orang
- b. Owner Online Shop 3 orang

B. Informan

- a. Akademisi 1 orang

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam rangka pengumpulan data primer dan data sekunder, maka penulis menggunakan dua jenis pengumpulan data sebagai berikut

1. Penelitian Kepustakaan

Peneliti ini dilakukan dengan cara menelaah bahan-bahan pustaka yang relevan dengan Penelitian berupa literatur-literatur, jurnal-jurnal ilmiah, yang berhubungan dengan penelitian ini.

2. Penelitian Lapangan

Untuk mengumpulkan data penelitian lapangan, penulis menggunakan cara, antara lain : Wawancara, Peneliti melakukan wawancara dengan responden untuk mendapatkan informasi terkait permasalahan.

5. Teknik Menganalisis Data

Metode pengumpulan data merupakan metode yang dapat digunakan oleh penulis untuk memperoleh data. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data melalui interview (wawancara). Wawancara pada penelitian ini yaitu wawancara yang tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti data tidak menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan secara sistematis dan lengkap yang digunakan dalam pengumpulan datanya.

D. Sistematika Pembahasan

Uraian pembahasan dalam karya ilmiah ini, akan disusun secara sistematis dengan empat bab dan masing-masing dari empat bab tersebut akan dirincikan dengan beberapa sub bab. Adapun gambaran rincian secara umum adalah

Bab satu merupakan bab pembuka yang membahas mengenai latar belakang masalah, Tujuan penelitian, Ruang Lingkup penelitian dan Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab dua merupakan teoritis yang membahas mengenai pengertian Perjanjian dan Perjanjian Pembiayaan, Syarat sah perjanjian, Jenis- Jenis perjanjian, Asas-Asas Perjanjian, Hak dan Kewajiban Perjanjian Pembiayaan, Wanprestasi, dan Penyelesaian Wanprestasi.

Bab tiga merupakan bab yang membahas tentang hasil penelitian dilapangan mengenai Penyelesaian Perjanjian Dalam Pelaksanaan Endorsement Online Shop Oleh Selebriti Instagram , bentuk perjanjian

wanprestasi yang timbul dalam perjajian wanprestasi, faktor penyebab terjadinya wanprestasi, serta upaya penyelesaian permasalahan wanprestasi.

Bab empat merupakan bab penutup yang ditulis dengan sub-sub kesimpulan dan saran. Dalam bab ini, kesimpulan di anggap perlu karena untuk menjawab permasalahan yang dirumuskan di bab pertama, serta dengan saran yang diusungkan guna memperbaiki dan menyempurnakan terhadap isu yang diteliti.

BAB II

TINJAUAN UMUM

A. Pengertian Perjanjian

Perjanjian adalah suatu kesepakatan yang diperjanjikan (*promissory agreement*). Definisi perjanjian menurut Pasal 1313 KUH Perdata, bahwa perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.¹ Yahya Harahap menyebutkan, perjanjian atau *Verbinteniss* mengandung pengertian suatu hubungan hukum kekayaan/harta benda antara dua orang atau lebih, yang memberi kekuatan hak pada satu pihak untuk memperoleh prestasi dan sekaligus mewajibkan pada pihak lain untuk menunaikan prestasi.² KRMT Tirtodiningrat mendefinisikan perjanjian merupakan suatu perbuatan hukum berdasarkan kata sepakat di antara dua orang atau lebih untuk menimbulkan akibat-akibat hukum yang dipaksakan oleh Undang-undang.³ Menurut Abdul Kadir Muhammad, perjanjian merupakan hubungan antara dua pihak atau lebih yang saling menyetujui untuk melakukan perbuatan pada aspek kekayaan. Setiawan menjelaskan, bahwa perjanjian adalah suatu tindakan

¹Ahmad Rizki S. *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, PT. Airlangga University Press, Surabaya, 2009, hlm. 206.

²Sukarmi, *Cyber Law Kontrak Elektronik dalam Bayang-bayang Pelaku Usaha*. PT. Pustaka Sutra, Bandung, 2008, hlm. 26.

³Hernoko A. Y. *Hukum Perjanjian Asas Proposionalitas dalam Kontrak Komersial*, PT. Prenadamedia Group, Jakarta, 2010, hlm 16.

hukum yang dilakukan oleh satu pihak atau lebih yang saling berhubungan.⁴ Sedangkan Subekti menjelaskan perjanjian adalah “suatu peristiwa dimana seseorang berjanji pada seorang lain atau dimana seorang berjanji untuk melaksanakan sesuatu”.⁵ Dari pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa perjanjian merupakan hubungan antara dua pihak atau lebih untuk melakukan suatu persetujuan yang saling mengikat.

B. Jenis-Jenis Perjanjian

1. Perjanjian konsensual dan Rill

Berdasarkan cara pembuatannya, perjanjian dapat dibedakan menjadi dua hal. Yang pertama perjanjian Konsensual dibentuk semata-mata berdasarkan konsensus (kata sepakat) para pihak. Sedangkan perjanjian Rill adalah perjanjian yang pembentukannya tidak berdasarkan kesepakatan para pihak saja, tetapi mesyaratkan adanya atau penyerahan yang menjadi objek dari perjanjian. Misalnya dalam hal pinjam meminjam uang, perjanjian tidak hanya didasarkan dengan kata sepakat akan tetapi juga harus didasarkan pada penyerahan uang.

2. Perjanjian timbal balik dan perjanjian sepihak

Perjanjian timbal balik (*bilateral contract*) adalah perjanjian yang memberikan hak dan kewajiban kepada kedua belah pihak. Perjanjian timbal

Tutik, T. T. *Hukum Perdata dalam Sistem Hukum Nasional*, PT. Kencana, Jakarta, 2008, hlm. 222.

⁵ Pangestu, M. T. *Pokok-pokok Hukum Kontrak.*, CV. Social Politics Genius, Makassar, 2019, hlm. 48

balik adalah pekerjaan yang paling umum terjadi dalam kehidupan bermasyarakat, misalnya perjanjian jual beli, sewa menyewa, pemborongan bangunan, tukar menukar. Perjanjian sepihak adalah perjanjian yang memberikan kewajiban kepada satu pihak dan hak kepada pihak lainnya, misalnya perjanjian hibah, hadiah. Pihak yang satu berkewajiban menyerahkan benda yang menjadi obyek perikatan dan pihak yang lainnya berhak menerima benda yang diberikan itu. Yang menjadi kriteria perjanjian jenis ini adalah kewajiban berprestasi kedua belah pihak atau salah satu pihak. Prestasi biasanya berupa benda berwujud baik bergerak maupun tidak bergerak, atau benda tidak berwujud berupa hak, misalnya hak untuk meng huni rumah. Perbedaan ini mempunyai arti penting dalam praktek, terutama dalam soal pemutusan perjanjian menurut pasal 1266 KUH Perdata. Menurut pasal ini salah satu syarat ada pemutusan perjanjian itu apabila perjanjian itu bersifat timbal balik.

3. Perjanjian Obligatoir (*Obligatoir Overeenkomst*)

Perjanjian obligatoir adalah perjanjian yang menimbulkan hak dan kewajiban diantara para pihak. Perjanjian obligatoir, sebagaimana secara umum disebutkan di dalam ketentuan Pasal 1313 KUH Perdata. 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 pembedaan istilah perjanjian dan perikatan.

4. Perjanjian kebendaan

Perjanjian kebendaan adalah perjanjian dengan mana seorang menyerahkan haknya atas sesuatu benda kepada pihak lain, yang membebankan kewajiban (*oblilige*) pihak itu untuk menyerahkan benda tersebut kepada pihak lain (*evering, 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*).

5. Perjanjian bernama atau khusus dan perjanjian tak bernama

Perjanjian bernama atau khusus adalah perjanjian yang telah diatur dengan ketentuan khusus dalam KUH Perdata Buku ke tiga Bab V sampai dengan bab XVIII, misalnya :

- Jual beli.
- Tukar-menukar.
- Sewa-menyewa.
- Perjanjian-perjanjian untuk melakukan pekerjaan.
- Persekutuan.
- Perkumpulan.
- Hibah.
- Penitipan barang.

- Pinjam-pakai.
- Pinjam-meminjam.
- Bunga tetap dan bunga abadi ,Perjanjian untung-untungan
- Pemberian kuasa.
- Penanggungan.
- Perdamaian.
- Perjanjian tak bernama adalah perjanjian yang tidak diatur secara khusus dalam undang-undang, misalnya :
 - perjanjian leasing.
 - perjanjian keagenan dan distributor.
 - perjanjian kredit.

C. Syarat Sahnya Perjanjian

Pasal 1320 KUH Perdata menentukan ada 4 syarat sahnya suatu perjanjian, yaitu :

- 1) Kesepakatan mereka yang mengaitkan dirinya

Pada dasarnya kata sepakat adalah pertemuan atau persesuaian kehendak antara pihak didalam sebuah perjanjian. Seseorang dikatakan memberikan persetujuannya atau kesepakatannya jika memang menghendaki apa yang mereka sepakati.

