

Wanprestasi atas Perjanjian Jasa Promosi oleh Influencer pada Media Sosial Ditinjau dari Perspektif KUH Perdata

Rifki Fadlurohman*, Muhammad Faiz Mufidi

Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*rifkifadlurohman323@gmail.com, faizunisba@yahoo.co.id

Abstract. The purpose of this research is to examine the law concerning defaults on promotional service agreements by influencers and to determine how to resolve defaults that occur in the endorsement agreement. This study uses an approach known as "empirical normative research," which combines normative legal research with a number of empirical components. The statute approach and the conceptual approach are the methods used. Primary data, secondary data, and tertiary data, which are referred to as primary legal materials, secondary legal materials, and tertiary legal materials, are the three categories of data sources used. Research was conducted both in the field and in the library as part of the data collection process. The data is evaluated qualitatively, that is, collected, qualified with empirical facts found in the field, then connected with theories related to the problem and conclusions drawn to ensure the results. The research findings show that as long as the parties comply with the legal terms of the agreement stipulated in Article 1320 of the Civil Code, the law governing the insertion of standard conditions in the ratification agreement is declared valid and applies as a rule for the parties. This is in accordance with the legal requirements for electronic agreements as outlined in Article 47, Paragraph 2, of Government Regulation Number 82 of 2012 Concerning the Implementation of Electronic Systems and Transactions (PP PSTE). Standard clause provisions are valid if they are not included in the provisions of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection (UUPK), and there is no unlawful act that is not justified according to law, decency, and public policy. There are three ways to resolve ratification agreement issues: by filing a complaint with the Consumer Dispute Settlement Agency, asking the District Court to hold the responsible party responsible for terminating the agreement, and demanding compensation from the default party.

Keywords: *Promotional service agreement, Default, Influencer.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan guna mengkaji hukum terkait wanprestasi perjanjian jasa promosi oleh influencer juga mengetahui bagaimana cara penyelesaian wanprestasi yang terjadi dalam perjanjian endorsement tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan yang dikenal dengan penelitian normatif empiris, yang menggabungkan penelitian hukum normatif dengan sejumlah komponen empiris. Pendekatan Statuta dan Pendekatan Konseptual adalah metode yang digunakan. Data primer, data sekunder, dan data tersier yang disebut sebagai bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier merupakan tiga kategori sumber data yang digunakan. Penelitian dilakukan baik di lapangan maupun di perpustakaan sebagai bagian dari proses pengumpulan data. Data dievaluasi secara kualitatif, yaitu dikumpulkan, dikualifikasikan dengan fakta-fakta empiris yang ditemukan di lapangan, kemudian dihubungkan dengan teori-teori yang terkait dengan masalah dan ditarik kesimpulan untuk memastikan hasilnya. Temuan penelitian menunjukkan bahwa selama para pihak memenuhi syarat-syarat sahnya perjanjian yang diatur dalam pasal 1320 KUH Perdata, maka undang-undang yang mengatur tentang penyisipan syarat-syarat baku dalam perjanjian pengesahan dinyatakan sah dan berlaku sebagai aturan bagi para pihak. Hal itu sesuai dengan syarat sahnya perjanjian elektronik yang dituangkan dalam Pasal 47 Ayat 2 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE). Ketentuan klausula baku adalah sah apabila tidak dicantumkan dalam ketentuan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), dan tidak ada perbuatan melawan hukum yang tidak dibenarkan menurut hukum, kesusilaan, dan kebijaksanaan umum. Ada tiga cara untuk menyelesaikan masalah perjanjian pengesahan: dengan mengajukan pengaduan ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, meminta Pengadilan Negeri untuk meminta pertanggungjawaban pihak yang bertanggung jawab atas pemutusan perjanjian, dan menuntut ganti rugi dari pihak yang wanprestasi

