TINJAUAN YURIDIS PELAKSANAAN *ENDORSMENT AGREEMENT* ANTARA RUMAH WARNA DENGAN SELEBRITI INSTAGRAM (Studi Kasus Rumah Warna Yogyakarta)

SKRIPSI

Disusun untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum

Oleh

Dhimas Setyangga Nurpratama

8111415204

PROGRAM STUDI ILMU HUKUM

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2019

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "Tinjauan Yuridis Pelaksanaan *Endorsment Agreement* antara Rumah Warna dengan Selebriti Instagram (Studi Kasus Rumah Warna Yogyakarta)" disusun oleh Dhimas Setyangga Nurpratama (NIM. 8111415204), telah dipertahankan di hadapan sidang Ujian Skripsi Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang, pada :

Hari :

Tanggal :

Penguji Utama

Dian Latifiani, S.H., M.H.
NIP. 198002222008122003

Penguji I

Pujiono, S.H., M.H
NIP. 196804051998031003

Penguji II

Tri Andari Dahlan, S.H., M.Kn
NIP. 198502182009122006

Mengetahui,
Dekan Fakultas Hukum UNNES

Dr. Rodiyah, S.Pd., S.H., M.Si
NIP. 197206192000032001

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dhimas Setyangga Nurpratama

NIM : 8111415204

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul 'Tinjauan Yuridis Pelaksanaan *Endorsment Agreement* antara Rumah Warna dengan Selebriti Instagram (Studi Kasus Rumah Warna Yogyakarta)" adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari diketahui adanya plagiasi maka saya siap mempertanggung jawabkan secara hukum.

Semarang, 7 Januari 2020

Yang menyatakan,

Dhimas Setyangga N

NIM. 8111415204

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Negeri Semarang, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Dhimas Setyangga Nurpratama
NIM	: 8111415204
Program Studi	: Ilmu Hukum (S1)
Fakultas	: Hukum

Demi mengembangkan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Negeri Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul :
"Tinjauan Yuridis Pelaksanaan *Endorsment Agreement* antara Rumah Warna dengan Selebriti Instagram (Studi Kasus Rumah Warna Yogyakarta)" beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Univertas Negeri Semarang berhak menyimpan, mengalihkan/formatkan, merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Semarang
Pada Tanggal : 7 Januari 2020
Yang menyatakan,

METERAI TEMPEL
D46B9AHF191148804
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Dhimas Setyangga N
NIM. 8111415204

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Bekerjalah tanpa suara dan biarkanlah kesuksesanmu berbunyi nyaring”

“Bermimpilah seakan kau akan hidup selamanya. Hiduplah seakan kau akan mati hari ini (James Dean)”

Persembahan :

Karya ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua saya, Bapak Wasis Winarno dan Ibu Anjar Retnowati , yang tidak ada henti-hentinya selalu memberikan kasih sayang, motivasi, semangat, doa, dan nasehat.
2. Adikku satu-satunya Desvina Anggun Pramesti .
3. Seluruh teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan motivasi.
4. Almameter.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga Peneliti dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul 'Tinjauan Yuridis Pelaksanaan *Endorsment Agreement* antara Rumah Warna dengan Selebriti Instagram (Studi Kasus Rumah Warna Yogyakarta)" Peneliti menyadari Penelitian ini dapat terselesaikan atas bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu Peneliti mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Allah SWT, atas curahan kasih, sayang serta rahmat-Nya yang telah memberikan kekuatan dan sandaran kepada penulis selama pembuatan skripsi hingga saat ini.
2. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum., selaku Rektor Universitas Negeri Semarang.
3. Dr. Rodiyah, S.Pd., S.H., M.Si., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.
4. Dr. Martitah, M.Hum., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.
5. Dr. Ali Masyhar, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.
6. Tri Sulistiyono, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.
7. Dr. Duhita Driyah Suprapti, S.H.,M.Hum., selaku Ketua Bagian Perdata Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.

8. Tri Andari Dahlan, S.H., M.Kn, dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, motivasi, bantuan kritik, dan saran yang dengan sabar, ikhlas, dan sepenuh hati sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Dian Latifiani, S.H., M.H.Selaku dosen penguji Utama yang telah membimbing dan memberikan pengarahan dalam menyusun skripsi.
10. Pujiono, S.H., M.H, selaku dosen penguji Utama yang telah membimbing dan memberikan pengarahan dalam menyusun skripsi.
11. Seluruh Dosen dan Staf Akademik Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.
12. Jenny Wulandari sebagai tim marketing rumah warna yang telah bersedia sebagai narasuber memberikan, informasi secara jelas dan rinci dalam penelitian ini.
13. Yunike Andriani sebagai brand ambassador telah bersedia sebagai narasumber bahkan memberikan ilmu, wawasan yang luas dalam penelitian ini.
14. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Wasis Winarno, Ibu Anjar Retnowati, kakak-kakak saya dan adik saya yang selalu memberikan dukungan baik dalam keadaan suka dan duka atas segala doa, kasih sayang, kepercayaan, semangat, motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Seluruh keluarga *Private And Commercial Law Community* (PCLC) Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang dan Senior (Ka Angga, Ka Adit, Ka Afi, Ka Rifki, Ka Mimi) yang telah memberikan ilmu, pengalaman, kekeluargaan yang sungguh luar biasa dan tidak akan terlupakan.

16. Teman-teman yang selalu mendukung dan memberikan dorongan dan hiburan selama menulis Afif, Abe, Bagus, Panji, Gita, Sigit.
17. Teman-teman grup Aliran B Fiki, Ook, Oryza. yang selalu mendukung dan memberikan dorongan dan hiburan selama menulis.
18. Keluarga KKN Desa Kayugiyang Kecamatan Garung Kabupaten Wonosobo.
19. Teman Praktik Kerja Lapangan Kanwil Kemenkumham DIY (Rezal, Nana, Nadia, Ook, Fira, Nisa, Nares, Ica) yang memberikan dorongan untuk mengerjakan skripsi ini.
20. Teman-teman baik saya selama di Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang yang memberikan dorongan dan masukan pada saat mengerjakan skripsi (Nana, Niam, Nayla, Risma, Puput, Nadia Laras, Alfian, Tombu, Ook, Rezal, Fiki, Jamal, Ipang, Afif).
21. Teman-Teman Bimbingan Bu Andari yang selalu memberikan dorongan, masukan, motivasi, dan hiburan.
22. Teman-teman futsal dan sepakbola saya di MySity FC, Curhat Mantan FC, Bhineka Muda FC. Warrior FC, Arcica FC
23. PuspaYuninda Damarnintyas yang membantu dan memberi dukungan dalam mengerjakan skripsi ini.
24. Teman-teman XII IPS 3 SMAN 1 Randudongkal
25. Almameter Universitas Negeri Semarang.
26. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang selalu memberikan semangat, dukungan, motivasi dan berbagi ilmu pengetahuan dan saran dalam proses penelitian ini hingga selesai.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya. Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. semoga skripsi ini dapat bermanfaat, memberikan ilmu pengetahuan, dan wawasan khususnya bagi penulis umumnya bagi kita semua.

Semarang 7 Januari 2020

Penulis

Dhimas Setyangga N

NIM. 8111415204

ABSTRAK

Dhimas Setyangga Nurpratama,. 2019. TINJAUAN YURIDIS PELAKSANAAN *ENDORSMENT AGREEMENT* ANTARA RUMAH WARNA DENGAN SELEBRITI INSTAGRAM (Studi Kasus Rumah Warna Yogyakarta).

Kata Kunci : Endorsment Agreement; Wanprestasi; Online Shop; Selebriti Instagram.

Tinjauan Yuridis *Endorsment Agreement* ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan *endorsement agreement* antara *online shop* dan *selebgram* di media sosial instagram, yaitu *selebgram* menggunakan produk milik *online shop*, dan memberikan testimoni. Atas jasa yang telah dilakukan *selebgram*, maka *online shop* memiliki prestasi untuk membayarkan gaji yang telah ditetapkan. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini terkait pelaksanaan *endorsement agreement*, serta terkait bentuk wanprestasi dan upaya penyelesaiannya yang dilakukan oleh para pihak dalam hal terjadinya wanprestasi *endorsement agreement* tersebut.