- 2) Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian

Pasal 1329 KUH Perdata menyatakan bahwa setiap orang adalah cakap untuk membuat perjanjian, kecuali apabila menurut undang-undang dinyatakan tidak cakap, Orang-orang yang tidak cakap untuk membuat perjanjian adalah :

- a) Orang yang belum dewasa
- b) Mereka yang ditaruh dibawah pengampunan
- c) Perempuan yang telah kawin dalam hal-hal yang ditentukan undang-undang, dan pada umumnya semua orang oleh undang-undang yang dilarang untuk membuat perjanjian tertentu

3) Suatu hal tertentu

Suatu perjanjian harus memiliki objek, suatu perjanjian harus mengenai suatu hal tertentu. Suatu hal tertentu yang dimaksud Pasal 1320 KUH Perdata adalah kewajiban debitur dan hak kreditur, ini berarti bahwa hal tertentu itu adalah apa yang diperjanjikan, yakni hak dan kewajiban kedua belah pihak.

4) Kausa yang halal

Kausa yang halal menurut Pasal 1337 KUH Perdata adalah :

- a) Yang tidak terlarang atau tidak bertentangan dengan undang-undang
- b) Yang sesuai dengan kesusilaan baik
- c) Yang sesuai dengan ketertiban umum⁶

⁶ Matompo O. S. *Pengantar Hukum Perdata*, PT. Setara Press. Malang, 2017, hlm 115.

D. Asas-asas Perjanjian

a. Asas Kebebasan Berkontrak

Kebebasan berkontrak (*freedom of making contract*) merupakan asas yang fundamental dalam perjanjian. Salim HS menjelaskan asas kebebasan berkontrak yaitu setiap pihak diberikan kebebasan untuk Membuat atau tidak membuat perjanjian, Mengadakan perjanjian dengan siapapun dan Menentukan isi perjanjian. Menentukan bentuk perjanjian.⁷ Asas kebebasan berkontrak mempunyai dasar hukum pada Pasal 1320 angka 4 KUH Perdata, salah satunya yaitu tidak dilarang oleh perundangundangan. Maksud dari tidak dilarang oleh perundang-undangan yaitu tidak berlawanan dengan kesusilaan dan ketertiban umum.⁸

b. Asas Konsensualisme (*concensualism*)

Asas Konsensualisme (*concensualism*) Asas konsensualisme dapat disimpulkan dalam Pasal 1320 ayat (1) KUH Perdata. Pada pasal tersebut ditentukan bahwa salah satu syarat sahnya perjanjian adalah adanya kata kesepakatan antara kedua belah pihak. Asas ini merupakan asas yang menyatakan bahwa perjanjian pada umumnya tidak diadakan secara formal, melainkan cukup dengan adanya kesepakatan kedua belah pihak. Kesepakatan adalah persesuaian antara kehendak dan pernyataan yang dibuat oleh kedua

⁷ Tutik, T. T. *Hukum Perdata dalam Sistem Hukum Nasional*, PT. Kencana, Jakarta, 2008, hlm. 229.

⁸ Matompo O. S. *Pengantar Hukum Perdata*, PT. Setara Press. Malang, 2017, hlm 115.

belah pihak.⁹ Asas konsensualisme muncul diilhami dari hukum Romawi dan hukum Jerman. Di dalam hukum Jerman tidak dikenal istilah asas konsensualisme, tetapi lebih dikenal dengan sebutan perjanjian riil dan perjanjian formal. Perjanjian riil adalah suatu perjanjian yang dibuat dan dilaksanakan secara nyata (*dalam hukum adat disebut secara kontan*). Sedangkan perjanjian formal adalah suatu perjanjian yang telah ditentukan bentuknya, yaitu tertulis (*baik berupa akta otentik maupun akta bawah tangan*). Dalam hukum Romawi dikenal istilah *contractus verbis literis* dan *contractus innominat*. Artinya, bahwa terjadinya perjanjian apabila memenuhi bentuk yang telah ditetapkan. Asas konsensualisme yang dikenal dalam KUH Perdata adalah berkaitan dengan bentuk perjanjian.

c. Asas Kepastian Hukum (*pacta sunt servanda*)

Asas kepastian hukum atau disebut juga dengan asas *pacta sunt servanda* merupakan asas yang berhubungan dengan akibat perjanjian. Asas *pacta sunt servanda* merupakan asas bahwa hakim atau pihak ketiga harus menghormati substansi kontrak yang dibuat oleh para pihak, sebagaimana layaknya sebuah undang-undang. Mereka tidak boleh melakukan intervensi terhadap substansi kontrak yang dibuat oleh para pihak. Asas *pacta sunt servanda* dapat disimpulkan dalam Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata. Asas ini

⁹ Marilang. *Hukum Perikatan, Perikatan yang Lahir dari Perjanjian*, PT. Indonesia Prime, Makassar, 2010, hlm. 149.

pada mulanya dikenal dalam hukum gereja. Dalam hukum gereja itu disebutkan bahwa terjadinya suatu perjanjian bila ada kesepakatan antar pihak yang melakukannya dan dikuatkan dengan sumpah. Hal ini mengandung makna bahwa setiap perjanjian yang diadakan oleh kedua pihak merupakan perbuatan yang sakral dan dikaitkan dengan unsur keagamaan. Namun, dalam perkembangan selanjutnya asas *pacta sunt servanda* diberi arti sebagai *pactum*, yang berarti sepakat yang tidak perlu dikuatkan dengan sumpah dan tindakan formalitas lainnya. Sedangkan istilah *nudus pactum* sudah cukup dengan kata sepakat saja.

d. Asas Itikad Baik (*good faith*)

Asas itikad baik tercantum dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPer yang berbunyi: “Perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik.” Asas ini merupakan asas bahwa para pihak, yaitu pihak kreditur dan debitur harus melaksanakan substansi kontrak berdasarkan kepercayaan atau keyakinan yang teguh maupun kemauan baik dari para pihak. Asas itikad baik terbagi menjadi dua macam, yakni itikad baik nisbi dan itikad baik mutlak. Pada itikad yang pertama, seseorang memperhatikan sikap dan tingkah laku yang nyata dari subjek. Pada itikad yang kedua, penilaian terletak pada akal sehat dan keadilan serta dibuat ukuran yang obyektif untuk menilai keadaan (*penilaian tidak memihak*) menurut norma-norma yang obyektif.

e. Asas Kepribadian (*personality*)

Asas kepribadian merupakan asas yang menentukan bahwa seseorang yang akan melakukan dan/atau membuat kontrak hanya untuk kepentingan perseorangan saja. Hal ini dapat dilihat dalam Pasal 1315 dan Pasal 1340 KUH Perdata. Pasal 1315 KUH Perdata menegaskan: “Pada umumnya seseorang tidak dapat mengadakan perikatan atau perjanjian selain untuk dirinya sendiri.” Inti ketentuan ini sudah jelas bahwa untuk mengadakan suatu perjanjian, orang tersebut harus untuk kepentingan dirinya sendiri. Pasal 1340 KUH Perdata berbunyi: “Perjanjian hanya berlaku antara pihak yang membuatnya.” Hal ini mengandung maksud bahwa perjanjian yang dibuat oleh para pihak hanya berlaku bagi mereka yang membuatnya. Namun demikian, ketentuan itu terdapat pengecualiannya sebagaimana diintradusir dalam Pasal 1317 KUH Perdata yang menyatakan: “Dapat pula perjanjian diadakan untuk kepentingan pihak ketiga, bila suatu perjanjian yang dibuat untuk diri sendiri, atau suatu pemberian kepada orang lain, mengandung suatu syarat semacam itu.” Pasal ini mengkonstruksikan bahwa seseorang dapat mengadakan perjanjian kontrak untuk kepentingan pihak ketiga, dengan adanya suatu syarat yang ditentukan.¹⁰ Sedangkan di dalam Pasal 1318 KUH Perdata, tidak hanya mengatur perjanjian untuk diri sendiri, melainkan juga untuk kepentingan ahli warisnya dan untuk orang-orang yang memperoleh

¹⁰ Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perjanjian Asas Proposionalitas dalam Kontrak Komersial*, PT. Prenadamedia Group, Jakarta, 2010, hlm 111.

hak dari padanya. Jika dibandingkan kedua pasal itu, maka Pasal 1317 KUH Perdata mengatur tentang perjanjian untuk pihak ketiga, sedangkan dalam Pasal 1318 KUH Perdata untuk kepentingan dirinya sendiri, ahli warisnya dan orang-orang yang memperoleh hak dari yang membuatnya. Dengan demikian, Pasal 1317 KUH Perdata mengatur tentang pengecualiannya, sedangkan Pasal 1318 KUH Perdata memiliki ruang lingkup yang luas.