Kata kunci : *Perjanjian jasa promosi, Wanprestasi, Influencer.*

A. Pendahuluan

Pada masa globalisasi digital dan kemajuan pengetahuan tentang teknologi di masyarakat yang sangat pesat, teknologi menjadi salah satu faktor penting yang dibutuhkan oleh berbagai kalangan masyarakat sebagai penunjang dalam kehidupan sehari-hari mulai dari menunjang kegiatan yang berhubungan dengan kesehatan, pendidikan, sosial, bahkan teknologi menjadi salah satu penunjang pertumbuhan ekonomi. Khususnya di Indonesia, masyarakat sekarang sudah mampu memahami betul manfaat teknologi sebagai penopang kestabilan roda perekonomian mereka ditandai dengan tingginya mobilitas masyarakat dalam memanfaatkan teknologi tersebut. Pada saat ini masyarakat tidak hanya menggunakan teknologi sebagai media hiburan dan sosial saja namun masyarakat sudah berfikir maju dan berwawasan luas sehingga mampu menggunakan teknologi sebagai media untuk mendapatkan penghasilan tambahan salah satu caranya dengan melakukan kegiatan jual-beli atau perdagangan yang dilakukan secara kelompok maupun individual sehingga teknologi merupakan salah satu jalan menuju kesejahteraan dalam

ruang lingkup perekonomian di era globalisasi saat ini. Hukum di Indonesia memiliki beberapa bidang hukum, salah satunya yaitu hukum perdata. Hukum perdata adalah hukum yang mengatur hubungan hukum antara orang atau badan hukum yang satu dengan orang lain atau badan hukum yang lain di dalam masyarakat yang menitik beratkan kepada kepentingan perseorangan.

Tingginya mobilitas online lintas negara merupakan ciri khas era globalisasi. Dunia perdagangan saat ini telah maju untuk memasukkan perdagangan melalui internet selain metode jual beli tradisional. Media sosial sering digunakan sebagai platform perdagangan karena aksesnya lebih sederhana, lebih murah, dan tidak memerlukan kualifikasi yang lebih khusus. Persiapan yang dibutuhkan pelaku usaha hanyalah membuat produk yang akan dijual, desain atau gambar produk yang menarik, dan akun media sosial yang akan digunakan untuk meluncurkan dan mengelola toko online.¹

Peristiwa munculnya peminat pelaku jual-beli online atau usaha online di era digital yang melahirkan situasi persaingan antar pelaku jual-beli yang sangat marak dan

Saling berkompetisi satu sama lain memaksa para pelaku usaha untuk mencari cara alternatif dan membuat perencanaan yang lebih kreatif untuk dapat menaikkan pemasaran dari produk-produk yang dijual. Pelaku usaha tentunya memiliki tujuan agar produk mereka dapat terjual dan dapat dikenal oleh khalayak ramai dari berbagai kalangan dan dikenal dari berbagai sektor pemasaran, maka para pelaku usaha menggunakan jasa promosi melalui media sosial, Salah satunya menggunakan jasa promosi yang kita kenal dengan “Endorse”, endorse diambil dari kata endorsement dalam bahasa Inggris yang berarti dukungan, pengesahan, dan persetujuan atas sesuatu. Pada dasarnya endorsement bertujuan untuk menawarkan produk yang dijual melalui influencer yang memiliki daya tarik dan pengaruh terhadap public seperti pejabat, artis, selebritis, blogger, youtuber dan public figure lainnya supaya produk yang hendak dijual mampu dikenal dan menarik masyarakat luas.

Dalam kenyataannya, Endorser seringkali merugikan pemilik usaha (Endorsee) yang menggunakan jasanya (pelaku usaha). Realitas juga menunjukkan bahwa konsumen dalam transaksi bisnis elektronik selalu menanggung beban resiko yang ditanggung oleh produsen atau pelaku usaha, terutama dalam hal ini akibat perjanjian baku yang ditulis secara sepihak oleh pelaku usaha. Penerima Kuasa hanya dapat menerima teknik pemasaran yang digunakan oleh Penerima Kuasa. Karena kedudukan para pihak yang tidak seimbang, maka salah satu pihak juga diperbolehkan melanggar atau menyalahgunakan hak pihak lain.

