

**TINJAUAN HUKUM TERHADAP PERJANJIAN BAKU DALAM  
ENDORSEMENT DI AKUN INSTAGRAM MEGI IRAWAN DAN  
IWAL BANI**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Hukum (S.H)**



**Oleh :**

**ERZANUARY AKBAR**

**NPM : 161010295**

**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
PEKANBARU**

**2021**

## SURAT PERNYATAAN

Nama : Erzantry Akbar  
NPM : 161010295  
Tempat/Tanggal Lahir : Pekanbaru, 01 Januari 1997  
Program Studi/Jurusan : Ilmu Hukum/Hukum Perdata  
Judul : Tinjauan Hukum Terhadap Perjanjian Baku Dalam Endorsement Di Akun Instagram Megi Irawan Dan Iwal Bani

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, orisinal dan tidak dibuatkan oleh orang lain, sepengetahuan saya belum pernah ditulis oleh orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini merupakan hasil orang lain atau mencontek atau menjiplak hasil skripsi/karya ilmiah orang lain (plagiat), maka saya bersedia gelar Sarjana Hukum (S1) yang telah saya peroleh dibatalkan.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 20 July 2021

Yang menyatakan



Erzantry Akbar



# Sertifikat

FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM RIAU



ORIGINALITAS PENELITIAN

Fakultas Hukum Universitas Islam Riau

MENYATAKAN BAHWA :

**Erzanuany Akbar**

**161010295**

**Dengan Judul :**

*Telah Lolos Similarity Sebesar Maksimal 30%*

Tinjauan Hukum Terhadap Perjanjian Baku Dalam Endorsement di Akun Instagram Megi Irawan Dan Iwal Bani

Pekanbaru, 26 Juli 2021

Prof. Dr. H. Dekan Bidang Akademik  
Fakultas Hukum Universitas Islam Riau



Prof. Dr. H. Hamzah, S.H., M.H.



# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## FAKULTAS HUKUM



Alamat : Jalan Kaharudin Nasution No. 113, Perhentian Marpoyan Pekanbaru Riau  
Telp. (0761) 72127 Fax. (0761) 674834, 721 27

**BERAKREDITASI "A" BERDASARKAN SK BAN-PT NO:2777/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2018**

### BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Telah Dilaksanakan Bimbingan Skripsi Terhadap :

Nama : Erzanuary Akbar  
Npm : 161010295  
Fakultas : Hukum  
Program Studi : Ilmu Hukum  
Pembimbing : Dr. Admiral, SH., MH.  
Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Terhadap Perjanjian Baku Dalam Endorsement Di Akun Instagram Megi Irawan Dan Iwal Bani

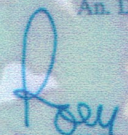
Tanggal	Berita Bimbingan	PARAF
		Pembimbing
22-03-2021	<ul style="list-style-type: none"><li>- Judul Disesuaikan</li><li>- Abstrak Kurang Sesuai</li><li>- Tujuan Dan Manfaat Penelitian Sesuai Dengan Rumusan Masalah</li></ul>	✓
06-04-2021	<ul style="list-style-type: none"><li>- Terlalu Banyak Penelitian Terdahulu</li><li>- Dinas Perdagangan Tidak Perlu</li><li>- Tinjauan Umum Ditambahkan</li></ul>	✓
28-04-2021	<ul style="list-style-type: none"><li>- Bab 3 Ditambah</li><li>- Lampiran Disesuaikan</li><li>- Kesimpulan Ikuti Rumusan Masalah</li></ul>	✓
31-05-2021	<ul style="list-style-type: none"><li>- Pelaku Usaha Ditambah 10 Orang</li><li>- Perhatikan Saran Sebelumnya Tentang Judul Pada Cover</li><li>- Perhatikan Saran Sebelumnya Tentang Abstrak</li></ul>	✓
15-06-2021	<ul style="list-style-type: none"><li>- Latar Belakang Belum Menyinggung Akun Endorsement Yang Diteliti</li><li>- Latar Belakang Harus Saling Berkaitan</li><li>- Harus Ada Identitas Responden 10 Orang</li></ul>	✓

Perpustakaan Universitas Islam Riau  
Dokumen ini adalah Arsip Miik :

29-06-2021	- Disarankan Ada Lampiran Out Perjanjian Buku - Tingkatkan Bobot Pembahasan Bab 3 - Sebutkan Dulu Kendala Apa Saja, Baru Penyelesaiannya	A
07-07-2021	- Saran Sesuaiakan Dengan Hasil Penelitian Dan Kesimpulan - Abstrak Paragraf 4 Disesuiakan Dengan Hasil Penelitian	A
14-07-2021	- Ubah Posisi Judul Seperti Piramida Terbalik - Memahami Setiap Isi Skripsi Dan Konsep Penelitian	A

Pekanbaru, 19 Juli 2021

Mengetahui :  
An. Dekan

  
Dr. Rosyidi Hamzah, S.H., M.H.  
Wakil Dekan Bidang Akademik

27/2021  
7



# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## FAKULTAS HUKUM



**KAN**  
Komite Akreditasi Nasional  
PS 071471

Alamat : Jalan Kaharudin Nasution No. 113, Perhentian Marpoyan Pekanbaru Riau  
Telp. (0761) 72127 Fax. (0761) 674834, 721 27

**BERAKREDITASI "A" BERDASARKAN SK BAN-PT NO:2777/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2018**

### TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Tinjauan Hukum Terhadap Perjanjian Baku Dalam Endorsement Di Akun Instagram  
Megi Irawan Dan Iwal Bani

**ERZANUARY AKBAR**

161010295

Telah Diperiksa dan Disetujui Oleh Dosen Pembimbing  
Pembimbing

  
**Dr. ADMIRAL, S.H., M.H.**

Mengetahui,

Dekan



  
**Dr. ADMIRAL, S.H., M.H.**

Perpustakaan Universitas Islam Riau

Dokumen ini adalah Arsip Miilik :

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**Nomor : 447 /Kpts/FH/2021**  
**TENTANG PENETAPAN PEMBIMBING PENULISAN SKRIPSI MAHASISWA**

DEKAN FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Menimbang**
1. Bahwa untuk membantu mahasiswa dalam menyusun skripsi yang lebih berkualitas , perlu ditunjuk pembimbing yang akan memberikan bimbingan sepenuhnya terhadap mahasiswa tersebut
  2. Bahwa penetapan dosen sebagai pembimbing yang ditetapkan dalam surat keputusan ini dipandang mampu dan memenuhi syarat sebagai pembimbing.
- Mengingat**
1. Undang-Undang Nomor : 20 tahun 2003 tentang Pendidikan Nasional
  2. UU No. 14 Tahun 2005 Tentang Guru Besar
  3. UU Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi
  4. PP Nomor 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
  5. Permenristek Dikti Nomor 44 Tahun 2015 Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi
  6. Permenristek Dikti Nomor 32 Tahun 2016 Tentang Akreditasi Prodi dan Perguruan Tinggi
  7. SK. BAN-PT Nomor 217/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/X/2013
  8. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2013
  9. SK. Rektor Universitas Islam Riau Nomor : 112/UIR/Kpts/2016
  10. SK. Rektor Universitas Islam Riau Nomor :080/UIR/KPTS/2017

**MEMUTUSKAN**

- Menetapkan**
1. Menunjuk  
**Nama** : **Dr. Admiral, S.H., M.H.**  
**NIDN** : **08 01 02 332**  
**Pangkat/Jabatan** : **Penata / III/c**  
**Jabatan Fungsional** : **Lektor**  
Sebagai Dosen Pembimbing Mahasiswa  
**Nama** : **Erzuanary Akbar**  
**NPM** : **16 10 10 295**  
**Prodi / Departemen** : **Ilmu Hukum /Hukum Perdata**  
**Judul skripsi** : **Tinjauan Hukum terhadap Perjanjian Baku dalam Endorsement di Akun Instagram Megi Irawan dan Iwal Bani.**
  2. Tugas-tugas pembimbing dan adalah berpedoman kepada SK. Rektor Nomor : 052/UIR/Kpts/1989, tentang pedoman penyusunan skripsi mahasiswa fakultas di lingkungan Universitas Islam Riau
  3. Kepada yang bersangkutan diberikan honorarium, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di lingkungan Universitas Islam Riau.
  4. Keputusan ini mulai berlaku semenjak ditetapkan, jika ternyata terdapat kekeliruan segera ditinjau kembali.

Kutipan : Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan.



*Tembusan : Disampaikan kepada :*

1. Yth. Bapak Rektor UIR di Pekanbaru
2. Yth. Sdr. Ka. Departemen Ilmu Hukum Fak. Hukum UIR
3. Yth. Ka. Biro Keuangan UIR di Pekanbaru

**NOMOR : 491 /KPTS/FH-UIR/2021**  
**TENTANG PENETAPAN TIM PENGUJI UJIAN KOMPREHENSIF SKRIPSI MAHASISWA**  
**FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**DEKAN FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

- Menimbang :
1. Bahwa untuk pelaksanaan ujian komprehensif skripsi mahasiswa perlu di tetapkan tim penguji dalam Surat Keputusan Dekan.
  2. Bahwa nama-nama tersebut di bawah ini dipandang mampu dan memenuhi syarat sebagai penguji.
- Mengingat :
1. Undang-undang Nomor : 20 Tahun 2003
  2. Undang-undang Nomor : 14 Tahun 2005
  3. Peraturan Pemerintah Nomor : 30 Tahun 1990
  4. Surat Keputusan Menteri Pendidikan Nasional :
    - a. Nomor : 232/U/2000
    - b. Nomor : 234/U/2000
    - c. Nomor : 176/U/2001
    - d. Nomor : 045/U/2002
  5. Surat Keputusan Direktur Jendral Pendidikan Tinggi Nomor : 02.Dikti/Kep/1991
  6. Keputusan BAN-PT Nomor : 217/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/X/2013
  7. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2009
  8. Surat Keputusan Rektor Universitas Islam Riau tentang Kurikulum FH Nomor :
    - a. Nomor : 52/UIR/Kpts/1998
    - b. Nomor : 55/UIR/Kpts/1989
    - c. Nomor : 117/UIR/KPTS/2012
  9. Surat Keputusan Rektor Universitas Islam Riau Nomor : 0580/UIR/KPTS/2021 tentang Pemberhentian Dekan Fakultas Hukum dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Periode 2020-2024 dan Pengangkatan Dekan Fakultas Hukum dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau Periode Sisa Jabatan 2020-2024

**MEMUTUSKAN**

- Menetapkan :
1. Tim Penguji Komprehensif Skripsi Mahasiswa :

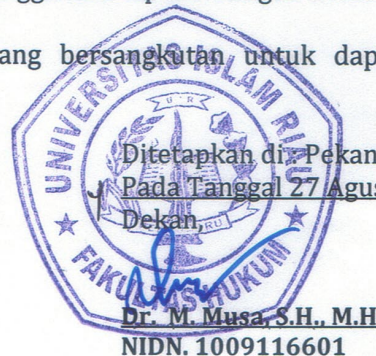
N a m a : Erzanuary Akbar  
N.P.M. : 161010295  
Program Studi : Ilmu Hukum  
Judul Skripsi : Tinjauan Hukum terhadap Perjanjian Baku dalam Endorsement di Akun Instagram Megi Irawan dan Iwal Bani.

Dengan susunan tim penguji terdiridari

- Dr. Admiral, S.H., M.H : Ketua merangkap penguji materi skripsi  
Dr. Surizki Febrianto, S.H., M.H : Anggota merangkap penguji sistematika  
Meilan Lestari, S.H., M.H : Anggota merangkap penguji methodologi  
Esy Kurniasih, S.H., M.H : Notulis

2. Laporan hasil ujian serta berita acara ujian telah disampaikan kepada pimpinan fakultas selambat-lambatnya sehari setelah ujian dilaksanakan.
3. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan bila terdapat kekeliruan segera ditinjau kembali.

**Kutipan** : Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dapat diketahui dan dimaklumi.



Tembusan disampaikan kepada :

1. Yth. Bapak Rektor Universitas Islam Riau di Pekanbaru
2. Yth. Bapak Kepala Biro Keuangan Universitas Islam Riau di Pekanbaru
3. Pertinggal



# UNIVERSITAS ISLAM RIAU FAKULTAS HUKUM



Alamat : Jl. Kaharuddin Nasution No.113, Perhentian Marpoyan Pekanbaru, Riau - 28284  
Telp. (0761) 72127 Fax. (0761) 674 834, 721 27  
Website : [law.uir.ac.id](http://law.uir.ac.id) - e-mail : [law@uir.ac.id](mailto:law@uir.ac.id)

**BERAKREDITASI "A" BERDASARKAN SK BAN-PT NO. 2777/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2018**

## BERITA ACARA UJIAN KOMPREHENSIF SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Riau, **Nomor : 491/KPTS/FH-UIR/2021 Tanggal 27 Agustus 2021**, pada hari ini **Selasa, 31 Agustus 2021** telah dilaksanakan Ujian Skripsi Program Studi (S1) Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Islam Riau, atas nama :

Nama : Erzanyahu Akbar  
N P M : 161010295  
Program Study : Ilmu Hukum  
Judul Skripsi : Tinjauan Hukum terhadap Perjanjian Baku dalam Endorsement di Akun Instagram Megi Irawan dan Iwal Bani.  
Tanggal Ujian : 31 Agustus 2021  
Waktu Ujian : 14.00 - 15.00 WIB  
Tempat Ujian : Dilaksanakan secara Daring  
IPK : 3.35  
Predikat Kelulusan : Sangat Memuaskan

### Dosen Penguji

### Tanda Tangan

- |                                     |          |
|-------------------------------------|----------|
| 1. Dr. Admiral, S.H., M.H           | 1. Hadir |
| 2. Dr. Surizki Febrianto, S.H., M.H | 2. Hadir |
| 3. Meilan Lestari, S.H., M.H        | 3. Hadir |

### Notulen

- |                             |          |
|-----------------------------|----------|
| 4. Esy Kurniasih, S.H., M.H | 4. Hadir |
|-----------------------------|----------|



Pekanbaru, 31 Agustus 2021  
Dekan Fakultas Hukum UIR

Dr. Musa, S.H., M.H  
NIK. 950202223

## ABSTRAK

*Endorse* dalam pelaksanaannya melalui keputusan selebgram, sebagaimana pengusaha online harus mengikuti atau tidak setuju sesuai arahan selebgram tersebut. Sehingga pengusaha di perjanjian endorse sistem media sosial memiliki posisi kuasa yang rentan, oleh karena itu dibutuhkan perlindungan hukum sehingga baik pengusaha maupun selebgram tidak ada yang merugi. Dalam kegiatan kerjasama *endorsement* dilindungi perjanjian baku sering seperti menguntungkan pengusaha (*endorser*), posisi yang merugikan konsumen mengakibatkan munculnya sengketa.

Permasalahan penelitian ialah Bagaimana pelaksanaan perjanjian baku endorsement barang atau jasa pada akun instagram Megi Irawan dan Iwal Bani. Lalu bagaimana penyelesaian kendala-kendala perjanjian baku dalam kerjasama endorsement pada akun instagram Megi Irawan dan Iwal Bani.

Penelitian ini masuk kedalam jenis penelitian *observational research* atau penelitian menggunakan sistem survei yakni dengan cara wawancara dan pengamatan langsung turun ke lapangan. Data yang dipakai di pengkajian hukum ini, mencakup dari data primer serta data sekunder. Penelitian ini di tinjau dari sifatnya adalah deskriptif, yakni salah satu penelitian yang memberikan gambaran secara detail terhadap dampak dan efektivitas dalam penegakan hukum perdata terhadap permasalahan Endorsement dalam penerapan hukumnya. Yang akan menjadi responden dalam penelitian ini yaitu Selebgram dan Pelaku usaha.

Dalam melaksanakan proses kerjasama endorsement pihak selebgram Megi Irawan dan Iwal Bani tidak memahami hukum dan undang-undang sehingga dalam kontrak perjanjian kerjasama didalam isi tidak dilibatkan hukum dan undang-undang melainkan berisikan kesepakatan kedua belah pihak saja. Selaku seorang selebgram pihak Megi Irawan dan Iwal Bani disarankan untuk memahami konsep dan aturan hukum mengenai perjanjian kerjasama. Sehingga saat selebgram dan pihak toko online menjalin kerjasama telah diikat resmi dengan hukum dan undang-undang yang berlaku di Indonesia bukan aturan atas dasar kesepakatan bersama saja.

Kata Kunci : Perjanjian Baku, Endorsement, Media Sosial

## ABSTRACT

Endorsement in its implementation is through the program's decision, as online entrepreneurs must follow or disagree according to the program's directions. So that entrepreneurs in the endorsement agreement of the social media system have a vulnerable position of power, therefore legal protection is needed so that neither the entrepreneur nor the celebrity losers. In endorsement cooperation activities protected by standard agreements, often such as benefiting entrepreneurs (endorser), a position that is detrimental to consumers results in the emergence of disputes.

The research problem is how to implement the standard agreement for the endorsement of goods or services on the instagram accounts of megi irawan and iwal bani. Then how to resolve the standard agreement constraints in the endorsement collaboration on the Instagram accounts of megi irawan and iwal bani.

This research is included in the type of observational research or research using a survey system, namely by means of interviews and direct observations down to the field. The data used in this legal study includes primary data and secondary data. In terms of its nature, this research is descriptive, which is one of the studies that provides a detailed description of the impact and effectiveness of civil law enforcement on Endorsement issues in the application of the law. The respondents in this study are Selebgrams and Online Stores.

In carrying out the endorsement collaboration process, Megi Irawan and Iwal Bani did not understand the law and the law, so that the cooperation agreement contract did not involve law and law but only contained the agreement of both parties. As a celebgram, Megi Irawan and Iwal Bani are advised to understand the concepts and legal rules regarding cooperation agreements. So that when the celebgram and the online shop cooperate, they have been legally bound by the laws and regulations in force in Indonesia, not rules based on mutual agreement.

Keywords: Standard Agreement, Endorsement, Social Media

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberi kita kesehatan dan keselamatan serta memegang semua kerajaan baik di langit dan di bumi, dengan ilmu-Nya Allah SWT berikan petunjuk kepada manusia agar dapat memilih jalan kebenaran dan menjauhkan dalam kesesatan sebagaimana yang Dia kehendaki. Shalawat beriring salam tak lupa pula kita khaturkan dan panjatkan yang tercurahkan kepada junjungan alam Nabi Muhammad SAW, segenap keluarga, para sahabatnya, dan seluruh umat manusia yang konsisten dalam menjalani risalahnya.