Penelitian skripsi ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat yuridis sosiologis dengan menggunakan teori kesepakayan, dan teori pertanggungjawaban. Sumber data yang digunakan berasal dari data primer, data sekunder, data tersier. Teknik pengumpulan data berdasarkan hasil observasi wawancara dan dokumentasi. Validitas data menggunakan teknik trinangulasi dimana data yang diperoleh melaluin penelitian lapangan yang diolah menggunakan analisis kualitatif.

Hasil penelitian. Pertama, pelaksanaan *endorsement agreement* antara *online shop* dan selebriti inStagram di media sosial instagram telah sah sebagaimana ketentuan Pasal 1320 KUHPerdata, dimana dalam kontrak telah memuat kesepakatan para pihak, kecakapan, memuat hal tertentu dan suatu sebab yang halal. Kedua, terdapat dua bentuk wanprestasi yang terjadi yaitu dilaksanakannya prestasi tetapi tidak sesuai dengan yang diperjanjikan dan dilaksanakannya prestasi tetapi terlambat. Upaya penyelesaian yang dilakukan oleh para pihak dalam hal terjadinya wanprestasi yaitu melalui penyelesaian di luar pengadilan dengan mekanisme musyawarah untuk mencapai mufakat apabila tidak mencapai kata mufakat maka penyelesaian di lakukan melalui proses peradilan.

Simpulan dari hasil penelitian : 1) Pelaksanaan kontrak *endorsement (endorsement agreement)* antara *online shop* dan selebgram di media sosial instagram telah memenuhi syarat sahnya perjanjian sesuai Pasal 1320 KUHPerdata. *endorsment agreement* dilaksanakan menggunakan perjanjian tertulis. *Endorsment Agreement* lebih tepat dikualifikasikan sebagai perjanjian melakukan jasa tertentu. 2) Upaya yang dilakukan para pihak dalam melakukan penyelesaian sengketa wanprestasi tersebut yaitu dengan dua metode penyelesaian yang pertama dengan penyelesaian di luar pengadilan dengan cara musyawarah, apabila kesepakatan tidak tercapai dalam musyawatah maka upaya yang ditempuh kemudian adalah melalui proses peradilan di Pengadilan Negeri Yogyakarta.

Daftar isi

HALAMAN JUDUL i
PERSETUJUAN PEMBIMBING ii
PENGESAHAN iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN vi
KATA PENGANTAR vii
ABSTRAK xi
DAFTAR ISI xii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Identifikasi Masalah 7
1.3 Pembatasan Masalah 7
1.4 Rumusan Masalah 8
1.5 Tujuan Penelitian 8
1.6 Manfaat Penelitian 8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 10
2.1 Penelitian Terdahulu 10
2.2 Landasan Teori 12
2.3 Landasan Konseptual 15
2.3.1. Apek Hukum Mengenai Perjanjian 15
2.3.1.1 Pengertian Perjanjian 15
2.3.1.2 Jenis-Jenis Perjanjian 17
2.3.1.3 Syarat Sahnya Perjanjian 20
2.3.1.4.Asas-Asas Hukm Perjanjian 23
2.3.1.5 Perjanjian Baku 29
2.3.1.6 Wanprestasi 32
2.3.1.7 E-Commerce 33
2.3.1.8 *Endorsment* 36
2.4 Kerangka Berfikir 39
BAB III METODE PENELITIAN 40

3.1 Pendekatan Penelitian 41
3.2 Jenis Penelitian 42
3.3 Fokus Penelitian 43
3.4 Lokasi Penelitian 43
3.5 Sumber Data 44
3.6 Teknik Pengumpulan Bahan Hukum 48
3.7 Validitas Data 50
3.8 Analisi Data 51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 52
4.1. Hasil Penelitian 52
4.1.1. Profil Rumah Warna 52
4.1.2 Pelaksanaan *Endorsment Agreement* Antara Rumah Warna Dengan *Selebgram* 56
4.1.2.1 Pra Pelaksanaan 56
4.1.2.2 Pelaksanaan 58
4.1.2.3. Pasca Pelaksanaan 64
4.2. Pembahasan 65
4.2.1. Analisis Yuridis *Endorsment Agreement* ditinjau dari hukum kontrak65
4.2.2. Pencantuman Klausula Baku Pada Kontrak Endorsment 70
4.2.2.1.Keabsahan Kontrak Baku berdasarkan KUHPerdata dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. 71
4.2.2.2.Akibat Hukum dari Pencantuman Klausula Baku pada Kontrak Endorsement 73
4.2.3 Analisa Yuridis bentuk-bentuk wanprestasi dalam pelaksanaan kontrak endorse. 74
4.2.4 Analisis Yuridis Penyelesaian Sengketa *Endorsment Agreement* Antara Selebgram Dengan Rumah Warna 79
BAB V PENUTUP 86
5.1. Kesimpulan 86
5.2. Saran 87
DAFTAR PUSTAKA 89
LAMPIRAN 93

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 10

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir 39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keputusan

Lampiran 2 Surat Permohonan ijin Penelitian

Lampiran 3 Instrumen Penelitian

Lampiran 4 Kontrak Endorsment Rumaah Warna

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman modern teknologi dan informasi yang semakin berkembang pesat telah membawa perubahan pada masyarakat. Hal menjadikan teknologi informasi berperan pada hampir seluruh bagian kehidupan manusia. Berbagai hal yang sebelumnya memerlukan biaya besar dan waktu yang lama seiring perkembangan dan bantuan teknologi yang canggih dapat diselesaikan secara efektif, cepat dan mudah. Hal ini dikarenakan sangat banyak inovasi dan metamorfosis pada media komunikasi. Salah satu contoh yang dapat dilihat adalah masyarakat beramai-ramai menggunakan berbagai jenis *smartphone*. Bagi masyarakat modern, *smartphone* tidak digunakan sebagai media komunikasi saja, lebih dari itu masyarakat menggunakan *smartphone* sebagai sarana hiburan seperti mendengarkan musik, menonton film, bermain *game* dan fotografi. Hampir seluruh kegiatan manusia dapat dilakukan menggunakan *smartphone*, bahkan untuk berbelanja dan memesan barang pun dapat dilakukan dengan mudah menggunakan *smartphone*.

Perubahan dalam bidang ekonomi menjadi salah satu dampak dari perkembangan teknologi dan informasi. Mekanisme transaksi perdagangan tidak lagi membutuhkan pertemuan langsung antara para pihak yang terlibat dalam kegiatan perdagangan. Hal ini dikarenakan segala tahapan dalam transaksi, mulai dari pengenalan objek atau barang, penawaran, pemesanan, pembayaran transaksi hingga pengiriman barang dapat dilakukan melalui pemanfaatan sarana internet.

Kegiatan ini kemudian dikenal sebagai *electronic commerce (e-commerce).* (Komar, 2002 : 15)

Secara rinci yang dimaksud dengan *electronic commerce (e-commerce)* atau disebut sebagai perdagangan elektronik merupakan aktivitas yang berkaitan dengan pembelian, penjualan, pemesanan barang ataupun jasa, dengan memanfaatkan sistem elektronik seperti internet ataupun jaingan komputer. *E-commerce* juga melibatkan aktivitas yang berhubungan dengan proses transaksi elektronik seperti transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem pengolahan data *inventori* yang dilakukan dengan sistem jaringan komputer ataupun jaringan komputer dan lain sebagainya.

Dalam teknologi informasi, *e-commerce* dapat dikategorikan sebagai bagian dari *e-bussines* dimana *e-bussines* memiliki cakupan yang lebih luas baik dari segi aktivitas ataupun jenis-jenis kegiatan yang dilakukannya. Pada dasarnya *e-commerce* tetap memiliki dasar perdagangan atau jual beli biasa, namun bersifat khusus terkait peranan media dan alat-alat elektronik yang dominan di dalamnya.