Salah satu contoh kasus adanya wanprestasi dalam kegiatan endorsement ini terjadi pada salah satu akun online shop bernama @Refife_official yang ingin menggunakan jasa endorsement influencer sekaligus konten creator dari salah satu media sosial yang berinisial “NF”. Mungkin public pada saat ini sudah tidak asing lagi dengan nama tersebut, berawal dari konten-konten bisnisnya yang nyentrik, unik dan kreatif pun berhasil menarik perhatian masyarakat luas tak terkecuali masyarakat yang berkecimpung di dunia jual-beli online. Setelah itu ada beberapa pelaku bisnis jual-beli online yang tertarik untuk memasarkan atau mempromosikan produknya karena sudah memenuhi kriteria sebagai endorser. Pada konten

yang dibuat oleh salah satu pengusaha online tersebut menyebutkan bahwa ia telah merasa kecewa terhadap endorser, dikarenakan tidak dapat memenuhi janji yang sudah disepakati sebelumnya. Diketahui pemilik usaha @Riffe_official telah mengambil paket endorsement berupa upload 1x24 jam di story instagram dengan harga Rp 450.000. Namun setelah mengirim barang dan fee kepada NF, ternyata ia tidak mengunggah produk milik @Reffi_official sesuai dengan perjanjian. Setelah di peringatkan pihak selebgram tidak merespon tanggapan tersebut, dan mengakibatkan kerugian yang di alami oleh @Reffi_offical karna produk yang di jual tidak meningkat juga dan tidak ada yang memesan produk tersebut.

Dari kasus diatas bisa dilihat bahwa hal ini ada hak endorse yang tidak dapat dipenuhi oleh sang endorser yang menimbulkan wanprestasi dimana salah satu pihak merasa dirugikan dan itu merupakan suatu kerugian bagi pemilik usaha, meskipun tidak berdampak pada materiil secara langsung, tetapi ada kerugian yang diterima oleh endorser sebagai pemilik usaha yang mengharapkan produknya bisa melesat terjual setelah kegiatan endorsement dilakukan.

Dari deskripsi permasalahan di atas, penulis tertarik untuk mengkaji mengenai "Wanprestasi Atas Perjanjian Jasa Promosi Oleh Influencer Pada Media Sosial Ditinjau Dari Perspektif KUH Perdata" (Studi Kasus di Online Shop)."

Identifikasi Masalah

1. Bagaimana keberlakuan perjanjian baku jasa promosi oleh influencer media sosial menurut Kitab Undang- Undang Hukum Perdata (KUHPer)?
2. Bagaimana akibat hukum jika influencer media sosial melanggar perjanjian baku (melakukan wanprestasi) terkait layanan mereka?

B. Metodologi Penelitian

Penulis dalam penelitian ini akan mengambil pendekatan yuridis normatif, yaitu penelitian yang menitikberatkan pada analisis bagaimana aturan atau norma diterapkan dalam hukum positif. Fokus kajian dalam penelitian hukum normatif adalah sistem norma. Sistem norma yang sering disebut sebagai objek kajiannya, terdiri dari semua komponen norma hukum yang mengungkapkan prinsip-prinsip moral tentang bagaimana seharusnya orang berperilaku. Sumber pustaka dianggap sebagai data dasar dalam penelitian (sains) dan dikategorikan sebagai data primer dalam kajian normatif. Sumber data primer memiliki jangkauan yang sangat luas, sehingga mencakup apa saja mulai dari catatan resmi pemerintah hingga surat pribadi, buku harian, dan buku literatur. Penulis menggunakan metodologi hukum normatif dalam penelitiannya. Selain menggunakan data primer, penulis juga melakukan permasalahan dengan judul Wanprestasi Atas Perjanjian Jasa Promosi Oleh Influencer Pada Media Sosial Ditinjau Dari Perspektif Kuh Perdata. observasi terhadap kasus-kasus wanprestasi dalam pemenuhan perjanjian jasa promosi oleh pihak influencer, karena untuk melakukan suatu penelitian data primer tidak dapat berjalan apabila tanpa adanya data sekunder sebagai dasar dalam penelitian tersebut.2 serta memaparkan .