Skripsi yang berjudul **“Tinjauan Hukum Terhadap Perjanjian Baku Dalam Endorsement Di Akun Instagram Megi Irawan Dan Iwal Bani”** merupakan salah satu syarat untuk menempuh ujian skripsi dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) pada program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Islam Riau. Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof Dr. H Syafrinaldi, S.H., M.Cl. Selaku Rektor Universitas Islam Riau yang telah memberikan kesempatan untuk menimba ilmu di Universitas Islam Riau.
2. Bapak Dr. Admiral, S.H., M.H. Selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Riau dan Dosen Pembimbing Skripsi Penulis.
3. Bapak Dr. Zulkarnaini Umar, S.H., S.Ag., MIS. Selaku Ketua Departemen Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Islam Riau.
4. Untuk kedua orang tua, terimakasih atas doa dan dukungannya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Riau yang telah memberikan pengetahuan dan pengalamannya yang sangat berharga kepada penulis, semoga jasa dari Bapak dan Ibu dosen dibalas oleh Allah SWT.
6. Untuk kakak, abang dan adik serta keluarga yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terimakasih juga atas doa dan dukungannya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

7. Dan untuk teman-teman seperjuangan dari Fakultas Hukum Universitas Islam Riau semua yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, terimakasih atas segala dukungannya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
8. Dan juga pacar penulis yaitu Fitra Yesi atas segala bantuannya dan pendapatnya tentang skripsi penulis

Selama penulisan skripsi ini, penulis memahami bahwa terdapat kekurangan baik dari segi bahasa maupun materi, dan mengharapkan kritik dan saran yang bermanfaat dari teman-temannya dalam perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini. Selain itu, saya berharap ini bisa cepat memberi manfaat dan manfaat bagi kita semua. Amin.

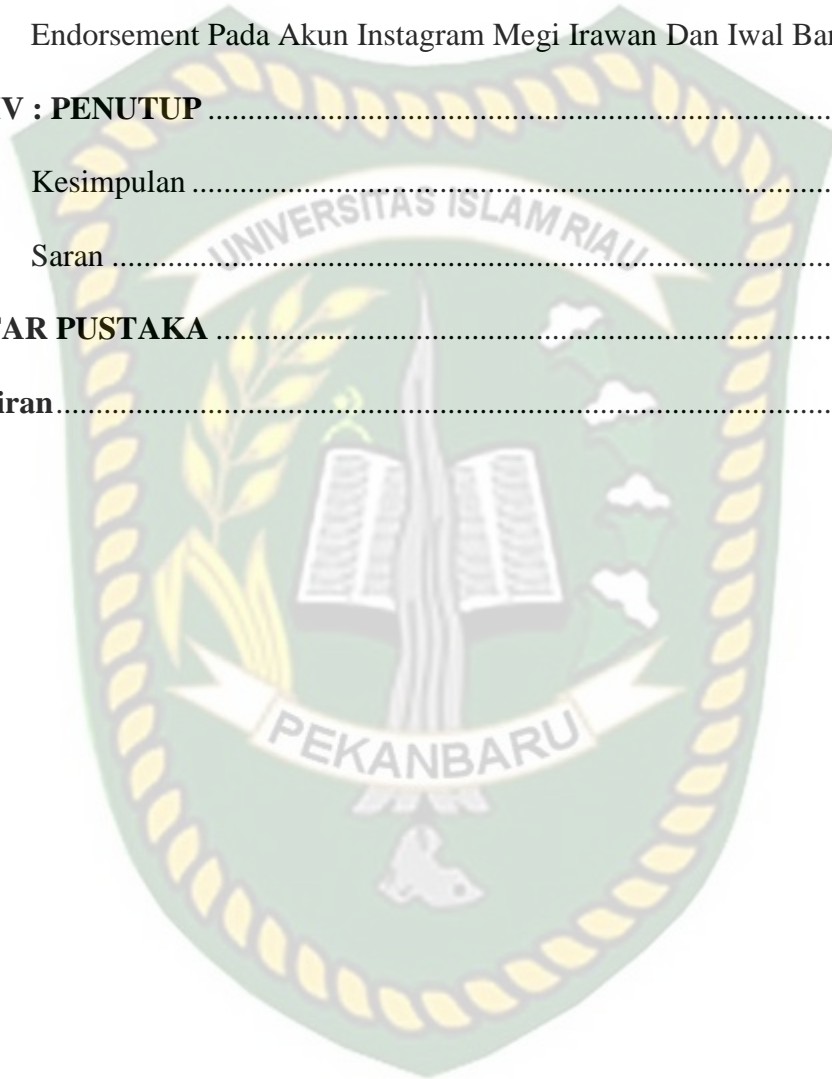
Pekanbaru,

**ERZANUARY AKBAR**  
**NPM: 161010295**

## DAFTAR ISI

	Hal
<b>HALAMAN COVER SKRIPSI</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	x
<b>ABSTRACK</b> .....	xi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiv
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b> .....	8
A. Latar Belakang .....	8
B. Rumusan Masalah .....	15
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	15
D. Tinjauan Pustaka .....	16
E. Konsep Operasional .....	31
F. Metode Penelitian .....	32
<b>BAB II: TINJAUAN UMUM</b> .....	37
A. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian Baku pada Endorsement .....	37
B. Tinjauan Umum Undang-Undang Informasi Dan Teknologi .....	45
C. Tinjauan Umum Penggunaan Jasa Endorsement .....	46
D. Tinjauan Hukum Online Jasa Endorsement .....	47
E. Tinjauan Umum Penerapan hukum dalam endorsement .....	50

<b>BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
A, Pelaksanaan Perjanjian Baku Endorsement Barang Atau Jasa Pada Akun Instagram Megi Irawan Dan Iwal Bani.....	51
B. Penyelesaian Kendala-Kendala Perjanjian Baku Dalam Kerjasama Endorsement Pada Akun Instagram Megi Irawan Dan Iwal Bani .....	59
<b>BAB IV : PENUTUP .....</b>	<b>73</b>
A. Kesimpulan .....	73
B. Saran .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>
<b>Lampiran.....</b>	<b>79</b>



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Peningkatan pada bidang ilmu teknologi serta kemajuan komunikasi pada masa ini mempengaruhi perkembangan pola hidup manusia, berkat tersedianya berbagai perkembangan teknologi membuat masyarakat dimudahkan dalam bersosialisasi dan berinteraksi dalam jangkauan luas. Berbagai sarana yang digunakanpun sudah sangat canggih dan efisiensi seperti radio, televisi, telepon, telegram, faximile, dan yang saat ini banyak digunakan masyarakat yaitu internet melalui jaringan computer.<sup>1</sup> (kantaatmadja, 2002, p. 28)

Penerimaan Informasi dibantu jaringan internet secara tidak langsung bertransformasi dari sesuatu yang memiliki bentuk fisik menjadi sebuah informasi digital (*cyber space*). Dengan adanya transformasi dan perkembangan era globalisasi dalam bidang teknologi dan informasi ini banyak memberi dampak yang signifikan di berbagai usaha seperti kegiatan perdagangan, yang biasanya hanya dapat dipraktekkan dengan cara bertatap muka, berubah dengan adanya perkembangan teknologi dan informasi kegiatan perdagangan bisa dengan cara via jarak jauh menggunakan perantara electronic (*E-Commerce*).

Dengan kemampuan internet yang tersedia, mereka akan lebih mudah mengakses informasi yang disesuaikan dengan kebutuhan ribuan tahun. Informasi yang diperoleh akan lebih luas dengan membaca beberapa referensi yang disaring untuk menambah ide. Forum dapat menambah jaringan yang lebih luas melalui jejaring sosial seperti ilmu pengetahuan, pemikiran sosial, agama dan

perkembangan teknologi terkini. Meskipun masih merupakan bidang baru dalam fase pertumbuhan yang berubah dan tidak pasti, namun telah memperkuat keyakinan akan pentingnya teknologi dalam mencapai tujuan keuangan perusahaan / bisnis melalui perubahan proses bisnis dan efisiensi, menggunakan masyarakat sebagai media sosial yang paling cepat berkembang di dunia.

Peran internet ialah sebagai sebuah sarana membantu mempermudah pengumpulan informasi secara berskala kecil maupun besar sesuai kebutuhan. Dunia Online bukan hanya sebagai jendela informasi saja, namun dapat berubah menjadi wadah dimana menghasilkan pendapatan berbasis bisnis online (online shop).

Perbisnisan Elektronik memiliki kesamaan layaknya kegiatan bisnis secara umum. Hal yang menjadi pembeda yaitu kegiatan bisnis elektronik memberdayakan aplikasi dan media elektronik lainnya di dunia internet. Online shop ini memanfaatkan media informasi dan media sosial layaknya tiktok, Twitter, Instagram, dan media sosial lainnya.

Bisnis online pada dasarnya sama dengan aktivitas kerja sehari-hari yang diketahui. Bedanya dalam bisnis online, semua aktivitas bisnis dilakukan secara online menggunakan aplikasi dan media sosial yang disediakan oleh internet. Yang akan menjadi fokus peneliti dalam penelitian ini adalah media sosial Instagram. Media sosial merupakan salah satu kemajuan teknologi yang berperan besar dalam mempermudah komunikasi manusia.

Dengan adanya akun online shop yang menyediakan berbagai produk dagangan yang bisa dilihat melalui foto maupun video yang terdapat didalamnya maka calon pembeli bisa dengan mudah mengetahui barang yang akan dibeli,

serta informasi mengenai produk itu sendiri dan dapat langsung mengomentari ataupun mengirimkan pesan kepada pemilik akun online shop perihal bertanya mengenai produk maupun pemesanan barang. (Alsarayreh, 2013)

Banyaknya situs online shop menghasilkan tren bentuk usaha dan mekanisme perbisnisan mengalami peningkatan dikalangan para pelaku usaha. Hal ini dikarenakan konsumen bebas memilih barang dari mana saja yang akan dibelinya tanpa ada batasan dan larangan. Sehingga pengusaha online shop menjadi lebih meningkatkan berbagai hal agar konsumen lebih tertarik.

Indonesia sendiri merupakan salah satu negara yang banyak memanfaatkan media sosial untuk sarana perdagangan, misalnya media sosial yang banyak di manfaatkan masyarakat sebagai pelaku usaha perdagangan yaitu dengan menggunakan media sosial instagram yang tidak hanya digunakan untuk media perdagangan, juga dimanfaatkan sebagai sarana mempromosikan barang dagangan, pengambilan gambar maupun videografis, dan bentuk pemasaran lainnya.

Sesuai yang tertulis pasal 1 ayat 1 Undang-Undang No.7 Tahun 2014 tentang perdagangan yang menjelaskan,“ Proses dagang ialah suatu praktek yang berhubungan dengan proses transaksi barang/jasa dalam cakupan kecil atau luas memiliki fungsi pemindahan kepemilikan barang/jasa ditukar dengan imbalan atau kompensasi yang sesuai”. Sehingga pihak yang melakukan perdagangan baik secara langsung atau melalui media sosial tetap harus mengikuti prosedur .(7, 2014)

Menurut petunjuk yang terkandung dalam Pasal 1 ayat 5 Undang-Undang Perdagangan Nomor 7 Tahun 2014, “segala sesuatu yang berupa barang, baik

yang berwujud maupun yang tidak berwujud, baik yang bergerak maupun yang tidak bergerak, boleh dikonsumsi, tidak dikonsumsi, diperjualbelikan.(No.7, 2014)

Endorsment suatu cara bagi pelaku komersial untuk mengiklankan produknya dengan menggunakan jasa orang lain, selebriti pada umumnya, atau orang yang dianggap penting atau berpengaruh. Di media sosial, banyak selebriti yang menggunakan suatu produk saat memposting foto, menampilkan produk dengan nama pelaku jual beli online, atau menulis komentar yang disebut toko online. Dengan kata lain, persetujuan berarti jenis promosi tertentu yang menggunakan selebritas atau pakar untuk mengatakan hal-hal baik tentang suatu merek, produk, atau layanan. Tentunya dari pihak pemilik produk atau merek tentu akan diuntungkan karena menggunakan nama orang terkenal untuk mempromosikan produk/mereknya.

Endorsement disebut mekanisme pengiklanan modernisasi di zaman terkini, mekanisme ini dimulai oleh peraturan kedua pihak pengusaha online shop dan selebgram yang digunakannya. Endorsement adalah strategi penjualan dilakukan satu orang atau lebih agar merekomendasikan kepada kolega maupun orang disekitarnya tertarik dengan barang/jasa yang ditawarkan. Pebisnis yang mempergunakan jasa selebgram ialah Endorsee, Disisi lain Selebgram sebagai mempromosikan barang atau jasa disebut Endorser. (Binangkit, 2018).

Sistem Endorsement didasarkan pada kesepakatan persetujuan antara badan usaha dan perangkat lunak yang digunakan. Pelaku usaha yang nantinya akan menggunakan layanan persetujuan ini disebut Endorsees. Dalam hal ini, pihak yang mengkonfirmasi disebut sebagai confirmer. Endorser dapat menolak atau menerima tawaran, jika endorser menyetujui persetujuan, endorser akan mengajukan syarat untuk persetujuan, dan toko online harus menghormati syarat

yang ditetapkan oleh endorser. Setelah persetujuan kedua belah pihak timbul hak dan kewajiban para pihak sesuai dengan isi perjanjian persetujuan.

Endorse dalam pelaksanaannya melalui keputusan selebgram, sebagaimana pengusaha online harus mengikuti atau tidak setuju sesuai arahan selebgram tersebut. Sehingga pengusaha di perjanjian endorse sistem media sosial memiliki posisi kuasa yang rentan, oleh karena itu dibutuhkan perlindungan hukum sehingga baik pengusaha maupun selebgram tidak ada yang merugi. (Banytè, 2011).

Peraturan hubungan kerja endorse tidak terdapat dalam undang-undang, namun menjadi trend yang sering kita ketahui saat ini. Seperti yang tercantum dalam pasal 1338 ayat 1 KUHPerdara, kedua pihak yang menjalin kerjasama wajib mematuhi setiap perjanjian yang telah di hasilkan dan bersifat profesionalisme.

Instagram adalah aplikasi berbasis jejaring sosial untuk mengambil foto dan video, menerapkannya sebagai filter, dan membagikannya ke berbagai media sosial, termasuk Instagram itu sendiri. Namun fenomena saat ini selain digunakan sebagai akun pribadi, akun Instagram juga banyak digunakan sebagai sarana untuk penjualan online. Saat Anda membuat akun sebagai Toko Online yang berisi gambar barang Anda dan calon pembeli, Anda bisa memesan barang dengan cara berkomentar di foto barang yang Anda inginkan atau dengan menghubungi kontak pemilik toko online langsung di akun Instagram Anda. Perdagangan semakin berkembang di kalangan pedagang, karena calon pembeli memilih banyak tempat untuk berbelanja melalui Instagram. Dengan demikian, para pemilik toko online berlomba-lomba menarik perhatian konsumen dengan berbagai cara. Salah satu cara yang paling banyak digunakan oleh para pelaku usaha toko online untuk

menarik konsumen saat ini adalah dengan menggunakan layanan Endorsement di Instagram atau “Selebgram” untuk mempromosikan barang di toko online. (Darma, 2007, p. 11).

Selebgram bekerja untuk memasarkan produk berdasarkan kontrak kerja dengan pelaku komersial. Perjanjian kerjasama Endorsement adalah perjanjian bahwa pedagang harus menjamin keberhasilan dalam bentuk pembayaran atau pembayaran atas promosi yang ditawarkan pedagang atas barang yang dijual oleh Selebgram. Sementara Selebgram perlu menunjukkan beberapa keberhasilan dalam bentuk promosi produk bagi pelaku usaha, pelaku usaha juga meminta Selebgram untuk menciptakan kesan bahwa produk yang dipromosikan adalah produk yang baik, aman dan fungsional. (Ahmadi, Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia, 2011 )

Selebgram Megi Irawan lahir pada tanggal 5 Mei 1996, di Simalinyang, kabupaten kampar, Riau. Saat ini ia telah berusia 25 tahun. Dalam dunia karir, Megi Irawan memulai karirnya dengan mengikuti Aksi Da'i Indosiar 2014. Kemudian Megi terjun ke dunia komedian dengan mengikuti Stand Up Comedy. Megi Irawan aktif di dunia media sosial seperti akun instagram, akun twitter, akun facebook, dan akun tiktok. Dan sekarang Megi irawan memiliki 528 ribu followers dan sudah centang biru. Sehingga dengan memanfaatkan kepopuleranya tersebut megie irawan menerima endorsement dengan para pelaku usaha yang ingin barang/produknya dipasarkan didalam akun media sosialnya. Sedangkan selebgram Iwal Bani lahir di Pekanbaru, 31 mei 1990, ia memulai karirnya dari MC kondangan di acara acara besar di pekanbaru dan kemudian memiliki 16 rb followers sehingga dia menjadi selebgram dan mulai menerima endorse di akun instagram nya.

Mereka menggunakan perjanjian baku untuk melaksanakan kerjasama dengan para pelaku usaha. Perjanjian baku adalah peraturan tegas, meskipun secara tertulis merupakan perjanjian tidak memiliki dasar sebuah undang undang dan para praktisi hukum menentang, sedangkan dalam kehidupan sehari-hari menunjukkan kejadian sebaliknya .10 (Ahmad Miru, 2004, p. 117)

Banyak tahap yang dilakukan oleh para pelaku usaha menggunakan jasa selebgram yang memiliki followers yang banyak dan cukup dikenal dikalangan masyarakat sebagai sarana untuk menarik perhatian konsumen dengan produk yang dipromosikan oleh para selebgram tersebut karena dengan memiliki penggemar atau followers yang banyak sehingga memungkinkan untuk banyak orang pula melihat produk yang di promosikan oleh selebgram tersebut hal itu dikategorikan endorsement. (Arora, 2014)

Pelaku usaha mengajukan penawaran kerjasama terhadap Selebgram dalam mempromosikan barang atau jasa dagangannya. Lalu setelah menghasilkan kecocokan oleh kedua pihak, timbulah isi perjanjian Endorsement yang dimana mengatur hak dan kewajiban kedua pihak yang harus di patuhi.7 (Khong, 2013)

Perjanjian endorsement memiliki beberapa permasalahan, seperti banyak terjadi penyimpangan tindakan yang bertentangan dengan isi perjanjian, ini disebabkan perjanjian yang dihasilkan menguntungkan hanya satu pihak, lalu menimbulkan kelemahan pada pihak yang lain yang membuat perjanjian tersebut. (Biswas, 2009)

Perlindungan konsumen merupakan bagian integral dari perdagangan yang sehat. Terdapat keseimbangan perlindungan hukum antara konsumen dan produsen dalam kegiatan usaha yang sehat. Kurangnya perlindungan yang

seimbang menempatkan konsumen pada posisi yang lemah. Apalagi jika produk yang dihasilkan oleh produsen adalah jenis produk yang terbatas, maka produsen dapat menyalahgunakan posisi monopoli. Hal ini tentunya akan merugikan konsumen. Kerugian yang diderita oleh konsumen tersebut dapat merupakan akibat dari adanya hubungan hukum antara produsen dengan konsumen atau perbuatan melawan hukum dari produsen. (Ahmadi, 2011).