Iklan merupakan setiap bentuk komunikasi *nonpersonal* mengenai suatu organisasi, produk, servis atau ide yang dibayar oleh satu sponsor yang diketahui. Media atau saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan dalam bentuk iklan ini diantaranya adalah televisi, radio, majalah, surat kabar dan media sosial seperti *Facebook, Instagram* serta *Twitter*. Kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk menawarkan produk atau jasa, terkadang menggunakan jasa seorang selebriti atau tokoh terkenal sebagai *Selebgram*. “Atribut-atribut yang mereka miliki seperti keahlian, keterampilan, pengetahuan, pengalaman, kecerdasan, sifat, kecantikan,

keberanian dan prestasi dapat dijadikan point penting untuk memikat (calon) konsumen. (Mubarok , 2015 : 2)

Penggunaan jasa *selebgram* dalam iklan diharapkan akan mampu menarik perhatian pemirsa, sehingga iklan dapat diingat oleh masyarakat. Menurut Shimp (dalam Afrini, 2016 : 44) *Selebgram* adalah bintang televisi, aktor film, para atlet terkenal, entertainer dan publik figur yang dikenal masyarakat karena prestasinya dalam bidang masing-masing untuk mendukung suatu produk. Pemilihan *Selebgram* yang digunakan untuk mempromosikan sebuah produk haruslah jauh dari kesan negatif dalam masyarakat, sehingga memunculkan citra merek atau brand image yang baik dalam masyarakat. Bentuk kerjasama tersebut berupa pertukaran barang dan disertai dengan pembayaran jasa. Hal ini dilakukan dengan cara toko *online* mengirimkan barang kepada *selebgram*, lalu *selebgram* tersebut mempromosikan dengan cara memasukkan foto produk tersebut ke media sosial ataupun media masa. Metode promosi iklan dengan jasa *selebgram* di media sosial dinamakan *endorsment*. Pada saat ini *endorsement* dapat kita lihat keberadaannya di berbagai macam media sosial ataupun televisi. Tidak dapat dipungkiri, dengan meluasnya kegiatan ini, *endorsement* dapat menjadi salah satu strategi iklan yang diandalkan oleh pebisnis, terutama kegiatan dagang yang menggunakan cara pembelian dan pembayaran secara *online*. Yang dimaksud dengan komunikasi bisnis adalah pertukaran ide, opini, informasi, instruksi dan sejenisnya, yang disajikan secara personal ataupun nonpersonal melalui simbol atau tanda untuk mencapai tujuan perusahaan. Rosenbaltt (1982:7**).** Dari pengertian yang diberikan Rosenbaltt, dapat disimpulkan bahwa endorsement menjadi kegiatan untuk pertukaran informasi mengenai produk. Misalnya, saat *selebgram* melakukan

endorsement terhadap suatu produk di Instagram. Maka dari itu *selebgram* tersebut akan memberikan informasi terkait dengan produk tersebut, sehingga orang-orang yang melihat akan tertarik dan mencari informasi dari produk yang ditawarkan.

Dalam memenuhi kebutuhan setiap harinya manusia selalu membutuhkan orang lain, baik dalam memenuhi kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder dan tersier. Pada zaman modern ini, manusia menggunakan kontrak sebagai salah satu bentuk pengikat antara satu pihak dengan pihak yang lain, hal ini dilakukan dalam upaya untuk menghindarkan diri dari perselisihan. Pada sisi lain, kontrak tersebut terjadi dikarenakan kedua belah pihak memang saling menghendaki dan memiliki tingkat ketergantungan yang cukup tinggi antara satu sama lain. Hubungan yang terikat antara para pihak dalam kontrak menimbulkan hak dan kewajiban bagi keduanya, dimana masing-masing pihak mempunyai prestasi yang harus dilaksanakan. Pemilik bisnis *online* membutuhkan orang atau pihak lain agar mampu bersaing dalam dunia *e-commerce*, salah satu upaya yang dilakukan oleh para pemilik bisnis *online* adalah dengan melakukan kerjasama *endorse* bersama publik figur melalui suatu bentuk kontrak. Kontrak *endorse (Endorsment Agreement)* tidak diatur di dalam undang-undang secara khusus. Kontrak ini merupakan perkembangan yang terjadi dalam masyarakat. Berdasarkan Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdata, menyatakan bahwa para pihak yang mengadakan perjanjian dalam sebuah kontrak harus menepati janjinya dalam memenuhi prestasi yang tercantum dalam kontrak.

Penggunaan jasa *selebgram* ini didasari oleh *Endorsment Agreement* antara pemilik online shop dengan artis yang akan digunakan. Pada kenyataannya pihak *online shop* akan melakukan penawaran kepada *selebgram* untuk mempromosikan

suatu barang/produk, setelah itu *selebgram* dapat menolak atau menerima. Pihak *selebgram* juga memiliki syarat dan ketentuan untuk dapat mempromosikan suatu barang dari *online shop*, contohnya ada beberapa *selebgram* yang tidak menerima *endorse* pakaian renang, makanan maupun obat – obatan untuk kecantikan. Maka dari itu pihak *online shop* harus menghormati ketentuan yang ditetapkan seorang *selebgram*, karena salah satu syarat lahirnya perjanjian yaitu adanya kesepakatan yang dibuat oleh para pihak. Setelah adanya kesepakatan diantara kedua belah maka akan menimbulkan hak dan kewajiban para pihak yang harus dilaksanakan sesuai isi dari *Endorsment Agreement*.

Pada saat pembuatan sebuah *Endorsment Agreement* para pihak (*selebgram* dan *onlne shop*) bebas membuat dan mengatur sendiri isi kontrak tersebut, sepanjang memenuhi ketentuan ketentuan-ketentuan yang sudah ditetapkan seperti, memenuhi syarat sebagai kontrak, tidak dilarang oleh undang-undang, sesuai dengan kebiasaan yang berlaku, dan sepanjang kontrak tersebut dilaksanakan dengan iktikad baik (Fuadi, 2015 : 20).

Asas iktikad baik itu sendiri yaitu salah satu asas yang dikenal dalam hukum perjanjian. Ketentuan iktikad baik ini diatur dalam pasal 1338 ayat (3) bahwa perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Sementara itu, Arrest H.R. di Negeri Belanda memberikan peranan tertinggi terhadap iktikad baik dalam perjanjian. Hal ini menunjukan bahwa begitu pentingnya iktikad baik tersebut sehingga dalam perundingan-perundingan antara para pihak, kedua belah pihak harus berhadapan dalam suatu hubungan hukum khususnya yang dikuasai oleh iktikad baik dan hubungan hukum khusus ini membawa akibat lebih lanjut bahwa kedua belah pihak harus bertidak dengan mengingat kepentingan-kepentingan serta

hak masing-masing pihak. Berdasarkan iktikad baik dengan kewajiban untuk memperhatikan kepentingan-kepentingan pihak lawan dalam kontrak pada awal-awal penyusunan syarat-syarat kontrak itu, apabila salah satu pihak hanya mengajukan kepentingan-kepentingannya sendiri, ia menyalahgunakan kebebasan dalam pembuatan kontrak. (Miru, 2013 : 6)

Sebagaimana yang telah disebutkan di atas, idealnya para pihak harusnya melaksanakan kontrak sesuai dengan apa yang sudah disepakati *(consesus),* dengan tidak mengesampingkan asas iktikad baik, namun terkadang ada beberapa tindakan-tindakan yang justru melanggar apa yang sudah disepakati di awal perjanjian. Contohnya pihak *online shop* tidak memenuhi kewajiban sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan, melakukan pembuatan kontrak hanya sepihak, memberikan pekerjaan tambahan serta memberikan peraturan tambahan diluar kontrak yang telah di tanda tangani dan di sepakati bersama. Hal ini terjadi pada kontrak yang terjadi di Yogyakarta antara pihak *online Shop* yaitu Rumah Warna dengan *Selebgram/Brand Ambasadornya*. Dimana salah satu *brand ambassador* diminta melakukan pekerjaan tambahan dengan melakukan pemotretan kembali untuk kepentingan promosi barang dari *online shop* berupa tas. Dalam kontrak dijelaskan bahwa *selebgram* hanya diwajibkan untuk mengunggah foto sebanyak empat kali dalam satu bulan dan selebgram telah memenuhi prestasi yang telah terdapat dalam perjanjian, namun pihak *online shop* meminta untuk mengunggah foto sebanyak enam sampai tujuh kali dalam satu bulan. Pihak online shop juga tidak memenuhi prestasi dengan tidak membayarkan secara penuh gaji yang telah disepakati, pihak dari *online shop* hanya membayarkan 75% dari gaji yang seharusnya.