Di samping kelima asas yang telah diuraikan di atas, dalam Lokakarya Hukum Perikatan yang diselenggarakan oleh Badan Pembinaan Hukum Nasional Desember 1985 telah berhasil dirumuskannya delapan asas hukum perikatan nasional, diantaranya :

a. Asas Kepercayaan

Bahwa setiap orang yang akan mengadakan perjanjian akan memenuhi setiap prestasi yang diadakan di antara mereka di belakang hari.

b. Asas Persamaan Hukum

Bahwa subjek hukum yang mengadakan perjanjian mempunyai kedudukan, hak dan kewajiban yang sama dalam hukum. Mereka tidak boleh dibedabedakan antara satu sama lainnya, walaupun subjek hukum itu berbeda warna kulit, agama, dan ras.

c. Asas Keseimbangan

Asas yang menghendaki kedua belah pihak memenuhi dan melaksanakan perjanjian. Kreditur mempunyai kekuatan untuk menuntut prestasi dan jika diperlukan dapat menuntut pelunasan prestasi melalui kekayaan

debitur, namun debitur memikul pula kewajiban untuk melaksanakan perjanjian itu dengan itikad baik.

d. Asas Kepastian Hukum

Asas ini mengandung maksud bahwa perjanjian sebagai figur hukum mengandung kepastian hukum. Kepastian ini terungkap dari kekuatan mengikatnya perjanjian, yaitu sebagai undang-undang bagi yang membuatnya.

e. Asas Moralitas

Asas yang berkaitan dengan perikatan wajar, yaitu suatu perbuatan sukarela dari seseorang tidak dapat menuntut hak baginya untuk menggugat prestasi dari pihak debitur. Hal ini terlihat dalam *zaakwarneming*, yaitu seseorang melakukan perbuatan dengan sukarela (*moral*), yang bersangkutan mempunyai kewajiban hukum untuk meneruskan dan menyelesaikan perbuatannya. Salah satu faktor yang memberikan motivasi pada yang bersangkutan melakukan perbuatan hukum itu adalah didasarkan pada kesusilaan (*moral*) sebagai panggilan hati nuraninya.

f. Asas Kepatutan,

Asas yang tertuang dalam Pasal 1339 KUH Perdata. Asas ini berkaitan dengan ketentuan mengenai isi perjanjian yang diharuskan oleh kepatutan berdasarkan sifat perjanjiannya.¹¹

f. Asas Kebiasaan

Suatu perjanjian tidak hanya mengikat untuk apa yang secara tegas diatur, akan tetapi juga hal-hal yang menurut kebiasaan lazim diikuti

g. Asas Perlindungan

Asas yang mengandung pengertian bahwa antara debitur dan kreditur harus dilindungi oleh hukum. Namun, yang perlu mendapat perlindungan itu adalah pihak debitur karena pihak ini berada pada posisi yang namun, yang perlu mendapat perlindungan itu adalah pihak debitur karena pihak ini berada pada posisi yang lemah.

E. Pengertian Wanprestasi

Prestasi adalah suatu yang wajib harus dipenuhi oleh debitur dalam setiap perikatan. Prestasi merupakan isi dari pada perikatan. Apabila debitur tidak memenuhi prestasi sebagaimana yang telah ditentukan dalam perjanjian, ia dikatakan wanprestasi (kelalaian). Wanprestasi adalah suatu tindakan penyimpangan oleh pihak yang mengadakan perjanjian dalam keadaan yang tidak memaksa, dari apa yang sebelumnya telah diperjanjikan dan disepakati dalam perjanjian yang dapat berakibat pada timbulnya kerugian pada pihak

¹¹ Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perjanjian Asas Proposionalitas dalam Kontrak Komersial*, PT. Prenadamedia Group, Jakarta, 2010, hlm 112

lawan. Wanprestasi hanya dapat terjadi dalam proses pelaksanaan setelah sebuah perjanjian dinyatakan telah disepakati secara sah. Konsep wanprestasi ini diatur demi melindungi para pihak dalam perjanjian, khususnya pada saat pelaksanaan. Sebagai bagian dalam hukum perjanjian yang merupakan ranah hukum private, bukan hukum publik, seharusnya hukum yang ditetapkan dalam hal terjadinya wanprestasi cakupannya mengatur keberadaan dan kepentingan para pihak pembuat perjanjian saja.

Ada empat keadaan wanprestasi yakni:

1. tidak memenuhi prestasi.
2. terlambat memenuhi prestasi.
3. memenuhi prestasi secara tidak baik.
4. melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.

Oleh karena pihak lain dirugikan akibat wanprestasi harus menanggung akibat dari tuntutan pihak lawan yang dapat berupa tuntutan :

1. Pembatalan kontrak (*disertai atau tidak disertai ganti rugi*).
2. Pemenuhan kontrak (*disertai atau tidak disertai ganti rugi*).

Dengan demikian, ada dua kemungkinan pokok yang dapat dituntut oleh pihak yang dirugikan, yaitu pembatalan atau pemenuhan kontrak. Namun, jika dua kemungkinan pokok tersebut diuraikan lebih lanjut, kemungkinan tersebut dapat dibagi menjadi empat, yaitu :

1. Pembatalan kontrak saja.
2. Pembatalan kontrak disertai gantirugi.

3. Pemenuhan kontrak saja.
4. Pemenuhan kontrak disertai ganti rugi.

F. Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan Konsumen adalah keseluruhan peraturan hukum yang mengatur hak dan kewajiban konsumen dan produsen yang timbul dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dan mengatur upaya-upaya untuk menjamin terwujudnya perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen.¹²

Hak sebagai konsumen diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Republik Indonesia yang berlandaskan pada Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 5 ayat (1), Pasal 21 ayat (1), Pasal 27, dan Pasal 33 ayat dapat diketahui sebagai berikut:

Hak dalam memilih barang, konsumen memiliki hak penuh dalam memilih barang yang nantinya akan digunakan atau dikonsumsi. Tidak ada yang berhak mengatur sekalipun produsen yang yang bersangkutan. Begitu juga hak dalam meneliti kualitas barang yang hendak dibeli atau dikonsumsi pada nantinya.

Hak mendapatkan kompensasi dan ganti rugi, konsumen berhak untuk mendapatkan kompensasi maupun ganti rugi atas kerugian yang diterimanya dalam sebuah transaksi jual beli yang dilakukan. Apabila tidak adanya kecocokan

¹² Janus, S. *Konsumen dan Hukum Tinjauan Sosial Ekonomi dan Hukum Pada Perlindungan Konsumen Indonesia*. Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 2014, hlm. 39.

dalam gambar maupun kualitas, konsumen berhak melakukan sebuah tuntutan terhadap produsen.

Hak mendapatkan barang/jasa yang sesuai, konsumen berhak untuk mendapat produk dan layanan sesuai dengan kesepakatan yang tertulis. Sebagai contoh dalam transaksi secara online, apabila terdapat layanan gratis ongkos kirim, maka penerapannya harus sedemikian. Bila tidak sesuai, konsumen berhak menuntut hak tersebut.

Hak menerima kebenaran atas segala informasi pasti, hal yang paling utama bagi para konsumen yaitu untuk mengetahui apa saja informasi terkait produk yang dibelinya. Produsen dilarang menutupi ataupun mengurangi informasi terkait produk maupun layanannya. Sebagai contoh cacat atau kekurangan pada barang, produsen berkewajiban untuk memberi informasi kepada konsumen.

Hak pelayanan tanpa tindak diskriminasi, perilaku diskriminatif terhadap konsumen merupakan salah satu bentuk pelanggaran atas hak konsumen. Pelayanan yang diberikan oleh produsen tidak boleh produsen tidak boleh menunjukkan perbedaan antara konsumen yang satu dengan konsumen lainnya.

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), UUPK menyatakan dalam Pasal 1 ayat (2) bahwa Konsumen adalah setiap orang yang memakai barang dan jasa yang tersedia

dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Hak dasar atas konsumen secara umum dapat dibedakan menjadi sebagai berikut :¹³

1. Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*)
2. Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*)
3. Hak untuk memilih (*the right to choose*)
4. Hak untuk didengar (*the right to be heard*)

Perkembangan transaksi perdagangan yang memanfaatkan teknologi sebagai sarana pembaruan diatur dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang No.11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang menyebutkan bahwa :

“Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, Jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya.”

Dalam Undang-Undang No.11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik terdapat penegakan terhadap pengakuan kontrak yang dibuat secara elektronik, Pasal 1 angka 17 Menegaskan bahwa:

“Kontrak Elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui Sistem Elektronik.”

¹³ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Gramedia Widia Sarana Indonesia, Jakarta, 2006, hlm. 19.

Dengan demikian, pada dasarnya kontrak elektronik merupakan sebuah perjanjian yang perbuatannya dilakukan melalui sistem elektronik. Penyelenggaraan transaksi elektronik dapat dilakukan dalam lingkup publik atau privat yang harus didukung oleh iktikad baik para pihak melakukan interaksi dan/atau pertukaran selama berjalannya transaksi. Hal ini secara jelas diatur dalam Pasal 17 UU ITE yang berbunyi sebagai berikut :

1. Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dapat dilakukan dalam lingkup publik atau privat.
2. Para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib beriktikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik selama transaksi berlangsung.
3. Ketentuan lebih lanjut mengenai penyelenggaraan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Pasal 18 ayat (1) UU ITE juga menyebutkan bahwa sebagai berikut :

“Transaksi Elektronik yang dituangkan ke dalam Kontrak Elektronik mengikat para pihak.”