Sesuai latar belakang permasalahan di atas maka penulis bermaksud melakukan rangkaian penelitian dengan judul **“Tinjauan Hukum Terhadap Perjanjian Baku Dalam Endorsement Di Akun Instagram Megi Irawan Dan Iwal Bani”**.

### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pelaksanaan perjanjian baku endorsement barang atau jasa pada akun instagram megie irawan dan iwal bani ?
2. Bagaimana penyelesaian kendala-kendala perjanjian baku dalam kerjasama endorsement pada akun instagram megie irawan dan iwal bani ?

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### 1. Tujuan Penelitian

Sebagaimana perumusan masalah diatas, oleh karena itu mekanisme penelitian memiliki tujuan yaitu:

1. Mengetahui Tahapan Pelaksanaan Perjanjian Baku *Endorsement* di akun instagram megie irawan dan iwal bani.
2. Mengetahui penyelesaian kendala-kendala penerapan perjanjian baku dalam endorsement di akun instagram megie irawan dan iwal bani.

## 2. Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menambah pengetahuan mengenai penerapan hukum dalam Perjanjian Baku *Endorsement* di akun instagram megie irawan dan iwal bani.
2. Memahami penyelesaian kendala-kendala dalam penerapan perjanjian baku emdorsement di akun instagram megie irawan dan iwal bani.

## D. Tinjauan Pustaka

### 1. Pengertian *Endorsement*

*Endorsement* pada media sosial yang begitu berkembang saat ini ialah sebuah bentuk hubungan kerja sama antara kedua belah pihak yang saling menguntungkan. Mekanisme kerjanya berupa *online shop* yang berkerjasama dengan selebgram yang berfungsi sebagai pemikat yang memanfaatkan kepopuleran si selebgram sehingga penjualan online shop tersebut meningkat. (Hartini, 2016)

Mekanisme *Endorsement* berkerja secara perlahan dengan dipengaruhi oleh kepopuleran si selebgram. Sesuai arahan dari pasal 1 ayat 23 Undang-Undang No.7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan yang menjelaskan “Sistem Informasi Perdagangan adalah tuntunan dari penggunaan sistem informasi dalam perdagangan melalui media elektronik dan media sosial, sehingga memberikan pengetahuan bagi pemilik usaha dan menjadi landasan bantu untuk konsumen sehingga kedua pihak ini memiliki rasa yang aman, nyaman, dan sesuai hukum yang berlaku di Indonesia dalam praktik perdagangan dalam media sosial. (No.7 P. 1.,

2014).

Kegiatan endorse ini menjadi bagian dari aktivitas promosi iklan yang memanfaatkan pihak lain untuk mendukung dan juga memasarkan suatu produk barang atau jasa, yang di dalamnya juga termasuk menjadi bagian dari digital marketing.

Kegiatan ini semakin ramai dilakukan seiring dengan perkembangan teknologi sosial media di zaman digital seperti saat ini. Bahkan, saat ini sudah banyak penjual yang memilih kegiatan endorsement sebagai bentuk kegiatan promosi agar produk barang atau jasanya menjadi laris di pasar.

Terlebih lagi, kegiatan ini juga tidak memerlukan banyak waktu, biaya dan peraturan lainnya, tapi hasilnya akan sangat mempengaruhi kegiatan penjualan.

Kegiatan endorsement ini juga tidaklah rumit. Baik pihak penjual dan pihak yang melakukan endorse juga bisa melakukan kegiatan transaksi dengan pesan singkat atau bahkan fitur direct message yang ada pada media sosial itu sendiri. Setelah menyetujui aturan yang dibuat oleh pihak selebgram, maka penjual hanya harus mengirimkan foto ataupun video serta caption yang ingin ditampilkan di dalam postingan si selebgram.

Tingkat keefektifitasan dari kegiatan endorsement ini juga dinilai lebih baik apabila dibandingkan dengan berbagai promosi lainnya, khususnya apabila dibandingkan dengan kegiatan tradisional biasa seperti pemasangan flyer atau membagikan selebaran.

Jadi, dilihat berdasarkan praktiknya ini, ada beberapa jenis endorsement yang biasa dilakukan oleh para selebgram dan juga selebgram, yaitu mereka yang tidak terikat pada suatu brand atau produk tertentu dan mereka menjadi brand ambassador. Keduanya sudah tentu memiliki kelebihan dan juga kekurangan tersendiri.

Cara kerja kegiatan endorsement ini pun pada umumnya hampir mirip dengan pembagian selebaran iklan atau lewat flyer. Perbedaannya adalah platform yang digunakan di endorse ini adalah media sosial.

## 2. Perjanjian Online

Suatu perjanjian dapat diartikan sebagai kesepakatan, karena adanya kecocokan kedua pihak demi melakukan sesuatu yang sama-sama mereka kehendaki. Sehingga suatu keputusan bersama (perjanjian dan persetujuan) memiliki maksud yang sama. Susunan isi kontrak lebih spesifik karena ditujukan kepada perjanjian atau persetujuan tertulis.<sup>14</sup> (HS, 2006, p. 161)

Sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No.8 tahun 1999 Pasal 1 Ayat 10 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) mendefinisikan "Klausula baku adalah aturan dan ketentuan yang disusun dan ditetapkan secara sepihak oleh badan usaha atau penyalur produk, yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau kontrak yang bersifat mengikat dan wajib dipatuhi oleh konsumen."<sup>15</sup> (No.8, 1999)

Sebagaimana yang tercantum di UUPK terutama pasal 18, mengenai 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.<sup>16</sup> (No.8 P. 1., 1999)

Perjanjian pada hubungan kerja *Endorsement* ini biasanya disebut sistem perjanjian *online*, dikarenakan mekanisme tahap ini memberdayakan data elektronik untuk mengalihkan fungsi kertas dan data elektronik tersebut menjadi sebuah media untuk menghasilkan perjanjian *online*. Mekanisme ini memiliki keunggulan dalam segi efisien dan tingkat keamanan untuk perusahaan-perusahaan yang selalu aktif berskala besar. (Pradnyamitha, 2006)

Ikatan kerjasama dibentuk dari hasil perundingan bersama, tentu diketahui oleh kedua pihak yang merunding, lalu ikatan kerjasama yang terbentuk oleh undang-undang serta diadakan oleh undang-undang merupakan ikatan kerjasama yang bukan atas kemauan sendiri para pihak. Sehingga saat ada dua pihak memutuskan membuat perjanjian oleh karena itu berlakulah suatu perikatan tersebut. Mereka terikat antara satu dan yang lain karena ikatan kerjasama yang dibuat dan disetujui bersama, perjanjian tersebut berakhir apabila janji itu telah dipenuhi. (Siswanto, 2015, )

Sesuai yang terkandung dalam pasal 1320 KUHPerdara mengenai perjanjian sah apabila telah memenuhi syarat :

1. Ada kesepakatan;
2. Ketersediaan keterampilan;
3. Ada objek tertentu; dan
4. Ada klausul hukum.

Penjelasan dari syarat di atas ialah syarat no.1 dan no.2 dinamakan syarat subyektif, dikarenakan syarat tersebut diperuntukkan untuk pihak yang membuat kesepakatan. Untuk syarat no.3 dan no.4 dinamakan syarat obyektif dikarenakan ini diperuntukkan untuk perjanjian yang di hasil

oleh kedua pihak. (Subekti, 1990, p. 17)

Syarat Seseorang sesuai aturan hukum dianggap tidak mampu untuk membuat kontrak atau kegiatan hukum apabila orang tersebut masih berumur dibawah 21 tahun, ini bisa pengecualian apabila orang tersebut telah menikah di usia yang tersebut. Sehingga orang yang telah memiliki umur cukup atau lebih dari 21 tahun digolongkan mampu, ini bisa pengecualian seperti buta, tuli, hilang ingatan atau pemboros. Dibawah ini dijelaskan orang-orang tergolong mampu untuk membuat perjanjian dalam pasal 1330 KUH Perdata disebutkan sebagai berikut :

1. Golongan orang dibawah umur
2. Golongan orang dibawah pengampuan
3. Golongan perempuan.
4. Golongan semua orang yang terkena larangan undang-undang dalam membuat sebuah perjanjian.

Semua orang dapat memutuskan perjanjian apapun, dengan siapapun, bebas dalam menentukan isi perjanjiannya, dan bentuk dari perjanjiannya, serta jenis dari perjanjian tersebut. Sebagaimana diatur dalam KUHPperdata pasal 1338 dimana mengatur mengenai asas kebebasan berkontrak.

Seperti halnya dalam perjanjian baku, yang sering kali terjadi dalam dunia perekonomian, ketentuan paham perjanjian baku tidak tertulis dan tercantum dalam KUHPperdata yang berlaku di Negara ini, tetapi hal tersebut bisa dibantu dengan pasal 1320 dan pasal 1338 KUHPperdata yang mengatur segala hal mengenai perjanjian.

Perjanjian baku yang dilakukan oleh pihak pelaku usaha dengan *endorsement* telah ditetapkan sebelumnya oleh pihak pemilik usaha sehingga pihak selebgram tidak memiliki wewenang dalam mengemukakan keinginannya baik masukan pribadi ataupun negoisasi isi perjanjian.

Pada mekanisme perjanjian baku, memiliki perbedaan kedudukan diantara kedua pihak, pelaku usaha harus menyetujui suatu perjanjian adanya dorongan akan kebutuhan dan tentunya tidak adanya kemampuan dalam mengutarakan kehendaknya dan pengubahan isi perjanjian. Dalam hal ini Asas konsensual merupakan hasil rundingan oleh kedua pihak tanpa adanya tekanan pihak ketiga dan harus dilaksanakan dengan itikad baik. Dimana posisi kuat berada di pihak selebgram yang dimana mampu berpotensi terjadinya penyalahgunaan kedudukan berujung terjadinya kerugian di salah satu pihak, Sehingga perlu dipertegas mengenai kebebasan berkontrak yang tentunya adanya tanggung jawab, dimana seluruh rangkaian harus berdasarkan peraturan yang berlaku. Oleh karena itu perjanjian baku tidak memiliki kecocokan terhadap asas konsensual dan prinsip kebebasan kontrak yang bertanggung jawab sesuai anjuran Pasal 1320 KUHPerdara dan ayat 1 Pasal 1338 KUHPerdara.<sup>19</sup> (Perdara)

Penelitian ini tidak sama dengan penelitian sebelumnya, penulis melakukan penelitian yang memberikan penjelasan lebih mengenai pandangan hukum.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, yaitu penelitian yang dibuat oleh Adhisti Wulandari yang juga meneliti tentang perjanjian baku

dengan judul perjanjian baku dalam *endorsement* antara *online shop* dengan selebgram ditinjau dari perspektif hukum islam.

Pemanfaatan jasa *endorsement* dalam mempromosikan produk atau barang yang ingin dipasarkan dikenal luas oleh masyarakat luar maupun dalam negeri ini sangat bermanfaat, dan akan memberikan efek pada penjualan yang dilakukan, karena dinilai dari jasa *endorsement* merupakan orang atau selebgram yang digunakan memiliki banyak followers dan dikenal banyak orang di sosial media, akan membantu untuk pemasaran barang cepat dikenal oleh semua orang.

Dengan memanfaatkan sosial media yang ada akan mempermudah untuk mempromosikan barang dengan media foto maupun video dan menerapkan berbagai filter agar lebih menarik dan membagikannya ke sosial media dengan jangkauan yang lebih luas akan dilihat banyak orang dari semua kalangan.

Hal ini membuat para pembisnis tertarik menggunakan jasa *endorsement* untuk mempromosikan barang atau produknya karena akan lebih menarik banyak peminat karna didukung oleh selebgram yang mereka sukai dan mereka kenali di media sosial.

### 3. Perjanjian Baku

Menurut Hondius perjanjian baku adalah konsep janji tertulis di bawah perjanjian standar. Konten dikompilasi tanpa diskusi dan umumnya dituangkan ke dalam sejumlah kontrak yang bersifat tertentu. Selain itu, ia mengatakan bahwa kontrak baku adalah kontrak yang isinya dibakukan dan dinyatakan dalam bentuk.

Pasal 1313 KUH Perdata: “suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”.

Kontrak standar mengandung fitur yang sangat merugikan konsumen. Kontrak standar yang umum di masyarakat dapat dibagi menjadi beberapa jenis, antara lain:

Perjanjian baku sepihak adalah perjanjian yang isinya ditentukan oleh pihak yang teguh dalam perjanjian. Titik kuat di sini adalah pemberi pinjaman, yang biasanya memiliki posisi ekonomi yang lebih kuat daripada debitur. Kedua belah pihak umumnya masuk ke dalam suatu organisasi, seperti perjanjian kerja bersama.

Kontrak baku yang ditetapkan pemerintah adalah kontrak baku yang isinya ditentukan oleh pemerintah untuk transaksi hukum tertentu, seperti kontrak hak atas tanah.

Perjanjian baku yang ditetapkan oleh notaris atau pengacara. Konsepnya adalah kesepakatan yang sudah diatur sebelumnya. Memenuhi permintaan anggota masyarakat yang meminta bantuan notaris atau pengacara. Jenis model kontrak ini dibahas di perpustakaan Belanda.

Walaupun tidak dilakukan penelitian sama sekali, namun sebagian besar kontrak dalam dunia bisnis berbentuk kontrak standar/standard contract. Jika menyangkut kontrak standar, isinya adalah kontrak yang dibuat dalam bentuk oleh satu pihak.

Terdapat beberapa pendapat mengenai kedudukan perjanjian baku itu. Sluijter berpendapat: “perjanjian baku bukan lagi perjanjian. Pelaku usaha sudah bertindak sebagai pembentuk undang-undang swasta (legio particuliere wetgever)”. Sebaliknya Pitlo berpendapat: “perjanjian baku itu memang melanggar UU, tetapi dibutuhkan oleh masyarakat dalam praktik”. Dalam hal ini, Hondius memberi toleransi dengan alasan merupakan: “kebiasaan (gebruik) dalam perdagangan”.

Kemudian Stein memberi jalan tengah: “tetap ada perjanjian karena fiksi adanya kemauan dan kepercayaan (fictie van wil en vertrouwen). Karena dengan menerima, konsumen telah setuju”.

Asas kebebasan berkontrak itu penting, mengingat kontrak harus memuat hal-hal berikut:

Unsur persekutuan adalah unsur yang seluruhnya ada dalam suatu perjanjian (karena disyaratkan oleh hukum-hukum paksaan). Contoh: “Sebab yang halal”

Unsur naturalia, unsur yang sama sekali tidak ada (didefinisikan dalam peraturan perundang-undangan dapat dihilangkan dengan persetujuan para pihak). Contoh: Menurut Pasal 1491 KUHPerdara, biaya pengangkutan ditanggung oleh pembeli (bukan penjual).

Unsur aksidentalialia, elemen yang tidak disediakan oleh hukum; dapat ditambahkan dengan persetujuan para pihak. Contoh: Membeli rumah melibatkan AC yang sudah terpasang sebelumnya.

Menurut KUHPerdara, antara lain ketentuan yang paling penting berkaitan dengan kontrak adalah Pasal 1320 dan ayat 1 Pasal 1338 KUHPerdara. Arti penting Pasal 1320 KUHPerdara adalah pasal tersebut mengatur tentang syarat-syarat suatu perjanjian, yaitu:

1. Ada kesepakatan;
2. Ketersediaan keterampilan;
3. Ada objek tertentu; dan
4. Ada klausul hukum.

Paragraf 1 Pasal 1338 KUHPerdara tentang penjabaran asas kebebasan berkontrak KUHPerdara, yaitu:

1. Bebas untuk menyimpulkan kontrak apa pun;
2. Bebas mengatur konten;
3. Bebas menyesuaikan formulir.

Semua dengan persyaratan yang tidak boleh bertentangan dengan hukum, tata krama dan ketertiban umum. Timbul pertanyaan apakah perjanjian baku memenuhi asas mufakat dan asas kebebasan berkontrak, sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 dan 1338 (1) KUHPerdara. Ada 1 (satu) pendapat tentang topik ini:

Kontrak baku tidak memenuhi unsur-unsur kontrak yang diatur dalam Pasal 1320 dan ayat 1 Pasal 1338 KUHPerdara;

Kontrak baku memenuhi unsur-unsur kontrak yang ditentukan dalam Pasal 1320 dan ayat 1 Pasal 1338 KUHPerdara.

Seperti yang telah dijelaskan, isi kontrak baku dibuat oleh salah satu pihak karena pihak lain tidak dapat dengan bebas mengungkapkan keinginannya. Singkatnya, tidak ada tawar menawar isi kontrak menurut prinsip kebebasan berkontrak. Dengan demikian, frasa "ambil atau tinggalkan dengan kontrak" digunakan dalam kontrak standar. Artinya, jika Anda setuju, silakan ambil, dan jika Anda tidak pergi, berarti tidak ada kesepakatan.

Mengingat keadaan ini, banyak isi kontrak standar yang berat atau berbahaya bagi konsumen, karena secara umum diketahui bahwa persyaratan dalam kontrak standar terkait dengan:

1. Cara mengakhiri kontrak;
2. Bagaimana cara memperpanjang masa berlaku kontrak;
3. Metode penyelesaian sengketa; dan
4. Artikel pengecualian.