Mengacu pada permasalahan diatas, maka peneliti ingin melakuakan penelitian lebih lanjut, mengenai permasalahan yang ada dan menyusunnya dalam skripsi yang berjudul Tinjauan Yuridis Pelaksanaa *Endorsment Agreement* antara Rumah Warna dengan Selebriti instagram (Studi Kasus Rumah Warna Yogyakarta)

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakan diatas, maka dapat di identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Minimmya pengetahuan mengenai penyusunan *Endorsment Agreement* sesuai dengan ketentuan dalam kitab undang-undang hukum perdata.
2. Adanya pelanggaran oleh para pihak terhadap *Endorsment Agreement* yang telah disepakati sebelumnya.
3. Tidak adanya iktikad baik dalam penyususnan *Endorsment Agreement.*
4. Adanya wanprestasi yang dilakukan oleh salah satu pihak terhadap *Endorsment Agreement* yang telah disepakati.
5. Dalam penyusunan *Endorsment Agreement* dilakukan secara sepihak oleh salah satu pihak.
6. Terdapat klausula baku yang terdapat dalam *Endorsment Agreement*

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas agar penelitian terfokus pada permasalahan yang diangkat maka peneliti merasa perlu melakukan pembatasan pada identifikasi masalah tersebut, yang meliputi :

1. Mengidentifikasi permasalahan yang menyebabkan berakhirnya kontak kerjasama *endorsment*.
2. Metode penyelesaian sengketa dalam kontrak *endorsement.*
3. Ketentuan klausula baku dalam syarat sahnya perjanjian.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pembatasan masalah diatas maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana mekanisme pelaksanaan perjanjian antara rumah warna dengan *selebgram* ?
2. Bagaimana metode penyelesaian sengketa bagi *selebgram* terhadap wanprestasi *Endorsment Agreement* oleh *online shop* rumah warna?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui dan menganalisa pelaksanaan *Endorsment Agreement* antara *online shop* dengan *selebgram.*
2. Mengetahui dan menganalisa penyelesaian sengketa wanprestasi *Endorsment Agreement*

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini berguna sebagai kajian yang luas dan menyeluruh dan dapat digunakan bahan referensi ilmiah bagi kegiatan studi hukum. Terdapat dua hal yang dapat diperoleh dari penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat Teoritis
   a. Dapat memberikan manfaat bagi perkembangan pengetahuan ilmu hukum baik secara umum maupun khusus mengenai *Endorsment Agreement*.
   b. Menambah pengetahuan tentang penyelesaian sengketa terhadap pelanggaran *Endorsment Agreement*.
   c. Digunakan sebagai pedoman untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait dengan kontrak dalam hukum perdata , khususnya kontrak endorse (*Endorsment Agreemen)*.
2. Manfaat Praktis
   a. Bagi Penulis

      Dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang penyusunan perjanjian dan mekanisme perjanjian *endorsment* yang baik.
   b. Bagi Masyarakat

      Diharapkan dapat menjadi pengetahuan mengenai penyusunan kontrak secara baik dan benar serta mengetahui pentingnya mekanisme penyelesaian sengketa wanprestasi terhadap pelanggaran terhadap kontrak dalam bidang *endorsment*.
   c. Bagi Peneliti lain

      Dapat dijadikan sebagai referensi untuk melakukan pengkajian yang lebih mendalam tentang kontrak dalam bidang *endorsment* serta penyelesaian dan perlindungan hukum apabila terjadi pelanggaran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian dan kajian mengenai kontrak telah banyak dituangkan ke dalam beberapa buku, tulisan, serta penelitan-penelitian lain. Demi menjaga orisinalitas tulisan yang telah dibuat oleh penulis, maka penulis perlu memaparkan penelitian-penelitian terdahulu yang juga membahas mengenai hal-hal yang terkait dengan kontrak *endorsment (Endorsment Agreement).* Dalam hal penelitian yang mereka lakukan hanya akan dipaparkan inti dari penelitiannya saja, sehingga pada akhirnya akan diketahui bahwa penulisan ini memiliki hasil akhir yang berbeda atau tidak sama dengan penelitian terdahulu. Dari hasil penelusuran yang dilakukan ditemukan tulisan atau hasil penelitian yang berkaitan dengan perjanjian *endorsment* tetapi memiliki substansi yang berbeda antara lain, sebagai berikut.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Hasil	Perbedaan dengan Peneliti
1.	Faridho Qoldi Zaka	Perjanjian *E-Commerce* Ditinjau Dari Hukum Positif Dan Hukum Islam	Sistem perjanjian E-Commerce hukum perdata di Indonesia, jual beli diatur dalam buku III KUH-Perdata tentang perikatan. Jual beli terjadi karena adanya suatu kesepakatan antara para pihak. Kesepakatan itu	Pembahasan skripsi dari saudari Faridho Qoldi Zaka lebih terfokus kepada pengaturan seta kekuatan hukum

			diwujudkan dalam suatu perjanjian yang menjadi dasar perikatan bagi pihak-pihak tersebut. Aspek hukum perjanjian atau kontrak jual beli secara E-Commerce dapat memiliki kekuatan hukum berdasarkan asas kebebasan berkontrak sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 ayat (1) KUH-Perdata tentang kebebasan berkontrak.	perjanjian lewat media elektronik. Sedangkan pembahasan yang dilakukan peneliti lebih terfokus kepada penyelesaian sengketa kepada para pihak dalam *Endorsment Agreement* apabila terjadi pelanggaran ditinjau dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
2.	dr. Sylvia Christina Aswin, S.H.	Keabsahan Kontrak Dalam Transaksi Komersial Elektronik	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pendapat mengenai keabsahan kontrak elektronik dan kontrak elektronik sebagai alat bukti antara hakim Pengadilan Negeri Semarang	Pembahasn Tesis dr. Sylvia Christina Aswin, S.H lebih mengacu kepada apakah keabsahan suatu kontrak elektronik dalam pembuktian sengketa di pengadilan. Sedangkan perbedaan dengan peneliti adalah penyelesaian sengketa kepada para

				pihak dalam *Endorsment Agreement* apabila terjadi pelanggaran ditinjau dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

2.2 Landasan Teori

Menurut Sudikno, perjanjian adalah merupakan hubungan hukum antara dua pihak atau lebih berdasar kata sepakat untuk menimbulkan suatu akibat hukum. R. Subekti mengatakan perjanjian adalah suatu peristiwa di mana seseorang berjanji kepada orang lain, atau di mana dua orang saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal. Sedangkan Prof. R. Wirjono prodjodikoro, SH mendefinisikan perjanjian adalah Hubungan hukum dimana seorang tertentu, berdasarkan atas suatu janji, wajib untuk melakukan suatu hal dan orang lain tertentu berhak menuntu kewajiban itu. R. Setiawan juga mengengemukakan pengertian perjanjian yaitu suatu perbuatan hukum di mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya atau saling mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih.

Kontrak lahir pada saat tercapainya kesepakatan mengenai hal pokok atau unsur esensial dalam kontrak. Menurut Subekti, yang dimaksud dengan kata sepakat adalah persesuaian kehendak antara dua pihak yaitu apa yang dikehendaki oleh pihak ke satu juga dikehendaki oleh pihak lain dan kedua

kehendak tersebut menghendaki sesuatu yang sama secara timbal balik. Dan dijelaskan lebih lanjut bahwa dengan hanya disebutkannya "sepakat" saja tanpa tuntutan sesuatu bentuk cara (formalitas) apapun sepertinya tulisan, pemberian tanda atau panjer dan lain sebagainya, dapat disimpulkan bahwa bilamana sudah tercapai sepakat itu, maka sahlah sudah kontrak itu atau mengikatlah kontrak itu atau berlakulah ia sebagai Undang-undang bagi mereka yang membuatnya. (Subekti, 1992 : 4). Dalam perjanjian dikenal adanya teori sebagai dasar dalam menentukan sah atau tidaknya sebuah perjanjian teori tersebut yaitu :

1. Teori Kesepakatan

Kata sepakat dalam suatu kontrak dapat diperoleh melalui suatu proses penawaran (*offerte*) dan penerimaan (*acceptatie*). Istilah penawaran (*offerte*) merupakan suatu pernyataan kehendak yang mengandung usul untuk mengadakan perjanjian, yang tentunya dalam penawaran tersebut telah terkandung unsur esensialia dari perjanjian yang akan dibuat. Penerimaan (*acceptatie*) sendiri merupakan pernyataan kehendak tanpa syarat untuk menerima penawaran tersebut. Kata sepakat dapat diberikan secara tegas maupun diam-diam. Secara tegas dapat dilakukan dengan tertulis, lisan maupun dengan suatu tanda tertentu. Cara tertulis dapat dilakukan dengan akta otentik maupun dengan akta di bawah tangan. Oleh sebab itu dikenal beberapa teori yang mendasari tercapainya kesepakatan dalam perjanjian diantaranya :

a. Teori Penawaran

Teori ini merupakan perkembangan dari teori “sama nilai” *(equivalent theory).* Dan sangat mendapat tempat dalam negara-

negara yang menganut sistem *Common Law*. Teori ini mengajarkan bahwa suatu kontrak hanya mengikat sejauh apa yang dinegosiasikan (tawar-menawar) dan kemudian disetijui oleh para pihak. (Fuadi, 2015 : 5)

b. Teori Penerimaan

Teori ini menyatakan bahwa kesepakatan itu terjadi manakala jawaban atas penawaran yang berisi tentang penerimaan penawaran tersebut telah diterima oleh pihak yang menawarkan. (Miru 2013 : 33)