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Keberlakuan perjanjian baku jasa promosi oleh influencer media sosial menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer)

Berikut Sebagian besar kontrak dan perjanjian di sektor korporasi saat ini berbentuk perjanjian standar. Perjanjian tertulis yang syarat-syaratnya telah dikembangkan oleh suatu pihak dalam bentuk formulir-formulir itulah yang dimaksud dengan perjanjian baku. Pertumbuhan masyarakat kontemporer dan pembentukan kondisi sosial ekonomi menjadi latar belakang munculnya perjanjian standar. Mengadakan perjanjian standar pada awalnya dilakukan karena alasan kepraktisan dan efisiensi. Perjanjian standar, misalnya, dapat ditemukan dalam kontrak asuransi, perjanjian kredit bank, perjanjian penyimpanan komoditas, dan kontrak antara pelanggan dan bisnis atau pemasok jasa/barang⁴.

Bagian terpenting dalam hukum perjanjian, pasal 1320 dan 1338 ayat (1) KUH Perdata, dapat digunakan untuk menghubungkan aturan-aturan yang mengatur perjanjian- perjanjian khas yang tidak diatur secara khusus dalam kitab undang-undang itu. Pasal 1320 KUH Perdata mengatur tentang syarat-syarat suatu perjanjian, khususnya:

1. Terdapatnya kata "sepakat"
2. Terdapatnya suatu kesepakatan para pihak dalam membuat suatu perjanjian.
3. Adanya suatu hal tertentu
4. Adanya klausa yang halal

Pasal 1338 ayat 1 KUH Perdata yang menyatakan bahwa "Semua perjanjian yang ditandatangani menurut undang-undang berlaku sebagai undang-undang bagi orang-orang yang membuatnya, mengatur asas kebebasan berkontrak. Kecuali atas persetujuan kedua belah pihak atau atas dasar pembenaran hukum, perjanjian tidak dapat ditarik kembali. Persetujuan harus diberikan secara sukarela."

Oleh karena itu, para pihak diperbolehkan untuk mengadakan perjanjian dalam bentuk apa pun dengan siapa pun, untuk memutuskan syarat-syaratnya, dan untuk mengatur format perjanjian, menurut pasal 1338 ayat 1 KUH Perdata. Namun, semua aturan ini tidak boleh melanggar hukum, kesusilaan, atau ketertiban umum.

Menurut Rijken, klausula eksesorasi ialah ketentuan dalam suatu perjanjian yang memungkinkan salah satu pihak menghindari pemenuhan komitmennya dengan membayar seluruh atau sebagian pembayaran kompensasi dalam hal terjadi ingkar janji atau perbuatan melawan hukum. Sebagaimana tercantum dalam perjanjian baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama, ketentuan eksesorasi ini dapat terjadi atas kebijaksanaan salah satu pihak. Sifat curah ini telah digandakan dalam bentuk yang dikenal dengan perjanjian baku dan telah dibuat terlebih dahulu³.

Dengan cara ini, perjanjian standar juga dapat dianggap sebagai perjanjian di mana ketentuan eksodus diformalkan dan dibakukan. Ada perbedaan posisi para pihak dalam perjanjian konvensional. Karena tekanan dari persyaratannya, debitur seringkali diwajibkan untuk menerima suatu perjanjian karena ia tidak memiliki kemampuan untuk menyatakan pilihan dan kemandiriannya dalam memilih syarat-syarat perjanjian. Asas konsensual mensyaratkan bahwa suatu persetujuan diumumkan secara sukarela atau tanpa paksaan dan dijunjung tinggi dengan itikad baik.