Berkaitan dengan perlindungan konsumen, yang menjadi perhatian utama dalam perjanjian baku adalah terkait dengan klausula denda (exemption clause). Ini adalah klausul yang biasanya membebaskan atau membatasi tanggung jawab pengusaha dalam bentuk perjanjian.

Konsep tersebut sudah tidak sesuai lagi karena tidak sesuai dengan nafas hukum yang terus berkembang. Dalam hal ini, klausula baku berkaitan erat dengan UUPK. UUPK secara jelas dan rinci mengatur hak dan kewajiban konsumen, hak dan kewajiban badan usaha, serta yang dilarang oleh pelaku komersial.

Secara khusus, terkait dengan klausula baku ini, UUPK secara tegas melarang pencantuman klausula baku dalam setiap dokumen dan/atau kontrak dengan tujuan merugikan konsumen. (vide Pasal 18 UUPK).

#### 4. Selebgram (Selebgram)

Selebgram Ini bisa menjadi fotografer terkenal, pecinta perjalanan, pecinta kopi, pecinta makeup, penyayang binatang atau hanya pecinta humor. Ini memiliki ribuan dan jutaan pengikut. Seperti halnya penggemar selebriti idola, para pengikut ini mengikuti kehidupan sehari-hari para selebgram. Pemirsa berkomentar dan menyukai setiap posting selebgram.

Tidak seperti selebriti di layar, selebriti memiliki hubungan yang lebih dekat dengan audiens mereka. Ini karena bintang layar menampilkan aktivitas sehari-hari yang tidak dapat mereka sentuh. Tak jarang, para selebgram ini juga berkomunikasi langsung dengan para pengikutnya melalui kolom komentar.

Perusahaan besar dengan ratusan ribu dan jutaan pengikut setia mulai melirik selebgram untuk mempromosikan produk mereka. Selebriti itu kemudian menjadi bisnis yang menggiurkan.

Pekerjaan selebriti bukanlah lelucon. Nilainya cukup fantastis. Pemerintah bahkan berencana untuk mengenakan pajak pada selebriti karena mengumpulkan uang dalam jumlah besar.

## 5. Penelitian Terdahulu

Berikut adalah penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh :

- 1) Kantrey Sugiarto dengan Judul “Perlindungan Hukum Bagi Pelaku usaha Melalui Instagram Dalam Perjanjian On Line Apabila Terjadi Wanprestasi Menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik”, hasil penelitiannya Tindakan hukum yang dapat dilakukan oleh pelaku perdagangan online didasarkan pada aturan penyelesaian yang tercantum dalam perjanjian persetujuan. Jika akad tidak diatur, entitas perdagangan online dapat mengajukan gugatan perdata tanpa ganti rugi dan litigasi dengan tuntutan ganti rugi sesuai dengan ketentuan Pasal 1243 KUHPerdata dan Pasal 38 ayat 1 UU ITE. dianggap lebih efektif. Pihak yang mensertifikasi dipilih sebagai pihak yang bermasalah berdasarkan Pasal 1243 KUHPerdata dan Pasal 18 UU ITE, dan pelaku perdagangan online dilindungi sebagai pihak yang beritikad baik. Penghapusan kegagalan dapat dilakukan sesuai dengan Pasal 38 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik: “Setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang menimbulkan kerugian baginya.” Dalam hal ini, penyelesaian sengketa dapat dilakukan melalui arbitrase atau badan penyelesaian sengketa alternatif lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Pada dasarnya ketentuan dalam UU Informasi dan Penyelenggaraan Elektronik sama dengan yang diatur dalam KUHPerdata, yang mengatur penyelesaian sengketa melalui dua jenis mekanisme penyelesaian sengketa: melalui hukum atau melalui

pengadilan; di luar pengadilan, yaitu melalui perundingan, mediasi, konsiliasi, arbitrase. (Sugiarto, 2020)

2) Pada Skripsi yang ditulis oleh Pontynindya Hyang Adhisti Wulandari dengan judul “Perjanjian Tidak Tertulis Dalam Endorsement Antara Online Shop Alstuff Malang Dengan Selebgram Perspektif Hukum.” Pada skripsi ini membahas Endorsement online shop Alstuff Malang dengan selebgram bentuk perjanjiannya tidak secara formal. Perjanjian endorsement dilakukan dengan mengirimkan pesan di Instagram, WhatsApp atau dengan menghubungi nomor kontak yang tertera di biodata selebriti yang akan diajak bekerja sama. Pelaku komersial dan pemberi sertifikasi belum menyadari pentingnya menulis kontrak formal secara hitam putih, sehingga ketika dihadapkan pada masalah yang menyebabkan kerugian seperti hutang, para pihak kesulitan jika ingin melaporkan. Berdasarkan Pasal 1320 KUH Perdata, perjanjian persetujuan toko online Alstuff Malang dianggap sah dan mengikat secara hukum karena perjanjian tersebut menimbulkan suatu prestasi yang ditentukan dalam isi perjanjian, tergantung mengapa para pihak bertindak. Sepakat. Menurut kesepakatan, jawaban dari permasalahan yang ada adalah kewajiban atas tidak dipenuhinya hutang, yaitu kewajiban berdasarkan kontrak (contractual liability). Menurut Wahbah Al-Zuhaili, perjanjian persetujuan toko online Alstuff Malang dengan selebriti tersebut dianggap tidak sah. Karena bentuk kontraknya tidak tertulis secara resmi. Surat Al-Baqara, ayat 282-283, menyatakan bahwa perjanjian harus selalu dibuat secara tertulis dan akan digunakan sebagai alat bukti jika terjadi perselisihan di kemudian hari. Dan jika tulisan tersebut misalnya ditulis secara berurutan atau di atas

air atau di udara, atau tidak jelas secara informal, hanya berupa surat biasa yang tidak ditandatangani, seperti dalam perjanjian persetujuan toko online Alstuff Malang, maka perjanjian tidak sah.

- 3) Naely Syifa Fauziyah menulis dalam skripsi yang berjudul Perlindungan Hukum Bagi Selebgram Produk atau layanan yang melanggar telah disetujui. Hasil penelitian ini menunjukkan Menyatakan konsumen berhak atas jaminan hukum sebagaimana termaksud dalam Pasal 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 (UUPK), disebutkan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya untuk memberikan jaminan hukum kepada konsumen. Menurut penelitian tentang perlindungan hukum selebriti yang mendukung barang haram, penelitian menunjukkan bahwa suatu zat atau layanan melanggar ketentuan yang ada sebagai palsu atau ilegal, sanksi publik oleh pengusaha, dan mempromosikan populer, produk kosmetik palsu tidak dapat segera dituntut dan dituntut. , karena pihak yang bertanggung jawab penuh adalah pelaku usaha, karena itu tidak perlu diketahui bahwa kosmetik yang diperkenalkan oleh selebriti tersebut tidak berizin. atau kosmetik palsu. Jika program masyarakat menggugat, yaitu dengan mengajukan gugatan melawan hukum (PMH) berdasarkan Pasal 1365 KUHPdata. Gugatan diajukan untuk menguji itikad baik selebgram selama masa kampanye, karena penting untuk mengutamakan kejujuran, pengendalian diri dan kehati-hatian dalam pelaksanaan kesepakatan mengenai promosi yang dilakukan oleh selebgram. dengan pelaku usaha. (FAUZIYAH, 2020)

## E. Konsep Operasional

Didasari Oleh judul penelitian “Tinjauan Hukum Terhadap Perjanjian Baku Dalam Endorsement Di Akun Instagram Megi Irawan Dan Iwal Bani” oleh karena disini yang menjadi fokus penulis ialah tinjauan hukum perjanjian baku dalam kegiatan endorsement di akun instagram Megi Irawan dan Iwal Bani beserta Kendala-kendala yang muncul dalam penerapan perjanjian baku tersebut.

Hukum menurut Soeroso (R.Soeroso, 1992, p. 27) ialah, *“peraturan yang berupa norma dan sanksi yang dibuat dengan tujuan untuk mengatur tingkah laku manusia, menjaga ketertiban, keadilan, mencegah terjadinya kekacauan.”* (R.Soeroso, 1992)

Perjanjian menurut (Subekti, 1990) merupakan, *“suatu peristiwa dimana seseorang berjanji kepada yang lain, atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal.”* (Subekti, 1990).

Perjanjian Baku menurut (Muhammad, 1992, p. 6), yaitu, *“perjanjian yang menjadi tolak ukur yang dipakai sebagai patokan atau pedoman bagi setiap konsumen yang mengadakan hubungan hukum dengan pengusaha.”* (Muhammad, 1992)

Endorsement yaitu jenis pengiklanan memberdayakan selebgram sebagai pemikat sehingga tertarik terhadap barang/jasa tersebut. Sebagaimana Endorsement pada media sosial trend Saat ini merupakan bentuk kerjasama yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak. Kerjasama ini antara *online shop* dengan selebgram dikarenakan berfokus kepada penggemar dan pengikut si selebgram bertujuan meningkatkan penjualan bagi *online shop* tersebut. (Hardilawati, 2019)

Sebuah sosial media ialah sarana komunikasi satu sama lain dan dapat dilakukan secara jangkauan luas sehingga memudahkan manusia menerima informasi maupun interaksi sesama manusia.

#### **E. Metode Penelitian**

Penelitian ini berfokus kepada selebgram Megi irawan dan Iwal bani. Dalam penelitian mengembangkan bagaimana selebgram memahami Undang-Undang perdagangan online, dan juga memahami akibat dari melakukan pelanggaran. Karena selebgram kota pekanbaru masih sangat kurang memahami hukum dan hal ini yang peneliti jadikan salah satu indikator dalam penelitian skripsi. Tahapan yang penulis pergunakan ialah melalui pendekatan dan teknik pengumpulan data yang sesuai dengan judul penelitian.

Disisi lain selebgram terkhusus kota pekanbaru sering mengalami kendala-kendala dalam pekerjaan endorsement di instagram. Indikator ini juga menjadi pemanfaatan hukum perjanjian baku dan hukum UU ITE atau memanfaatkan hukum yang lain sehingga kendala-kendala yang diterima selebgram maupun perusahaan pemilik brand barang/jasa menemukan jalan penyelesaian.

Oleh karena itu penelitian ini mencoba merangkum dan mempertegas dalam melakukan endorsement diperlukan adanya sebuah kesepakatan yang dapat melindungi kedua pihak baik selebgram selaku pemasar barang dan jasa maupun pengusaha pemilik brand barang jasa yang berperan sebagai klien. Disini parameter yang berpengaruh ialah seberapa penting tinjauan hukum perjanjian baku yang diterapkan dalam kegiatan endorsement di akun instagram megie irawan dan iwal bani. Indikator hukum disini apakah

selebgram memahami hukum dari perjanjian baku dan menerapkan dalam kegiatan endorsement atau tidak.

#### 1. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian *observation research* menggunakan sistem *survey* dimana penelitian ini langsung dilakukan di lokasi penelitian melalui wawancara. Dilihat dari sifat penelitian ini ialah bersifat deskriptif yakni penelitian yang dimana tujuannya untuk menyajikan berupa gambaran lengkap baik mengenai aturan sosial, maupun memberikan data mengenai suatu kejadian sosial dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variable yang berkenaan dengan masalah atau yang diteliti.

#### 2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ialah dipekanbaru dipilihnya lokasi penelitian ini oleh peneliti dengan alasan karena di pekanbaru sendiri banyak pelaku usaha atau pembisnis online yang banyak menggunakan jasa endorsement.

#### 3. Populasi dan responden

adalah jumlah keseluruhan atau suatu himpunan objek dengan ciri yang sama. (sunggono,2007, p. 118).

Bagan uji populasi dan responden pada penelitian ini adalah :

Tabel  
Populasi dan Narasumber

NO	Populasi	Responden	Keterangan
1	Pelaku usaha / penjual online	10	sensus
2	Selebgram	2	sensus
	Total	12	

*Sumber riset : Pengolahan data di lapangan*

Narasumber ialah pihak yang berfungsi sebagai sampel dalam keberlangsungan jalannya penelitian. Adapaun target untuk dijadikan populasi dan sampel penelitian ini adalah :

1. Pelaku usaha / penjual online
2. Selebgram

Penelitian menggunakan tahapan wawancara kepada pihak pelaku usaha dan pihak selebgram.

#### 4. Sumber Data

Penelitian penulis lakukan dengan sumber data diperoleh dari :

##### a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan secara langsung oleh peneliti dengan metode pengumpulan data, peralatan penelitian dengan cara observasi dilapangan yaitu dipekanbaru, dengan melakukan wawancara kepada pelaku usaha maupun kepada selebgram yang berkenaan dengan perjanjian baku dalam *endorsement*.

b. Data Sekunder

Ialah data yang didapatkan pada berkas resmi, dan dapat juga ditemukan dalam buku perpustakaan lalu, buku-buku pendukung, Jurnal terkait, Naskah Undang undang berlaku, serta pendapat para ahli dari penelitian yang mirip dengan penelitian penulis, yang terdiri dari :

- a) Bahan hukum primer yaitu KUHPerdata.
- b) Bahan hukum sekunder
- c) Bahan hukum tersier
- d) Sumber-sumber pendukung lainnya baik dalam bentuk tulisan atau laporan.

5. Tahap Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan informasi dalam karya ini, penulis menggunakan metode literature review, yaitu metode pengumpulan informasi dengan mencari dan membaca literatur yang berkaitan dengan masalah hubungan kerja online, dengan menggunakan praktik validasi.

Penulis juga menggunakan metode survey yaitu ialah mekanisme pencarian informasi yang dilakukan berupa selebaran baik dalam populasi kecil maupun besar yang dimana ada keterkaitan dalam praktik hubungan kerja online menggunakan sistem Endorsement.

6. Penulis menggunakan metode analisis kuantitatif yang dimana metode ini berpatokan terhadap keakuratan dalam mengkalkulasi informasi yang diterima secara akurat. Sehingga dalam metode ini dituntut memiliki daya untuk menginterpretasikan data yang kompleks. Penulis melakukan pengumpulan informasi melalui wawancara langsung kepada selebgram

dan pelaku usaha. Tahapan ini bertujuan sebagai rangkuman informasi pengguna maupun pengusaha yang ikut didalam kegiatan jual beli Online menggunakan sistem Endorsement. Rangkuman data ini akan penulis pergunakan untuk menjadi dasar analisis dan pengembangan teori dari permasalahan dalam penelitian penulis.



## BAB II TINJAUAN UMUM

### A. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian Baku pada *Endorsement*

Layanan endorse selebgram, atau layanan selebgram, adalah bentuk promosi untuk mempromosikan merek dan produk Anda kepada audiens yang memiliki satu atau lebih selebgram di Instagram, atau lebih dikenal sebagai selebgram, dengan membayar perjanjian promosi yang disepakati dengan selebriti.

Menggunakan layanan selebgram akan membuka calon konsumen baru dari followers selebgram berbayar untuk menjadi konsumen suatu brand atau produk. Periode konfirmasi lain di Instagram dibayar untuk promosi Instagram. Namun, di Instagram berbayar, akun promosi berbayar tidak hanya ditautkan ke akun selebgram. Akun produk atau merek yang terkait dengan jumlah pengikut tertentu juga dapat dibayar untuk promosi Instagram.

Anda dapat mempromosikan merek atau produk Anda melalui layanan selebgram yang ada. Selebgram menawarkan layanan komunikasi murah dan promotor Instagram berbayar murah. Produk ini bertujuan untuk membawa lebih banyak keuntungan pada harga, produk atau merek yang lebih baik bagi pemilik merek. banyak orang yang dikenal dan dikenal oleh semakin banyak orang. Selain itu, pengikut selebgram berpotensi menjadi konsumen baru dari merek atau produk yang diusulkan.

Perjanjian konfirmasi antara Instagram dan pengkonfirmasi melalui media sosial Instagram dilakukan melalui media elektronik seperti WhatsApp, Line atau pesan langsung Instagram. Edmon Makarim menjelaskan bahwa transaksi elektronik, yaitu para pihak mengadakan hubungan hukum dalam bentuk kontrak elektronik dengan menggabungkan jaringan sistem informasi berbasis komputer dan sistem

komunikasi berbasis jaringan dan layanan telekomunikasi, yang selanjutnya difasilitasi. dengan tersedianya jaringan komputer global. (Edmon Makarim, 2005:255).

“KUHPer” mengatur dalam Pasal 1313 : “Perjanjian adalah tindakan menahan satu orang atau lebih oleh satu orang atau lebih.” Tingkah laku yang disebutkan dalam Pasal 1313 KUHPerdata ingin menunjukkan bahwa suatu kesepakatan hanya dapat dicapai dengan perbuatan nyata, baik berupa ucapan maupun perbuatan fisik, dan bukan hanya berupa pikiran (Kartini Muljadi, Gunawan Widjaja, 2002). :7).

Indonesia memiliki beberapa jenis perjanjian. Tidak semua kontrak yang ada secara khusus diatur dengan undang-undang, meskipun ada beberapa kontrak yang diatur dengan undang-undang.

Menurut Pasal 1313 KUHPerdata, satu pihak atau lebih mengikat satu orang atau lebih, sehingga mereka mempunyai hak dan kewajiban yang harus dipenuhinya. Termasuk endorser dan orang yang di-endorse harus melaksanakan hak dan kewajibannya, jika salah satu dari mereka lalai, melaksanakan tetapi tidak menaati perjanjian, atau tidak melaksanakan sama sekali, maka dinyatakan bahwa salah satu pihak telah melanggar akad atau wanprestasi.

Menurut ketentuan Kitab Undang-undang Hukum Perdata sebaliknya pada dasarnya dapat dikatakan bahwa apabila para pihak mencapai kesepakatan, maka kesepakatan itu telah terjadi, kecuali dapat dibuktikan bahwa kesepakatan itu terjadi karena kelalaian atau paksaan atau penipuan. Pasal 1321 KUHPerdata mengatur: “Perjanjian itu tidak sah jika perjanjian itu salah, atau diperoleh dengan paksaan atau penipuan.” Walaupun tidak ada perjanjian yang sah, bukan berarti perjanjian itu tidak sah karena memang suatu perjanjian, tetapi hanya karena perjanjian itu salah,

memaksa, atau curang (Ahmed Miru dan Sakka Pati, 2008: 69).