Selain teori diatas yang menjelaskan mengenai kesepakatan, ada teori pertanggungjawaban apabila terjadi pelanggaran dalam kontrak, yaitu :

1. Teori Pertanggungjawaban

Hans Kelsen mengemukakan dalam teorinya mengenai pertanggungjawaban, yaitu seseorang bertanggung jawab secara hukum terhadap suatu perbuatan tertentu, atau karena ia memikul tanggung jawab hukum tersebut, berarti ia bertanggung jawab apabila ia melakukan suatu perbuatan yang bertentangan dengan hukum. (Kelsen, 2013 : 93)

Menurut teori, terdapat tiga macam pertanggungjawaban, yaitu pertanggungjawaban berdasarkan kesalahan (*fault based liability*) yang merupakan pertanggungjawaban yang terkait dengan perilaku subjek. Yang kedua adalah tanggung jawab berdasarkan wanprestasi, yaitu tanggung jawab berdasarkan kontrak (*contractual liability*). Menurut teori ini, apabila dalam suatu kontrak ada salah satu pihak yang merasa dirugikan maka yang pertama-tama harus dilihat adalah isi dari

kontrak/perjanjian atau jaminan yang merupakan bagian dari kontrak, baik tertulis maupun lisan. (Samsul, 2004 :70-71)

Setelah itu ialah pertanggungjawaban mutlak, yang berupa pertanggungjawaban yang berkaitan dengan perbuatan yang menurut pembuat undang-undang telah membawa efek yang merugikan, jadi adanya hubungan antara perbuatan dan akibat. Hukum berperan untuk memberikan perlindungan bagi subjek hukum, apabila subjek hukum tidak melaksanakan kewajiban hukum, maka akibatnya adalah dapat dimintakan pertanggungjawaban secara yuridis.

2.3 Landasan Konseptual

2.3.1 Aspek Hukum Mengenai Perjanjian

2.3.1.1 Pengertian Perjanjian

Perjanjian mempunyai banyak pengertian tergantung dari para ahli yang menjelaskannya pengertian perjanjian tidak hanya menurut Pasal 1313 KUHPer adapun perjanjian menurut para ahli yang menjelaskan tentang pengertian perjanjian itu sendiri antara lain :

Istilah perjanjian merupakan terjemahan dari kata *overeenkomst* (Belanda) atau *contract* (inggris), ada dua macam teori yang membahas tentang pengertian perjanjian, yaitu teori lama dan teori baru. Menurut teori lama, yang disebut perjanjian adalah perbuatan hukum berdasarkan kata sepakat untuk menimulkan akibat hukum. Lalu, menurut teori baru yang dikemukakan oleh Van Dunne, yang diartikan dengan perjanjian, adalah :

“Suatu hubungan antara dua pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan akibat hukum.” (Salim H.S, 2006 : 161)

Menurut Subekti (1992 : 1), perjanjian adalah suatu peristiwa dimana sesorang berjanji kepada orang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji melaksanakan sesuatu hal. Sedangkan Yahya Harahap mendefinisikan bahwa perjanjian sebagai suatu tindakan atau perbuatan seseorang atau lebih yang mengikatkan diri kepada seseorang atau lebih. (Harahap, 1986: 23), dan Sudikno Mertokusumo menjelaskan seperti di bawah ini: Perjanjian adalah hubungan hukum antara dua pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat unyuk menimbulkan akibat hukum. Dua pihak itu sepakat untuk menentukan peraturan atau kaedah atas hak dan kewajiban yang mengakibatkan untuk ditaati dan dijalankan, kesepakatan itu adalah untuk menimbulkan kewajiban dan hak dan kalau kesepakatan itu dilanggar maka akibat hukumnya si pelanggar dikenakan akibat hukum. (Mertokusumo, 1995: 97)

Sedangkan perjanjian dalam KUHPerdata dapat ditemukan dalam Pasal 1313 ayat (1) KUHPerdata berbunyi: “Perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu pihak atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih.” Pasal 1313 ayat (1) KUHPerdata, dapat diketahui bahwa suatu perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seseorang berjanjiuntuk melaksanakan suatu hal. Dari peristiwa tersebut timbul suatu hubungan antara dua orang atau lebih yang dinamakan perikatan.

2.3.1.2 Jenis-Jenis Perjanjian

1. Perjanjian konsensual dan Rill

   Berdasakan 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 pinjanm meminjam uang, perjanjian tidak hanya didasarkan dengan kata sepakat akan tetapi juga harus didasarkan pada penyeahan uang. (Khairandy, 2014 : 72-73)

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 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 menghuni rumah. Pembedaan ini mempunyai arti penting dalam praktek, terutama dalam soal pemutusan perjanjian menurut pasal 1266 KUHPerdata. Menurut pasal ini salah satu syarat ada pemutusan perjanjian itu apabila perjanjian itu bersifat timbal balik. (Khairandy, 2014 : 73-74)

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 KUHPerdata. 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. (Budino, 2010 : 22)

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 (*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). (Budino, 2010 : 18)

5. Perjanjian bernama atau khusus dan perjanjian tak bernama

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

a. Jual beli;
b. Tukar-menukar;
c. Sewa-menyewa;
d. Perjanjian-perjanjian untuk melakukan pekerjaan;
e. Persekutuan;
f. Perkumpulan;
g. Hibah;
h. Penitipan barang;
i. Pinjam-pakai;
j. Pinjam-meminjam;
k. Bunga tetap dan bunga abadi;
l. Perjanjian untung-untungan
m. Pemberian kuasa;
n. Penanggunan;
o. Perdamaian;

Perjanjian tak bernama adalah perjanjian yang tidak diatur secara khusus dalam undang-undang, misalnya :

a. perjanjian leasing;

b. perjanjian keagenan dan distributor;

c. perjanjian kredit. (Sutarno, 2003 : 82)

2.3.1.3 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 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.

Suatu perjanjian haruslah memenuhi syarat-syarat sah perjanjian, berdasarkan pasal 1320 KUHPerdata 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. Kesepakatan para pihak merupakan unsur mutlak untuk terjadinya suatu kontrak. (Syahrani, 2010 : 205)

b. Kecakapan untuk membuat suatu kontrak;

Cakap (*bekwaam*) 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 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. (Syahrani, 2010 : 205)

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

a) Orang-orang yang belum dewasa;
b) Orang yang ditaruh dibawah pengampunan; dan
c) orang-orang perempuan dalm hal yang ditetapkan oleh undang; dan pada umumnya semua orang kepada siapa undang-undang telah melarang membuat perjanjian=perjanjian tertentu.(Miru, 2013 : 29)

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.

c. Suatu hal tertentu;

Menurut KUHPerdata 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 KUHPerdata.

d. Suatu sebab yang halal.

Suatu sebab yang halal merupakan syarat yang keempat untuk sahnya perjanjian. Mengenai syarat ini Pasal 1335 KUHPerdata menyatakan bahwa suatu perjanjian tanpa sebab, atau yang telah dibuat karena sesuatu sebab yang palsu atau terlarang, tidak mempunyai kekuatan. Akhirnya, Pasal 1337 KUHPerdata menentukan bawha sesuatu sebab dalam perjanjian tidak boleh bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum. (Syahrani, 2010 : 211)

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 KUHPerdata. Selama tidak dibatalkan perjanjian tersebut tetap mengikat. Sedangkan apabila syarat-syarat obyektif yang tidak dipenuhi, perjanjiannya 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). (Syahrani, 2010 : 213).

2.3.1.4 Asas-Asas Hukum Perjanjian

Dalam jurnalnya M. Muhtarom (vol 26, 2014 : 2) dengan judul *Asas-Asas Hukum Perjanjian: Suatu Landasan Dalam Pembuatan Kontrak*, mengemukakan beberapa asas yang berkaitan dengan perjanjian diantaranya :

a. Asas Kebebasan Berkontrak (freedom of contract)

Asas kebebasan berkontrak dapat dianalisis dari ketentuan Pasal 1338 ayat (1) KUHPer, yang berbunyi: "Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya." Asas ini merupakan suatu asas yang memberikan kebebasan kepada para pihak untuk:

1) Membuat atau tidak membuat perjanjian;
2) Mengadakan perjanjian dengan siapa pun;
3) Menentukan isi perjanjian, pelaksanaan, dan persyaratannya, serta
4) Menentukan bentuk perjanjiannya apakah tertulis atau lisan.

Pada akhir abad ke-19, akibat desakan paham etis dan sosialis, paham individualisme mulai pudar, terlebih-lebih sejak berakhirnya Perang Dunia II. Paham ini kemudian tidak mencerminkan keadilan. Masyarakat menginginkan pihak yang lemah lebih banyak mendapat

perlindungan. Oleh karena itu, kehendak bebas tidak lagi diberi arti mutlak, akan tetapi diberi arti relatif, dikaitkan selalu dengan kepentingan umum. Pengaturan substansi kontrak tidak semata-mata dibiarkan kepada para pihak namun perlu juga diawasi. Pemerintah sebagai pengemban kepentingan umum menjaga keseimbangan kepentingan individu dan kepentingan masyarakat. Melalui penerobosan hukum kontrak oleh pemerintah maka terjadi pergeseran hukum kontrak ke bidang hukum publik. Oleh karena itu, melalui intervensi pemerintah inilah terjadi pemasyarakatan hukum kontrak/perjanjian.

b. Asas Konsensualisme (concensualism)

Asas Konsensualisme (concensualism) Asas konsensualisme dapat disimpulkan dalam Pasal 1320 ayat (1) KUHPer. 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 belah pihak. 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 KUHPer 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) KUHPer. Asas ini 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 objektif.

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 KUHPer. Pasal 1315 KUHPer 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 KUHPer 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 diintridusir dalam Pasal 1317 KUHPer 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. Sedangkan di dalam Pasal 1318 KUHPer, tidak hanya mengatur perjanjian untuk diri sendiri, melainkan juga untuk kepentingan ahli warisnya dan untuk orang-orang yang memperoleh hak daripadanya. Jika dibandingkan kedua pasal itu, maka Pasal 1317 KUHPer mengatur tentang perjanjian untuk pihak ketiga, sedangkan dalam Pasal 1318 KUHPer untuk kepentingan dirinya sendiri, ahli warisnya dan orang-orang yang memperoleh hak dari yang membuatnya. Dengan demikian, Pasal 1317 KUHPer mengatur tentang pengecualiannya, sedangkan Pasal 1318 KUHPer memiliki ruang lingkup yang luas. (Salim H.S. 2006 : 03)

Di samping kelima asas yang telah diuraikan di atas, dalam Lokakarya Hukum Perikatan yang diselenggarakan oleh Badan Pembinaan Hukum Nasional (BPHN), Departemen Kehakiman RI pada tanggal 17–19 Desember 1985 telah berhasil dirumuskannya delapan asas hukum perikatan nasional, diantaranya :

a) Asas Kepercayaan, yaitu bahwa setiap orang yang akan mengadakan perjanjian akan memenuhi setiap prestasi yang diadakan di antara mereka di belakang hari.

b) Asas Persamaan Hukum, yaitu bahwa subjek hukum yang mengadakan perjanjian mempunyai kedudukan, hak dan kewajiban yang sama dalam hukum. Mereka tidak boleh dibeda-bedakan antara satu sama lainnya, walaupun subjek hukum itu berbeda warna kulit, agama, dan ras.

c) Asas Keseimbangan, yaitu 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, yaitu 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, adalah 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, yaitu asas yang tertuang dalam Pasal 1339 KUHPer. Asas ini berkaitan dengan ketentuan mengenai isi perjanjian yang diharuskan oleh kepatutan berdasarkan sifat perjanjiannya.

g) Asas Kebiasaan, yaitu dipandang sebagai bagian dari perjanjian. Suatu perjanjian tidak hanya mengikat untuk apa yang secara tegas diatur, akan tetapi juga hal-hal yang menurut kebiasaan lazim diikuti

h) Asas Perlindungan, yaitu 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 lemah.

2.3.1.5 Perjanjian Baku

Hukum perjanjian memberikan ruang kepada para pihak untuk membentuk dan menentukan isi dari perjanjian yang akan dilakukan, meski demikian, dalam penerapanya terjadi beberapa permasalahan yang sering dialami dalam menjalankan perjanjian tersebut, salah satu diantaranya adalah adanya kontrak baku, dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dalam Undang-Undang tersebut Pasal 1 Angka 10 disebutkan bahwa klausula baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syaratsyarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu

dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.

Aturan hukum di Indonesia telah mengatur terkait dengan klausula baku yang biasanya digunakan di dalam hubungan bisnis atau perjanjian, dalam hal ini dapat dilihat di dalam ketentuan Pasal 18 Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Di dalam pasal tersebut jelas disebutkan bahwa adanya aturan-aturan yang mengatur keberadaan klausula baku yaitu:

a) menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha;
b) menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen;
c) menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen;
d) menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran;
e) mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen;
f) memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi obyek jual beli jasa;

g) menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau pengubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya;

h) menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.

Selain itu, dalam aturan yang terdapat di dalam Pasal 18 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 ayat (2) menyebutkan bahwa: “Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti”.

Sedangkan pada ayat (3) lebih lanjut disebutkan bahwa: “Setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dinyatakan batal demi hukum”.

Berpijak pada aturan tersebut maka dapat diketahui bahwa di dalam klausula baku yang dibuat, terdapat unsur keharusan yang harus dilakukan oleh salah satu pihak dalam rangka pemenuhan atas aturan yang ada di dalam perjanjian tersebut. Merujuk pada landasan dasar dilakukanya suatu kontrak atau perjanjian, dalam hal ini cenderung mengacu pada hal-hal yang bersifat bisnis atau ekonomi (keuangan).

2.3.1.6 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) (Syahrani , 2010 : 218).

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 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. (Kurniawan, 2013 : 10) 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. (Meliala, 2012 : 175)

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; (Miru, 2013 : 75)

2.3.1.7 *E-Commerce*

Perdagangan elektronik (bahasa Inggris: *electronic commerce* atau *e-commerce*) adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis.

In the area of e-commerce the development of the marketing concept can be considered in two important aspects. The first aspect – is the development of the service component. E-commerce, as it has been mentioned earlier - is the sphere of commercial activity to provide online

trading services. The second aspect of the development of the marketing concept in ecommerce is due to the special role of the innovation component. (Di bidang *e-commerce* pengembangan konsep pemasaran dapat dipertimbangkan dalam dua aspek penting. Aspek pertama - adalah pengembangan komponen layanan. *E-commerce*, seperti yang telah disebutkan sebelumnya adalah lingkup aktivitas komersial untuk menyediakan layanan perdagangan *online*. Aspek yang kedua dari pengembangan *e-commerce* adalah peran khusus untuk melakukan pengembangan inovasi.) (Pogorelovaa, Yakhneevaa, Agafonovaa, dan. Prokubovskaya, 2016 : 6745)

Industri teknologi informasi melihat kegiatan *e-commerce* ini sebagai aplikasi dan penerapan dari e-bisnis (*e-business*) yang berkaitan dengan transaksi komersial, seperti: transfer dana secara elektronik, SCM (*supply chain management*), pemasaran elektronik (*e-marketing*), atau pemasaran *online* (*online marketing*), pemrosesan transaksi *online* (*online transaction processing*), pertukaran data elektronik *(electronic data interchange* /EDI), dll.

E-commerce merupakan bagian dari e-business, di mana cakupan e-business lebih luas, tidak hanya sekadar perniagaan tetapi mencakup juga pengkolaborasian mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan dll. Selain teknologi jaringan www, *e-commerce* juga memerlukan teknologi basisdata atau pangkalan data (*databases*), surat elektronik (*e-mail*), dan bentuk teknologi non komputer yang lain seperti halnya sistem pengiriman

barang, dan alat pembayaran untuk e-dagang. Model *e-commerce* di Indonesia antara lain :

1. Iklan Baris, merupakan salah satu bentuk *e-commerce* yang tergolong sederhana, bisa dianggap sebagai evolusi dari iklan baris yang biasanya ditemui di koran-koran ke dalam dunia online. Penjual yang menggunakan social media atau forum untuk beriklan, biasanya tidak bisa langsung menyelesaikan transaksi pada *website* yang bersangkutan. Namun penjual dan pembeli harus berkomunikasi secara langsung untuk bertransaksi. Contoh iklan baris: OLX.co.id (sebelumnya Tokobagus), Berniaga, dan FJB-Kaskus.
2. Retail, merupakan jenis *e-commerce* yang di mana semua proses jual-beli dilakukan melalui sistem yang sudah diterapkan oleh situs retail yang bersangkutan. Oleh karena itu, kegiatan jual-beli di retail relatif aman, namun biasanya pilihan produk yang tersedia tidak terlalu banyak, atau hanya fokus ke satu-dua kategori produk. Contoh retail: Berrybenzka, Zalora, dan Lazada.
3. *Marketplace*, bisa dianggap sebagai penyedia jasa *online*, namun yang berjualan bukan penyedia *website*, melainkan anggota-anggota yang mendaftar untuk berjualan di *website marketplace* yang bersangkutan. *Marketplace* umumnya menyediakan lapisan keamanan tambahan untuk setiap transaksi yang terjadi, seperti sistem pembayaran escrow atau lebih umum dikenal sebagai rekening bersama. Jadi setiap terjadi transaksi di dalam sistem

marketplace tersebut, pihak *marketplace* akan menjadi pihak ketiga yang menerima pembayaran dan menjaganya hingga produk sudah dikirimkan oleh penjual dan diterima oleh pembeli. Setelah proses pengiriman selesai, barulah uang pembayaran diteruskan ke pihak penjual.

2.3.1.8 *Endorsment*

Sejarah *endorsement* dimulai di awal tahun 1900-an. Saat itu, bintang olahraga seperti Ty Cobb, Babe Ruth, dan Cy Young di-*endorse* oleh beberapa perusahaan tembakau. Awalnya, *endorser* memberikan jasanya dengan bayaran berupa produk yang diiklankannya. Namun dalam perkembangannya, jasa *endorser* di media sosial kini menjadi memiliki tarif tertentu, tergantung pada jumlah *followers* di Instagram.

Sedangkan pengertian *Endorsment* adalah orang yang melakukan *endorse* atau biasa disebut dengan *endoser* yang artinya adalah pendukung iklan/bintang iklan untuk mendukung iklan produknya. (Savira, 2016 : 4)

Celebrity Endorser : Celebrity Endorser adalah tokoh (aktor, penghibur, atau atlet) yang dikenal masyarakat karena prestasinya di dalam bidang-bidang yang berbeda dari golongan produk yang didukung. (Harly & Octavia, 2014 : 4).

Sistem *endorsement* yang umum dipakai saat ini adalah penjual memberikan produk beserta *caption*, lalu selebgram akan mengunggah foto saat menggunakan produk tersebut. Biasanya dicitrakan sedemikian rupa sehingga terkesan barang tersebut digunakan setiap hari dan memiliki

manfaat besar. Foto *endorsement* tersebut biasanya akan dihapus dalam waktu beberapa bulan.

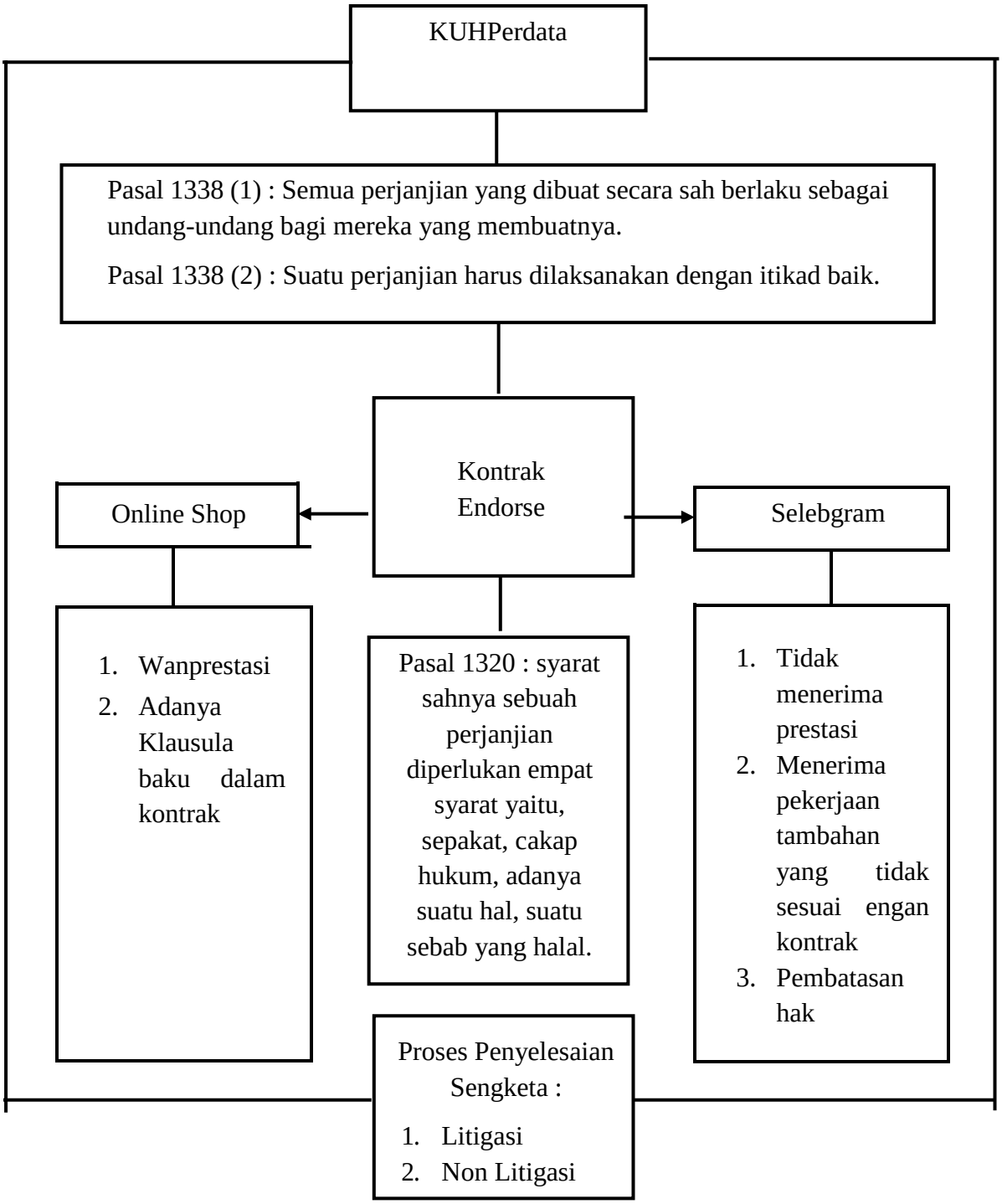
Dalam bidang *endorsment* memuat perjanjian atara *endorser* atau selebgram terhadap pihak yang ingin meng-*endorse*, baik itu toko konvensional ataupun toko *online*. Mekanisme perjanjian atara kedua belah pihak tersebut dapat dilakukan melalui dua cara, yang pertama melalui perjanjian biasa lewat media sosial baik *Whatsapp, Line, Instagram*, dan sebagainya.

Kontrak endorse yang biasa disebut dengan endorsement agreement medmpunyai definisi sebagai berikut : *Endorsement contracts, as defined by California State law, are "any contract or agreement pursuant to which a person is employed or receives remuneration for any value or utility that the person may have because of publicity, reputation, fame, or following obtained because of athletic ability or performance.* (Kontrak pengesahan, sebagaimana didefinisikan oleh hukum Negara Bagian California, adalah "kontrak atau perjanjian apa pun yang digunakan seseorang untuk menerima atau menerima imbalan atas nilai atau utilitas apa pun yang mungkin dimiliki seseorang karena publisitas, reputasi, ketenaran, atau mengikuti yang diperoleh karena atletik kemampuan atau kinerja). (Aurebach, 2005 :1)

Perjanjian melalui media sosial ini didasari dengan rasa saling percaya antar para pihak. Perjanjian yang kedua yaitu melalui perjanjian tertulis baik kontrak, MOU ataupun yang lainnya. Perjajian ini berkekuatan hukum, dimana kedua belah pihak terikat satu sama lain dan wajib memenuhi prestasi yang tertuang dalam perjanjian tersebut. Apabila

terdapat kealpaan dalam melaksanakan perjanjian tertulis ini, maka pihak yang bersalah dapat dituntut kedalam peradilan.