Perjanjian online berupa perjanjian *endorsement* ini lahir karena adanya penawaran dan penerimaan. Suatu penawaran dari *offeror* menunjukkan keinginannya untuk membuat kontrak. Pada saat penawaran diterima oleh *oference* dengan segala keturunan dan persyaratannya. Maka etika itu lahir

sebuah kesepakatan dimana kedua belah pihak terikat secara sah menurut hukum didalam suatu kontrak.¹⁴

Perjanjian online berupa perjanjian *endorsement* yang telah disepakati oleh kedua belah pihak secara elektronik dapat menjadi dasar dan alat bukti hukum yang sah. Hal ini secara jelas diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 5 ayat (1) yang dirumuskan sebagai berikut :

“Bahwa keberadaan Informasi dan Transaksi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik mengikat dan diakui sebagai alat bukti yang sah untuk memberikan kepastian hukum terhadap Penyelenggaraan Sistem Elektronik dan Transaksi Elektronik, terutams dalam pembuktian dan hal yang berkaitan dengan pembuatan hukum yang dilakukan melalui Sistem Elektronik.”

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik dalam Pasal 45 dikatakan bahwa sebagai berikut:

1. Transaksi Elektronik yang dilakukan para pihak yang memberikan akibat hukum kepada para pihak.
2. Penyelenggaraan Transaksi Elektronik yang dilakukan para pihak wajib memperhatikan :

- a. Iktikad Baik

¹⁴ Sanussi, M. A. *E-commerce Hukum dan Solusinya*.: PT. Mizan Grafika Sarana. Bandung, 2007, hlm. 57.

- b. Prinsip Kehati-hatian
- c. Akuntabilitas dan
- d. Kewajaran.

Kemudian didalam Pasal 46 juga dijelaskan bahwa sebagai berikut :

1. Transaksi Elektronik dapat dilakukan berdasarkan Kontrak Elektronik atau kontraktual lainnya sebagai bentuk kesepakatan yang dilakukan oleh para pihak.
2. Kontrak Elektronik dianggap sah apabila :
 - a. Terdapat kesepakatan para pihak
 - b. Dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
 - c. Terdapat hal tertentu dan,
 - d. Objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum.

Selain itu juga didalam suatu perjanjian harus ada kesepakatan antara para pihak, dalam Pasal 49 bahwa sebagai berikut :

1. Transaksi Elektronik terjadi pada saat tercapainya kesepakatan para pihak.
2. Kesepakatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim oleh pengirim telah diterima dan disetujui oleh penerima.
3. Kesepakatan sebagaimana sebagaimana dimaksud ayat (2) dapat dilakukan dengan cara :

- a) Tindakan penerimaan yang menyatakan persetujuan atau,
- b) Tindakan penerimaan dan/atau pemakaian objek oleh Penggunaan Sistem Elektronik.

Terakhir ada kaitannya dengan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Dalam Peraturan tersebut diatur secara jelas didalam Pasal 3 bahwa para pihak yang melakukan perdagangan melalui sistem elektronik harus ada iktikad baik. Di dalam Pasal 26 juga dijelaskan bahwa Pelaku Usaha juga wajib dalam melindungi hak-hak konsumen sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang persaingan usaha.

Selain itu juga di dalam pasal dijelaskan mengenai perdagangan melalui sistem elektronik wajib menyimpan dan menyediakan bukti transaksi yang sah, Bukti transaksi tersebut dinyatakan secara sah apabila menggunakan sistem elektronik sesuai dengan ketentuan peraturan perundangan-undangan di bidang informasi dan transaksi.

BAB III

PENYELESAIAN WANPRESTASI DALAM PELAKSANAAN PERJANJIAN *ENDORSEMENT ONLINESHOP OLEH SELEBRITI INSTAGRAM*

A. Bentuk Wanprestasi dalam Pelaksanaan Perjanjian *Endorsement Online Shop* oleh *Selebriti Instagram*

Istilah wanprestasi dalam hukum perikatan dapat diartikan sebagai suatu kelalaian atau ingkar janji, bentuk wanprestasi itu adalah tidak melakukan prestasi sama sekali, melaksanakan prestasi tetapi hanya sebagian, melaksanakan prestasi tetapi terlambat, melaksanakan prestasi namun tidak sebagaimana mestinya maka dapat dipahami bahwa bentuk-bentuk wanprestasi yang dialami oleh *Online Shop* yaitu:

- a) Melaksanakan *endorsement*, 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*.¹ Kemudian pihak *Online Shop* memberi peringatan melalui media sosial para pihak yang terkait, agar mengunggah produk sesuai apa yang telah dijanjikan. Peringatan dari @salariz_mask,

¹ Mainita. Dosen Fakultas Hukum Unmuha. Wawancara tgl 24 Agustus 2022

@sunnybeauty.ofc, maupun @QueenDbeautyshop 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* NH yang bekerja sama dengan @salariz_mask 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* SM yang bekerja sama dengan @sunnybeauty.ofc yaitu masih banyak nya produk yang harus dipromosikan. Sedangkan *endorser* CF yang bekerja sama dengan @QueenDbeautyshop 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.² Dari penjelasan

² Mainita. Dosen Fakultas Hukum Unmuha. Wawancara tgl 24 Agustus 2022

tersebut, dapat diketahui bahwa *endorser* melakukan tindakan wanprestasi, karena tidak memenuhi prestasi sesuai dengan perjanjian.

- b) Melaksanakan sesuatu, tetapi tidak sesuai perjanjian dalam kerja sama *endorsement*, para pihak telah membuat suatu perjanjian. Perjanjian tersebut dilakukan secara virtual, lebih tepatnya dilakukan di *platform instagram* dan *whatsapp*. Apabila menurut asas konsensualisme, perjanjian itu dianggap sah karena semua pihak telah menyepakati perjanjian tersebut. Perjanjian tersebut berisi tentang jumlah produk, *fee* terhadap jasa *endorsement*, ukuran produk yang akan dikirim, dan jadwal penayangan barang. Perihal jumlah produk, ukuran produk, dan *fee* setiap *online shop* mempunyai aturan yang berbeda. Sedangkan jadwal pengunggahan produk, @salariz_mask, @sunnybeauty.ofc, @QueenDbeautyshop telah melakukan kesepakatan dengan pihak *endorser* yaitu pengunggahan produk dilakukan di *story instagram* dengan durasi 24 jam. Durasi tersebut merupakan durasi yang standar yang dibuat oleh *instagram*. Namun *endorser* yang berinisial NH yang bekerja sama dengan @salariz_mask, tidak mengunggah produk selama 24 jam. *Endorser* tersebut menghapus foto atau video *endorsement* produk kurang dari 24 jam. Sementara itu dalam perjanjian *endorsement* yang telah disepakati, produk harus diunggah selama 24 jam. Dari penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa *endorser* NH melakukan

wanprestasi yaitu tidak mengunggah produk sesuai batas waktu yang dijanjikan.

B. Faktor-faktor Penyebab Wanprestasi dalam Pelaksanaan Perjanjian

Endorsement

Penyebab terjadinya wanprestasi itu karena beberapa sebab ada beberapa faktor yang menjadi penyebab terjadinya wanprestasi:

1. Faktor Kelalaian Debitur (Nasabah)

Kerugian itu dapat dipersalahkan kepadanya (debitur) jika ada unsur kesengajaan atau kelalaian dalam peristiwa yang merugikan pada diri debitur yang dapat dipertanggungjawabkan kepadanya. Kelalaian adalah peristiwa dimana seorang debitur seharusnya mengetahui atau patut menduga, bahwa dengan perbuatan atau sikap yang diambil olehnya akan timbul kerugian.

Sehubungan dengan kelalaian debitur, perlu diketahui kewajiban-kewajiban yang dianggap lalai apabila tidak dilaksanakan oleh seseorang debitur, yaitu:

- a. Kewajibannya untuk memberikan sesuatu yang telah dijanjikan.
- b. Kewajiban untuk melakukan sesuatu perbuatan.
- c. Kewajiban untuk tidak melaksanakan suatu perbuatan.

2. Faktor Keadaan Memaksa (*Overmacht/force majeure*)

Keadaan memaksa ialah keadaan tidak dapat dipenuhinya prestasi oleh pihak debitur karena terjadinya suatu peristiwa bukan karena kesalahannya, peristiwa mana tidak dapat diketahui atau tidak dapat diduga akan terjadi pada waktu membuat perikatan. Dalam keadaan memaksa ini debitur tidak dapat dipersalahkan karena keadaan memaksa tersebut timbul diluar kemauan dan debitur.