Namun, posisi kuat yang dimiliki kreditur membuka pintu penyalahgunaan kekuasaan yang merugikan salah satu pihak. Oleh karena itu, kebebasan berkontrak dalam situasi ini juga harus merupakan kebebasan yang bertanggung jawab, artinya tidak boleh bertentangan dengan hukum, kesusilaan, atau ketertiban umum. Perjanjian standar secara mendasar melanggar kebebasan untuk berkontrak secara bertanggung jawab dan asas konsensual sebagaimana digariskan masing-masing dalam Pasal 1320 dan 1338 KUH Perdata.

"Pelaku usaha dilarang mencantumkan istilah baku yang letak atau bentuknya sulit diketahui atau tidak dapat dibaca dengan jelas, atau yang pengungkapannya sulit dipahami," menurut Pasal 18 ayat (2) UU Perlindungan Konsumen. "Setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha dalam surat-surat atau perjanjian yang memenuhi persyaratan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dan ayat (2) dengan ini dinyatakan batal," sesuai dengan Pasal 18 ayat (3).

Akibat perjanjian tersebut batal demi hukum apabila larangan tersebut pada ayat (3) dihubungkan dengan alasan-alasan hukum yang sah dalam perjanjian tersebut, yaitu "apabila perjanjian tersebut memuat klausul-klausul yang dilarang. Selain itu, pelaku usaha harus mengubah klausula baku yang bertentangan dengan undang-undang ini," menurut Pasal 18 ayat

Sebagaimana tercantum dalam Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen, hak konsumen juga dilindungi dalam hukum positif Indonesia. Secara khusus, hak-hak tersebut meliputi:

1. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. hak untuk memilih dan memperoleh barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; dan
4. Hak memperoleh advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen yang layak;
5. Hak agar komentar dan keluhan mereka tentang produk dan/atau layanan yang digunakan

didengar;

6. Hak untuk menerima pendidikan dan konseling konsumen;
7. Hak untuk mendapatkan perlakuan atau pelayanan yang adil, jujur, dan tanpa diskriminasi;
8. Hak untuk menerima ganti rugi atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan yang dijanjikan atau sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang dicakup oleh peraturan perundang-undangan lainnya.

Ketika perubahan pola komunikasi memungkinkan para pihak untuk melakukan transaksi tanpa bertemu secara pribadi satu sama lain, perlu untuk meningkatkan pemahaman konsumen tentang hak-hak mereka di era perdagangan bebas kontemporer. Tapi sama pentingnya untuk diingat bahwa undang-undang perlindungan konsumen harus mempromosikan keadilan bagi pembeli dan penjual.

Sebagaimana disebutkan dalam Pasal 7 huruf (g) UUPK, "pelaku usaha wajib memberikan kompensasi, kompensasi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau digunakan tidak sesuai dengan perjanjian." Akibatnya, perlindungan konsumen dalam UUPK tidak hanya memberikan hak konsumen, tetapi produsen juga diberikan kewajiban untuk memberikan hak kepada konsumen dalam bentuk kompensasi.

Dengan adanya ketentuan tersebut, pelaku usaha harus lebih memperhatikan hak-hak konsumen karena merekalah yang menggunakan produk dan/atau jasa yang dijual. Hal ini akan membantu menjaga keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen dan memastikan bahwa mereka tidak hanya fokus pada mencari keuntungan tetapi juga mempertimbangkan hak-hak konsumen.