Pasal 1320 KUHPerdara mengatur tentang syarat-syarat kontrak. Empat syarat berikut diperlukan agar perjanjian itu sah:

1. Saya setuju dengan mereka yang mengikatkan diri;
2. Kemampuan untuk membidik;
3. Suatu hal tertentu;
4. Alasan yang sah.

Merujuk pada syarat sahnya kontrak dalam Pasal 1320 KUHPerdara, syarat pertama dapat dijelaskan dengan kesepakatan para pihak dalam kontrak atau kesepakatan tentang pokok-pokok kontrak. (PNH Simanjuntak, 2009:334).

Pasal 1321 KUHPerdara mengatur bahwa suatu perjanjian yang diberikan karena kesalahan atau diperoleh dengan paksaan atau penipuan adalah tidak sah.

Syarat kedua untuk sahnya perjanjian adalah kemampuan untuk melakukan sesuatu. Pasal 1330 KUHPerdara mengatur bahwa setiap orang boleh dipekerjakan di luar kedudukan hukum. Bagi mereka yang tidak setuju, Pasal 1330 KUHPerdara, ini adalah:

- 1 anak kecil;
- 2 Orang yang dikendalikan;
- 3 Wanita yang sudah menikah dalam hal-hal yang ditentukan oleh hukum..

Tujuan sesuatu dapat disimpulkan dari Pasal 1332 dan Pasal 1333 KUHPerdara. Pasal 1332 mengatur bahwa “hanya barang-barang yang dapat diperdagangkan yang dapat menjadi subyek perjanjian”, sedangkan Pasal 1333 KUHPerdara mengatur bahwa “perjanjian harus mempunyai sekurang-kurangnya satu klien berupa suatu jenis proyek tertentu. tidak perlu ditentukan, asalkan bisa Konfirmasi saja atau hitung jumlahnya.”

Alasan hukum dapat diartikan bahwa isi perjanjian tidak dilarang oleh undang-undang, juga tidak bertentangan dengan tata krama dan ketertiban umum. Demikian kesimpulan yang ditarik dari Pasal 1337 KUHPerdara. Selain itu, Pasal 1335 KUHPerdara menetapkan bahwa “perjanjian yang dibuat tanpa sebab, atau suatu perjanjian yang dibuat dengan alasan yang salah atau dilarang, tidak mempunyai kekuatan.” Artinya, suatu perjanjian yang dibuat tanpa sebab, atau suatu perjanjian yang dibuat dengan alasan yang salah atau dilarang. . itu tidak valid dalam hukum.

Dari klausul-klausul di atas, dapat disimpulkan bahwa suatu perjanjian dibuat secara bebas oleh semua pihak, dan siapa saja dapat dengan bebas menentukan isi dan bentuk perjanjian tersebut. Namun, dalam semua peraturan tersebut, perjanjian tersebut harus memenuhi persyaratan perundang-undangan dan tidak boleh melanggar tata krama dan ketertiban umum.

Meskipun pengesahan perjanjian dilakukan melalui media online, namun harus mengacu pada ketentuan KUHPerdara. Berdasarkan keterangan yang diperoleh penulis, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar perjanjian persetujuan memenuhi persyaratan hukum KUH Perdata tersebut di atas.

Para pihak dalam perjanjian ratifikasi, tentu saja, adalah ratifier dan assertors yang terlibat langsung dalam proses persetujuan. Meskipun beberapa juru bicara menggunakan pihak ketiga atau wali sebagai pihak ketiga dalam bentuk manajemen selebriti. Adapun kemampuan untuk mencapai kesepakatan, tentu saja menyenangkan. Karena para pihak harus bisa mencapai kesepakatan. Sekalipun ada pihak-pihak kecil, seperti pembicara di bawah umur, kontrak harus diteruskan kepada pihak ketiga melalui perantara atau orang tua.

Salah satu hal dalam perjanjian endorsement adalah pembelian jasa endorsement oleh endorser. Tentu saja, ada objek transaksi dalam perjanjian, yang dapat berupa barang atau jasa. Perjanjian pengesahan mengandung muatan hukum, yaitu Jangan memperdagangkan barang ilegal. Beberapa persetujuan persetujuan berisi klausul yang secara eksplisit menyatakan bahwa juru bicara tidak menerima barang palsu, obat-obatan terlarang, atau barang lain yang tidak diizinkan oleh undang-undang.

Menurut Pasal 17 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 dan Pasal 17 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, kontrak elektronik adalah kesepakatan yang dicapai antara para pihak melalui sistem elektronik. Pasal 18 (1) UU ITE juga menyatakan: "Transaksi elektronik yang diatur dengan kontrak elektronik mengikat para pihak." Kontrak persetujuan adalah jenis kontrak elektronik yang muncul karena adanya penawaran dan penerimaan. Perjanjian ratifikasi mengikat kedua belah pihak untuk ratifikasi dan persetujuan.

Kontrak elektronik yang diperoleh secara online oleh kedua belah pihak dapat digunakan sebagai bukti hukum yang mendasar dan efektif. Menurut Pasal 5 UU ITE, sebagai berikut:

1. Informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik dan/atau salinannya yang dicetak merupakan alat bukti yang sah;
2. Informasi dan/atau berkas elektronik dan/atau hasil cetaknya sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan perpanjangan dari alat bukti yang sah sesuai dengan hukum acara yang berlaku di Indonesia;

3. Informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik adalah sah apabila menggunakan sistem elektronik sesuai dengan ketentuan undang-undang ini.

Menurut undang-undang ITE tersebut di atas, dapat ditentukan bahwa perjanjian endorsement adalah sah dan mempunyai kekuatan hukum. Perjanjian endorsement merupakan salah satu bentuk perjanjian elektronik. Hampir semua persetujuan persetujuan ditulis di media elektronik, bukan di atas kertas.

Pasal-pasal baku perjanjian juga diatur dengan undang-undang Nomor 8 tentang Perlindungan Konsumen tahun 1999 (selanjutnya disebut “UU Perlindungan Konsumen”).

Pasal 1(10) UU Perlindungan Konsumen mengatur bahwa klausula baku yang dimaksud adalah “pelaku komersial bersifat mengikat dan/atau wajib dilakukan oleh konsumen”. (Zakia, 2011: 71).

Pada umumnya ketentuan baku kontrak dilaksanakan oleh pihak-pihak yang memiliki posisi pasar yang lebih kuat dari konsumen. Sehubungan dengan perjanjian konfirmasi, orang yang menyetujui biasanya memiliki posisi pasar yang lebih kuat, sedangkan konsumen yang menyetujui memiliki posisi pasar yang lebih lemah. Ketidakseimbangan ini diatur lebih lanjut oleh Pasal 18 UU Perlindungan Konsumen tentang pencantuman ketentuan standar.

UU Perlindungan Konsumen mengatur sejumlah ketentuan yang melarang pencantuman klausula baku dalam kontrak. Secara khusus, Pasal 18.1 UU Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa pedagang yang menyediakan barang dan/atau jasa untuk diperdagangkan dilarang membuat ketentuan dalam setiap dokumen dan/atau kontrak dalam hal-hal sebagai berikut:

- 1) Mengumumkan pengalihan tanggung jawab operator;
- 2) Pernyataan bahwa operator berhak menolak pengembalian barang yang dibeli oleh konsumen;
- 3) Pernyataan bahwa penyelenggara berhak menolak pengembalian pembayaran yang dilakukan konsumen atas barang dan/atau jasa yang dibeli;
- 4) Mengumumkan bahwa konsumen diperbolehkan untuk memberikan kepada pelaku komersial, baik langsung maupun tidak langsung, semua transaksi yang melibatkan barang yang dibeli sebagian oleh konsumen;
- 5) Mengatur sertifikasi item pembelian barang atau jasa konsumen;
- 6) Memberikan hak kepada badan usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi objek jual beli jasa;
- 7) menyatakan bahwa pada saat menggunakan jasa yang dibeli konsumen tunduk pada peraturan berupa perubahan baru, tambahan, terus menerus dan/atau lanjutan yang dilakukan secara sepihak oleh badan usaha;
- 8) Menyatakan bahwa konsumen mengizinkan pelaku perdagangan untuk menggadaikan, menjaminkan, barang yang dibeli sebagian oleh konsumen.

Pasal 18 ayat 2 UU Perlindungan Konsumen menyatakan: Pelaku usaha dilarang mencantumkan ketentuan baku yang sulit dilihat atau dibaca dengan jelas atau sulit dipahami dari segi letak atau bentuknya.

Kekuatan hukum suatu perjanjian ratifikasi terlihat pada keabsahan perjanjian itu sendiri. Sebagaimana dijelaskan di atas, keabsahan suatu perjanjian tercermin dalam sejumlah peraturan perundang-undangan. Salah satunya adalah keabsahan kontrak harus memenuhi syarat-syarat yang ditentukan dalam KUHPerdara. Pasal 1320 merupakan acuan utama dalam menilai keabsahan suatu kontrak. Dimana pasal

tersebut menjelaskan tentang syarat-syarat kontrak.

Hukum perdata mengadopsi beberapa prinsip dasar yang harus diterapkan dalam penyusunan kontrak untuk menghindari unsur-unsur yang dapat merugikan para pihak dalam kontrak. Salah satu prinsip tersebut adalah prinsip kebebasan berkontrak (Syahmin AK, 2011:4).

Udin Silalahi mengatakan bahwa asas kebebasan berkontrak bagi setiap orang memiliki dua arti sekaligus, yaitu kebebasan membuat perjanjian dan kebebasan membentuk isi kontrak. (M. Udin Silalahi, 2003: 92). Asas kebebasan berkontrak sebenarnya melanjutkan asas persamaan senjata sebagai dasar hubungan keperdataan, yang berbeda dengan hubungan sosial antara atasan dan bawahan. (M Faiz Mufidi, 2008:24).

Kebebasan kontrak memberikan setiap badan hukum hak untuk menyimpulkan dirinya sebagai pihak dalam kontrak. Fungsi kontrak sebagai tempat peralihan hak dan kewajiban dalam berbagai kontrak dapat dilaksanakan dengan lancar berdasarkan asas ini. Para pihak yang membuat kontrak berarti bahwa kontrak tersebut menjadi hukum mereka, dan hubungan yang terjalin dalam kontrak adalah sah. (Silvia Riyani, 2011:83).

Jika dikaitkan dengan asas kebebasan berkontrak, perjanjian endorsement yang biasanya memuat klausula baku dapat dikatakan tepat. Hanya ada beberapa hal yang akan menyebabkan perjanjian endorsement melanggar prinsip kebebasan berkontrak. Jika perjanjian endorsement mengandung klausula pengecualian atau klausula pengecualian, maka hal itu disebut wanprestasi.

## B. Tinjauan Umum Undang-Undang Informasi Dan Teknologi

Undang-Undang Informasi dan Penyelenggaraan Elektronik adalah undang-undang yang mengatur tentang Informasi Elektronik dan Transaksi Elektronik. Informasi Elektronik tulisan, suara, gambar, peta, desain, foto, electronic data exchange (EDI), e-mail (e-mail/e-mail), telegram, teleks, teletype atau sejenisnya, olahan surat, tanda, angka, akses kode, perforasi yang masuk akal atau dapat dipahami oleh tokoh atau orang yang dapat memahaminya. Sedangkan Transaksi Elektronik adalah transaksi yang sah dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.

### Pasal-Pasal Dalam UU ITE

Keberadaan UU ITE memang sangat pesat dalam kehidupan manusia, apalagi dengan perkembangan zaman. Namun dengan segala fungsi dan tujuan berlakunya UU ITE tersebut, masih terdapat permasalahan pada kontennya. Sejak disahkannya UU ITE, penghinaan terhadap pengguna internet di Indonesia meningkat secara signifikan.

Intinya Indonesia memiliki letak geografis yang menjadi tantangan untuk meningkatkan akses keadilan bagi tersangka/terdakwa. Selain masalah kondisi geografis, ketersediaan advokat yang memahami persoalan internet juga tidak cukup, terutama advokat yang memberikan nuansa terkait hak asasi manusia dalam kasus pidana tersebut.

Menurut laporan Institute for Criminal Justice Reform, ada masalah dalam Pasal 27 ayat 3. Paragraf 1 Pasal 45 UU ITE, karena sejumlah istilah dalam pasal tersebut, seperti distribusi dan transmisi, merupakan istilah teknis yang praktis tidak sama di dunia teknologi informasi dan di dunia nyata. Model perumusan tindak pidana dalam Pasal 27 ayat 3. Paragraf 1 Pasal 45

UU ITE memiliki konsekuensi, karena dalam praktiknya Pengadilan memutuskan untuk merumuskan kejahatan secara berbeda.

Menurut pernyataan Jaringan Kebebasan Berekspresi Asia Tenggara, beberapa masalah terkait UU ITE dibahas dalam Pasal 27 hingga 29 UU ITE tentang Kejahatan Dunia Maya, serta dalam Pasal 26, Pasal 36, Pasal 40 dan Pasal 45 terkait dengan penafsiran hukum bahwa perumusan substansi tidak kaku (karet) dan tidak tepat serta menimbulkan ketidakpastian hukum (multitafsir).

Selain itu, kurangnya pemahaman aparat penegak hukum di lapangan. Yang terakhir adalah dampak sosial dari pasal-pasal tersebut, yang dapat menimbulkan akibat negatif seperti arena balas dendam, pertukaran, tetapi juga sebagai alat untuk terapi kejut dan memberikan efek pendinginan.

### **C. Tinjauan Umum Penggunaan Jasa *Endorsement***

Menggunakan jasa endorse selebgram memiliki keuntungan tersendiri. Selain brand awareness produk pemilik brand menjadi lebih tinggi, keuntungan lain bisa pemilik brand dapatkan dengan menggunakan *selebgram services* yang ada.

Setiap selebgram mencantumkan harga jasa mereka di ikon profil atau setelah melakukan pembicaraan secara langsung antara selebgram dengan pemilik brand. Jadi, pemilik brand bisa dengan mudah memilih jasa endorse selebgram yang tidak hanya sesuai kebutuhan, tapi juga ramah kantong. Tidak ketinggalan fitur chat yang mempermudah pemilik brand dengan selebgram dalam mengenal beberapa kandidat selebgram tersebut setelah memiliki kesepakatan terlebih dahulu. Setelah melakukan komunikasi inilah selebgram dan pemilik brand melakukan pembuatan kontrak kerja untuk memulai kerjasama tersebut. Pada saat pembuatan kontrak kerja ini melibatkan manager/ kuasa hukum masing-masing. Namun dalam lingkup megik dan iwal lebih

menggunakan kekeluargaan tanpa melibatkan pihak dinas terkait.

Banyaknya penyedia layanan yang menyetujui selebriti yang ada memberi pemilik merek banyak pilihan. Artinya layanan dan harga yang ditawarkan juga semakin kompetitif. Dengan demikian, peluang mendapatkan layanan selebgram yang sesuai dengan kebutuhan Anda semakin besar.

#### **D. Tinjauan Hukum Online Jasa Endorsement**

##### **1. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan Akad *As-Salam* Dalam Transaksi Perdagangan *Online***

Transaksi (kontrak) merupakan elemen penting untuk perikatan. Dalam hukum Islam, persoalan transaksi komersial dalam sengketa ini sangat ketat dalam penerapan perdagangan online atau e-commerce, yang membuktikan bahwa keberadaan transaksi e-commerce tidak boleh dihindari dan tidak boleh dibiarkan di semua bidang. Kehidupan manusia (Muslim), karena itu sangat penting, transaksi e-commerce berada dalam satu kesepakatan (Cjamil, 2011).

Transaksi as-salam adalah suatu bentuk transaksi dengan sistem pembayaran tunai/seizeiwaln, tetapi penyerahan barang ditangguhkan. Sedangkan transaksi hand-to-hand adalah suatu bentuk transaksi dengan sistem pembayaran reguler atau ditangguhkan berdasarkan kontrak, dan penyerahan barang ditangguhkan (Ramadan, 1998).

Menurut Al-Qur'an dan Sunnah, operasi as-salam diperbolehkan. Ibnu 'Abbas berkata: "Saya bersaksi bahwa Salaf, yang dijamin untuk jangka waktu tertentu, diizinkan oleh Allah dalam Kitab-Nya dan diizinkan dengan izin-Nya." Kemudian, dalam ayat 282 Surat al-Baqara, Allah membacakan firman Allah, yang SWT anjurkan kepada orang-orang beriman secara tunai untuk jangka waktu tertentu dan wajib ditulis.

Kehadiran saksi dan perwakilan tidak diperlukan dalam operasi perdagangan as-salam, tetapi tidak akan merugikan atau membatalkan operasi jika diperlukan, bahkan kehadiran saksi dalam operasi salam sangat dianjurkan. Karena dikhawatirkan dikemudian hari akan terjadi perselisihan atas kejadian yang disengaja atau tidak disengaja dari salah satu pihak

## 2. Tinjauan Hukum Positif Terhadap Transaksi Perdagangan Online (Endorsement)

Sehubungan dengan perdagangan dalam pembahasan ini, maka penyelenggaraan perdagangan online berdasarkan hukum positif yang berlaku di Indonesia, atau e-commerce, diakui sebagai asas hukum kontrak dalam transaksi perdagangan. Hal ini dijelaskan dalam Buku III KUHPerdara, yang mengakui tiga prinsip dasar untuk membuat dan melaksanakan kontrak.

Pertama, prinsip kebebasan kontrak dan sistem terbuka dalam transaksi perdagangan online atau e-commerce. Salah satu hukum perjanjian adalah asas kebebasan berkontrak (freedom of contract). Artinya para pihak bebas untuk menyepakati dan mengatur sendiri isi kontrak tersebut. Asas kebebasan berkontrak merupakan cerminan dari sistem hukum kontrak terbuka. Hukum kontrak dikatakan terikat dengan sistem terbuka, yaitu hukum kontrak memberikan kebebasan seluas-luasnya kepada masyarakat untuk membuat kontrak dalam bentuk apa pun, selama tidak melanggar aturan paksaan, ketertiban umum, norma-norma adat dan norma moral.

Kedua, prinsip konsensualisme. Asas konsensualisme diterapkan dalam hukum kontrak. Asas konsuler berasal dari kata “consensus” yang berarti persetujuan. Asas perjanjian merupakan dasar perjanjian dan kewajiban yang timbul sejak perjanjian itu dicapai. Dengan demikian, berdasarkan prinsip ini,

suatu kontrak dianggap sah jika menyepakati hal-hal pokok dan tidak memerlukan formalitas tertentu selain perjanjian yang mensyaratkan formalitas tertentu oleh undang-undang.