Adapun unsur-unsur yang terdapat dalam keadaan memaksa adalah sebagai berikut:

1. Tidak dipenuhi prestasi karena suatu peristiwa yang membinasakan benda yang menjadi objek perikatan, ini selalu bersifat tetap.
2. Tidak dapat dipenuhi prestasi karena suatu peristiwa yang menghalangi perbuatan debitur untuk berprestasi, ini dapat bersifat tetap atau sementara.
3. Peristiwa itu tidak dapat diketahui atau diduga akan terjadi pada waktu membuat perikatan baik oleh debitur maupun oleh kreditur. Jadi bukan karena kesalahan pihak-pihak, khususnya debitur.³

Berikut beberapa profile singkat mengenai *Online Shop* yang mengalami wanprestasi:

1. ***Online Shop Salariz Mask***

Awal mula berdirinya *Online Shop Salariz Mask* yaitu berawal dari pemilik *online shop* gemar menggunakan dan mengoleksi masker wajah.

³ Mainita. Dosen Fakultas Hukum Unmuha. Wawancara tgl 24 Agustus 2022

Kemudian masker-masker tersebut dicoba satu demi satu dan munculah ide untuk mengunggah masker tersebut ke *Whatsapp*. Ternyata masker yang diunggah itu mempunyai daya tarik dan respon positif dari *viewers* terutama teman-teman mahasiswi. Akhirnya pemilik *online shop* yang dikenal dengan nama Salsabila Alia Rizki ini memutuskan untuk menjual masker yang mengambil produk dari *supplier*. Namun karena ada masalah dengan *supplier*, Alia memberanikan diri untuk merintis bisnis *online* mulai tahun 2019 melalui media sosial *WhatsApp* dan *Instagram* yang mempunyai nama akun *@salariz_mask* dan Online shop Salariz Mask juga beroperasi di Perumahan Tirtasari Residence, Jl. Tirtasari Raya No. 18, Sukun Kota Malang.

“Namun karena ada *problem* dengan *supplier* saya, akhirnya saya memutuskan untuk ikut pelatihan masker, kemudian saya berani membuka *Online shop* sendiri dengan menggunakan nama sendiri dan berlangsunglah sampai sekarang.

”Selain melalui media sosial, Alia juga memanfaatkan aplikasi *marketplace* yang sedang *trend*, seperti yang diungkapkan ketika di wawancara:

“Penjualan juga kami lakukan via *Shopee* kak, ada sedikit produk di *Tokopedia* cuman memang belum berjalan, baru mau memulai aja.” *Online shop* Salariz Mask ini memasarkan produk berupa masker kecantikan wajah dengan berbagai varian masker yang dipromosikan mulai dari *oat milk*, *coffee*, *greantea*, *temulawak*, *tumeric*, *oat choco*, *rice*, *seaweed* dan *charcoal*.

Varian masker tersebut tidak hanya berfungsi untuk memperindah wajah, namun masing-masing juga memiliki khasiat untuk merawat kesehatan wajah. Selain itu, masker ini dibungkus dengan kemasan ekonomis dan kreatif dengan harga murah sesuai kantong mahasiswa. Seperti yang diungkapkan oleh pemilik bisnis dalam wawancara:

“Merupakan salah satu strategi promosi produk kak, Sama halnya kita iklan, bisa lebih dilihat, dijangkau oleh banyak orang, Dan dikenal oleh orang banyak, tidak hanya pada 1 wilayah saja.”⁴

2. *Online Shop Sunny Beauty*

Online shop Sunny Beauty berdiri pada tahun 2014 dengan nama akun *instagram* @sunnybeauty.ofc yang bergerak pada bidang kecantikan dan perawatan wajah. *Online shop* ini menawarkan berbagai varian face mask seperti *kiyowo*, *yeppu yeppu*, *huppies*, *lea gloria*, *vhebeauty*, dan *raecca*. Adapun varian skin care yaitu *yoniskincare* dan *yeppu yeppu*. Pemilik *online shop* @sunnybeauty.ofc bernama Adinda Berlian, yang mana ia juga menggerakkan bisnisnya di Gedangan, Sidoarjo. Berdirinya Sunny Beauty yaitu berawal dari pemilik bisnis yang membantu menjualkan produk masker dari temannya. Kemudian dari bisnis itu, Berlian mendapatkan keuntungan seperti yang diungkapkan ketika wawancara:

“Terus lama-lama saya merasa bisnis ini menguntungkan, karena kan dulu jarang banget ya bisnis *online*, sampai lama-lama saya join jadi

⁴ Alia, Kebutur (*Online Shop*), wawancara tgl 20 Februari 2022

distributor di salah satu produk kecantikan lokal dan sampai sekarang alhamdulillah masih jalan”

Oleh karena itu, Berlian melakukan bisnis masker kecantikan wajah dan mempromosikannya melalui sosial media, seperti pernyataan narasumber dalam wawancara:

“Jualan via *BBM (BlackBerry Messenger)* sampai tahun 2016, jualan via *Instagram* dari tahun 2017-2019. Awal tahun 2020 sempat *vakum* karena ada hal yang perlu diurusin terus aktif lagi akhir tahun 2020 sampai sekarang Alhamdulillah”. Dalam mengembangkan *Online Shop* nya, Berlian memanfaatkan strategi promosi yang sedang booming yaitu jasa *endorsement*.⁵

Dalam menyepakati perjanjian, Perjanjian tersebut berisi tentang jumlah produk, fee terhadap jasa *endorsement*, ukuran produk yang akan dikirim, dan jadwal penayangan barang. Perihal jumlah produk, ukuran produk, dan fee setiap online shop mempunyai aturan yang berbeda. Sedangkan jadwal pengunggahan produk, @salariz_mask, @sunnybeauty.ofc, @QueenDbeautyshop telah melakukan kesepakatan dengan pihak endorser yaitu pengunggahan produk dilakukan di *story instagram* dengan durasi 24 jam. Durasi tersebut merupakan durasi yang standar yang dibuat oleh *instagram*. Namun *endorser* yang berinisial NH yang bekerja sama dengan @salariz_mask, tidak mengunggah produk selama 24 jam. *Endorser* tersebut

⁵ Adinda Berlian, Kreditur (*Online Shop*), wawancara tgl 02 Maret 2022

menghapus foto atau video *endorsement* produk kurang dari 24 jam. Sementara itu dalam perjanjian *endorsement* yang telah disepakati, produk harus diunggah selama 24 jam. Dari penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa *endorser* NH melakukan wanprestasi yaitu tidak mengunggah produk sesuai batas waktu yang dijanjikan. sebab terjadinya Wanprestasi antara *Online Shop* Dengan *Selebriti Instagram* Pemilik bisnis *Online Shop* @salariz_mask dalam melaksanakan *endorsement* yaitu berawal dari memanfaatkan jasa promosi yang lain seperti *paid promote* di akun *Instagram* yang mempunyai banyak *followers*. Kemudian mempunyai referensi terhadap strategi pemasaran yang sedang naik daun yaitu *endorsement*. Dalam memanfaatkan jasa *endorsement* ini, langkah pertama yang dilakukan oleh pemilik @salariz_mask yaitu :

- a) menelusuri akun *Instagram Selebgram* terlebih dahulu guna mengetahui *selebgram* mana yang prospek untuk kerjasama *endorsement*. Beberapa hal yang perlu ditelusuri yaitu *followers*, *comment*, *like*, dan *update story* di *Instagram* nya. Pihak *online shop* menemukan *selebgram* yang berinisial NH dengan 4000 ribu *followers* di akun *instagram* nya. Kemudian langkah kedua yaitu menghubungi nomor manajer yang tertera pada akun *instagram* untuk menanyakan *selebgram* bersedia atau tidak melakukan jasa *endorsement*.
Namun tidak semua *selebgram* mempunyai admin, terdapat pula *selebgram* yang independen artinya tanpa perantara untuk permintaan

kerja sama bisnis. Setelah mendapatkan *selebgram*, mekanisme *endorsement* selanjutnya yaitu membentuk kerja sama dan perjanjian *endorsement* antara pemilik *Online Shop* dengan *selebgram*. Perjanjiannya terdiri dari jumlah produk yang akan di *endorse*, waktu pengunggahan produk pada *Instagram*, dan tarif *endorsement*. Setelah melakukan kesepakatan, pemilik *@salariz_mask* mengirim produk kepada *endorser* untuk melaksanakan *endorsement*.⁶ *Endorsement* umumnya dilaksanakan dengan cara mengunggah produk berbentuk video atau foto pada *feed* dan *story* pada akun *Instagram selebgram*. Dalam pengunggahan tersebut berisikan dukungan terhadap produk. *Selebgram* yang berinisial NH saat melakukan proses *endorsement* mengalami beberapa kendala. Kendala yang dialami *selebgram* yaitu harus mencari lokasi foto di luar rumah, proses *editing* yang membutuhkan banyak waktu, serta harus mengatur cahaya ruangan dan banyak perlengkapan yang harus dipersiapkan sebelum pemotretan produk milik *Online Shop*. Dari kendala tersebut menimbulkan keterlambatan mengunggah produk ke akun *instagram*, sehingga dari pemilik *online shop* harus menunggu untuk diunggahnya produk tersebut ke akun *instagram*.