Akibat Hukum Wanprestasi Perjanjian Baku Oleh Influencer

Suatu perjanjian yang sah mempunyai akibat hukum karena apa yang dikatakan oleh undang-undang. Setiap pengaturan yang dibuat secara hukum mengikat mereka yang masuk ke dalamnya. Selain dengan persetujuan kedua belah pihak atau karena alasan-alasan yang ditentukan oleh undang-undang yang cukup untuk maksud tersebut, perjanjian-perjanjian ini tidak dapat ditarik kembali. Setiap kontrak harus dilaksanakan dengan itikad baik⁵.

Ungkapan "secara sah" mengandung arti bahwa segala pengaturan harus didukung oleh undang-undang. Perjanjian yang mengikat secara hukum telah dicapai dalam segala keadaan. Secara hukum yang dimaksud adalah bahwa perbuatan perjanjian itu harus sesuai dengan pedoman yang ditetapkan dalam pasal 1320 KUH Perdata. Mengacu pada Pasal 1320 KUH Perdata, syarat sahnya suatu perjanjian terdapat (empat) yakni:

1. Adanya perjanjian bagi mereka yang mengikatkan diri;
2. Kemampuan para pihak untuk membuat perjanjian;
3. Sebab tertentu; dan
4. Adanya sebab (causa) yang halal.

Antara ke-empat syarat tersebut lalu di bagi kembali kedalam syarat objektif dan syarat subjektif, yakni:

Syarat subjektif diantaranya:

1. Adanya perjanjian bagi mereka yang mengikatkan diri;
2. Kemampuan para pihak untuk membuat perjanjian;
3. Syarat objektif diantaranya:
4. Sebab tertentu; dan
5. Adanya sebab (causa) yang halal.

Kedua syarat ini dibedakan terkait masalah bisa dibatalkannya suatu kontrak serta batal demi hukum.

Salah satu syarat subyektif adalah jika suatu perjanjian memasukkan aspek paksaan, penipuan, atau kekacauan, maka tidak dinilai telah terjadi. Perjanjian dapat dibatalkan jika termasuk salah satu komponen ini dan dibuat oleh orang yang secara teknis bukan orang dewasa. Dengan kata lain, jika para pihak memutuskan untuk membatalkan perjanjian, maka hal itu dapat dilakukan dan menjadi batal pada saat pembatalan. Selama pengadilan belum menyatakan perjanjian itu tidak sah atau batal demi hukum, perjanjian itu tetap dianggap sah.

Jika kita melihat kepada contoh kasus yang telah di kemukakan jelas bahwasanya tidak

ada aspek paksaan saat membuat perjanjian tersebut sehingga secara subjektif syarat sah perjanjian ini telah tercapai, apabila terjadi pembatalan tentunya ada hal yang harus ditanggung oleh pihak yang membatalkan seperti pengembalian dana dan ganti rugi. Perjanjian ini akan terus sah dimata hukum apabila tidak ada pemutusan perjanjian atau belum adanya putusan pengadilan yang menyatakan bahwasanya perjanjian ini batal demi hukum ataupun tidak sah.

Berdasarkan kasus yang telah dibahas sebelumnya, ternyata adanya wanprestasi pada perjanjian yang mengikat tersebut yakni tidak melaksanakan prestasi yang dilakukan oleh endorser karena tepat dikatakan bahwa endorser tidak pernah dilakukan oleh Endorser. Hal ini menyebabkan endorsement tidak dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya karena

terdapat kerugian barang yang perlu diiklankan serta uang yang perlu diiklankan dibayar, yang merupakan kegagalan pihak endorser, yang tidak mengambil tindakan untuk memperbaiki kegagalan tersebut.

Dari penjabaran diatas dapat terlihat jelas bahwasanya adanya wanprestasi yang dilakukan oleh endorser berupa wanprestasi tidak melakukan prestasi sama sekali yang mana ini tidak sesuai dengan teori keadilan karena pihak adanya pihak yang dirugikan sehingga tidak mencerminkan adanya keadilan. Selain itu mengacu pada prinsip perlindungan hukum disini konsumen berhak mendapatkan haknya sebagai konsumen yakni berupa jasa promosi yang telah dibayarkan dan ia pun berhak mendapatkan kenyamanan tetapi nyatanya tidak dilakukan pihak endorser sehingga ini merupakan tindakan yang melanggar dan dapat diadukan ke BPSK untuk menyelesaikan sengketa di luar pengadilan melalui mediasi, arbitrase serta konsiliasi ataupun bisa langsung mengajukan tuntutan ke pengadilan setempat. Berdasarkan teori pertanggungjawaban endorser harus melaksanakan pertanggungjawaban kontraktual yakni pertanggungjawaban terkait semua klausa yang ada di kontrak yang telah dibuat.

Akibatnya, jika Endorser wanprestasi, penyelesaian yang dapat dilakukan ialah meminta endorser untuk membayar kerugian selain dimintai pertanggungjawaban secara hukum untuk mengakhiri perjanjian ke pengadilan karena Pasal 1266 KUH Perdata menganggap "syarat batal dianggap selamanya dicantumkan dalam perjanjian- perjanjian yang timbal balik apabila salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya." Endorser yang melanggar pada perjanjian ini dapat memilih untuk menuntut pembatalan perjanjian itu disertai dengan pembayaran biaya, kerugian, dan bunga menurut Pasal 1267 KUH Perdata, yang berbunyi: "Pihak yang terhadapnya perikatan tidak dipenuhi, dapat memilih; memaksa pihak yang lain untuk memenuhi persetujuan, jika hal itu masih dapat dilakukan, atau menuntut pembatalan persetujuan, dengan penggantian biaya, kerugian dan bunga."

D. Kesimpulan

Selama para pihak berpegang pada syarat sahnya perjanjian yang dituangkan dalam pasal 1320 KUH Perdata, maka hukum pencantuman klausula baku dalam perjanjian endorsemen oleh endorser terhadap endorser dinyatakan sah dan berlaku sebagai undang-undang bagi para endorser. Para Pihak. Hal ini sesuai dengan syarat sahnya perjanjian elektronik dalam pasal 47 ayat (2) Peraturan Pemerintah

Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE) yang menyatakan bahwa perjanjian tersebut sah apabila tidak memuat klausula baku yang dilarang oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan tidak terdapat perbuatan melawan hukum yang tidak dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan, kesusilaan, atau Bisa saja terjadi wanprestasi pada saat pelaksanaan perjanjian jasa promosi (endorsement). Kewajiban para pihak dalam mencapai tujuan telah dijabarkan dalam peraturan perundang-undangan. Tujuannya adalah untuk mencegah ketidakepakatan di masa depan dengan memastikan bahwa para pihak melaksanakan perjanjian dengan cara yang mematuhi semua hukum dan peraturan yang berlaku. Namun apabila terjadi perselisihan, pihak yang mengalami kerugian dapat menuntut ganti rugi atau realisasi prestasi. Dalam perjanjian jasa promosi (endorsement) umumnya jika timbul konflik dapat diselesaikan melalui musyawarah, menghemat biaya, waktu, dan lebih private karena diselesaikan oleh kedua belah pihak ketertiban umum

Daftar Pustaka

- [1] Mieke Komar Kantaatmadja dkk, *Cyberlaw: Suatu Pengantar*, (Bandung: Elips, 2002)
- [2] Syahputra, I. (2010). *Perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik*. Alumni.
- [3] Soekanto, S. (2013). dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif*.
- [4] Badruzaman, Mariam Darus dkk. *Aneka Hukum Bisnis*. Bandung: Alumni. 1994 *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*
- [5] Yuristiawan, Ravy, Muliya, Liya Sukma (2022). *Akibat Hukum Wanprestasi Pre-Order oleh Perusahaan Sepeda Ditinjau dari Buku III KUHPerdata*. *Jurnal Riset Ilmu Hukum* 2(2). 113-120.