Asas konsensualisme yang berlaku umum dalam Pasal 1320 KUHPerdara:

“Sebuah kontrak yang dibuat secara sah mensyaratkan empat syarat”, yaitu:

1. Setuju dengan mereka yang mengikatkan diri;
2. Kemungkinan kesepakatan;
3. Suatu hal tertentu;
4. Alasan yang sah.

Ketiga, prinsip itikad baik. Ada asas jujur yang terbagi menjadi 2 (dua) dalam hukum kontrak, yaitu:

1. Niat baik dalam arti subjektif yaitu kejujuran yang merupakan sikap batin seseorang dalam menjalin hubungan hukum yang dapat dipercaya.
2. Niat baik dalam arti objektif adalah kebenaran isi perjanjian.

Dalam hal tidak terpenuhinya kondisi subjektif, kontrak dapat diakhiri atas permintaan pihak yang berhak membatalkan. Namun jika para pihak tidak berkeberatan, maka perjanjian tersebut dianggap sah. Jika syarat objektif tidak terpenuhi, maka akad dapat menjadi tidak sah, yaitu dianggap bahwa akad tidak pernah dibuat sejak awal.

Dengan demikian, dalam Hukum Positif, transaksi online atau e-commerce dapat diterapkan berdasarkan ketentuan dan prinsip-prinsip yang terdapat dalam KUHPerdara dan pada umumnya serupa dengan hukum Islam dalam hal akad dan syarat-syarat perdagangan online. atau khususnya perjanjian transaksi e-commerce.

## **E. Tinjauan Umum Penerapan hukum dalam endorsement**

Keabsahan suatu kontrak pengesahan dapat dianalisa sesuai dengan syarat-syarat kontrak dalam Pasal 1320 KUHPPerdata. Jika syarat-syarat kontrak itu satu persatu diperhatikan, maka dapat dikatakan bahwa unsur kesepakatan dalam perjanjian pengesahan ini telah terpenuhi, sebagaimana para pihak pada umumnya telah sepakat untuk melakukannya tanpa paksaan, pengendalian atau penipuan. Namun, dalam beberapa kasus, misalnya, jika perjanjian persetujuan dipaksakan dengan paksaan dan ancaman, perjanjian tersebut dapat dihentikan. Dapat dikatakan bahwa perjanjian ini memenuhi unsur kompetensi ini, sepanjang para pihak dinyatakan diberi kuasa oleh undang-undang.

Perjanjian ini tidak dilaksanakan oleh mereka yang dianggap tidak cakap secara hukum, yaitu oleh anak di bawah umur dan walinya (Pasal 1330 KUHPPerdata). Dapat dikatakan bahwa suatu unsur dari suatu hal tertentu telah terpenuhi, karena jika dilihat dari objek persetujuan ini sudah ada. Ini berarti bahwa pokok bahasan persetujuan ditentukan terlebih dahulu.

Dapat dikatakan bahwa unsur sebab yang sah terpenuhi jika persetujuan ini tidak bertentangan dengan hukum, tata krama dan ketertiban umum (Pasal 1337 KUHPPerdata). Namun dalam praktiknya terdapat perjanjian penegasan yang melanggar undang-undang yaitu perjudian online yaitu melanggar Pasal 303 KUHP dan Pasal 27 ayat 2 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Akibat hukum dari tidak ditaatinya syarat keempat ini dalam perjanjian penegasan tersebut adalah tidak sah.

## BAB III

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Pelaksanaan Perjanjian Baku Endorsement Barang Atau Jasa Pada Akun Instagram Megi Irawan Dan Iwal Bani

Pada masa ini, e-commerce semakin berkembang di masyarakat. Di zaman modern ini, masyarakat menginginkan adanya mekanisme yang memudahkan pelaksanaan kegiatan yang semakin beragam dengan bantuan perkembangan teknologi dan informasi, Instagram menawarkan mekanisme yang relatif cepat, mudah dan murah sebagai salah satu pasar kegiatan e-commerce. Salah satunya dengan menjual barang, dan para pelaku perdagangan online, baik perusahaan besar maupun UKM, dapat menerapkan strategi pemasaran dengan menggunakan sistem elektronik.

Kontrak persetujuan merupakan salah satu bentuk e-commerce yang memiliki dampak positif dan negatif, sisi positifnya adalah memudahkan masyarakat dalam proses jual beli barang dan jasa, yang mengakibatkan banyak permasalahan moral, seperti kejujuran dan kebaikan. Keyakinan. setiap sisi. Persetujuan persetujuan adalah kesepakatan antara anggota komunitas dan anggota komunitas yang menerima produk dari anggota komunitas yang perlu mempromosikan produk.

Ada 4 jenis perjanjian ini:

1. Celebrity recognition mengacu pada orang-orang yang telah mencapai tingkat popularitas atau popularitas karena keberhasilan mereka dalam iklan, olahraga, hiburan, atau bidang media lainnya. Jenis dukungan ini paling sering digunakan oleh perusahaan besar yang terlibat dalam kampanye jutaan dolar. Namun, bisa juga digunakan oleh perusahaan

kecil yang bergerak di bisnis lokal dan regional. Itu dapat diperoleh dengan harga lebih rendah daripada selebriti "kelas dua", atlet lokal, tokoh media, pemilik berita, dan masyarakat umum.

2. Expert Presentation, bentuk periklanan ini menekankan pada pendapat para ahli yang sudah terkenal, interpreter ahli harus mengevaluasi proses dengan menggunakan teknik yang tepat dan memenuhi persyaratan di bidang yang relevan. Dukungan tersebut juga harus memberikan bukti pendukung berupa pengujian, penilaian atau perbandingan produk.
3. Pakaian Konsumen, perjanjian ini mencerminkan pengguna sebenarnya dari produk dan jasa yang dijual. Iklan menggunakan umpan balik pelanggan dan harus mencerminkan pengalaman pelanggan yang berbeda tentang perasaan dan temuan konsumen yang sebenarnya.
4. Persetujuan Organisasi, persetujuan Organisasi, harus mencerminkan konsensus organisasi dan sesuai dengan standar persetujuan resmi organisasi. Selain itu, organisasi terkait harus independen (tidak dibuat seluruhnya atau sebagian untuk tujuan mempromosikan produk atau layanan perusahaan periklanan).

Instagram adalah aplikasi berbagi gambar yang memungkinkan pengguna untuk mengabadikan momen yang mereka inginkan, menerapkan efek, dan membagikannya kepada orang lain. Fungsi utama berbagi foto Instagram secara bertahap berkembang menjadi salah satu tempat strategis bagi pelaku komersial online untuk memasarkan produknya sebagai katalog majalah. Ada berbagai macam barang promosi mulai dari baju, sepatu, tas, perlengkapan dan aksesoris makeup, mainan, aksesoris bahkan makanan. Buat publik figur yang kemudian

dikenal sebagai "selebgram" di Instagram dengan fitur like dan comment di foto seseorang. Kehadiran selebgram yang memiliki jumlah followers yang banyak dan feedback positif di akun Instagram membuka peluang bagi para pelaku online trading yang melihat target pasar di akun media sosialnya.

Hondius adalah konsep janji tertulis di bawah perjanjian standar. Konten dikompilasi tanpa diskusi dan umumnya dituangkan ke dalam sejumlah kontrak yang bersifat tertentu. Ia kemudian menyatakan bahwa kontrak baku adalah kontrak yang isinya dibakukan dan dinyatakan dalam bentuk.

Kehadiran selebgram di Instagram di media sosial menjadi sosok paling berpengaruh di dunia maya, karena ada ratusan ribu pengikut dan calon konsumen yang diincar oleh pelaku komersial. Penggunaan afiliasi selebriti di media sosial dinilai efektif oleh para pebisnis karena postingan selebriti akan selalu diperhatikan oleh pengikutnya. Teks yang tak terhapuskan akan menjadi media iklan permanen dan bisa menjadi media iklan reaktif.

Pengaruh media sosial khususnya Instagram membuat pembentukan sebuah brand menjadi mudah, bisnis yang dibuat hanya dengan satu klik mouse dapat dikenal oleh seluruh dunia. Kegiatan promosi di media sosial Instagram tidak sesederhana di dunia nyata, karena dunia maya online membawa resiko yang lebih besar setiap menitnya bagi para pelaku bisnis.

Penggunaan endorsement sebagai strategi usaha bagi pelaku usaha tidak hanya sebagai sarana mempromosikan barang atau jasa, tetapi juga menanamkan citra produk yang ditawarkan kepada konsumen dan calon konsumen. Pelaku komersial harus berhati-hati dalam memilih selebriti, memperhatikan beberapa hal, termasuk pengaruh yang mungkin dimiliki selebriti terhadap pemikiran

konsumen karena persepsi konsumen, penampilan fisik selebriti, dan ekspresi pengaruh selebriti. Tugas utama para selebgram ini adalah menciptakan hubungan yang baik antara selebgram dengan produk yang diiklankan sehingga dapat menciptakan hubungan yang positif antar konsumen.

Sebagai produsen yang mempresentasikan produknya di media sosial, para pelaku jual beli online memiliki kesulitannya masing-masing, barang yang ditawarkan disini hanya berupa gambar katalog, sehingga perlu adanya perwakilan dan program khusus. Ketika para pebisnis online memilih selebgramnya, pertamanya mereka melakukan riset, yang menghasilkan uang paling banyak ada di media sosial Instagram, kemudian melakukan survei tentang aktivitas dan interaksi selebgram yang menjanjikan di akun Instagram mereka. Setelah melihat tingkat popularitas selebgram yang menjanjikan di media sosial, para pelaku bisnis melihat ketertarikan para pelaku masa depan terhadap produk yang mereka jual, cocok atau tidaknya untuk pelaku komersial. Jika cocok, para pebisnis umumnya akan menghubungi selebgram yang menjanjikan.

Pelaku komersial online akan menawarkan kerjasama kepada publik figur untuk memasarkan produknya. Tokoh masyarakat ini kemudian diminta untuk memberikan persetujuan janji temu atau review produk dengan mengonsumsi atau menggunakan produk tersebut, berharap memiliki lebih banyak pengikut, dan mendokumentasikan produk yang dikonsumsi atau digunakan. pada akun Instagram tokoh masyarakat yang tertarik dengan produk tersebut. Cara ini tidak dilakukan secara gratis, karena akan ada interaksi yang akan didapatkan oleh para selebgram berupa beberapa produk dari para pebisnis yang meminta persetujuan. Dibandingkan dengan iklan, sistem ini memiliki kelebihan karena selebriti memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap audiens atau penggemarnya.

Pengikut ini cenderung meniru apa yang dilakukan idola. Penegasan lebih lanjut kerjasama dengan publik figur ini akan berdampak pada peningkatan penjualan produk dari para pelaku bisnis jika semakin banyak orang atau penonton yang ingin mengikuti gaya selebgram.

Mekanisme yang harus ditempuh oleh para pemain online trading saat melakukan kerjasama afiliasi berbeda-beda. Beberapa figur publik Instagram mengelola sendiri jika memiliki toko online yang ingin menawarkan kerjasama verifikasi. Ada juga selebgram dengan pihak ketiga atau pimpinannya sendiri yang akan mengelola kolaborasi wakaf ini.

Dalam praktiknya, mekanisme kerja sama verifikasi adalah pelaku jual beli online yang dapat terhubung dengan data atau biodata selebriti di akun Instagram. Trader dapat menghubungi kami melalui email, program obrolan, dan lingkungan lain yang terdaftar untuk meminta persyaratan konfirmasi dari program.

Kerjasama endorsement Sebagai aturan, dilakukan melalui pembawa elektronik, dalam praktiknya disepakati dengan kontrak elektronik, yang standar pada prinsip "ambil atau tinggalkan". Kerjasama verifikasi dilakukan oleh selebgram atau pihak ketiga (manajemen), sehingga pelaku usaha yang mengajukan secara online hanya dapat menerima atau menolak persyaratan yang diberikan oleh selebgram pada saat mengajukan kerjasama.

Sistem endorsement Penawaran pada dasarnya terbagi menjadi dua, yaitu sistem gratis atau free approval dan sistem berbayar atau paid approval. Persyaratan selebgram juga bermacam-macam, dan biasanya selebgram yang akan memilih produk yang diinginkan. Nilai kerjasama juga ditentukan oleh program

yang bervariasi antara ratusan ribu juta rupiah berdasarkan jumlah penonton atau pasar yang dimiliki selebgram, karena berbanding lurus dengan penjualan produk yang lebih besar.

Perjanjian endorsement yang dilakukan antara selebgram Megi Irawan di bawah akun instagram @megiirawan dengan pelaku bisnis online toko sepatu lokal sebagai Pelaku usaha online di bawah akun @bdlsecond.store yang bergerak dalam bisnis sepatu. Pada awalnya pelaku usaha online menghubungi megie yang menyediakan jasa endorsement melalui e-mail, kemudian oleh megie memberikan persyaratan dalam bekerja sama melalui manager megie, yaitu:

1. Harga fee :  
Opsi 1 : Rp. 300.000 – Rp. 500.000 per snapgram  
Opsi 2 : Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 per postingan
2. Produk dipilih oleh pelaku usaha
3. Foto akan diunggah dalam kisaran waktu 1-2 minggu (normal), bergantung kondisi selebgram.

Berdasarkan hasil dari wawancara dengan salah satu selebgram bernama megie pada hari minggu, tanggal 24 januari 2021 pukul 20.00 WIB. Beliau mengatakan bahwa *“endorsement itu adalah bentuk promosi di media sosial terhadap barang yang akan di perkenalkan kepada viewer/netizen agar tertarik untuk membeli barang tersebut.”*

Megie menambahkan bahwa suatu kerjasama dimulai melalui, *“Proses Perkenalan melalui media sosial, pihak klien melakukan kontak dengan saya untuk memohon kerjasama lalu kita bertukar nomor handphone antara pihak klien*

*dengan pihak manager saya. Lalu dilakukan pembicaraan mengenai barang apa yang harus kita promosikan melalui media sosial saya, lalu dilakukan pembicaraan mengenai pembayaran atas jasa yang saya lakukan tersebut dan dilakukan suatu kesepakatan. Setelah kedua pihak sepakat maka endorsement terjadi.”*

Endorsement menurut selebgram ini dibagi dua jenis yaitu pemasaran lokal dan pemasaran skala besar. Pemasaran lokal ialah bentuk endorse barang yang dalam skala pendek, biaya kecil, dan biasanya proses kerjasama dilakukan secara ngobrol langsung atau kekeluargaan.

Endorsement yang pemasaran skala besar ini merupakan jenis yang melibatkan nama perusahaan besar. Skala kerjasamanya juga panjang, biaya yang diterima besar, dan proses kerjasama disini menggunakan kontrak kerja untuk melindungi pihak selebgram dan juga pihak perusahaan pemilik nama barang tersebut.

Megi juga menjelaskan, “Didalam kontrak kerja endorsement yang pemasaran skala besar megie menggunakan Perjanjian Kerja Bersama (PKB) yang didalamnya terkandung undang undang perjanjian baku serta undang-undang nomor 8 tahun 1999 yang melindungi hak dan kewajiban baik pihak selebgram maupun pihak perusahaan.

Perjanjian kerja tersebut disepakati oleh kedua belah pihak, yang didalamnya mengatur :

- a. Upah yang diterima selebgram
- b. Bentuk promosi yang dikehendaki pihak perusahaan

- c. Jenis barang yang akan dipromosikan
- d. Berapa lama durasi yang diinginkan dalam proses promosi barang.
- e. Serta aturan hukum yang berlaku.

Lina Jamilah menyatakan bahwa perjanjian baku/standar tidak dapat dikatakan sepenuhnya memenuhi prinsip kebebasan berkontrak karena terdapat klausul-klausul yang baku, tetap, dan tidak dapat ditawar-tawar, atau kurangnya pemahaman terhadap isi kontrak, dan tidak adanya kesepakatan dalam menentukan isi dan/atau syarat-syarat perjanjian, atau kurangnya kebebasan memilih, yang merupakan beban yang tidak wajar bagi salah satu pihak (dalam hal ini pihak yang menerima penawaran) (Lina Jamilah, 2012: 241) .

Meskipun asas kebebasan memberikan ruang bebas untuk memutuskan perjanjian mana yang akan dibuat, perjanjian baku adalah perjanjian sepihak, sehingga seringkali sepihak, yang tidak baik bagi pihak yang lemah. Perjanjian baku pada dasarnya kurang menguntungkan, namun untuk menyamakan kedudukan konsumen dengan pelaku komersial perlu memperhatikan batasan-batasan perjanjian baku. Selain itu, asas kebebasan juga dibatasi oleh KUHPdata karena dianggap tidak sejalan dengan unsur keadilan (M. Roesli, Sarbini, Bastianto Nugroho, 2019: 7).

Pada kerjasama endorsement dengan selebgram Iwal Bani, pelaku usaha online langsung menghubungi Iwal melalui direct message atau email terlebih dahulu. Kemudian, Iwal menanyakan produk apa yang akan di promosikan. Jika Iwal setuju maka pengusaha biasanya akan membuat pilihan untuk mempromosikan barang. Setelah itu, produk akan dikirim oleh pelaku usaha. Pembayaran jasa verifikasi dilakukan saat barang sudah dibeli oleh endorser dan foto sudah siap diunggah di akun Instagram selebriti tersebut. Pembayaran jasa

persetujuan selebgram Iwal Bani Rp. 100.000 - 300.000 Rp per snapgram.

Pernyataan diatas di tegaskan oleh pernyataan saudara Iwal Bani dalam wawancara tatap muka, yang menyebutkan bahwa *“Proses mulai kerjasama melalui Instagram lalu pihak klien melakukan DM apabila tertarik untuk dilakukan promosi makanan ataupun barang.”*

Sehingga dalam bekerjasama hanya diberlakukan komunikasi antara perwakilan iwal bani dengan pelaku usaha. Cara komunikasi yang dipergunakan ialah media Direct Message (DM) Instagram, email, maupun pesan elektronik Whattsap. Dikarenakan perlunya penerapan PSBB sehingga Iwal hanya menerima komunikasi dan pembicaraan kerjasama secara jarak jauh.