⁶ Alia, Debitur (*Online Shop*), wawancara tgl 20 Februari 2022

b) Praktik *Endorsement* di *Online Shop* @Sunnybeauty.ofc Penggunaan jasa *endorsement* di online shop @sunnybeauty.ofc yaitu berawal dari melihat *platform Tik-Tok* yang banyak menggunakan jasa *endorsement* pada *Online Shop* dan lambat laun jasa ini ramai di khalayak pengguna *Instagram* hingga pemilik bisnis *Online Shop* yang beroperasi di *Instagram*. Hal tersebut pemilik bisnis @sunnybeauty.ofc untuk memilih menggunakan jasa tersebut. Dalam menggunakan jasa *endorsement*, pemilik bisnis ini memilih *selebgram* untuk dijadikan sebagai *endorser* sehingga perlu untuk mencari *selebgram* yang bersedia dan yang mempunyai banyak *followers*. Setelah mendapatkan *selebgram*, pemilik bisnis ini langsung menghubungi dan menawarkan kerjasama jasa *endorsement* kepada pihak yang terkait. Apabila pihak tersebut menerima penawaran dari *online shop*, maka langkah selanjutnya yaitu menentukan kesepakatan. Dalam kesepakatan tersebut berisi *fee*, waktu penayangan, dan produk yang akan dikirimkan. *Selebgram* berinisial FJ mempunyai 1,6 juta *followers* di akun *instagram* miliknya. *Online shop* @sunnybeauty.ofc memilih *selebgram* tersebut karena sedang *booming* di akun *Tik Tok nya*. *Online shop* @sunnybeauty.ofc mengambil paket *endorsement* berupa upload 1x24 jam di *story instagram* dengan harga Rp 700.000. Namun setelah mengirim barang dan *fee* kepada FJ, ternyata ia tidak mengunggah produk milik @sunnybeauty.ofc sesuai dengan perjanjian. Akhirnya

pihak online shop menanyakan atas keterlambatan pengunggahan tersebut dan respon dari selebgram pun baik yaitu disebabkan lalai karena masih banyak nya produk yang harus dipromosikan. Hal itu juga berakibat yang merugikan bagi @sunnybeauty.ofc. Setelah diperingatkan, *selebgram* langsung mengunggah produk tersebut. Tetapi dengan memanfaatkan jasa *endorsement* ini, bagi pihak @sunnybeauty.ofc kurang menguntungkan, karena followers online shop tidak meningkat juga tidak ada yang memesan produk tersebut.

Praktik *Endorsement* di *Online Shop @QueenDbeautyshop* Awal mula *Online Shop @QueenDbeautyshop* menggunakan jasa *endorsement* yaitu pada tahun 2020 melalui *Instagram*. Pemilik bisnis @QueenDbeautyshop menggunakan jasa ini dengan alasan ingin mencoba berbagai cara promosi di *Instagram*, menentukan promosi mana yang sesuai, dan ingin menambah *followers* di akun *Online Shop* ini. Berangkat dari alasan tersebut, pemilik bisnis @QueenDbeautyshop mencari *selebgram* yang tepat untuk melakukan *endorsement* dan akhirnya tertarik dengan salah satu *selebgram* yang berinisial SM untuk membantu memasarkan produknya. Kemudian pihak @QueenDbeautyshop langsung menghubungi dan menawarkan kerja sama pada nomor telepon yang tercantum di akun *instagram selebgram*. Nomor telepon yang dihubungi merupakan nomor dari manajemen *selebgram* yang mana bertugas sebagai perantara apabila terdapat permintaan bisnis atau kerja sama. Apabila pihak *selebgram* menerima penawaran tersebut, maka langkah selanjutnya

yaitu melakukan kesepakatan yang berisi jenis dan ukuran produk yang akan dikirim, waktu pengunggahan promosi produk, dan tarif *endorsement*. Kesepakatan ini pada umumnya hanya tercantum melalui pesan saja, tidak ada format khusus dalam praktik *endorsement* ini. Jika dari pihak *Online Shop* dan *Selebgram* sudah menyetujui kesepakatan itu, maka *selebgram* tersebut dapat disebut sebagai *endorser*. Setelah melakukan semua kesepakatan, pihak @QueenDbeautyshop harus mengirim produk yang akan di *endorse* pada alamat *endorser*. Apabila produk tersebut sudah diterima oleh *endorser*, maka ia harus melakukan pengunggahan produk bersama dirinya dalam bentuk video atau foto dengan memberikan dukungan dan promosi yang positif terhadap produk tersebut serta mencantumkan nama akun online shop @QueenDbeautyshop.⁷

Tujuan dari *endorsement* ini yaitu agar *followers* akun *instagram endorser* tertarik dengan produk yang telah dipromosikan, selain itu *followers* dapat mengunjungi dan mengikuti akun *online shop* @QueenDbeautyshop, serta dapat pula membeli produk yang sama dengan *endorser* tersebut. Hal tersebut membawa pengaruh yang menguntungkan bagi akun *online shop* @QueenDbeautyshop. *Selebgram* berinisial SM ini memiliki 200 ribu *followers* di akun *instagram* nya. *Online shop* @QueenDbeautyshop memilih *selebgram* ini karena publik figur yang cukup terkenal dan aktif di *platform instagram*.

⁷ Cut Fitria, Kreditur (Online Shop), wawancara tgl 04 Maret 2022

Akhirnya pihak @QueenDbeautyshop mengirim pesan melalui *whatsapp* kepada pihak *selebgram* untuk menawarkan kerja sama *endorsement*. Setelah terjadi kesepakatan, @QueenDbeautyshop memilih jadwal *endorsement* pada bulan Januari 2021 kepada *selebgram* SM. Ketika barang dan *fee* sudah dikirim kepada *endorser*, ternyata hingga bulan Februari belum ditayangkan di akun *instagram* nya dan stok barang yang ada di @QueenDbeautyshop habis. Lalu pada bulan Maret pihak @QueenDbeautyshop menanyakan keterlambatan tersebut kepada manajer SM yang merespon bahwa ternyata *endorser* lalai dan jarang sekali yang menghubungi melalui *whatsapp* terkait *endorsement*. Akhirnya, pihak *endorser* mengonfirmasikan akan ditayangkan pada bulan April. Dampak dari kelalaian tersebut yaitu barang yang ditayangkan mengalami keterlambatan jadi barang baru ditayangkan pada bulan April dan pada saat ditayangkan di akun *instagram* *endorser*, barang tersebut sudah hampir habis dan *size* setiap barang tidak lengkap. Selain itu, *followers* yang tertarik tidak bisa memilih barang secara bebas, karena *stock* terbatas dan setelah mencoba jasa *endorsement* ini, pihak @QueenDbeautyshop mengalami kerugian karena tidak meningkatnya *followers*. Jasa *endorsement* merupakan salah satu strategi pemasaran produk yang baru dalam dunia bisnis *online*. *Endorsement* merupakan kerjasama antara pihak *online shop* yang disebut sebagai pengguna jasa *endorsement* dan pihak *selebgram* yang dapat disebut sebagai *endorser*. Kegiatan pada jasa *endorsement* berupa mempromosikan produk dengan cara mengunggah produk berbentuk video atau foto ke dalam akun *instagram* setiap *endorser*. Hal tersebut juga dilakukan oleh online shop @salariz_mask, @sunnybeauty.ofc, Hollofshop, @Sleepwear_id dan

@QueenDbeautyshop. Motivasi mereka memanfaatkan jasa *endorsement* ini yaitu supaya produk dapat dikenal luas oleh masyarakat.

Jasa *endorsement* merupakan salah satu strategi pemasaran produk yang baru dalam dunia bisnis online. *Endorsement* merupakan kerjasama antara pihak *online Shop* yang disebut sebagai pengguna jasa *endorsement* dan pihak *selebgram* yang dapat disebut sebagai *endorser*.⁸ Kegiatan pada jasa *endorsement* berupa mempromosikan produk dengan cara mengunggah produk berbentuk video atau foto ke dalam akun *instagram* setiap *endorser*. Hal tersebut juga dilakukan oleh *online shop* @salariz_mask, @sunnybeauty.ofc Motivasi mereka memanfaatkan jasa *endorsement* ini yaitu supaya produk dapat dikenal luas oleh masyarakat.