2.4 Kerangka Berfikir



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan terhadap masalah-masalah yang diangkat dalam penulisan hukum ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan kontrak *endorsement* antara *online shop* dan *selebgram* di media sosial instagram telah memenuhi syarat sahnya perjanjian sesuai Pasal 1320 KUHPerdata. Lahirnya kata sepakat dalam perjanjian *endorsement* menggunakan teori pengetahuan yang objektif. Perjanjian *endorsement (Endorsment Agreement)* dilaksanakan menggunakan perjanjian tertulis. *Endorsment Agreement* lebih tepat dikualifikasikan sebagai perjanjian melakukan jasa tertentu. *Online shop* menghendaki Selebriti Instagram *(Selebgram)* untuk berfoto menggunakan barang atau jasa yang diperdagangkan oleh *online shop*, kemudian akan meng-*upload* foto *endorsement* ke akun instagram milik *Selebgram* dalam kurun waktu yang telah diperjanjikan para pihak. *Selebgram* sebagai orang atau pihak yang melakukan pekerjaan ini akan memperoleh kontraprestasi dari pihak *online shop* yang berupa gaji yang sebelumnya telah ditetapkan kedua belah pihak.
2. Upaya yang dilakukan para pihak dalam melakukan penyelesaian sengketa wanprestasi tersebut yaitu dengan dua metode penyelesaian yang pertama dengan penyelesaian di luar pengadilan dengan cara musyawarah.

Musyawarah dilaksanakan dengan cara kekeluargaan dan tidak menekan pihak lawan agar tuntutannya dikabulkan. Dalam hal wanprestasi dilakukan oleh online shop, maka *online shop* wajib membayar pelunasan gaji yang terlambat dibayarkan pada *selebgram* dan jika diperlukan juga membayar ganti kerugian. Jika wanprestasi dilakukan oleh *Selebgram*, maka memiliki kewajiban untuk melaksanakan prestasinya berupa meng-upload foto dengan menggunakan barang atau jasa *endorsement* yang diberikan oleh *online shop*, yang menjadi objek perjanjian kepada online shop. Apabila Musyawarah tidak menemui kata sepakat maka penyelesaian sengketa dilakukan melalui jalur pengadilan di Pengadilan Negeri Yogyakarta.

B. Saran

1. Diharapkan agar para pihak yang terikat dalam kontrak kerjasama ini mampu mematuhi dan memahami setiap isi serta aturan-aturan hukum yang telah ditetapkan bersama tanpa melakukan tindakan-tindakan yang dapat merusak kesepakatan yang telah ditetapkan kedua belah pihak. Sehingga pada akhirnya hak-hak dan kewajiban-kewajiban dapat terlaksana dengan baik.
2. Kepada *Selebgram*, diharapkan lebih teliti dan selektif dalam memilih *Online shop* yang hendak menggunakan jasa, serta melaksanakan suatu kontrak kerjasama *endorment*.
3. Kepada Online shop Rumah Warna, diharapkan lebih mempelajari segala resiko dan kemungkinan apa saja yang akan terjadi dalam pelaksanaan kontrak endorsment tersebut, sehingga dapat mempersiapkan segala sesuatu yang harus dilakukan sebagai akibat dari resiko dan kemungkinan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

a. Undang-Undang

Kitab Undang-undang Hukum Perdata

b. Buku

Abdulkadir Muhammad. 2004. *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti

Achmad, Mukti Fajar dan Yulianto. 2010. *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Arikunto S, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Ed Revisi VI*. Jakarta : PT Rineka Cipta.

Ashshofa, Burhan. 2013. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta : Rineka Cipta.

Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta

Budiono, Herlien. 2010. *Ajaran Hukum Perjanjian dan Penerapannya di Bidang Kenotariatan*. Bandung : Citra Aditya.

Fuady, Munir. 2015. *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Hanitijo, Soemitro, Rony. 1985. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Ghalia Indonesia

Harahap, M. Yahya, 1986, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, Alumni, Bandung

Hernoko, Agus Yudha. 2011. *Hukum Perjanjian (Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

I Made Wirartha. 2006. *Metodologi Penetilian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset

Kantaatmadja, Mieke Komar, et.al (eds.) . 2002. *Cyber Law: Suatu Pengantar*. Jakarta : Elips.

Kelsen, Hans. 2013. *General Theory Of Law and State, Teori Umum Hukum dan Negara, Dasar-Dasar Ilmu Hukum Normatif sebagai Ilmu Hukum Deskriptif Empirik. Penerjemah Somardi.* Jakarta: BEE Media Indonesia.

Khairandy, Ridwan. 2014. *Hukukm Kontrak Indonesia Dalam Perspektif Perbandinganm (Bagian Pertama).*Yogyakarta : FH UII Press.

Mertokusumo, Sudikno. 1995. *Mengenal Hukum (Suatu Pengantar).* Yogyakarta : Liberty

Miru, Ahmadi. 2013. *Hukum Kontrak (Perancangan Kontrak)*, Jakarta : Radja Grafindo Persada.

Moleong, Lexy J. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya

Salim, H.S. 2006. *Hukum Kontrak*. Jakarta: Sinar Grafika.

Samsul, Inosentius. 2004. *Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Universitas Indonesia.

Fakultas Hukum Pascasarjana. 2004

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

Subekti, R. 1992. *Aneka Perjanjian*. Bandung : Aditya Bakti.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta

Sunggono, Bambang. 1996. *Metode Penulisan Hukum*. Jakarta: Raja Grafindo

Sutarno. 2003. *Aspek-Aspek Hukum Perkreditan Pada Bank*. Bandung : Alfabeta.

Syahrini, Riduan. 2010. *Seluk Beluk dan Asas Asas Hukum Perdata*. Bandung : PT Alumni

Syaifudin, Muhammad. 2012. *Hukum Kontrak*. Bandung: Madar Maju

Waluyo, Bambang. 2002. *Penelitian Hukum Dalam Praktek*. Jakarta: Sinar Grafika.

c. Jurnal, Skripsi dan Artikel

Afrini, Ayu. 2016. Skripsi: *Analisis Relasional Celebrity Endorser, Brand Image, dan Kepercayaan Konsumen dengan Alasan Pembelian Kosmetik Korea Studi pada Kosmetik Etude House di Ambarrukmo Plaza Yogyakarta*. Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

Auerbach, Daniel. 2005. *Morals Clauses as Corporate Protection in Athlete Endorsement Contracts*. DePaul Journal of Sports Law, Vol. 3, No. 1

Avira, Faradhita Delicia. 2016. Analisis Pengaruh Endorsment Dan Viewers Terhadap Kredibilitas Youtubers. S1 thesis, UAJY.

Aziz Mubarok, Abdul. 2016. *Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Konsumen Mahasiswa Kelas Reguler Sore STIE INABA Bandung)*. Jurnal Indonesia Membangun. Vol. 3, No. 1.

Kurniawan, Nyomn Samuel. 2013. *Konsep Wanprestasi Dalam Hukum Perjanjian Dan Konsep Utang Dalam Hukum Kepailitan (Studi Komparatif Dalam Perspektif Hukum Perjanjian Dan Kepailitan)*. Program Magister Ilmu Hukum Universitas Udayana.

M. Muhtarom, *Asas-asas Hukum Perjanjian: Suatu Landasan Dalam Pembuatan Kontrak*, SUHUF, Vol. 26, No. 1, Mei 2014: 48-56, Dosen Jurusan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta, diakses melalui https://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstream/handle/11617/4573/4-.pdf

Muaziz, Muhamad Hasan & Achmad Busro. 2015. *Pengaturan Klausula Baku Dalam Hukum Perjanjian Untuk Mencapai Keadilan Berkontrak*. Jurnal Law Reform Program Studi Magister Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Diponegoro. Volume 11, Nomor 1.

Pogorelovaa E.V , Irina V. Yakhneevaa , Anna N. Agafonovaa & Alla O. Prokubovskayab. 2016. Marketing Mix for E-commerce. International Journal of Enviromental & Science Education Vol. 11, No. 14, 6744-6759.

Simanjuntak, Ricardo, "Akibat dan Tindakan-Tindakan Hukum Terhadap Pencantuman Klausula Baku Dalam Polis Asuransi Yang bertentangan dengan

Pasal 18 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen," Jurnal Hukum Bisnis, Volume 22 Nomor 2 Tahun 2003.