Penerapan harga pembayaran dilakukan Iwal dengan menawarkan terlebih dahulu, lalu pihak pemilik pelaku usaha melakukan diskusi untuk menyepakati jumlah yang disepakati kedua pihak. Ini di pertegas dengan pernyataan Iwal yaitu, *“Harga promosi dari kita yang menetapkan. Mengenai peletakan harga pembayaran sudah melalui pembicaraan dengan klien, sehingga setelah klien sepakat barulah proses promosi di akun sosial bisa dilakukan.”*

## **B. Penyelesaian Kendala-Kendala Perjanjian Baku Dalam Kerjasama Endorsement Pada Akun Instagram Megi Irawan Dan Iwal Bani**

Kontrak online ini tidak diatur secara khusus oleh undang-undang, tetapi tumbuh dan berkembang di masyarakat. Perjanjian persetujuan ini juga bisa disebut sistem perjanjian online, karena perjanjian model ini menggunakan data digital sebagai pengganti kertas dan data digital berfungsi sebagai alat untuk kontrak online. Salah satu keuntungan dari kontrak online adalah meningkatkan efisiensi skala, terutama

untuk perusahaan dan individu yang beroperasi di seluruh dunia. (Sjahputra, 2010)

Hukum menentukan bahwa kontrak yang sah memiliki kekuatan hukum. Semua kontrak yang dibuat secara hukum berlaku bagi mereka yang melakukannya. Kontrak dapat ditarik kembali dengan persetujuan kedua belah pihak atau sebaliknya karena alasan yang ditentukan oleh hukum. Setiap kesepakatan harus dibuat dengan itikad baik.

Istilah tersebut menunjukkan bahwa suatu kontrak itu sah berdasarkan hukum. Semua kontrak yang dibuat oleh hukum atau secara hukum mengikat. Yang diatur secara yuridis di sini adalah bahwa perbuatan kontrak harus memenuhi ketentuan Pasal 1320 KUHPerdara.

Pasal 1320 KUHPerdara menyatakan bahwa ada 4 (empat) syarat sahnya kontrak:

- (1) Ada kesepakatan bagi mereka yang mengikatkan diri
- (2) Kemampuan para pihak untuk terlibat
- (3) Pasti ada sesuatu yang istimewa
- (4) Harus ada alasan yang kuat (kekuatan),

Hal Ini adalah persyaratan subjektif dan objektif. Pasal 1321 KUHPerdara menyatakan bahwa jika suatu kontrak mengandung kesalahan, paksaan atau pemalsuan, itu menunjukkan bahwa ada cacat dalam kontrak antara para pihak dan oleh karena itu kontrak dapat diakhiri. Jika salah satu atau kedua belah pihak gagal memenuhi kewajibannya, kontrak dapat diakhiri. Hal ini dapat diakhiri oleh para pihak jika ada kesepakatan dalam kontrak. Namun jika tidak disepakati dan salah satu pihak tidak setuju, pembatalan dapat dilakukan dengan putusan pengadilan.

Pengadilan wajib menyatakan pembatalan, dan pihak yang berkepentingan harus mengajukan permohonan kepada pengadilan untuk membatalkan perjanjian. Jika pengadilan memenuhi permintaan, kontrak yang dihentikan akan tidak valid dari awal. Perjanjian memiliki konsekuensi hukum, tetapi kita harus memperhitungkan bahwa efek ini segera dihilangkan.

Ketentuan hukum perjanjian di Indonesia menegaskan bahwa kesepakatan yang dicapai oleh para pihak sebagai salah satu landasan utama terbentuknya suatu perjanjian atau kontrak yang sah tidak boleh didasarkan pada paksaan, penipuan atau penguasaan pihak lain. Terbukti bahwa kesepakatan itu kemudian dicapai melalui upaya bersama. Jika disebut dalam Pasal 1321 KUH Perdata, pihak yang dirugikan akan diberikan hak untuk menuntut pembatalan kontrak yang secara resmi disepakati atau ditandatangani oleh para pihak.

#### 1. Permasalahan Endorsement

Dalam perkembangannya, perjanjian endorsement saat ini juga menimbulkan banyak masalah, contoh nya dalam proses kerjasama meggi irawan dengan salah satu pelaku usaha yang bergerak di bidang elektronik (nama dirahasiakan atas permintaan meggi) melakukan keterlambatan dalam pencairan upah dan melakukan permintaan berbeda dengan perjanjian awal mengenai penayangan barang di akun instagram meggi irawan. Sebagai seorang selebgram yang kurang begitu memahami hukum tentu permasalahan ini menjadi cukup serius karena belum ada undang-undang khusus yang berisikan mengenai ketentuan proses endorsement, upah minimum endorsement, sanksi yang diberikan apabila melanggar kesepakatan kerjasama.

Aturan tentang perlindungan konsumen cukup memadai, karena mencakup perlindungan hak-hak konsumen. Peraturan perundang-undangan yang mengatur hak-hak konsumen mencakup seluruh aspek perlindungan konsumen agar konsumen dapat

lebih diuntungkan. Namun, masih belum ada undang-undang dan peraturan yang ada, seperti pengadilan konsumen, yang sudah lama tertunda dan mahal. Oleh karena itu, dalam praktiknya, konsumen masih berada dalam posisi yang sulit sehingga konsumen tidak mendapatkan perlindungan yang diperlukan.

Suatu kegiatan perdagangan *endorsement* yang dilakukan oleh pihak pemilik barang atau jasa yang ingin di bantu oleh *selebgram* dalam proses pemasaran di dunia media sosial ini sering menimbulkan permasalahan.

Pernyataan diatas dikuatkan oleh Berdasarkan pernyataan saudara Megi dan iwal selaku *selebgram*, “Pada saat kita melakukan proses *endorsement* kami sering bertanya apakah kegiatan kami ini memiliki koridor hukum, permasalahan kami ialah kami merasa kegiatan kami ini tidak melindungi kami selaku *selebgram* yang bertindak sebagai pelaku pemasaran barang/jasa suatu pemilik barang tersebut yaitu sering kami sebut dengan pemilik brand.”

Lalu megie menambahkan.”Perdagangan kami di media sosial ini berjalan atas dasar perjanjian antara pihak megie yang didampingi staff serta dari pihak pemilik barang/jasa yang didampingi seorang pengacara. Pada saat pembuatan perjanjian yang kami sebut kontrak tertulis kerja, masing-masing kami mengutamakan standarisasi ketetapan bentuk kerjasama. Dari pihak Megie menjelaskan syarat agar barang/jasa dari si pemilik dapat mereka endorsementkan beserta tarif, begitu hal dengan pihak pemilik barang/jasa memaparkan standarisasi yang mereka minta ‘mengenai bagaimana cara pemasaran yang diinginkan, berapa kali penayangan endorse di media social milik Megie, serta kesanggupan tarif yang mereka mampu berikan. Kurang lebih proses ini mewakilkan perjanjian baku kan, tambah Megie”.

Sehingga dari penjelasan saudara Megi didapat bahwa penyelenggaraan proses *endorsement* mengenai ketentuan hukum aturan perdagangan tidak diterapkan secara sepenuhnya. Perjanjian baku yang diterapkan sebatas formalitas dalam kerjasama perdagangan antarpihak selebgram dengan pelaku usaha. Pihak selebgram maupun pihak pelaku usaha enggan melibatkan pihak mana pun dalam proses kerjasama ini. Kedua pihak beralasan, “Ketentuan hukum yang mereka ketahui belum ada, mereka juga tidak memahami hukum secara mendalam, serta mereka tidak mengetahui pihak mana yang harus mereka libatkan dalam proses kerjasama ini.”

**PERJANJIAN KERJA SAMA  
PEMASANGAN ENDORSEMENT SEPATU**

Yang bertanda tangan di bawah ini:  
Bertindak sebagai PIHAK PERTAMA  
Nama : Megi Irawan Jabatan : Selebgram  
Bertindak sebagai PIHAK KEDUA  
Nama : Nanda Abdul Jabatan : Pemilik Usaha Sepatu  
Kedua pihak sepakat untuk mengadakan kerja sama *Endorsement* Sepatu  
Brand : BDL.Second  
Ukuran :S,M,XL,XXL Warna : Putih dan Hitam  
Untuk selanjutnya, *endorsement* dilakukan di laman akun media sosial PIHAK PERTAMA.  
Ketentuan kerjasama adalah sebagai berikut.

**PASAL 1**

**SPESIFIKASI DAN MATERI ENDORSEMENT**

1. PIHAK PERTAMA berpromosi melalui Laman akun media Sosial Instagram sesuai Pasal 1 sebanyak 2 kali penayangan selama seminggu . Untuk keperluan iklan tersebut materi promosi berasal dari PIHAK PERTAMA. Bila PIHAK KEDUA membantu membuatkan desain beserta video dengan materi berasal dari PIHAK PERTAMA maka PIHAK PERTAMA dikenakan biaya Rp 200.000,-/desain.
2. Desain dan materi iklan harus mendukung tampilan dari sepatu yang di promosikan. PIHAK KEDUA dapat memperbaiki desain dan materi *endorsement* yang berasal dari PIHAK PERTAMA apabila desain dan materi *endorsement* dianggap kurang sesuai.

**PASAL 2**

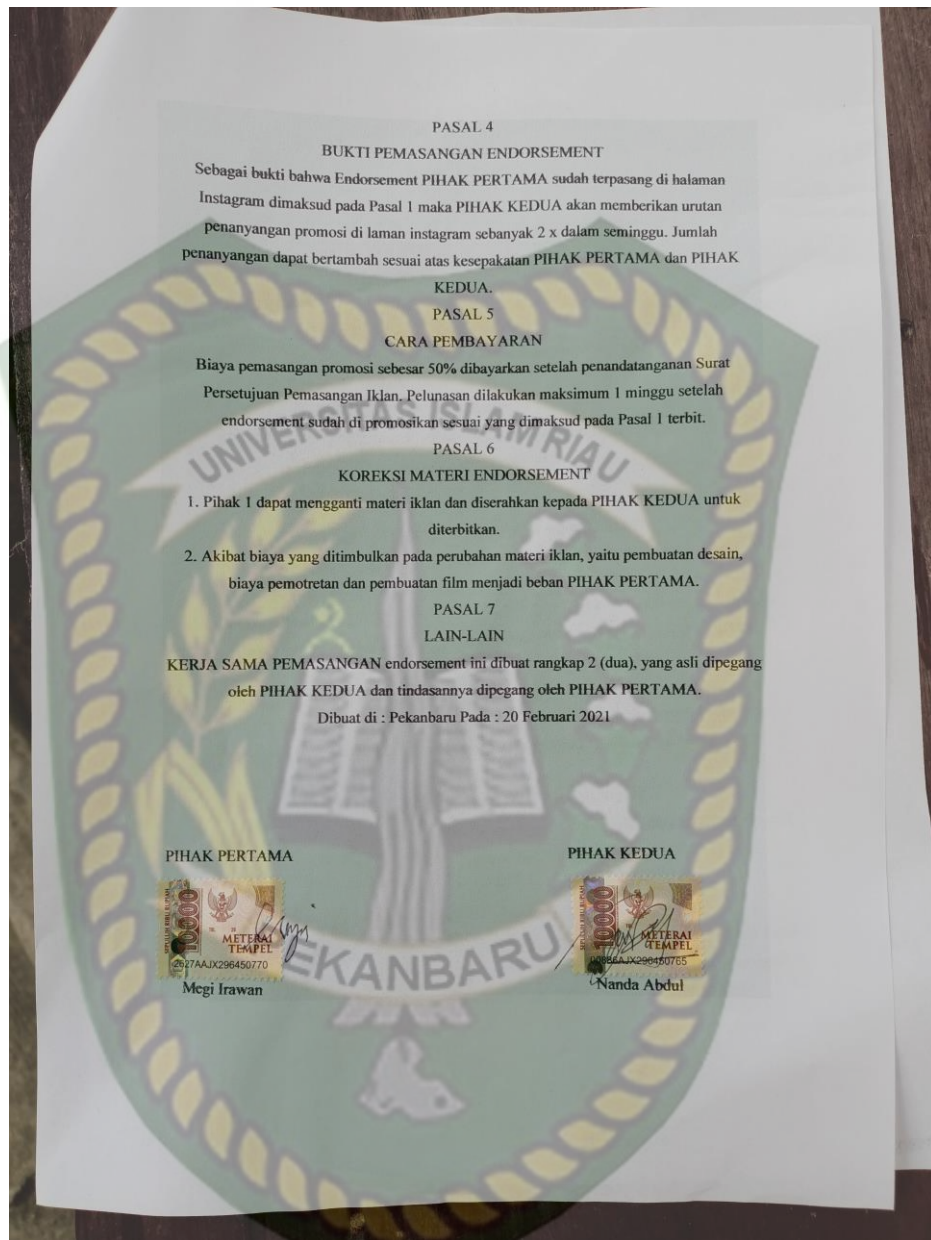
**BIAYA PEMASANGAN ENDORSEMENT**

Atas kesepakatan kedua belah pihak maka biaya pemasangan iklan dimaksud pada Pasal 1 ditetapkan sebesar Rp 500.000,-.

**PASAL 3**

**JANGKA WAKTU PEMASANGAN Endorsement**

Jangka waktu pemasangan iklan dalam laman media sosial instagram dimaksud pada Pasal 1 berlaku selama seminggu dengan penampilan promosi sebanyak 2 x. atau mencapai pergantian warna dari pada barang PIHAK KEDUA ingin tampilkan baru.



Gambar Surat Perjanjian Kerjasama Megi Irawan dengan Pihak Toko Online

Terlihat dalam susunan pembuatan surat perjanjian kerjasama megie irawan dan toko online tidak melibatkan satupun undang-undang. Penetapan peraturan yang ditetapkan dalam kerjasama merupakan hasil dari kesepakatan antara megie irawan dengan pihak toko online. Dalam Surat perjanjian menyebutkan hubungan kerjasama dengan pemanfaatan kata “PIHAK SATU dan PIHAK KEDUA”. Hal ini memperjelas tidak melibatkannya pihak ketiga baik dari bidang dinas maupun pakar hukum yang

memahami hal endorsement.

Didalam surat perjanjian kerjasama memang melibatkan aturan namun aturan disini tidak memberlakukan undang-undang melainkan peraturan tertulis yang dihasilkan atas kebutuhan yang bersangkutan paut dengan kegiatan kerjasama megirawan dengan pihak pelaku usaha. Rincian Pasal yang terdapat didalam surat Perjanjian Kerjasama Megi Irawan dengan salah satu pelaku usaha, sebagai berikut :

#### PASAL 1

##### SPESIFIKASI DAN MATERI ENDORSEMENT

1. PIHAK PERTAMA berpromosi melalui Laman akun media Sosial Instagram sesuai Pasal 1 sebanyak 2 kali penayanangan selama seminggu . Untuk keperluan iklan tersebut materi promosi berasal dari PIHAK PERTAMA. Bila PIHAK KEDUA membantu membuat desain beserta video dengan materi berasal dari PIHAK PERTAMA maka PIHAK PERTAMA dikenakan biaya Rp 200.000,-/desain.
2. Desain dan materi iklan harus mendukung tampilan dari sepatu yang di promosikan. PIHAK KEDUA dapat memperbaiki desain dan materi endorsement yang berasal dari PIHAK PERTAMA apabila desain dan materi endorsement dianggap kurang sesuai.

#### PASAL 2

##### BIAYA PEMASANGAN ENDORSEMENT

Atas kesepakatan kedua belah pihak maka biaya pemasangan iklan dimaksud pada Pasal 1 ditetapkan sebesar Rp 500.000,-.

#### PASAL 3

##### JANGKA WAKTU PEMASANGAN Endorsement

Jangka waktu pemasangan iklan dalam laman media sosial instagram dimaksud pada Pasal 1 berlaku selama seminggu dengan penampilan promosi sebanyak 2 x. atau

mencapai pergantian warna daripada barang PIHAK KEDUA ingin tampilkan baru.

#### PASAL 4

##### BUKTI PEMASANGAN ENDORSEMENT

Sebagai bukti bahwa Endorsement PIHAK PERTAMA sudah terpasang di halaman Instagram dimaksud pada Pasal 1 maka PIHAK KEDUA akan memberikan urutan penyanangan promosi di laman instagram sebanyak 2 x dalam seminggu. Jumlah penyanangan dapat bertambah sesuai atas kesepakatan PIHAK PERTAMA dan PIHAK KEDUA.

#### PASAL 5

##### CARA PEMBAYARAN

Biaya pemasangan promosi sebesar 50% dibayarkan setelah penandatanganan Surat Persetujuan Pemasangan Iklan. Pelunasan dilakukan maksimum 1 minggu setelah endorsement sudah di promosikan sesuai yang dimaksud pada Pasal 1 terbit.

#### PASAL 6

##### KOREKSI MATERI ENDORSEMENT

1. Pihak 1 dapat mengganti materi iklan dan diserahkan kepada PIHAK KEDUA untuk diterbitkan.
2. Akibat biaya yang ditimbulkan pada perubahan materi iklan, yaitu pembuatan desain, biaya pemotretan dan pembuatan film menjadi beban PIHAK PERTAMA.

#### PASAL 7

##### LAIN-LAIN

KERJA SAMA PEMASANGAN endorsement ini dibuat rangkap 2 (dua), yang asli dipegang oleh PIHAK KEDUA dan tinasannya dipegang oleh PIHAK PERTAMA.

Peneliti melihat berdasarkan hasil wawancara baik kepada pihak selebgram maupun pihak pelaku usaha, permasalahan yang timbul ialah tidak adanya pegangan serta panduan hukum yang jelas dalam melindungi proses kerjasama mereka. Kecurangan dapat terjadi baik dari pihak pelaku usaha maupun selebgram tidak dapat berbuat apa-apa. Di negara republik indonesia yang kaya akan panduan hukumnya, hal tersebut terlihat memprihatikan karena kegiatan endorsement ini bermodalkan kepercayaan dan tidak perlindungan jelas terhadap hak dan kewajiban untuk kedua pihak. Kegiatan ini rentan terhadap pelanggaran, baik keterlambatan pembayaran, ketidaksesuaian pemasaran, hingga nominal upah pasti yang diterima. Sedangkan proses endorsement memiliki peran sangat besar dalam proses pemasaran di zaman modern.