Pelaksanaan *endorsement* yang ada di online shop @salariz_mask, @sunnbeauty.ofc, dan @QueenDbeautyshop berawal dari perjanjian antara kedua belah pihak. Pihak *Online Shop* menghubungi pihak *selebgram* terlebih dahulu dengan cara mengirim *direct message* ke *instagram*. Setelah itu menawarkan kerjasama *endorsement* dengan pihak *selebgram*. Apabila bersedia, maka selanjutnya dibentuk perjanjian *endorsement* yang harus disepakati oleh kedua belah pihak. Perjanjian ini tidak secara tertulis dalam format yang formal, namun perjanjian ini dibuat dan disahkan melalui media digital tanpa bertemu tatap muka dalam satu majelis. Perjanjian adalah suatu kesepakatan yang diperjanjikan (*promissory agreement*), sedangkan menurut Pasal 1313 KUH Perdata, perjanjian adalah suatu

⁸ Mainita. Dosen Fakultas Hukum Unmuha. Wawancara tgl 24 Agustus 2022

perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Dalam perjanjian terdapat pula syarat-syarat yang perlu dipahami dan dipenuhi. Menurut Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata agar perjanjian dianggap sah, harus memenuhi syarat-syarat sah perjanjian dibawah ini:

1. Kesepakatan

Kesepakatan merupakan pernyataan kehendak oleh para pihak untuk menentukan pokok perjanjian. Pembuktian kesepakatan dapat dilihat dengan pernyataan kata sepakat saja oleh para pihak. Adapun Pasal 1321 menyatakan bahwa “tiada suatu perjanjian yang sah apabila diberikan karena kekhilafan, paksaan, dan penipuan”, sehingga kesepakatan dilaksanakan secara bebas tanpa ada unsur kekhilafan, paksaan dan penipuan di antara para pihak. Kesepakatan yang dilakukan pada perjanjian *endorsement* antara *selebgram* berinisial NH dengan @salariz_mask dapat diketahui ketika pemilik bisnis menghubungi sekaligus menawarkan kerja sama *endorsement* kepada pihak *selebgram*, apabila menerima tawaran tersebut, maka dibentuk suatu perjanjian yang didasarkan kesepakatan dari para pihak. Seperti yang dijelaskan dalam wawancara antara peneliti dengan *selebgram* yang bersangkutan:

“Pokok awalnya ada perjanjian antara dua pihak, yang ditentukan waktu uploadnya, deskripsinya gimana, dan feenya gimana. Terus baru

setelah perjanjian baru kirim produk.” Pemilik *online shop* juga mengatakan sebagai berikut: “Jadi sistemnya cuman kirim barang aja ke pihak selebgramnya. Sebelum kirim, nanti bisa langsung chat admin via WA untuk menanyakan *talent* nya ada atau tidak, kemudian jika ada baru memilih paket yang diinginkan. Terus admin kasih alamat talent kita.” Kesepakatan yang dilakukan oleh @QueenDbeautyshop dengan selebgram EP juga sama yaitu melalui percakapan via *WhatsApp* saja.⁹ Seperti ungkapan dalam wawancara berikut ini: “Perjanjiannya hanya tanya jawab via WA. Tanya harga/fee, tanya ukuran baju dan pilihannya, lalu tanya kapan tayangnya. ”Setelah menanyakan hal tersebut, @QueenDbeautyshop mengirim barang yang telah disepakati kepada pihak *selebgram*. Dengan bukti pengiriman barang tersebut, dapat diketahui bahwa kedua belah pihak telah menyepakati untuk melaksanakan kerja sama *endorsement*.

Sedangkan pernyataan kesepakatan di online shop @sunnybeauty.ofc dengan selebgram FJ melalui *direct message Instagram* “Kesepakatannya ya saya ngikut aja kak, karena kan ada paket-paket gitu. *Price list* nya kan sudah ditentukan, jadi saya milih paketnya yang sesuai kebutuhan.¹⁰ ”Berdasarkan wawancara di atas, maka para pihak baik dari pengguna jasa maupun penyedia jasa *endorsement* telah menyepakati untuk melaksanakan kerja sama *endorsement*.

⁹ Cut Fitria, Kreditur (Online Shop), wawancara tgl 04 Maret 2022

¹⁰. Fujiana Hamima , Debitur (Online Shop), wawancara tgl 28 Maret 2022

2. Kecakapan

Seseorang yang dianggap cakap yaitu seseorang yang mempunyai kemampuan untuk melaksanakan perbuatan hukum. Perbuatan hukum adalah perbuatan yang mempunyai akibat hukum. Dalam hukum perdata, setiap pihak dinyatakan cakap dalam membuat perikatan, kecuali apabila oleh undang-undang tidak diakui cakap.

Adapun menurut pasal 1330 Kitab Undang-undang Hukum Perdata, seseorang dinyatakan tidak cakap dalam melakukan tindakan hukum yaitu:

- 1) Mereka yang belum dewasa.
- 2) Orang yang berada dibawah perwalian.
- 3) Orang perempuan atau istri yang sudah diatur dalam undang-undang dan setiap orang yang telah diatur dalam undang-undang tidak diizinkan untuk membuat suatu perjanjian.

Dalam hal *endorsement*, untuk mengetahui kedua belah pihak itu cakap hukum atau tidak yaitu dapat mengunjungi akun *instagram* pihak yang bekerja sama, baik dari unggahan yang berada di *feeds instagram* maupun unggahan yang ditampilkan di *story instagram*. Pada umumnya, unggahan yang ditampilkan dapat berupa foto atau video yang disertakan dengan *caption*. Selain itu, juga dapat dilihat pada profil

pemilik akun instagram yang terletak dibawah foto *profile*, biasanya ia menyebutkan usia nya dan tahun kelahiran. Namun, tidak semua pemilik akun mencantumkan *profile* nya pada kolom tersebut. Cara yang terakhir yaitu dapat mewawancari terlebih dahulu kepada para pihak untuk mengetahui profile nya, apabila diizinkan. Dari penjelasan di atas, *selebgram* atau *endorser* berinisial NH dan pemilik *online shop* @salariz_mask, serta EP dan pemilik *online shop* @QueenDbeautyshop dinyatakan cakap hukum dalam melaksanakan perbuatan hukum. Namun, *selebgram* berinisial FJ dan pengguna jasa *endorsement* @sunnybeauty.ofc dinyatakan tidak cakap hukum, karena belum memenuhi ketentuan-ketentuan yang telah diatur dalam pasal 1330.

3. Suatu Hal Tertentu Syarat

Ketiga yaitu berhubungan dengan suatu hal tertentu, artinya adanya hak-hak dan kewajiban-kewajiban yang tercantum pada sebuah perjanjian atau harus menentukan apa yang menjadi objek perjanjian. Dalam perjanjian *endorsement* yang dilaksanakan di *online shop* @salariz_mask, @sunnybeauty.ofc dan @QueenDbeautyshop, @hollofshop dengan *selebgram* yang berkaitan telah menentukan hak-hak dan kewajiban-kewajiban yang harus dipenuhi setiap pihak. Dalam pasal 1233 lahirnya sebuah perikatan baik karena persetujuan, baik karena undang-undang. *Endorser* juga berkewajiban untuk mengunggah produk sesuai jadwal yang telah disepakati dan

mempromosikannya berupa foto atau video pada akun *instagram* dengan memberikan caption yang menarik. Pemilik *online shop* mempunyai hak atas diunggahnya produk yang dipromosikan oleh *endorser* berbentuk foto atau video di akun *instagram endorser* serta meningkatnya *followers* pada akun *instagram* pemilik *online shop*. Sedangkan kewajiban pemilik *online shop* yaitu mengirim produk yang sesuai dengan perjanjian dan memberi fee sebelum produk ditampilkan di *feeds instagram endorser*.

4. Klausula yang halal

merupakan pokok perjanjian yang menjelaskan tujuan yang akan diperoleh bagi para pihak. Kausa bukan bermakna hal yang menyebabkan perjanjian itu, melainkan tujuan atau isi dari perjanjian itu sendiri. Pokok perjanjian itu tidak berlawanan dengan undang-undang, ketertiban umum dan kesusilaan. Apabila suatu pokok perjanjian tersebut tidak disebabkan oleh kausa yang halal, maka perjanjian tersebut tidak sah demi hukum sehingga tidak terpenuhinya empat ketentuan perjanjian yang telah disebutkan pada Pasal 1320 Kitab Undang-undang Hukum Perdata. Pada perjanjian *endorsement* ini, yang menjadi kausanya yaitu mengendorse atau mempromosikan produk *online shop* kepada khalayak umum melalui akun *instagram endorser* disertai dukungan yang baik dan menjalankan *endorsement* berdasarkan kesepakatan para pihak.

B. PENYELESAIAN WANPRESTASI DALAM PELAKSANAAN PERJANJIAN *ENDORSEMENT ONLINESHOP* OLEH *SELEBRITI INSTAGRAM*

Dari pemaparan bentuk wanprestasi diatas, Penyelesaian wanprestasi yang dilakukan oleh pemilik Online Shop @Salariz_mask, @Sunnybeauty.ofc, @Hollofshop, @QueenDbeautyshop dan @Sleepwear_id yaitu mereka hanya memberikan peringatan dan teguran kepada pihak *endorser* atas tindakan yang telah dilakukan yaitu, tidak tepat waktu dalam mengunggah produk milik *Online Shop* dan *Endorser* NH tidak mengunggah produk sesuai dengan batas waktu yang telah ditentukan sesuai dengan Pasal 1365 KUH Perdata “Tiap perbuatan yang melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut. Peringatan dan teguran tersebut telah dilakukan setelah pihak *endorser* tidak mengunggah produk pada *Instagram*. Ketika teguran diberikan kepada *endorser*, *endorser* langsung merespon dengan baik dan mengungkapkan alasan tidak diunggahnya produk tersebut pada *Instagram Endorser*.¹¹

Berbagai macam alasan yang diberikan oleh para pihak *endorser* seperti terkendala dengan penentuan lokasi yang tepat untuk mengambil foto, *process editing* yang membutuhkan waktu yang lama, serta harus mengatur cahaya ruangan agar mendapatkan foto yang bagus, masih banyak nya produk yang harus dipromosikan

¹¹ Nurul Hanan, Debitur(Selebgram), wawancara tgl 04 Maret 2022

serta *endorser* lalai dan jarang sesekali yang menghubungi melalui *whatsapp* terkait *endorsement*.¹²

Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, hal tersebut merupakan perbuatan Wanprestasi. Wanprestasi bermakna kealpaan, cedera janji, dan tidak memenuhi perjanjian yang telah disepakati. Wanprestasi juga diartikan sebagai tidak terpenuhinya prestasi, karena kesalahan dari pihak debitur. Menurut Subekti, bentuk-bentuk wanprestasi adalah sebagai berikut :

- I. Tidak melakukan apa yang disanggupi untuk dilakukan.
- II. Tidak melakukan apa yang diperjanjikan tapi tidak sebagaimana yang diperjanjikan.
- III. Melakukan apa yang sudah diperjanjikan tapi terlambat.
- IV. Melakukan sesuatu yang oleh perjanjian tidak boleh dilakukan

Menurut bentuk-bentuk wanprestasi diatas maka terdapat tiga bentuk wanprestasi yang terjadi di *online shop @salariz_mask* yaitu melaksanakan sesuatu, tetapi terlambat dan melaksanakan sesuatu, tetapi tidak sesuai perjanjian. Sedangkan di *online shop @sunnybeauty.ofc* dan *@QueenDbeautyshop* terdapat satu bentuk wanprestasi yaitu melaksanakan sesuatu yang tidak sesuai perjanjian.¹³

Dari penjelasan di atas, tindakan *endorser* dapat dikategorikan sebagai tindakan wanprestasi yang merugikan pihak *online shop*. Dengan adanya tindakan

¹² Nurul Hanan, Debitur(Selebgram), wawancara tgl 04 Maret 2022

¹³ Mainita. Dosen Fakultas Hukum Unmuha. Wawancara tgl 24 Agustus 2022

tersebut, pihak *online shop* pun hanya bisa menegur dan mengingatkan kepada *endorser* melalui *chat whatsapp* dan *instagram*.

Apabila ditinjau Kitab Undang-undang Hukum Perdata maka upaya penyelesaian wanprestasi sebagai berikut ini:

- a. Pasal 1243 KUH Perdata menjelaskan bahwa kreditur dapat meminta ganti rugi kepada debitur, karena kelalaian pihak kreditur dalam melakukan kewajibannya. Kelalaian yang dimaksud yaitu melaksanakan kewajibannya yang melampaui batas waktu yang telah ditentukan. Dalam konteks perjanjian *endorsement* berarti bahwa kreditur merupakan pihak *Online Shop* yang menggunakan jasa *endorsement* dan mengalami kerugian atas tindakan debitur yang menyediakan jasa *endorsement* (Selebgram atau *Endorser*).
- b. Pasal 1244 KUH Perdata menyebutkan debitur harus mengganti biaya kerugian apabila tidak dapat membuktikan bahwa ia melakukan kewajiban yang tidak tepat waktu dan tidak dapat membuktikan bahwa hal tersebut disebabkan oleh sebab yang tak terduga. Dalam perjanjian *endorsement*, pihak *endorser* telah melakukan sesuatu namun tidak tepat waktu dengan melakukan kesalahan dan kelalaian dari *endorser*. Kelalaian tersebut seperti tidak mengatur persiapan *endorsement* dari jauh-jauh hari, produk yang akan dipromosikan terlewat tidak diunggah karena lupa, dan banyaknya produk yang harus dipromosikan. Hal tersebut yang menyebabkan *endorser* tidak melakukan kewajibannya sesuai dengan waktu yang telah

disepakati dan melakukan nya setelah mendapat peringatan oleh pihak *Online Shop*, namun realita nya *endorser* mempromosikan produk tersebut melebihi dari waktu yang telah ditentukan.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil wawancara dapat di simpulkan bahwa bentuk wanprestasinya ialah ketidaksempurnaan pihak *Selebgram* dalam melakukan kewajibannya untuk memberikan waktu yang pasti terhadap apa yang di perjanjikan sehingga mengalami keterlambatan dalam mengunggah Foto atau Video produk milik *Online Shop* tersebut pada *platform instagram endoser*. Kemudian pihak *Online Shop* memberi peringatan melalui media sosial para pihak yang terkait, agar mengunggah produk sesuai dengan apa yang telah dijanjikan. Peringatan dari @Salariz_mask.
2. Berdasarkan hasil wawancara dapat di simpulkan bahwa Faktor penyebab terjadinya wanprestasi dalam pelaksanaan perjanjian *Endorsement Online Shop* Oleh *Selebgram* adalah ketidak mampuan *Selebgram* dalam memenuhi kewajibannya karena hambatan dari segi waktu yang tidak memungkinkan mereka untuk memenuhi kewajibannya dan memilki lebih dari satu kewajiban melaksanakan *Endorsement*.
3. Penyelesaian wanprestasi dalam pelaksanaan perjanjian *Endorsement Online Shop* Oleh *Selebriti Instagram* yaitu dengan cara melakukan pendekatan secara kekeluargaan yang dilakukan oleh pihak *Selebgram* terhadap *Online Shop*. Sebelum pihak *Online Shop* melakukan pendekatan secara langsung, pihak-

pihak yang bersangkutan akan diberikan surat peringatan terlebih dahulu sebanyak dua kali dalam jangka tiga puluh satu hari sejak tanggal jatuh tempo. Jika somasi juga tidak terpenuhi, diharapkan kepada *Selebgram* wajib memiliki itikad baik untuk menyerahkan barang tersebut secara sukarela kepada pihak *Online Shop* dan mengembalikan uang yang telah di berikan kepada pihak *Selebgram*.

B. Saran

1. Sebaiknya para pihak yang terlibat penyelesaian wanprestasi dalam pelaksanaan perjanjian *Endorsement Online Shop* Oleh *Selebgram* dapat melaksanakan kewajibannya sebagaimana yang telah disepakati oleh kedua belah pihak, hal ini bertujuan agar tidak menimbulkan kerugian antara satu sama lain.
2. Sebaiknya ada standarisasi kerja sama atau SOP *endorsement* yang jelas, agar setiap pihak saling memahami dan saling menguntungkan.
3. Bagi *Online Shop* sebaiknya bersikap tegas dengan mengingatkan *Selebgram* pada jauh-jauh hari dan menentukan konsekuensi apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan.
4. *Selebgram* harus cakap dalam membuat perjanjian tertulis dengan *Online Shop* kapan mengunggah foto barang sesuai dengan tempo waktu yang telah ditentukan sehingga tidak menimbulkan wanprestasi.
5. *Online Shop* harus lebih detail lagi dalam survei keadaan serta latar belakang Para *Selebgram* yang ingin digunakan jasanya dalam mempromosikan sebuah barang agar tidak timbul kerugian serta lalai dalam mengunggah postingannya.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku-Buku

Ahmad Rizki S. *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, PT. Airlangga University Press, Surabaya, 2009

Hariyani. *Penyelesaian Sengketa Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka, Jakarta, 2018

Hernoko A. Y. *Hukum Perjanjian Asas Proposionalitas dalam Kontrak Komersial*, PT.Prenadamedia Group, Jakarta, 2010

Janus, S. *Konsumen dan Hukum Tinjauan Sosial Ekonomi dan Hukum Pada Perlindungan Konsumen Indonesia*. Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 2014.

Marilang. *Hukum Perikatan, Perikatan yang Lahir dari Perjanjian*,PT. Indonesia Prime, Makassar, 2010

Matompo O. S. *Pengantar Hukum Perdata*, PT. Setara Press. Malang, 2017

Muhammad A. *Hukum dan Penelitian Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti Achmad, Bandung, 2004

Muhammad A. K. *Hukum Perdata Indonesia*, PT. Citra Aditya, Bandung, 2007

Nasution, B. J. *Metode Penelitian Ilmu Hukum*. Bandung: PT. Mandar Maju,2008

Nasution, Az, *Hukum Perlindungan Konsumen suatu pengantan*, Diadit Media,Jakarta, 2006

Pangestu, M. T. *Pokok-pokok Hukum Kontrak.*, CV. Social Politics Genius, Makassar, 2019

Sukarmi, *Cyber Law Kontrak Elektronik dalam Bayang-bayang Pelaku Usaha*. PT. Pustaka Sutra, Bandung, 2008

Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Gramedia Widia Sarana Indonesia, Jakarta, 2006.

Sanussi, M. A. *E-commerce Hukum dan Solusinya.*: PT. Mizan Grafika Sarana. Bandung, 2007.

Tutik, T. T. *Hukum Perdata dalam Sistem Hukum Nasional*, PT. Kencana, Jakarta, 2008

Yusuf, M. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*, PT. Kencana, Jakarta, 2014

B. Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang No.11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Daftar Lampiran-lampiran