Peneliti juga melihat penerapan hukum didalam surat perjanjian kerja terlihat hanya pada perjanjian baku dan peraturan Undang-undang ITE. Namun penerapan hukum tersebut hanya sebatas formalitas. Apabila terjadi permasalahan diantara kedua pihak mereka menyelesaikan dengan cara kekeluargaan, tanpa melibatkan pihak ketiga baik jalur hukum maupun mediasi dengan pihak dinas terkait. Setiap mereka menjalin kerjasama dengan pihak pemilik barang/jasa mereka selektif dalam menerima namun dikarenakan tidak adanya pegangan dasar undang-undang khusus endorsement membuat pihak selebgram kurang terlindungi, Apabila dengan perjanjian baku dan UU ITE itu melindungi personal dari pelaku perdagangan online dikarenakan kegiatan ini terjadi di dunia media elektronik. Pihak meggi dan Iwal menambahkan, "Setiap pihak yang ingin kami pasarkan harus memiliki track record bebas kriminal, memiliki track record baik dimata penikmat media sosial, pemilik barang/jasa memiliki barang yang ilegal dan dizinkan negara, serta pemilik barang/jasa yang kami utamakan yang di pekanbaru sekitarnya. Hal ini kami pergunakan dalam melindungi kegiatan

endorsement kami agar pemasaran yang kami lakukan tidak barang ilegal, NAPZA, dan benda-benda yang termasuk dilarang dipasarkan di Negara Republik Indonesia.”

Kendala yang cukup sering diderita selebgram seperti megi dan iwal ialah barang yang mereka pasarkan merupakan barang yang memiliki nilai negatif di masyarakat seperti bentuk dari barang aneh, rasa yang tidak sesuai dengan cara pemasaran apabila itu makanan, hingga kualitas barang dan jasa yang mudah rusak saat di konsumsi oleh pembeli. Komplain justru diberikan terhadap megi dan iwal padahal posisi selebgram hanya sebagai pemasar bukan pemilik usaha. Hal ini yang kurang mendapat perhatian dari pemerintah mengenai perlindungan pelaku endorsement yaitu perlindungan terhadap selebgram. Serangan dunia maya sangat mengerikan dibandingkan dunia nyata, karena netizen panggilan para penikmat media sosial ini selalu melakukan protes dengan cara brutal sehingga menyerang daripada psikis hingga lingkungan keluarga selebgram.

Seharusnya sebagai rakyat indonesia yang taat hukum, sudah seharusnya pihak selebgram dan pemilik barang/jasa mempelajari dan melakukan pendalaman hukum tata cara perjanjian baku yang benar dan baik dengan melibatkan pihak pihak terkait. Sehingga mereka mampu berkerja dengan tenang, tanpa khawatir terjadi kecurangan, dan memiliki dasar yang jelas dalam penetapan isi dari perjanjian kerjasama tersebut. Tujuan dari hal ini ialah agar permasalahan yang muncul dapat diselesaikan dengan jalur yang tepat yaitu jalur hukum. Dengan tujaun penyelesaian permasalahan memiliki sifat sama-sama untung atau yang lbih kita kenal dengan *win-win solution*. Disisi *endorsement* juga akan lebih berkembang dan akan banyak bermunculan selebgram-selebgram baru di kota pekanbaru ini untuk berani berkecimpung di endorsement.

Pelaku komersial menggunakan jasa orang lain untuk menyebarkan brosur. Jika pengusaha menggunakan jasa orang lain untuk menyebarkan brosur, tanggung jawab tetap berada pada pengusaha sebagai pihak yang memperdagangkan barang dan/atau jasa dan mengiklankannya secara tidak benar. Pelaku perdagangan salah mengiklankan produknya yang merugikan konsumen karena barang dan/atau jasa tidak sesuai dengan yang diiklankan, dan perbuatan tersebut merupakan tindak pidana.

Selain itu, pelaku komersial wajib memberikan ganti rugi, ganti rugi, dan/atau ganti rugi apabila barang dan/atau jasa yang dibeli tidak sesuai dengan kontrak atau tidak pada tingkat yang dipersyaratkan. Jika dia dengan sungguh-sungguh mendukung produk populer untuk merusak reputasi baiknya akibat kosmetik palsu, maka dia dapat menuntut pengusaha yang menggunakannya sebagai objek promosi untuk tindakan ilegal.

Dilihat dari perusahaan juga menderita hal yang sama dalam kerjasama endorsement ini, karena apabila terjadi pelanggaran pemasaran barang/jasa perusahaan hanya bisa melakukan langkah hukum apabila telah terjadi pencemaran nama baik perusahaan dengan mempergunakan UU ITE dan apabila memanfaatkan hukum perjanjian Baku itu diterapkan apabila salah satu pihak melakukan kecurangan seperti menipu, melarikan upah tanpa melakukan promosi bagi selebgram, dll. Namun apabila kesalahan berupa salah mode pemasaran, jumlah upah yang terlalu tinggi, dan pada saat pemasaran barang hanya di pasarkan tanpa di pergunakan sehari-hari itu perusahaan tidak memiliki hak untuk melakukan langkah hukum karena perihal tersebut belum memiliki ketetapan khusus dalam undang-undang di Indonesia yaitu mengenai praktik endorsement.

Kendala lain ialah berupa terjadinya kerusakan barang yang akan di pasarkan selebgram dalam paket perjalanan, pelaku usaha tidak memiliki hak menuntut selebgram dikarenakan pelaku usaha tetap sebagai pihak yang mengganti baru meskipun ini terhitung merugi bagi pihak perusahaan. Begitu juga bagi pelaku usaha makanan, apabila makanan yang akan di promosikan basi dalam perjalanan pengiriman ke selebgram, dengan alasan apapun pelaku usaha tetap berkewajiban untuk mengganti dengan makanan baru. Sehingga hal ini yang sering terjadi oleh pelaku usaha. Apabila ada perundang-undang khusus yang membahas ini dan mempermudah kegiatan endorsement tentu kegiatan perdagangan online pelaku usaha dan selebgram tidak satupun yang akan merugi karena di lindungi oleh negara.

Sehingga permasalahan yang diterima Selebgram ialah :

- a. Tidak memahami hukum dan perundang-undang yang berlaku mengenai kegiatan endorsement sehingga tidak diterapkan dalam proses pembuatan surat perjanjian kerjasama.
- b. Tidak menerima perlindungan selaku selebgram yang melakukan promosi kepada produk apabila produk yang di promosikan mengakibatkan permasalahan dikedepannya nya, seperti barang ilegal, ataupun barang yang manfaatnya belum teruji di masyarakat.
- c. Tidak adanya jaminan keamanan bagi pihak selebgram dalam penerimaan honor, maupun kerusakan dalam pembuatan video iklan promosi endorsement, sehingga seringkali selebgram menanggung pribadi padahal kerusakan barang sering terjadi akibat keteledoran dalam pengiriman barang oleh pihak pemilik usaha online.

Dilain pihak Permasalahan yang sering terjadi dirasakan oleh pihak Pemilik usaha online ialah :

- a. Pemilik usaha online tidak memahami hukum dan undang-undang yang berlaku dalam prosedur kerjasama endorsement, dan lebih memberdayakan kesepakatan berbentuk perjanjian dengan pihak selebgram selaku endorser.
- b. Pemilik usaha tidak memiliki jaminan perlindungan hak produsen apabila barang ataupun iklan yang dipromosikan di take down dikarenakan melanggar kesesuaian konten, sehingga pihak produsen harus mengeluarkan ulang biaya pembuatan iklan promosi endorsement kepada pihak selebgram.
- c. Tidak mempunya pemilik usaha online melakukan pemberian hukuman kepada selebgram yang bekerja tidak profesional, dan mengakibatkan kerugian perusahaan tanpa mampu menindaklanjuti pemberian hukum pidana kepada selebgram curang tersebut.

## 2. Penyelesaian Permasalahn Endorsement

Kendala lain terkadang muncul disaat kerjasama endosrsement dimulai, ada beberapa selebgram yang mangkir dan tidak melaksanakan pemasaran sesuai dari permintaan pelaku usaha. Dikarena di kota pekanbaru ini setiap kerjasama endorsement dilakukan secara kekeluargaan maka urusan penyelesaian ini tidak pernah dibawa ke meja hijau. Sering sanksi yang diberikan pelaku usaha ialah memutuskan keluar dari kerjasama, dan bagi selebgram yang bermasalah tersebut mendapat hukuman moral di media sosial oleh selebgram lain hingga dikucilkan dari setiap kegiatan endorsement. Sehingga sangat disayangkan hukum disini tidak dijadikan barisan terdepan dalam penyelesaian permasalahan tersebut.

Kendala-kendala ini yang sering muncul di kota pekanbaru yang diderita selebgram maupun pelaku usaha. Sehingga harus mendapat perhatian lebih karena kegiatan endorsement ini sangat besar dan cukup sering kita temui di media elektronik. Apabila dinas terkait mampu berkordinasi dan bersama-sama menghasilkan peraturan perundang-undangan khusus membahas tahapan endorsement, lingkup kegiatan endorsement, dan sanksi pelanggar pelaku endorsement dapat menekan kendala serta pelanggaran yang terjadi. Karena di zaman yang modern ini perdagangan di media elektronik menggunakan sistem endorsement sangat memiliki dampak besar di kalangan konsumen, dan tentu ini akan menguntungkan negara indonesia dan memajukan proses perdagangan terkhusus di media online. Jika ada yang perlu dikhawatirkan tentang keberadaan perjanjian baku, itu karena perjanjian tersebut memuat klausula pengecualian.

Klausula pembebasan adalah klausula yang terdapat dalam perjanjian dimana salah satu pihak menghindari pemenuhan kewajibannya untuk membayar ganti rugi penuh atau terbatas, yang terjadi karena ingkar janji atau perbuatan melawan hukum. Terlihat bahwa adanya klausula pengecualian telah menyebabkan ketidakseimbangan posisi tawar antara produsen dan konsumen. Menurut fakta dilapangan yaitu hasil wawancara konsumen terkait klausula pengecualian yang terdapat dalam perjanjian baku, perjanjian baku yang memuat klausula pengecualian tersebut mempunyai akibat hukum bagi konsumen yaitu tanggung jawab yang seharusnya dipikul oleh operator menjadi tanggung jawab konsumen. Klausul pengecualian bagi pelaku usaha nonlitigasi dan litigasi.

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Dalam melaksanakan proses kerjasama endorsement pihak selebgram Megi Irawan dan Iwal Bani tidak memahami hukum dan undang-undang sehingga dalam kontrak perjanjian kerjasama didalam isi tidak dilibatkan hukum dan undang-undang melainkan berisikan kesepakatan kedua belah pihak saja.
2. Berdasarkan hasil penelitian bahwa pelaksanaan kerjasama endorsement antara selebgram Megi Irawan dan Iwal Bani kepada pelaku usaha lokal melakukan perjanjian kontrak kerja mereka dengan undang-undang perjanjian baku yang dimana Pasal 10 Pasal 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 mengatur tentang perjanjian baku: dokumen dan/atau kontrak. Selain melakukan kerjasama dengan pelaku usaha lokal seperti sepatu, baju, makanan, cafe. Megi dan Iwal juga melakukan kerjasama endorsement dengan brand brand besar yang dimana tahap dimulainya kerjasama tersebut melalui agen agen yang mencari para selebgram untuk melakukan kerjasama endorsement yang dimana perjanjian kontrak kerjanya di buat oleh brand brand besar tersebut.

## B. Saran

1. Selaku seorang selebgram pihak selebgram Megi Irawan dan Iwal Bani disarankan untuk memahami konsep dan aturan hukum mengenai perjanjian kerjasama. Sehingga saat selebgram dan pihak toko online menjalin kerjasama telah diikat resmi Sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia bukan aturan atas dasar kesepakatan bersama saja.
2. Selebgram saat membuat kesepakatan dengan pihak toko online alangkah baik melakukan rincian kesepakatan dalam perjanjian kerjasama. Disarankan memakai perjanjian baku bukan perjanjian kerjasama menggunakan Azas mufakat bersama dikarenakan tidak adanya payung hukum dalam perjanjian kerjasama tersebut dan dapat berakibat terjadinya kerugian disatu pihak apabila terjadi pelanggaran oleh pihak lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- B. S. (2008). *Hukum Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa*. Yogyakarta: Gama Media, hlm. 8.
- Alsarayreh, M. N. (2013). "Tourism Promotion through the Internet (Websites) (Jordan as a Case Study). *Asian Social Science*, Vol.7, hal.6.
- Artadi, I. W. (2010). *Penyelesaian Sengketa Di Luar Pengadilan*. Denpasar-Bali: Udayana University Press.
- Banytè, J. P. (2011). *Selecting Celebrities In Advertising: The Case Of Lithuanian Sports Celebrity In Non Sport Product Advertisement*. Economics and Management.
- Binangkit, I. D. (2018). Efektifitas Endorsment Pada Media Sosial Instagram. *JIM UPB Vol 6 No.2*, hal.90.
- Biswas, S. (2009). Celebrity endorsements in advertisements and consumer perceptions: A cross-cultural study. *Journal of Global Marketing*, hal.121–137.
- Dyah, Studi Elaboration Likelihood Model Pada Pengaruh Selebgram (selebriti Endorse Instagram) Terhadap Minat Pembelian dalam Media Sosial Instagram, (Jakarta;2014),
- FAUZIYAH, N. S. (2020). Perlindungan Hukum Bagi Selebgram yang Di Endorse Produk atau Jasa yang Melanggar Hukum.
- Fitri, L. (2020). Hukum Endorsement Produk Yang Dilarang Secara Syar'i Pada Instagram Menurut Fatwa Mui No. 24 Tahun 2017 (Studi Kasus Di Desa Marindal I. *Ilmu Hukum UIN*.
- Hardilawati, W. L. (2019). Endorsement: Media Pemasaran Masa Kini. *JIM UPB Vol 7 No.1*.
- Hartini, S. (2016). Efektifitas Endorsment Pada Media Sosial Instagram Pada Produk Skin Care. *jurnal pusat komunikasi UGM*, hal.43–50.
- Muhammad, A. (1992). *Perjanjian Baku Dalam Praktek Perusahaan Perdagangan*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Mahda Suri, pengaruh Celebrity Endorser onlineshop di Instagram terhadap Citra Perusahaan Ladyfameshop. Lampung: 2017
- Novi Adityasari, Endorsement sebagai Trend Media Pemasaran Dalam Perspektif Islam. (Surabaya: 2015)

- R. Soeroso. (1992). *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: PT Sinar Grafika.
- Santoso, M. A. (1995). *Alternative Dispute Resolution (ADR) di Bidang Lingkungan Hidup. Tim Pakar Hukum Departemen Kehakiman dan The Asia Foundation*, 1.
- Subekti. (1990). *Hukum Perjanjian*. Jakarta: PT. Intermasa.
- Sutiyoso, B. (2008). In *Hukum Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa*, (p. hlm. 8). Yogyakarta: Gama Media.
- Ahmad Miru, S. Y. (2004). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Darma, B. S. (2007). *Pengantar Teknologi Informasi Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- HS, S. (2006). *Pengantar Hukum Perdata Tertulis (BW)*. Jakarta : Sinar Grafika . kantaatmadja, M. k. (2002). *Suatu Pengantar*. Bandung: Elips.
- Muhammad, A. (1992). *Perjanjian Baku Dalam Praktek Perusahaan Perdagangan*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Pradnyamitha, D. P. (2006). *Keabsahan Transaksi Online ditinjau dari Hukum Perikatan*. Jurnal Fakultas Hukum Udayana.
- R. Soeroso. (1992). *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Sjahputra, I. (2010). *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik*. Bandung: PT. Alurni.
- Subekti. (1990). *Hukum Perjanjian* . Jakarta: PT. Intermasa.
- Schiffman Kanuk, ,*Consumer Behavior'*, Jakarta : Erlangga. 2007
- Shim, Terence A. *Adversiting promotion and supplemental aspect of integrated marketing communications*. Alih bahasa, Revyani Sahrial, Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu. Jakarta: 2003
- Khong, K . W. & Wu, Y. L., (2013), "Measuring the impact of celebrity endorsement on consumer behavioural intentions: a study of Malaysia consumers," *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*,

April 2013, hal. 157-177

Hanitjo Soemitro Ronny, Metodologi Penelitian Hukum Indonesia, Ghalia 2018

McQuail Denis, Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar (Jakarta:Erlangga, 1992)

Meliala Djaja, Hukum Perdata Dalam Perspektif B.W., Nuansa Aulia, Bandung, 2014

Miru Ahmadi, Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia Jakarta, Grafindo Persada 2011

Muhammad Abdulkadir , Hukum Perdata Indonesia, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2010

Rhardjo Satjipto, Ilmu Hukum Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2014

Rusli Hardijan, Hukum Perjanjian Indonesia dan Common Law, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan 2010

Setiawan Rahmat, Pokok-Pokok Hukum Perikatan, Bandung: Bina Cipta, 1987

Sjahputra Imam ,Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik, Bandung PT.Alumni 2010

Soekanto Soerjono, Pengantar Penelitian Hukum Jakarta, UI-Press 2007  
Sutopo HB, Metodologi Penelitian Kualitatif Suiwalrta, Sebelas Maret University 2002

Syahrani Riduan, Intisari Ilmu Hukum Bandung, PT. Citra Aditya Bakti 2004 Umar Husein , Metode Penelitian Jakarta, Rajawali Press 2009

Burgin, Burhan, Konstruksi Social Media Massa. Jakarta: 2008

Wahana Komputer, Promosi Efektif dengan WEB, (Yogyakarta; Penerbit ANDI, 2007),

## Jurnal

- Alsarayreh, Mohammad N., Jawabreh, Omar A. A. (2011). Tourism Promotion through the Internet (Websites) (Jordan as a Case Study). *Asian Social Science*. Vol. 7. No. 6..
- Arora, Amishi, dan Sahu, Khushbu. (2014). Tears Model: A Company Should Use For Celebrity Endorsement. *International Journal of Applied Services Marketing Perspectives*. Vol. 3. No. 1.
- Binangkit,Intan Diane.(2018). Efektifitas Endorsment Pada Media Sosial Instagram. *JIM UPB Vol 6 No.2*. hal.90
- Siswanto, T. (2015). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *Liquidity*, 2(1),hal.80–86.
- Pratiwi Budi Utami, Strategi pemasaran melalui Endorsement pada onlineshop di media sosial. (skripsi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2014)

## Hukum dan Undang Undang

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata KUH Perdata

Kitab Undang-Undang Hukum Acara Perdata KUHA Perdata Undang-

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Pasal 29 Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE)