

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI *ENDORSE* KARENA TIDAK
DIPENUHINYA PRESTASI OLEH SELEBGRAM PERSPEKTIF HUKUM
PERJANJIAN SYARI'AH**

SKRIPSI

OLEH:

FINDA SALIMATUN NUHA

NIM 16220174



PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2020

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI *ENDORSE* KARENA TIDAK
DIPENUHINYA PRESTASI OLEH SELEBGRAM PERSPEKTIF HUKUM
PERJANJIAN SYARI'AH**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Hukum

Oleh :

FINDA SALIMATUN NUHA

NIM 16220174



JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2020

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah,

Dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab pengembangan keilmuan, penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI *ENDORSE* KARENA TIDAK DIPENUHINYA PRESTASI OLEH SELEBGRAM PERSPEKTIF HUKUM PERJANJIAN SYARI'AH

Benar-benar merupakan karya ilmiah yang disusun sendiri, bukan duplikat atau memindah data milik orang lain, kecuali yang disebutkan referensinya secara benar. Jika di kemudian hari terbukti disusun orang lain, ada penjiplakan, duplikasi, atau memindah data orang lain, baik secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar sarjana yang saya peroleh karenanya, batal demi hukum.

Malang, 10 Desember 2020

Penulis,



Finda Salimatun Nuha
NIM 16220174

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Finda Salimatun Nuha, NIM:
16220174 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas
Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul :

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI *ENDORSE* KARENA TIDAK
DIPENUHINYA PRESTASI OLEH SELEBGRAM PERSPEKTIF HUKUM
PERJANJIAN SYARI'AH**

maka pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-
syarat ilmiah untuk diajukan dan diuji oleh Majelis Dewan Penguji.

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Hukum Ekonomi Syariah

Dr. Fakhruddin, M.HI

NIP 197408192000031002

Malang, 10 Desember 2020

Dosen Pembimbing



Risma Nur Arifah S.HI., M.H

NIP198408302019032010

HALAMAN PENGESAHAN

Dewan Penguji Skripsi Saudara Finda Salimatun Nuha NIM 16220174 Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul :

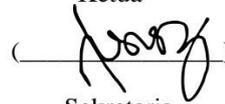
PERLINDUNGAN HUKUM BAGI *ENDORSE* KARENA TIDAK DIPENUHINYA PRESTASI OLEH SELEBGRAM PERSPEKTIF HUKUM PERJANJIAN SYARI'AH

Telah dinyatakan lulus dengan nilai : ...

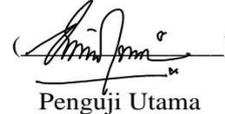
1. Su'ud Fuadi, S.HI., M.EI.
NIP. 19830804201608011020
2. Risma Nur Arifah, M.H
NIP. 198408302019032010
3. Dr. Fakhruddin, M.H.I.
NIP. 197408192000031002



Ketua



Sekretaris



Penguji Utama

Malang, 10 Desember 2020

Dekan,

Dr. Sudirman, M.A.
NIP. 197708222005011003

PENGESAHAN SKRIPSI

Dewan Penguji Skripsi saudara/i Finda Salimatun Nuha, NIM 16220174, mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan Judul:

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI ENDORSE KARENA TIDAK DIPENUHINYA PRESTASI OLEH SELEBGRAM PERSPEKTIF HUKUM PERJANJIAN SYARIAH

Telah dinyatakan lulus dengan nilai: B+

Malang, 19 Desember 2021

Scan Untuk Verifikasi



Dekan,



Dr. Sudirman, M.A.
NIP. 197708222005011003

HALAMAN MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

“Hai orang-orang beriman, penuhilah akad-akad itu”

(QS. Al-Ma'idah [5] : 1)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, yang telah memberikan rahmat dan pertolongan penulisan skripsi yang berjudul: “**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI *ENDORSE* KARENA TIDAK DIPENUHINYA PRESTASI OLEH SELEBGRAM PERSPEKTIF HUKUM PERJANJIAN SYARI'AH**” dapat kami selesaikan dengan baik. Shalawat dan salam kita haturkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW yang telah memberikan uswatunhasanah kepada kita dalam menjalani kehidupan ini secara syar'i. Dengan mengikuti beliau, semoga kita tergolong orang-orang yang beriman dan mendapatkan syafaatnya di hari akhir kiamat. Amin.

Dengan segala pengajaran, bimbingan/pengarahan, serta bantuan layanan yang telah diberikan, maka dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada taranya kepada:

1. Prof. Dr. M. Zainuddin, MA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Sudirman, M.A, selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Fakhruddin, M.HI, selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

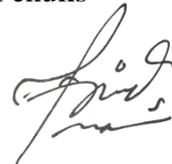
4. Risma Nur Arifah, S.HI.,M.H, selaku dosen pembimbing penulis, terimakasih penulis haturkan atas waktu yang telah beliau limpahkan untuk bimbingan, arahan, serta motivasi dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Risma Nur Arifah, S.HI.,M.H, Prof. Dr. H, Mohamad Nur Yasin, SH., M.Ag, Su'ud Fuadi, S.HI., M.EI. selaku dosen penguji ujian sidang skripsi, terimakasih penulis haturkan atas waktu yang telah beliau limpahkan untuk menguji, arahan, serta motivasi dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Segenap dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah menyampaikan pengajaran, mendidik, membimbing, serta mengamalkan ilmunya dengan ikhlas. Semoga Allah SWT memberikan pahala-Nya yang sepadan kepada beliau semua.
7. Staf karyawan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, penulis ucapkan terimakasih atas partisipasinya dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Kepada Ibu saya tercinta, yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan pengorbanannya.
9. Teman-teman ACK yang selalu saling mendukung dan memberi semangat dalam segala hal. Semoga kalian semua diberi kelancaran dan kesuksesan kedepannya.

10. Teman-teman seperjuangan, Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2016 dan semuanya yang telah memberikan dukungan kepada penulis. Semoga kita semua menjadi orang yang sukses, berguna bagi Agama dan Negara.
11. Kepada semua kakak-kakak, teman-teman, dan adik-adik yang selalu mendukung dan memberikan semangat untuk penulis.

Dengan terselesainya laporan skripsi ini, harapannya ilmu yang telah kami peroleh selama kuliah dapat memberikan manfaat amal kehidupan di dunia dan di akhirat. Sebagai manusia yang tak pernah luput dari kekhilafan, penulis sangat mengharapkan pintu maaf serta kritikan dan saran dari semua pihak demi upaya perbaikan di waktu yang akan datang.

Malang, 10 Desember 2020

Penulis



Finda Salimatun Nuha
NIM 16220174

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Umum

Transliterasi adalah pemindah alihan tulisan Arab ke dalam tulisan Indonesia (Latin), bukan terjemah bahasa Arab ke dalam bahasa Indonesia. Termasuk dalam kategori ini ialah nama Arab dari bangsa Arab, sedangkan nama Arab dari bangsa Arab ditulis sebagaimana ejaan bahasa nasionalnya, atau sebagaimana yang tertulis dalam buku yang menjadi rujukan. Penulisan judul buku dalam *footnote* maupun daftar pustaka, tetap menggunakan ketentuan transliterasi.

Banyak pilihan dan ketentuan transliterasi yang dapat digunakan dalam penulisan karya ilmiah, baik yang standar internasional. Nasional maupun ketentuan yang khusus digunakan penerbit tertentu. Transliterasi yang digunakan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang menggunakan EYD plus, yaitu transliterasi yang didasarkan atas Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 22 Januari 1998, No. 159/1987 dan 0543.b/U/1987, sebagaimana tertera dalam buku Pedoman Transliterasi bahasa Arab (*A Guide Arabic Transliteration*), INIS Fellow 1992.

B. Konsonan

ا= Tidak dilambangkan	ض = dl
ب= B	ط = th
ت= T	ظ = dh
ث= Ta	ع = ‘ (menghadap ke atas)
ج= J	غ = gh
ح= H	ف = f
خ= Kh	ق = q
د= D	ك = k
ذ = Dz	ل = l
ر = R	م = m
ز = Z	ن = n
س = S	و = w
ش = Sy	ه = h
ص = Sh	ي = y

Hamzah (ء) yang sering dilambangkan dengan alif, apabila terletak di awal kata maka dalam transliterasinya mengikuti vokalnya, tidak dilambangkan, namun apabila terletak ditengah atau akhir kata, maka dilambangkan dengan tanda koma di atas (‘), berbalik dengan koma (,) untuk penggantian lambang ع.

C. Vokal, Panjang dan Diftong

Setiap penulisan bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vokal *fathah* ditulis dengan “a”, *kasrah* dengan “i”, *dlommah* dengan “u”, sedangkan bacaan panjang masing-masing ditulis dengan cara berikut:

Vokal	Panjang	Diftong
a = fathah	Â	قال menjadi qâla
i = kasrah	î	قيل menjadi qîla
u = dlommah	û	دون menjadi dûna

Khusus untuk bacaannya’ nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan “i”, melainkan tetap ditulis dengan “iy” agar dapat menggambarkannya’ nisbat di akhirnya. Begitu juga untuk suara diftong, wawu dan ya’ setelah *fathah* ditulis dengan “aw” dan “ay”.Perhatikan contoh berikut:

Diftong	Contoh
aw = و	قول menjadi qawlun
ay = ي	خير menjadi khayrun

D. Ta’ marbûthah(ة)

Ta’ marbûthah (ة) ditransliterasikan dengan “ṭ” jika berada ditengah kalimat, tetapi ta’ marbûthah tersebut berada di akhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan “h” misalnya الرسالة المدرسة menjadi *al-risala li-mudarrisah*, atau apabila berada ditengah-tengah kalimat yang terdiri dari susunan *mudlaf* dan *mudlafilayh*, maka ditransliterasikan dengan

menggunakan “t” yang disambungkan dengan kalimat berikut, misalnya **فیرحمة**

الله menjadi *firahmatillâh*.

E. Kata Sandang dan Lafadh al-Jalâlah

Kata sandang berupa “al” (ال) dalam lafadh jalâlah yang berada di tengah-tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*) maka dihilangkan. Perhatikan contoh berikut :

1. Al-Imâm al-Bukhâriy mengatakan.....
2. Al-Bukhâriy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan
3. *Masyâ’Allah kânâ wa mâlam yasyâ lam yakun*
4. *Billâh ‘azza wa jalla*

F. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata. Bila terletak di awal kata, hamzah tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh : **أمريت - syai’un - ثنيء** - umirtu

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi’il* (kata kerja), *isim* atau *huruf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harakat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh: **واناللهو خير الرازقين** - wa innalillâha lahuwa khairar-râziqîn.

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh: **ومامحمدالآرسول** = wa maâ Muhammadun illâ Rasûl

Penggunaan huruf kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan arabnya memang lengkap demikian dan jika penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh: **اللهالامر جميعا** = lillâhi al-amru jamî'an

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	III
HALAMAN PERSETUJUAN	IV
PENGESAHAN SKRIPSI.....	VI
MOTTO.....	VII
KATA PENGANTAR	VIII
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	XI
DAFTAR ISI	1
ABSTRAK	3
ABSTRACT	4
المخلص	5
BAB I.....	5
PENDAHULUAN	5
A. Latar Belakang	6
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Sistematika Pembahasan	12
F. Definisi Operasional.....	14
BAB II.....	16
TINJAUAN PUSTAKA.....	16
A. Penelitian Terdahulu	16
B. Kajian Pustaka	22
1. Perjanjian Berdasarkan KUH Perdata.....	22
2. Klausula Baku.....	28
3. Wanprestasi	32
4. Perlindungan Hukum	32
5. Perjanjian Berdasarkan Hukum Syariah (Islam)	34

6. Ganti rugi (<i>dhaman</i>).....	38
BAB III.....	41
METODE PENELITIAN.....	41
A. Jenis Penelitian.....	41
B. Pendekatan Penelitian.....	43
C. Lokasi Penelitian.....	43
D. Jenis dan Sumber Data.....	43
E. Metode Pengumpulan Data.....	44
G. Metode Pengolahan Data.....	46
BAB IV.....	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Analisis Bentuk Pelanggaran karena Tidak Dipenuhi Prestasi oleh Selebgram terhadap <i>Endorse</i>	49
B. Analisis Konsep Perlindungan Hukum bagi <i>Endorse</i> karena Tidak Dipenuhi Prestasinya oleh Selebgram.....	53
C. Analisis Perlindungan Hukum bagi <i>Endorse</i> karena Tidak Dipenuhi Prestasinya oleh Selebgram Perspektif Hukum Perjanjian Syariah.....	67
BAB V.....	82
PENUTUP.....	82
A. Kesimpulan.....	82
B. Saran.....	85
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	89

ABSTRAK

Finda Salimatun Nuha, 16220174, 2020. *Perlindungan Hukum bagi Endorse karena Tidak Dipenuhinya Prestasi oleh Selebgram Perspektif Hukum Perjanjian Syari'ah*. Skripsi. Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing: Risma Nur Arifah, S.HI., M.H.

Kata Kunci : Perjanjian, *Endorsement*, Perlindungan Hukum

Online shop adalah sarana atau toko yang menawarkan barang dan jasa melalui internet. Konsumen pada *online shop* dapat melihat barang-barang secara langsung baik dalam bentuk foto maupun video. Pemilik *online shop* biasanya menggunakan strategi pemasaran *endorsement*. *Endorsement* adalah bentuk kerjasama antara pemilik akun *online shop* (*endorser*) dan selebgram (Selebriti *instagram*) untuk mempromosikan produk. Tetapi disisi lain, dalam *endorsement* terdapat permasalahan karena adanya wanprestasi. Seperti dalam perjanjian *endorsement* yang terdiri dari pihak selebgram sebagai pelaku usaha (jasa *endorse*) dan pemilik akun *online shop* sebagai konsumen. Sehingga konsumen membutuhkan perlindungan hukum, baik berdasarkan hukum positif atau hukum perjanjian syariah.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian empiris dengan pendekatan penelitian sosiologis yuridis. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan wawancara dan dokumentasi. Kemudian metode pengolahan data menggunakan pemeriksaan data (*editing*), klarifikasi (*classifying*), verifikasi (*verifying*), analisis (*analysing*) dan kesimpulan (*concluding*).

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa perlindungan hukum dalam perjanjian *endorsement* ini termasuk bentuk perlindungan hukum preventif dan represif. Karena sebelum perjanjian mencegah permasalahan dan bertujuan untuk menyelesaikan sengketa yaitu terjadinya wanprestasi. Pihak yang melakukan wanprestasi yaitu selebgram dan pihak yang menjadi korban wanprestasi yaitu pemilik akun *online shop*. Pemilik akun *online shop* berhak untuk mendapatkan perlindungan hukum atas kerugiannya berdasarkan Pasal 4 Nomor 8 Tahun 1999 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) tentang hak dan kewajiban konsumen. Begitupun dengan berdasarkan hukum perjanjian syariah wajib ganti rugi (*dhaman*). Hal itu dikarenakan selebgram tidak memenuhi prestasinya terhadap pemilik akun *online shop*.

ABSTRACT

Finda Salimatun Nuha, NIM 16220174, 2020. Legal Protection for Endorse Against Fulfillment of Achievements by Selebgrams Perspective Legal of Sharia Agreements. Thesis. Department of Sharia Economic Law, Faculty of Sharia, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University of Malang. Supervisor: Risma Nur Arifah, S.HI., MH

Keywords : Agreement, Endorsement, Legal Protection

Online shop is a means or store that offers goods and services over the internet. Consumers at online shops can see the goods directly in the form of photos and videos. Online shop owners usually use endorsement marketing strategies. Endorsement is a form of cooperation between online shop account owners (endorsers) and celebgrams (InstagramCelebrities) to promote products. But on the other hand, in endorsement there is a problem because of the wanprestasi. As in the endorsement agreement consisting of the celebgram party as a business actor (endorseeservice) and the owner of an online shop account as a consumer. So consumers need legal protection, either based on positive law or sharia treaty law.

This research includes a type of empirical research with a juridical sociological. The data sources used are primary data and secondary data. The study's data collection uses interviews and documentation. Then the method of processing data using data examination (editing), clarification (classifying), verification (verifying), analysis (analysing) and conclusion (concluding).

The results of this study state that the legal protection in this endorsement agreement includes a form of preventive and repressive legal protection. Because before the inauguration prevents problems and aims to resolve disputes, namely the occurrence of default. The party that performs the default is selebgram and the party who is the victim of wanprestasi is the owner of an online shop account. Online shop account owners are entitled to legal protection for their losses under Article 4 No. 8 of 1999 of the Consumer Protection Act (UUPK) on consumer rights and obligations. Likewise, based on sharia agreement law mandatory compensation (dhaman). That is because selebgram does not meet its achievements towards the owner of the online shop account.

المخلص

فندا سليمة النهى، 16220174، 2020 الحماية القانونية للمتسو قعبر الإنترنت ضد تحقيق للإنجازات. مقال. قسما لقانونا لاقتصاد بالشرعي، كلية الشريعة، مولانا مالكا براهما لادولة الإسلامية بجامعة مالانج.

المشرفة ريسما نور عريفة

الكلمات الدالة : اتفاقية، تصديق، حماية قانونية

متجر على الانترنت هو وسيلة أو متجر يقدم السلع والخدمات عبر الإنترنت. يمكن للمستهلكين في المتاجر عبر الإنترنت رؤية السلع مباشرة في شكل صور ومقاطع فيديو. أصحاب المتاجر عبر الإنترنت عادة ما تستخدم استراتيجيات التسويق تأييد. التأييد هو شكل من أشكال التعاون بين أصحاب حسابات المتاجر عبر الإنترنت (المؤيدين) و (مشاهير) للترويج للمنتجات. ولكن من ناحية أخرى، في تأييد هناك مشكلةن بسبب لذا يحتاج المستهلكون إلى الحماية القانونية، إما على أساس القانون الإيجابي أو قانون المعاهدات الشرعية.

يتضمن هذا البحث نوعا من الأبحاث التجريبية مع , بحثي قانوني ونهج مفاهيميونهج اجتماعي. مصادر البيانات المستخدمة هي البيانات الأولية والبيانات الثانوية. يستخدم جمع بيانات الدراسة المقابلات والوثائق. ثم طريقة معالجة البيانات باستخدام فحص البيانات (التحرير) والتوضيح (التصنيف) والتحقق (التحقق) والتحليل (التحليل) والاستنتاج (الختام).

وتشير نتائج هذه الدراسة إلى أن الحماية القانونية في اتفاق المصادقة هذا تتضمن شكلا من أشكال الحماية القانونية الوقائية والقمعية. لأنه قبل الافتتاح يمنع المشاكل ويهدف إلى حل النزاعات، وهي حدوث التقصير. الحزب الذي ينفذ الافتراضي هو والحزب الذي هو ضحية هو صاحب حسابمتجر على الانترنت. يحق لأصحاب حسابات المتاجر عبر الإنترنت الحصول على الحماية القانونية لخسائرهم بموجب المادة ٤ رقم ٨ لعام ١٩٩٩ من قانون حماية المستهلك بشأن حقوق المستهلك والتزاماته. وبالمثل، واستنادا إلى قانون الشريعة قانون التعويض الإلزامي. وذلك لأن لا تفي بإنجازاتها تجاه مالك حساب المتجر عبر الإنترنت.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menawarkan jasa atau barang melalui internet biasanya disebut dengan *endorse*. Dalam *endorse* semua orang dapat melihat produk atau jasa yang di jual dan ditawarkan melalui video atau foto. *Endorse* dapat dikatakan sebagai penyedia barang seperti hal-nya @masker.emak dan @FD. Biasanya, *endorse* menjual barang-barang yang sering dicari seperti *fashion* dan makanan. Dengan adanya *endorse* ini membuat semua orang semakin tertarik untuk membelinya. *Endorse* biasanya menggunakan aplikasi *instagram* untuk menjual produknya karena dengan penggunaan aplikasi tersebut, penjual dapat mengunggah foto atau video pendek disertai deskripsi produk yang tertera pada *caption* untuk menarik perhatian *customer*.¹

Endorse biasanya menggunakan strategi pemasaran *endorsement*. *Endorsement* merupakan bentuk kerjasama antara *endorse* dan *endorser* (Selebgram) karena banyak *followers* (pengikut) yang berguna untuk menarik pelanggan bagi *endorse*, sehingga secara tidak langsung sebagian dari *followers* tersebut akan tertarik untuk membeli produk yang telah dipromosikan oleh *endorser* yang bersangkutan.²

Pada dasarnya sistem *endorsement* hampir digunakan oleh para *endorse* untuk mendapatkan banyak pelanggan, namun disisi lain dalam *endorsement*

¹Chaca Berbelanja *Online* di Andira Sari, "Perilaku Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga", Daerah: *Kajian Bisnis Online*," *Antro Unairdot Net*, No. 2 (2015): 207. <http://journal.unair.ac.id/LN@pemanfaatan-media-sosial-untuk-jual-beli-online-di-kalangan-mahasiswa-fisip-universitas-airlangga-surabaya-melalui-instagram---article-11412-media-136-category-8.html>.

²Wan Laura Hardilawati, "*Endorsement: Media Pemasaran Masa Kini*, Daerah: *Kajian Pemasaran Masa Kini*," *JIM UPB*, No. 1 (2019): 89. https://www.researchgate.net/profile/Intan-Binangkit/publication/330839746_ENDORSEMENT_MEDIA_PEMASARAN_MASA_KINI/links/5c56d6a1a6fdccd6b5de9111/ENDORSEMENT-MEDIA-PEMASARAN-MASA-KINI.pdf.

terdapat permasalahan karena adanya wanprestasi. Seperti dalam perjanjian *endorsement* yang terdiri dari pihak *endorser* (selebgram) sebagai pelaku usaha jasa *endorse* (promotor) dan *endorse* sebagai konsumen. Akun selebgram yang berinisial @KN pernah melakukan *endorsement* beberapa pakaian di *instagram* dari akun @FD dengan terlambat dan tidak sesuai dengan perjanjian. Akun @KN telah menghilangkan produk yang telah diberikan oleh akun @FD tersebut. Kemudian menimbulkan kerugian pada pihak @FD karena tidak ada pertanggungjawaban dari pihak selebgram.

Begitupun dengan selebgram yang berinisial @PT dengan akun @masker.emak, permasalahannya sama dengan yang di atas. Akan tetapi produk @masker.emak berupa masker kecantikan wajah, produknya tidak dihilangkan oleh selebgram melainkan menimbulkan kerugian yang sama pada akun @masker.emak, karena melakukan *endorsement* di *instagram* secara terlambat tidak sesuai dengan perjanjian sehingga mengganggu perputaran keuangannya. Kedua peristiwa ini dikatakan wanprestasi dan berhak mendapatkan perlindungan konsumen serta perlindungan berdasarkan hukum perjanjian syaria'ah.

Peraturan mengenai perlindungan hukum terdapat dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengenai hak dan kewajiban konsumen yaitu:

1. Hak atas keamanan, kenyamanan, serta keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa.
2. Hak untuk memilih barang atau jasa serta mendapatkan barang atau jasa itu sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
3. Hak atas informasi yang jelas, jujur, dan benar mengenai kondisi serta jaminan barang atau jasa.
4. Hak untuk di dengar pendapat serta keluhannya atas barang atau jasa yang digunakan.
5. Hak untuk mendapatkan perlindungan, advokasi, dan upaya untuk penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
7. Hak untuk dilayani atau diperlakukan secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
8. Hak untuk mendapatkan ganti rugi, kompensasi atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak semestinya.
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.³

Pasal tersebut menjelaskan mengenai hak dan kewajiban yang wajib didapatkan oleh akun @masker.emak dan @FD sebagai konsumen dari selebgram

³Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

sebagai pelaku usaha jasa *endorse*. Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, ada juga Hukum Perjanjian Syari'ah yang merupakan bentuk tertulis dari beberapa ketentuan yang diatur pada hukum perjanjian Islam yang mengatur perilaku orang dalam melakukan hubungan ekonomi, perbankan ataupun perdagangan. Dalam asas-asas perjanjian syariah terdapat asas janji itu mengikat serta wajib dipenuhi. Kemudian ada asas konsensualisme yang menyatakan bahwa "terciptanya perjanjian (akad) itu cukup dengan tercapainya kata sepakat antar pihak".⁴ Pada hukum Islam, memenuhi janji (prestasi) dalam bentuk ayat Al-Qur'an yang ditegaskan dalam Q.S. Al-Isro' [17] : 34 dan Q.S. Al-Maidah [5] : 1 seperti berikut ini:

Q.S. al - Isro' [17] : 34

وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا

Artinya: "*Serta penuhilah janji karena janji itu pasti diminta pertanggungjawabannya*".⁵

Q.S. Al - Maidah [5] : 1

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

Artinya: "*Wahai orang-orang yang beriman, penuhilah janji-janji*".⁶

⁴Muhammad Ardi, "Asas-Asas Perjanjian (Akad) Hukum Kontrak Syariah dalam Penerapan Salam dan Istisna, Daerah: Kajian Perjanjian (Akad)," *Jurnal Hukum Diktum*, No. 2 (2016): 270. <https://core.ac.uk/download/pdf/296613888.pdf>.

⁵Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta : Al-Huda, 2015), 286.

⁶Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta : Al-Huda, 2015), 107.

Pada surah Al-Isro' ayat 34 dan Al-Ma'idah ayat 1 dalam Al-Qur'an tersebut sudah jelas apabila orang-orang beriman diharuskan untuk memenuhi janji (prestasi). Akan tetapi seperti dalam kasus pada akun @FD dan @masker.emak diatas, pihak selebgram sebagai pelaku usaha jasa *endorse* tidak memenuhi janji atau prestasi sehingga terjadi kerugian. Berdasarkan kedua kasus akun tersebut, peneliti tertarik untuk menjadikan penelitian mengenai perlindungan hukum bagi *endorse* karena tidak dipenuhinya prestasi oleh selebgram serta konsep hukum perjanjian syariahnya, dengan judul **“Perlindungan Hukum bagi *Endorse* karena Tidak Dipenuhinya Prestasi oleh Selebgram Perspektif Hukum Perjanjian Syari'ah”**.

B. Rumusan Masalah

Melihat dari latar belakang diatas, maka permasalahan yang diangkat pada kajian ini yaitumeliputi:

1. Bagaimana bentuk pelanggaran karena tidak dipenuhi prestasi oleh selebgram terhadap *endorse*?
2. Bagaimana konsep perlindungan hukum bagi *endorse* karena tidak dipenuhi prestasinya oleh selebgram?
3. Bagaimana perlindungan hukum bagi *endorse* karena tidak dipenuhi prestasinya oleh selebgram perspektif hukum perjanjian syari'ah?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bentuk pelanggaran karena tidak dipenuhi prestasi oleh selebgram terhadap *endorse*.
2. Untuk menambah wawasan mengenai konsep perlindungan hukum bagi *endorse* karena tidak dipenuhi prestasinya oleh selebgram.
3. Untuk mengetahui perlindungan hukum bagi *endorse* karena tidak dipenuhi prestasinya oleh selebgram perspektif hukum perjanjian syari'ah.

D. Manfaat Penelitian

Berikut beberapa manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Dari penelitian ini, diharapkan untuk dapat membantu dalam menambah wawasan keilmuan dan pikiran tentang ilmu hukum khususnya dalam perjanjian, diantaranya yakni:

- a. Dapat digunakan untuk referensi bagi para peneliti selanjutnya dengan tema yang serupa terkait kajian perjanjian *endorsement* ini
- b. Untuk memperkaya khazanah keilmuan dalam hukum perlindungan konsumen dan perjanjian syariah
- c. Menambah pengetahuan dan wawasan mengenai perjanjian *endorsement*

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Mahasiswa hukum yang konsen pada bidang bisnis *online shop* agar dapat mempertimbangkan aspek-aspek bisnis *online shop* di era modern terhadap ketentuan yang sesuai dengan hukum yang ada.

b. Bagi Masyarakat

Masyarakat dapat memahami dengan baik bagaimana perlindungan hukum dan perjanjian syariah bagi *endorse* yang tidak dipenuhinya prestasi oleh selebgram.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan membahas dan menjelaskan permasalahan secara singkat agar mudah untuk di pahami dengan cara melalui penyusunan penelitian, maka dari itu pada penelitian perjanjian *endorsement* ada 5 sub pembahasan berikut:

BAB I Pendahuluan

Berdasarkan penelitian terdahulu ditemukan pokok permasalahan yang menjadi latar belakang dari penelitian ini. Selanjutnya ditentukan perumusan masalah sebagai pertanyaan dari inti masalah penelitian tersebut. Kemudian ada tujuan penelitian dan manfaat yang akan menjadi dampak setelah diadakan penelitian ini. Lalu ada lagi yang dinamakan sistematika penelitian untuk

mempermudah menyusun penelitian dalam penulisannya, dan yang terakhir ada definisi operasional untuk menjelaskan makna-makna yang terdapat pada judul penelitian agar mudah di pahami dan diketahui oleh pembaca.

BAB II Tinjauan Pustaka

Pada tinjauan pustaka terdapat penelitian terdahulu, dimana penelitian terdahulu ini akan menjadi suatu titik yang membedakan antara penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu. Kemudian ada kajian pustaka yang akan menjelaskan teori-teori ataupun materi yang berkaitan dengan perlindungan hukum dan hukum perjanjian syariah.

BAB III Metode Penelitian

Penelitian perjanjian *endorsement* ini menggunakan metode empiris, dengan pendekatan sosiologis yuridis. Adapun lokasinya penelitian yakni yang bertempat di jl. Sunan Ampel, No. 06, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Provinsi Jawa Timur dan wawancara dilakukan *online* melalui *whatsapp* dan *instagram*. Selanjutnya terdapat sumber data dan jenis yang di peroleh dari hasil wawancara langsung kepada pihak yang bersangkutan dalam penelitian perjanjian *endorsement*, kemudian ada metode pengumpulan data dimana penelitian perjanjian *endorsement* memakai metode pengumpulan data secara langsung ke lokasi penelitian, dan yang terakhir yakni metode pengolahan data yang telah di dapatkan dari hasil wawancara lalu di olah secara menganalisis kejadian tersebut.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada hasil dan pembahasan diuraikan data yang sudah di dapatkan dari hasil wawancara dan disesuaikan dengan teori-teori ataupun materi yang sudah di tetapkan kemudian di edit, di klasifikasi, di verifikasi, dan juga di analisis untuk menanggapi rumusan masalah yang telah ditentukan dalam penelitian perjanjian *endorsement*.

BAB V Penutup

Pada penutup ini yang terakhir dalam penelitian, dimana terdapat kesimpulan yang telah menyimpulkan atau menjawab rumusan masalah dalam penelitian, dan terdapat saran dimana saran itu adalah pendapat yang disampaikan dalam penelitian.

F. Definisi Operasional

Penelitian agar mudah di pahami, maka ada beberapa penjelasan sebagai berikut:

- a. *Endorsement* merupakan strategi pemasaran secara *online* yang efektif di zaman modern ini untuk menambah pelanggan. Pemilik *online shop* memilih dengan cara *endorsement* ini untuk iklan atau promosi produk yang dijual agar mendapatkan penghasilan yang meningkat. Ada istilah *endorse* yakni promosi atau iklan dan *endorser* yakni selebriti *instagram* (pihak yang mempromosikan).⁷

⁷Sugi Priharto, "Mengenal Pentingnya *Endorsement* dalam Pengembangan Bisnis," *Marketing dan Manajemen*, diakses 14 Januari 2020, <https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=endorsement+adalah>.

b. Selebgram adalah gabungan dari dua kata yaitu selebriti dan *instagram*. Selebgram biasanya terkenal di sosial media dalam aplikasi *instagram* umumnya mempunyai banyak pengikut (*follower*) hingga mencapai ribuan. Selebgram biasanya bisa untuk memperoleh penghasilan hingga jutaan rupiah setiap bulan dari sebagai menjadi seorang selebgram. Pastinya dengan memakai jasa *endorse* mereka, para *online shop* juga mengalami dengan jualan yang dapat meningkat.⁸

⁸SAB, "Pengertian dari Selebgram, *Paid Promode*, *Endorse*, dan *Influencer*." *Digital Marketing, Social Media, Social Media Marketing*, diakses 21 Oktober 2019, <https://www.sab.id/blog/pengertian-dari-selebgram-paid-promote-endorse-dan-influencer>.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian sebelumnya merupakan bagian penting yang melatar belakangi penelitian ini, karena dengan adanya penelitian terdahulu penulis bisa mengidentifikasi perbedaan antara penelitian skripsi sekarang dengan penelitian dahulu. Dan dapat juga penelitian ini di jadikan pandangan supaya penelitian ini mempunyai ciri khas tersendiri yang berbeda dari penelitian sebelumnya. Sehingga penulis terhindar dari kata plagiasi ataupun duplikasi. Dengan terdapat penelitian terdahulu diartikan untuk mempertahankan keaslian penelitian skripsi yang akan dilakukan.

- a. Skripsi karya Farah Mumtaz Selian, 2018 dari Fakultas Syariah dan Hukum di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatulloh Jakarta, dengan judul “Perjanjian Baku dalam *Endorsement* di Media Sosial” dimana penelitian skripsi tersebut, dengan adanya pencantuman klausula baku dalam perjanjian *endorsement* oleh selebgram yang terlambat dalam mempromosikan produk *endorse* dalam akun *Instagram* milik selebgram serta menghilangkan produk yang semestinya akan di promosikan. Kejadian ini mengakibatkan kerugian bagi *online shop*, lalu selebgram tidak mempertanggungjawabkan atas perlakuannya yang telah dilakukan.

Hasil penelitian skripsinya sudah dinyatakan sah karena ada pencantuman klausula baku pada perjanjian *endorsement* serta bersifat mengikat atau terikat sebagai Undang-Undang terhadap kedua belah pihak yang mencukupi syarat sah perjanjian yang terdapat dalam Pasal 1320 KUH Perdata. Upaya untuk menyelesaikan permasalahan terhadap perjanjian *endorsement online shop* bisa menagih pertanggungjawaban kepada selebgram untuk pembatalan dalam perjanjian dan bisa meminta penggantian kerugian kepada selebgram yang melakukan wanprestasi. Sedangkan perbedaan dengan penelitian ini yang akan diteliti yakni menganalisis tentang perlindungan hukum bagi pemilik akun *online shop* serta hukum perjanjian syariahnya untuk memberikan perlindungan pada pemilik akun *online shop* terhadap tidak dipenuhinya prestasi oleh selebgram. Karena penelitian ini terdapat permasalahan yaitu adanya selebgram yang tidak memenuhi prestasinya terhadap pemilik akun *online shop* dalam perjanjian *endorsement* yang telah disepakati bersama.

- b. Skripsi karya Fransiskus Ravellino, 2017 dari Fakultas Hukum di Universitas Katolik Parahyangan Bandung, dengan judul “Analisis Yuridik Keabsahan Perjanjian *Endorsement* Melalui *Direct Message* dalam Aplikasi *instagram*. Berdasarkan Pasal 1320 KUH Perdata yang menyatakan “dimana penelitian skripsi tersebut merupakan penelitian yuridis-normatif. Adapun permasalahannya yaitu adanya keabsahan perjanjian *endorsement* yang dilakukan oleh seorang yang tidak cakap berdasarkan undang-undang, dan membuat suatu perjanjian *endorsement*. Serta salah satu pihak mempromosikan

(*endorse*) suatu produk, akan tetapi produk tersebut adalah hasil dari tindak pidana yang bertentangan dengan Undang-Undang, maka timbul analisis keabsahan perjanjian *endorsement* yang dilakukan melalui DM dalam aplikasi *instagram*.

Hasil penelitian skripsinya adalah perjanjian *endorsement* yang dilakukan itu tidak sah karena sudah dapat dilihat dalam Pasal 1320 KUH Perdata tentang syarat-syarat sah perjanjian yaitu salah satunya yaitu harus cakap menurut hukum. Dan juga produk yang akan di *endorse* merupakan hasil dari tindak pidana yang tentunya tidak diperbolehkan untuk melakukan hal itu. Sedangkan perbedaan dengan penelitian ini yang akan diteliti yakni menganalisis tentang perlindungan hukum bagi pemilik akun *online shop* serta hukum perjanjian syariahnya untuk memberikan perlindungan pada pemilik akun *online shop* terhadap tidak dipenuhinya prestasi oleh selebgram. Karena penelitian ini terdapat permasalahan yaitu adanya selebgram yang tidak memenuhi prestasinya terhadap pemilik akun *online shop* dalam perjanjian *endorsement* yang telah disepakati bersama.

- c. Skripsi karya Miftakhul Laty Yuli Isforo, 2018 dari Fakultas Syari'ah di Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, dengan judul "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jasa *Endorse* di Media Sosial" dimana penelitian skripsi tersebut merupakan penelitian empiris. Adapun dalam latar belakang menjelaskan bahwa setiap orang *endorser* (selebgram) memiliki kualitas, pengalaman serta kepercayaan yang tinggi. Maka terjadi timbal balik pada jumlah pembelian dari konsumen yang bertambah banyak, tetapi terdapat

beberapa konsekuensi. Pertama, konsumen mengetahui produk dari mulut ke mulut bukan dari iklan maupun promosi. Kedua, konsumen sangat melihat dan mengandalkan harga, petugas, serta *review* untuk menilai mutunya. Ketiga, konsumen akan setia terhadap penyedia jasa yang dapat memuaskan.

Hasil penelitian skripsi tersebut adalah kerjasama dalam jasa *endorser* (selebgram) tersebut dalam Islam termasuk ijarah, tepatnya ijarah ‘amal (ijarah jasa) karena di dalamnya ada suatu kontrak kerjasama dengan syarat-syarat yang sudah ditentukan dan di dalamnya juga terdapat tarif atau upah yang ditentukan serta disepakati oleh kedua belah pihak. *Endorsement* menurut hukum Islam merupakan bentuk muamalah yang diperbolehkan. Sedangkan perbedaan dengan penelitian ini yang akan diteliti yakni menganalisis tentang perlindungan hukum pemilik akun *online shop* serta hukum perjanjian syariahnya untuk memberikan perlindungan pada pemilik akun *online shop* terhadap tidak dipenuhinya prestasi oleh selebgram. Karena penelitian ini terdapat permasalahan yaitu adanya selebgram yang tidak memenuhi prestasinya terhadap pemilik akun *online shop* dalam perjanjian *endorsement* yang telah disepakati bersama.

Tabel Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Judul, Tahun	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Farah Mumtaz Selian, Perjanjian Baku dalam Endorsement di Media Sosial , 2018.	Hukum dari adanya pencantuman klausula baku dalam perjanjian <i>endorsement</i> tersebut telah dinyatakan sah dan mengikat sebagai Undang-Undang bagi kedua belah pihak yang memenuhi syarat sah perjanjian yang terdapat dalam KUH Perdata. Serta penyelesaian sengketa dalam perjanjian <i>endorsement</i> itu dapat meminta pertanggungjawaban untuk pembatalan perjanjian karena ada syarat batal yang dianggap seterusnya akan dicantumkan dalam perjanjian yang timbal balik jika ada salah satu pihak yang tidak memenuhi kewajibannya menurut KUH Perdata, dan bisa meminta pembayaran ganti rugi terhadap pihak yang melakukan tidak memenuhi prestasi.	Menganalisis tentang perlindungan hukum pemilik akun <i>online shop</i> serta hukum perjanjian syariahnya untuk memberikan perlindungan bagi pemilik akun <i>online shop</i> terhadap tidak dipenuhinya prestasi oleh selebgram. Karena penelitian ini terdapat permasalahan yaitu adanya selebgram yang tidak memenuhi prestasinya terhadap pemilik akun <i>online shop</i> dalam perjanjian <i>endorsement</i> yang telah disepakati bersama.
2.	Fransiskus Ravellino, Analisis Yuridik Keabsahan Perjanjian Endorsement melalui Direct Message dalam Aplikasi	Perjanjian <i>endorsement</i> yang dilakukan itu tidak sah karena sudah dapat dilihat dalam Pasal 1320 KUH Perdata tentang syarat-syarat sah perjanjian yaitu salah satunya yaitu harus cakap menurut hukum. Dan juga produk yang akan di	Menganalisis tentang perlindungan hukum pemilik akun <i>online shop</i> serta hukum perjanjian syariahnya untuk memberikan perlindungan bagi pemilik akun <i>online shop</i> terhadap tidak dipenuhinya prestasi oleh

	<p><i>instagram</i> Berdasarkan Pasal 1320 KUH Perdata, 2017.</p>	<p><i>endorse</i> merupakan hasil dari tindak pidana yang tentunya tidak diperbolehkan untuk melakukan hal itu.</p>	<p>selebgram. Karena penelitian ini terdapat permasalahan yaitu adanya selebgram yang tidak memenuhi prestasinya terhadap pemilik akun <i>online shop</i> dalam perjanjian <i>endorsement</i> yang telah disepakati bersama.</p>
3.	<p>Miftakhul Laty Yuli Isforo, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jasa Endorse di Media Sosial, 2018.</p>	<p>Kerjasama dalam jasa <i>endorser</i> (selebgram) tersebut dalam Islam termasuk ijarah, tepatnya ijarah ‘amal (ijarah jasa) karena di dalamnya ada suatu kontrak kerjasama dengan syarat-syarat yang sudah ditentukan dan di dalamnya juga terdapat tarif atau upah yang ditentukan serta disepakati oleh kedua belah pihak. <i>Endorsement</i> menurut hukum Islam merupakan bentuk muamalah yang diperbolehkan.</p>	<p>Menganalisis tentang perlindungan hukum pemilik akun <i>online shop</i> serta hukum perjanjian syariahnya untuk memberikan perlindungan bagi pemilik akun <i>online shop</i> terhadap tidak dipenuhinya prestasi oleh selebgram. Karena penelitian ini terdapat permasalahan yaitu adanya selebgram yang tidak memenuhi prestasinya terhadap pemilik akun <i>online shop</i> dalam perjanjian <i>endorsement</i> yang telah disepakati bersama.</p>

B. Kajian Pustaka

1. Perjanjian Berdasarkan KUH Perdata

a. Pengertian Perjanjian

Berdasarkan Pasal 1313 Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUH Perdata) menyatakan bahwa “persetujuan merupakan perbuatan dimana ada satu orang atau lebih yang mengikatkan diri terhadap satu orang atau lebih. Dari kata persetujuan itu merupakan terjemahan dari kata *overeekomst* menurut bahasa Belanda. Kata tersebut lazim jika diterjemahkan dengan kata perjanjian. Jadi persetujuan dalam Pasal 1313 KUH Perdata itu sama artinya dengan perjanjian. Akan tetapi adapula yang berbeda pendapat bahwa perjanjian dengan persetujuan itu tidak sama. Karena persetujuan merupakan terjemahan dari kata *overeekomst* sedangkan perjanjian merupakan terjemahan dari kata *toestemming* yang ditafsirkan sebagai persesuaian kehendak atau kata sepakat.⁹

Menurut pendapat *communis opinion cloctortins*, perjanjian merupakan perbuatan hukum berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan suatu akibat hukum. Hal itu sependapat pula dengan Sudikno yang menyatakan bahwa “perjanjian merupakan hubungan antara hukum dua pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan suatu akibat hukum”. Kontrak perjanjian ialah suatu

⁹Sudikno Mertokusumo, *Hukum Acara Perdata Indonesia*, (Yogyakarta: Liberty, 1985), 97.

kejadian seseorang yang telah berjanji kepada orang lain atau dua orang yang saling mengikat janji untuk melakukan sesuatu.¹⁰

Semua pendapat diatas pada intinya perjanjian merupakan proses hubungan hukum dan dua perlakuan hukum yang berupa penawaran oleh pihak pertama yang diterima oleh pihak lainnya sehingga diperoleh mufakat dalam penentuan isi perjanjian yang akan mengikat kedua belah pihak. Berdasarkan Pasal 1313 KUH Perdata perjanjian terdiri dari beberapa unsur berikut:

- 1) Perbuatan, perjanjian lebih tepat jika diganti dengan kata tindakan hukum atau perbuatan hukum karena perbuatan itu membawa akibat hukum bagi setiap pihak yang memperjanjikan.
- 2) Satu orang atau lebih terhadap satu orang lain atau lebih, dengan adanya perjanjian paling sedikit harus ada dua pihak yang saling memberikan pernyataan yang tepat.
- 3) Mengikatkan diri, dalam perjanjian ada unsur janji yang diberikan oleh pihak yang satu kepada pihak yang lain. Dalam perjanjian orang

¹⁰Hananto Prasetyo, "Pembaharuan Hukum Perjanjian Sport Entertainment Berbasis Nilai Keadilan (Studi Kasus pada Petinju Profesional di Indonesia), Daerah: Kajian Perjanjian," *Jurnal Pembaharuan Hukum*, No. 1 (2017): 67. <https://www.bing.com/search?q=hananto+prasetyo%2C+%E2%80%9Cpembaharuan+hukum+perjanjian+sport+entertainment+berbasis+nilai+keadilan&qs=n&form=QBRE&sp=-1&pq=hananto+prasetyo%2C+%E2%80%9Cpembaharuan+hukum+perjanjian+sport+entertainment+berbasis+nilai+keadilan+%28studi+kasus+pada+petinju+profesional+di+indonesia%29%2C+daerah%3A+kajian+perjanjian&sc=0-170&sk=&cvid=2649188EF5AA422382A0312BA731A275>.

akan terikat pada akibat hukum yang muncul karena kehendaknya sendiri.¹¹

b. Subjek dan objek

1) Subjek Perjanjian

Setiap perjanjian terdapat dua jenis subjek yaitu sebagai berikut:

- a) Seseorang atau perseroan, lembaga, dan lainnya (badan hukum) yang akan mendapatkan hak dan kewajiban untuk melakukan sesuatu
- b) Seseorang atau perseroan, lembaga, dan lainnya (badan hukum) yang akan mendapatkan hak atas perbuatan yang melaksanakan suatu perjanjian tersebut.

2) Objek Perjanjian

Kreditur berhak memperoleh hasil yang telah dicapai dan debitur juga wajib melaksanakan hasilnya. Inti dari kesepakatan itu adalah pencapaian itu sendiri. Misalnya, Undang-Undang memperoleh objek perjanjian, yaitu kreditur yang berhak memperoleh hasilnya, dan debitur akan melaksanakan hasilnya. Oleh karena itu, tujuan kesepakatan adalah pencapaian itu sendiri, karena berdasarkan ketentuan Pasal 1234 KUH Perdata, yang mengatur bahwa

¹¹Salim HS dkk, *Perancangan Kontrak dan Memorandum of Understanding (MoU)*, (Jakarta: Sinar grafika, 2007), 124.

“pencapaian yang disepakati adalah memberikan sesuatu untuk dilakukan atau tidak dilakukan”.¹²

c. Asas-asas Hukum Perjanjian

Hukum perjanjian secara umum dikenal dengan asas-asas berikut:

- 1) Asas konsensualisme dalam bahasa latin disebut “*consensus*” yang artinya sepakat bila tercapai kesepakatan dalam perjanjian.
- 2) Asas kebebasan berkontrak merupakan setiap orang yang berhak menentukan kontrak yang mengatur isi perjanjian dan yang akan mengikat pembuatnya itu sendiri.¹³ Asas kebebasan berkontrak merupakan salah satu asas atau prinsip penting dalam hukum kontrak. Menurut Pasal 1338 Ayat 1 KUH Perdata menyatakan “semua perjanjian yang telah dibuat secara sah berlaku sebagai mana Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya”. Isi ketentuan Pasal 1338 ayat 1 KUH Perdata dinyatakan sebagai “semua” yang merupakan asas kebebasan berkontrak. Kata “semua” itu berarti:
 - a) Setiap orang bisa bebas untuk membuat atau tidak mencapai perjanjian.
 - b) Setiap orang bisa bebas untuk mencapai perjanjian dengan siapa pun.

¹²R. Wirjono Prodjodikoro, *Azaz-azaz Hukum Perjanjian*, (Bandung: CV. Mandar Maju, 2000), 3.

¹³J. Satrio, *Hukum Perjanjian* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1992), 36.

- c) Setiap orang bisa bebas menentukan isi dan syarat perjanjian yang akan dicapai.
 - d) Setiap orang dapat dengan bebas menentukan bentuk perjanjian.
 - e) Setiap orang bebas memutuskan hukum yang berlaku untuk perjanjian yang akan datang.
- 3) Asas mengikatnya kontrak secara harfiah yaitu "*pacta sunt servanda*" menyatakan bahwa "perjanjian itu mengikat".
- 4) Asas itikad baik yaitu asas yang berkaitan dengan pelaksanaan perjanjian.¹⁴

d. Syarat-syarat Sahnya Perjanjian

Kesepakatan yang memenuhi empat syarat yang diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata yaitu akan dinyatakan sah:

1. Sepakat, para pihak dalam perjanjian telah sepakat untuk mengikat diri mereka sendiri, sehingga mereka harus mencapai kesepakatan bersama tentang hal-hal utama perjanjian tersebut.
2. Cakap hukum untuk membuat perjanjian, maksudnya cakap itu adalah seseorang yang membuat perjanjian, memiliki pengaruh hukum.
3. Mengenai hal-hal tertentu, menurut KUH Perdata hal-hal tertentu adalah:

¹⁴Soedharyo Soimin, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata* (Jakarta: Sinar Grafika, 2016), 331.

- a. Suatu hal atau barang yang cukup jelas yang tertentu yaitu yang paling sedikit ditentukan jenisnya menurut Pasal 1333 KUH Perdata.
 - b. Hanya barang yang bisa diperdagangkan saja yang dapat menjadi pokok perjanjian menurut Pasal 1332 KUH Perdata.
- 4) Suatu sebab yang halal, siapapun yang dapat membuat suatu perjanjian apapun, tetapi terdapat pengecualian yaitu suatu perjanjian yang tidak boleh bertentangan dengan Undang-Undang, ketentuan umum, moral serta kesusilaan menurut Pasal 1335 KUH Perdata.¹⁵

¹⁵R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, (Jakarta : Intermasa, 1979), 17.

2. Klausula Baku

a. Pengertian klausula baku

Terkait dengan perjanjian adalah penggunaan klausula baku yang muncul dalam transaksi konsumen.¹⁶ Dengan kata lain, jika menurut klausula baku pada Pasal 1 ayat 10 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengenai ketentuan umum menyatakan bahwa “klausula baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen”.¹⁷

Pada Pasal 18 Nomor 8 Tahun 1999 Undang-Undang Perlindungan Konsumen tentang ketentuan pencantuman klausula baku membuat beberapa larangan dalam menggunakan klausula baku yaitu seperti dibawah ini:

- 1) Pelaku usaha yang menyediakan barang atau jasa yang dimaksudkan untuk dijual, dilarang menetapkan atau mencantumkan klausula baku dalam setiap dokumen atau perjanjian apabila:
 - a) Menyatakan peralihan tanggung jawab pada pelaku usaha.

¹⁶Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2010), 25.

¹⁷Pasal 1 ayat 10 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

- b) Pernyataan bahwa pelaku usaha berhak menolak pengembalian barang yang dibeli konsumen.
- c) Dinyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak pengembalian pembayaran atas barang (produk) dan jasa yang dibeli konsumen.
- d) Pernyataan bahwa konsumen secara langsung atau tidak langsung memberikan kekuasaan kepada konsumen adalah melakukan semua tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang (produk) atau jasa yang dibeli konsumen.
- e) Menyusun dalam hal hilangnya pembuktian konsumen dalam menggunakan barang (produk) atau menggunakan jasa.
- f) Memberikan hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau asset konsumen dan manfaat tersebut akan menjadi objek jual beli jasa tersebut.
- g) Suatu bentuk peraturan yang menyatakan bahwa konsumen tunduk pada bentuk peraturan baru, penambahan lebih lanjut dan perubahan lebih lanjut yang akan dilakukan pelaku usaha secara sepihak pada saat konsumen menggunakan jasa yang dibeli.¹⁸
- h) Pernyataan bahwa konsumen memberdayakan pelaku usaha untuk mengenakan hak tanggungan, hak gadai, dan jaminan

¹⁸Pasal 18 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

atas barang (produk) yang dibeli konsumen dengan cara mencicil.

- i) Pelaku usaha dilarang mengikuti klausula baku, dimana posisi bentuk syarat atau ketentuan ini sulit dilihat atau tidak dapat dibaca dengan jelas, atau pengungkapannya sulit dipahami.
- j) Setiap klausula baku yang ditetapkan dalam dokumen atau kesepakatan pelaku usaha yang memenuhi ketentuan ayat 1 dan ayat 2 dinyatakan tidak berlaku sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- k) Pelaku usaha harus menyesuaikan persyaratan klausula baku yang melanggar hukum.¹⁹

Pasal 18 Undang-Undang Perlindungan Konsumen melarang penggunaan kontrak standar yang menyangkut dua aspek yaitu isi dan bentuk tertulis. Sejauh menyangkut isinya, penggunaan klausula baku yang mengandung istilah tidak adil dilarang. Sedangkan dari segi penulisan, klausul harus ditulis dengan sederhana jelas dan terang agar konsumen dapat membaca dan memahaminya.

¹⁹Pasal 18 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

b. Karakteristik Klausula Baku

Berdasarkan Sudaryatmo menyatakan bahwa karakteristik klausula baku itu yaitu seperti dibawah ini:

- 1) Klausula baku dirumuskan secara sepihak oleh orang-orang yang statusnya lebih tinggi daripada konsumen.
- 2) Konsumen tidak ikut menentukan persyaratan atau klausula.
- 3) Klausulaini diusulkan dalam bentuk tertulis dan terdapat beberapa poin.
- 4) Konsumen terdesak menerima klausul tersebut karena didorong oleh kebutuhan pelaku usaha.²⁰

Perjanjian tersebut harus memuat beberapa ketentuan bagi para pihak yang terlibat. Kesetaraan dalam hukum Islam dicapai melalui adanya keadilan, tanpa adanya factor brutal (kecurangan) dan realisasi setiap hak yang harus direalisasikan oleh setiap pihak yang bersepakat. Selain itu, hukum kontrak secara umum menganut system terbuka, yaitu memberikan kebebasan yang memuat apapun, tetapi tidak melanggar ketertiban dan moral yang telah ditetapkan sebelumnya.²¹

²⁰M. Roji Iskandar, "Pengaturan Klausula Baku dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Hukum Perjanjian Syariah, Daerah: Amwaluna," *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syari'ah*, No, 2 (2017): 205. <https://www.bing.com/search?q=m.+roji+iskandar%2C+%E2%80%9Cpengaturan+klausula+baku+dalam+undang-perlindungan+konsumen+dan+hukum+perjanjian+syariah&form=ANNTH1&refig=c7f4d038c35f400bb499f35bf2875617>.

²¹Muhammad, Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2004), 165.

3. Wanprestasi

Wanprestasi adalah keadaan ketika pihak debitur tidak dapat melaksanakan atau melakukan pencapaian atau janji yang ditentukan dan disepakati dalam perjanjian.²² Intinya, wanprestasi merupakan peristiwa yang menyimpang dan dijalankan oleh orang yang menandatangani perjanjian dibawah kondisi tidak terdesak. Peristiwa tersebut dapat menimbulkan kerugian bagi orang lain karena kesepakatan yang disepakati bersama.²³

4. Perlindungan Hukum

Menurut Satjipto Rahardjo, perlindungan hukum adalah perlindungan masyarakat agar masyarakat dapat menikmati dan melaksanakan semua hak yang diatur dalam Undang-Undang. Perlindungan hukum ini adalah perlindungan hak asasi manusia yang dirugikan oleh orang lain. Menurut Phillipus M. Hadjon, perlindungan hukum terhadap masyarakat merupakan tindakan pemerintah yang represif dan preventif. Penjelasannya yaitu sebagai berikut:

- a. Perlindungan hukum represif, perlindungan ini bertujuan untuk menyelesaikan sengketa.

²²P.N.H. Simanjuntak, *Hukum Perdata Indonesia*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 292.

²³Nyoman Samuel Kurniawan, "Konsep Wanprestasi dalam Hukum Perjanjian dan Konsep Utang dalam Hukum Kepailitan, (Studi Komparatif dalam Perspektif Hukum Perjanjian dan Kepailitan)", *Jurnal Magister Hukum Udayana* (Vol. 3 No. 1 , 2014), 10. <https://www.e-jurnal.com/2014/12/konsep-wanprestasi-dalam-hukum.html>.

- b. Perlindungan Hukum Preventif, perlindungan ini bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa.²⁴

Perlindungan hukum ini termasuk dalam perjanjian baku yang terkait dengan persyaratan klausula baku ini dan diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur tentang hak dan kewajiban konsumen dalam bertransaksi dalam Pasal 4 Nomor 8 Tahun 1999 yang mengatur:

- a. Hak atas keamanan, kenyamanan, serta keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa.
- b. Hak untuk memilih barang atau jasa serta mendapatkan barang atau jasa itu sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Hak atas informasi yang jelas, jujur, dan benar mengenai kondisi serta jaminan barang atau jasa.
- d. Hak untuk di dengar pendapat serta keluhannya atas barang atau jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapatkan perlindungan, advokasi, dan upaya untuk penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.

²⁴Karya Tulis Ilmiah, *Pengertian Perlindungan Hukum*, April 21, 2016, <https://www.bing.com/search?q=karya+tulis+ilmiah%2C+21+april+2016%2C+pengertian+perlindungan+hukum%2C+karya+tulis+ilmiah&form=ANNTH1&refig=5d1408e613b34efdb38afe75e61ead78>.

- g. Hak untuk dilayani atau diperlakukan secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- h. Hak untuk mendapatkan ganti rugi, kompensasi atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak semestinya.
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.²⁵

5. Perjanjian Berdasarkan Hukum Syariah (Islam)

a. Pengertian Perjanjian Syariah

Mencapai perjanjian merupakan salah satu cara untuk mendapatkan hal-hal yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam melakukan kegiatan ekonomi. Kesepakatan harus dicapai oleh dua pihak yang bertransaksi dan para pihak dalam kontrak, yang akan menentukan transaksi perjanjian tersebut valid. Hukum perjanjian merupakan aspek yang memegang peranan penting dalam pelaksanaan hukum perdata Islam berpeluang besar untuk diterapkan di negara kesatuan di Indonesia.²⁶

Penerapan Hukum Perdata Islam di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia juga didukung oleh jaminan kebebasan yang diberikan oleh sistem hukum nasional Indonesia kepada individu yang

²⁵Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

²⁶Abdul Ghofur Anshori, *Pokok-pokok Hukum Perjanjian Islam di Indonesia* (Yogyakarta : Citra Media, 2006), 15.

dapat menentukan sendiri untuk menerapkan hukumnya sendiri ketika menjalankan kegiatan dan termasuk bidang keperdataan, Kebebasan ini meliputi kebebasan untuk menentukan isi atau materi yang telah disepakati oleh kedua belah pihak dalam suatu hubungan hukum, cara pelaksanaannya, dan kebebasan untuk menyelesaikan sengketa.

Perjanjian yang terdapat pada bahasa Arab biasanya disebut dengan akad. Akad adalah cara yang disetujui oleh Allah SWt dan isinya wajib dipatuhi serta pada Al-Qur'an terdapat dua istilah yang terkait dengan perjanjian yaitu kata akad (*al-aqadu*) yang artinya perjanjian atau kesepakatan, dan 'ahd (*al-ahdu*) berarti kesepakatan, waktu, informasi, perbaikan dan janji atau kesepakatan.²⁷

b. Unsur-unsur Perjanjian Syariah

Perjanjian ini menyebabkan kedua belah pihak terikat oleh hukum Islam dalam bentuk hak dan kewajiban dan harus dilakukan oleh kedua belah pihak sesuai dengan perjanjian syariah. Keabsahan suatu perjanjian (akad) berdasarkan hukum Islam bergantung pada kondisi dan ketentuan dasar dalam perjanjian. Rukun merupakan unsur yang harus dipenuhi dalam peristiwa dan tindakan serta kondisi merupakan unsur yang harus ada dalam peristiwa dan tindakan. Pilar utama perjanjian dan elemen penting dalam perjanjian atau

²⁷Shanti Dwi Kartika, "Perjanjian Syariah," *Blog*, 15 Juli 2009, diakses 15 Juli 2009 <https://shantidk.wordpress.com/2009/07/15/perjanjian-syariah/>.

keepakatan adalah ijab dan qabul. Unsur-unsur selain ijab dan qabul yang terkandung dalam rukun akad, yaitu:

- 1) *Shighatal-aqad* (suatu pernyataan yang bertujuan untuk mengikatkan diri)
- 2) *Al-Ma'qudalaih* (objek dalam suatu akad)
- 3) *Al-Muta'qidain* (pihak yang melakukan berakad)
- 4) *Maudhu' al-aqad* (tujuan yang melakukan akad)

Persyaratan dalam akad yang berkaitan dengan subyek dan obyek pada suatu akad, subyek akad merupakan subyek hukum pada umumnya yaitu pribadi baik orang ataupun badan hukum yang pada dirinya terdapat pembebanan kewajiban dan pendapatan hak. Adapun syarat yang harus terpenuhi oleh seseorang dalam suatu akad yaitu:

- 1) *Aqil* (berakal atau dewasa).
- 2) *Tamyiz* (yang bisa membedakan) sebagai tanda kesadaran.
- 3) *Mukhtar* (bebas untuk melakukan transaksi atau bebas untuk memilih).²⁸

²⁸Shanti Dwi Kartika, "Perjanjian Syariah," *Blog*, 15 Juli 2009, diakses 15 Juli 2009 <https://shantidk.wordpress.com/2009/07/15/perjanjian-syariah/>.

c. Syarat Sahnya Perjanjian Syari'ah

Syarat-syarat sahnya perjanjian secara syari'ah yaitu sebagai berikut:

- 1) Tidak menyalahi hukum secara syari'ah yang telah disepakati dengan adanya syarat ini yang mengandung pengertian setiap orang terhadap prinsipnya yang bersifat bebas membuat suatu perjanjian.
- 2) Harus sama-sama ridha dan juga ada pilihannya, syarat ini mengandung pengertian bahwa perjanjian harus didasari kesepakatan setiap pihak secara bebas serta sukarela dan tidak boleh mengandung unsur rasa paksaan, kekhilafan ataupun penipuan.
- 3) Harus jelas dan detail, suatu perjanjian harus jelas apa yang akan menjadi obyeknya serta hak dan kewajiban setiap pihak yang terlibat dalam perjanjian.²⁹

d. Asas-asas Perjanjian Syari'ah

Asas-asas hukum perjanjian berdasarkan hukum Islam yaitu sebagai berikut:

- 1) *Al-Hurriyah* (kebebasan), asas ini berisi pengertian setiap orang yang bersifat bebas dan mencapai perjanjian (akad).

²⁹Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perjanjian Islam di Indonesia* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018), 24.

- 2) *Al-Musawah* (persamaan atau kesetaraan), asas ini berarti bahwa masing-masing pihak dalam perjanjian memiliki status yang sama, yaitu status yang sama atau setara dalam menentukan persyaratan perjanjian.
- 3) *Al-Adalah* (keadilan), asas perjanjian ini selalu bertujuan untuk membawa manfaat yang adil dan seimbang serta tidak merugikan pihak manapun.
- 4) *Al-Ridha* (kerelaan), semua transaksi dilakukan secara sukarela antara para pihak dan didasarkan pada perjanjian pembebasan bersama antara para pihak dan tidak boleh mengandung paksaan tekanan atau penipuan.
- 5) *Ash-Shidq* (kebenaran dan kejujuran), setiap muslim memiliki kewajiban untuk mengatakan yang sebenarnya dan berkata jujur terutama ketika mencapai kesepakatan dengan pihak lain.
- 6) *Al-Kitabah* (tertulis), setiap kesepakatan harus dirumuskan secara tertulis untuk memberikan bukti nanti jika terjadi perselisihan dan prinsip saksi dan tanggung jawab harus dilampirkan ketika kesepakatan dibuat.³⁰

6. Ganti rugi (*dhaman*)

- 1) Ganti rugi karena perusakan (*dhaman itlaf*).
- 2) Ganti rugi karena transaksi (*dhaman 'aqdin*).

³⁰Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perjanjian Islam di Indonesia* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018), 28.

- 3) Ganti rugi karena perbuatan (*dhaman wadh'u yadin*).
- 4) Ganti rugi karena penahanan (*dhaman al-hailulah*).
- 5) Ganti rugi karena tipu daya (*dhaman al-maghrur*).³¹

³¹Nurhalis, "Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999", Daerah Kajian Hukum dan Keadilan, *Jurnal IUS* No. 9 (2015), 531.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan prosedur atau langkah-langkah yang teratur, terarah dan sistematis untuk menemukan informasi tentang hal-hal yang akan dipelajari dengan menggunakan teknologi tertentu. Penelitian merupakan adanya suatu pencarian, penyelidikan atau investigasi terhadap pengetahuan baru, atau sekurang-kurangnya sebuah pengaturan baru atau interpretasi (tafsiran) baru dari pengetahuan yang timbul.

Metode yang digunakan bisa saja ilmiah atau tidak, tetapi pandangan harus kritis dan prosedur harus sempurna. Tenaga bisa saja signifikan atau tidak. Pada masalah aplikasi tampaknya aktifitas lebih banyak.³² Mengenai prosedur dan metode-metode penelitian yang harus dilakukan berupa pengumpulan data dan fakta yang berkaitan dengan topik penelitian, bahwa dalam penelitian ini telah dilakukan untuk dapat di percaya dan di pertanggung jawabkan. Ada beberapa upaya untuk mendapatkan penelitian, adapun metode yang digunakan yakni sebagai berikut:

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut ialah hukum empiris. Metode penelitian hukum empiris adalah suatu metode penelitian hukum yang berfungsi untuk melihat hukum dalam artian nyata dan meneliti bekerjanya

³²Bahder Johan Nasution, *Metode Penelitian Ilmu Hukum* (Jakarta: PT. Grafindo, 2001), 3.

hukum di lingkungan masyarakat. Penelitian ini didasarkan pada situasi sebenarnya di masyarakat, tujuannya untuk menemukan dan memahami fakta dan data yang dibutuhkan oleh peneliti. Setelah mengumpulkan data yang dibutuhkan, masalah akan diidentifikasi yang pada akhirnya akan mengarah pada penyelesaian masalah. Penelitian ini disebut penelitian empiris karena bertujuan untuk mengetahui yang terjadi pada pemilik akun *online shop* untuk menggambarkan bagaimana pemilik akun *online shop* mendapat perlindungan hukum dalam perjanjian *endorsement*. Dilakukan berdasarkan keadaan sebenarnya atau keadaan yang nyata dan terjadi pada masyarakat dengan maksud untuk mencari dan mengetahui fakta dan data yang dibutuhkan oleh peneliti. Setelah data yang dibutuhkan terkumpul maka akan dilakukan identifikasi masalah yang ada pada akhirnya akan menuju penyelesaian masalah. Penelitian ini disebut penelitian empiris karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa yang terjadi di akun *online shop* bagaimana perlindungan hukum pemilik akun *online shop* terhadap selebgram dalam perjanjian *endorsement*.³³

Jenis empiris yang digunakan dalam penelitian ini, karena dilakukan dengan cara wawancara kepada pihak yang bersangkutan untuk dapat memberikan informasi tentang kronologi permasalahan yang pernah dihadapinya. Kemudian melihat langsung penerapan peraturan - peraturan atau perundang - undangan yang berkaitan dengan penelitian ini.

³³Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Empiris dan Normatif*, Pustaka (Yogtakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 280.

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan sosiologis yuridis, antara lain peneliti melakukan dan mengkaji permasalahan yang terjadi di akun *Online Shop @masker.emak* dan *@FD*, serta menggunakan pendekatan penelitian *statute approach* yaitu peneliti mengkaji peraturan perundang-undangan yang terkait dengan tema yaitu KUH Perdata.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian perjanjian *endorsement* ini berada di jl. Sunan Ampel, No. 06, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Provinsi Jawa Timur dan dilakukan wawancara secara *online*. Disini yakni tempat orang yang mempunyai akun *@masker.emak* dan akun *@FD* di aplikasi *instagram*.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Data primer adalah data, atau fakta atau keterangan yang diperoleh langsung dari sumber pertama atau orang yang diwawancarai. Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual dan kelompok. Dalam mengambil atau mencari data primer peneliti menggunakan metode wawancara atau interview kepada narasumber yang menguasai permasalahan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mencari data dengan melakukan wawancara secara *online* dengan terstruktur kepada pihak yang terkait guna untuk mendapatkan data yang efektif sehingga pembahasan dari penelitian ini sempurna. Pihak yang dimaksud adalah pemilik akun *@masker.emak* melalui *whatsapp* dan

managemen @FD melalui *instagram* yaitu koordinator *endorse* kepada selebgram.

2. Data sekunder merupakan data yang sudah tercatat dalam buku atau suatu laporan tetapi dapat juga merupakan hasil dari hasil penelitian. Dalam penelitian ini, mengambil berbagai referensi dari hasil penelitian skripsi, buku, undang-undang, *website*, dan jurnal yang berwujud laporan data yang sudah tercatat dalam buku atau pun suatu laporan namun dapat juga merupakan hasil dari hasil penelitian. Data sekunder yang digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini adalah buku Undang-undang Perlindungan Konsumen, KUH Perdata, Hukum Perjanjian Syari'ah serta penelitian skripsi yang mempunyai topik yang sama dengan penelitian skripsi ini.

E. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. pengumpulan data itu dilakukan terhadap sampel yang telah ditentukan sebelumnya. Data merupakan sesuatu yang belum mempunyai arti bagi penerimanya dan masih membutuhkan adanya suatu pengolahan. Tujuan dari langkah pengumpulan data dan teknik pengumpulan data ini adalah demi mendapatkan data yang valid, sehingga hasil dan kesimpulan penelitian pun tidak akan diragukan kebenarannya sehingga dapat di catat dan dapat dipertanggung jawabkan.

Penelitian ini mengumpulkan data berupa data mentah dan data tambahan yang sesuai dengan metode penelitian yang akan dipelajari. Adapun pengumpulan data yang digunakan adalah seperti dibawah ini:

1. Wawancara

Wawancara merupakan tanya jawab secara lisan dimana dua orang berhadapan secara langsung. Dalam proses ada dua pihak yang menempati kedudukan yang berbeda. Satu pihak sebagai informan dan satunya sebagai pencari informasi yang telah menyusun pertanyaan yang sesuai untuk materi penelitian. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

Wawancara yang digunakan adalah terbuka dan terstruktur, wawancara terstruktur yakni pewawancara menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan³⁴. Peneliti menanyakan langsung kepada narasumber secara *online* yakni pemilik akun *@masker.emak* melalui *whatsapp* dan manager *@FD* melalui *instagram* tentang bagaimana peristiwa *endorse* kepada selebgram sehingga menimbulkan permasalahan yang merugikan.

Penulis melakukan wawancara kepada pemilik akun *@masker.emak* dan manager *@FD* sebagai pihak yang menghubungi selebgram untuk melakukan kerjasama *endorse*, sehingga dapat mengumpulkan data mengenai permasalahan *endorse* tersebut.

³⁴Lexy. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007),190.

2. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu pengumpulan data yang mengacu pada dokumen yang terdapat pada akun *online shop*. Metode ini merupakan catatan tertulis tentang kegiatan atau peristiwa tertentu. Metode pengumpulan dokumentasi dalam penelitian ini berupa gambar *screenshot* dari (*directmessage*) DM antara pemilik akun *online shop @masker.emak* dengan selebgram dalam aplikasi *instagram*, serta syarat dan ketentuan yang terdapat di aplikasi *line @FD*.

G. Metode Pengolahan Data

Pada bagian ini dijelaskan bagaimana cara pengolahan data dan analisis hukum yang sesuai dengan pendekatan yang digunakan yaitu menggunakan analisis kualitatif. Dimana penulis menganalisis suatu fenomena dalam perlindungan hukum bagi *endorse* karena tidak dipenuhinya prestasi oleh selebgram perspektif hukum perjanjian syari'ah. Berikut pengolahan data yang akan digunakan oleh peneliti:

1. Pemeriksaan Data (*Editing*)

Dalam tahapan ini, data yang diperoleh dari wawancara dengan *online shop* diperiksa ulang, dengan tujuan data yang dihasilkan berkualitas baik dan benar. Maka penulis membaca dan memeriksa ulang data yang telah diperoleh dan dikumpulkan melalui data *online* dan buku. Apakah data yang diperoleh sudah terkumpul dengan lengkap dan sudah relevan dengan masalah yang diteliti.

2. Klarifikasi (*Classifying*)

Selanjutnya mengelompokan data primer yaitu wawancara secara *online* dan terstruktur dengan pihak @masker.emak dan manager @FD serta data sekunder. Data tersebut peneliti kelompokan berdasarkan kategori pertanyaan dalam rumusan masalah mulai dari permasalahan dan upaya hukumnya.

3. Verifikasi (*Verifying*)

Selanjutnya menelaah atau mengecek kebenaran dari data yang diperoleh selama wawancara apakah sudah benar keabsahannya dan subjek wawancara serta hal lain yang berkaitan dengan data yang telah didapatkan. Hal ini dilakukan untuk menjamin bahwa data-data ini valid.

4. Analisis (*Analyzing*)

Menganalisis data yang berasal dari informan untuk diolah kembali menjadi bahasa yang mudah dipahami dan dimengerti maupun dicerna oleh pembaca.³⁵ Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis deskripsi kualitatif, yaitu untuk mendeskripsikan fakta, keadaan yang terjadi, kemudian dipisahkan berdasarkan kategorinya untuk memperoleh kesimpulan dari penelitian ini, Sehingga lebih rinci terkait perlindungan hukum bagi *endorse* karena tidak dipenuhinya prestasi oleh selebgram, seperti berikut:

³⁵ Masri Singaribun, Sofyan Effendi, *Metode Penelitian Survey*, (Jakarta: LP3ES, 1987), 263.

- a. Menganalisis bentuk pelanggaran dalam perjanjian *endorsement* yang menimbulkan wanprestasi, karena selebgram telah mengingkari janjinya untuk mempromosikan produk sebagaimana yang sudah diperjanjikan.
- b. Menganalisis mengenai konsep perlindungan hukum dalam perjanjian *endorsement*, karena selebgram tidak memenuhi prestasinya.
- c. Menganalisis tentang perlindungan hukum bagi *endorse* karena selebgram tidak memenuhi prestasinya berdasarkan perspektif hukum perjanjian syariah.

5. Kesimpulan (Concluding)

Tahapan terakhir adalah menyimpulkan atau menarik kesimpulan terhadap masalah yang diteliti dari beberapa poin penting yang diperoleh penulis dari proses pencarian data melalui wawancara dan dokumentasi. Penulis menarik beberapa poin untuk jawaban terhadap rumusan masalah diatas, berupa kesimpulan tentang perlindungan hukum bagi *endorse* karena tidak dipenuhinya prestasi oleh selebgram.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Bentuk Pelanggaran karena Tidak Dipenuhi Prestasi oleh Selebgram terhadap *Endorse*

Sistem perjanjian *endorsement* yang sering digunakan oleh para *endorse* menggunakan aplikasi *instagram* dan *line*. Dalam melakukan perjanjian ini terdapat pihak yang melanggar janjinya sendiri yang telah disepakati bersama. Janji tersebut merupakan suatu prestasi atau hak dan kewajiban kedua belah pihak yang harus dipenuhi. Kejadian tersebut menimbulkan kerugian bagi pihak yang satunya.

Bentuk pelanggaran dalam perjanjian *endorsement* yang pertama yaitu dilakukan oleh selebgram @KN terhadap akun @FD. Akun @FD menjual produk *fashion* wanita. Awalnya, pemilik akun @FD memutuskan untuk mempromosikan produknya dengan cara promosi atau iklan dan memilih selebgram @KN sebab sudah dipercaya. Maka dari itu pemilik akun @FD menghubungi selebgram @KN melalui aplikasi *line*. Kejadian perjanjian *endorsement* ini terjadi dengan adanya klausula yang berbentuk syarat dan ketentuan yang telah dibuat oleh selebgram.

Perjanjian *endorsement* ini menimbulkan wanprestasi, karena selebgram telah mengingkari janjinya untuk mempromosikan produk sebagaimana yang

sudah diperjanjikan. Selebgram tersebut tidak memenuhi kewajibannya karena telah menghilangkan produk @FD dan tidak ada pertanggungjawaban. Lalu pemilik akun @FD mengirimkan produknya kembali kepada selebgram. Setelah itu, selebgram tidak menepati janjinya lagi, karena mempromosikan produk tidak tepat waktu.

Kejadian tersebut sudah jelas termasuk bentuk pelanggaran yang menyimpang dan menimbulkan kerugian bagi pemilik akun @FD. Begitupun dalam hukum perjanjian syariah terdapat asas *al-adalah* (keadilan) yang bertujuan untuk membawa manfaat yang adil dan seimbang serta tidak merugikan pihak manapun. Selanjutnya ada asas *ash-shidq* (kejujuran dan kebenaran) yang memiliki kewajiban untuk mengatakan yang sebenarnya dan berkata jujur terutama ketika mencapai kesepakatan dengan pihak lain.

Sedangkan selebgram @KN pada perjanjian *endorsement* ini melakukan perbuatan yang tidak seimbang serta merugikan. Dan tidak jujur ketika mencapai kesepakatan dengan pihak pemilik akun @FD. Hal ini dapat disebut bentuk pelanggaran dalam hukum perjanjian syariah karena tidak sesuai dengan asas perjanjian syariah yaitu asas *al-adalah* (keadilan) dan asas *ash-shidq* (kejujuran dan kebenaran).

Selanjutnya ada perjanjian *endorsement* yang kedua yaitu dilakukan oleh pemilik akun @masker.emak dan selebgram yang berinisial @PT. Pemilik akun @masker.emak memilih selebgram tersebut karena percaya bahwa orangnya baik dan jujur serta memiliki banyak pengikut (*followers*). Perjanjian *endorsement* ini

dilakukan secara *online* melalui DM di aplikasi *instagram*. Pemilik akun @masker.emak ini menjual produk masker wajah yang bermerek Spirulina. Spirulina merupakan masker wajah yang dapat membasmi jerawat, mencerahkan kulit, mengatasi iritasi pada kulit, serta merawat kecantikan kulit wajah.

Pada perjanjian *endorsement* ini pemilik akun @masker.emak meminta untuk di promosikan sebelum hari raya Idul Fitri tepatnya dua minggu kemudian setelah selebgram @PT menerima barang. Kedua belah pihak menyetujui ketentuan tersebut. Dari sini mereka terikat dengan perjanjian dan harus memenuhi prestasi (hak dan kewajiban). Akan tetapi tidak ada klausul yang tertulis disini melainkan hanya dengan percakapan DM. Sedangkan dalam Pasal 18 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa klausul harus ditulis dengan sederhana jelas dan terang agar konsumen dapat membaca dan memahaminya.³⁶

Ketika sudah mencapai dua minggu setelah selebgram menerima produk, selebgram belum memenuhi prestasinya. Padahal pemilik akun @masker.emak sudah memenuhi prestasinya yaitu mengirim produk Spirulina secara gratis dan transfer uang sebagai upah. Pemilik akun @masker.emak tersebut menanyakan produknya yang belum di promosikan pada akun *instagram* @PT melalui DM.

Kejadian di atas tidak ada balasan sama sekali dari pihak selebgram, sedangkan pemilik akun @masker.emak ini membutuhkan kepastian waktu produknya di promosikan. Karena jika sudah di promosikan dan *upload* oleh

³⁶Pasal 18 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

selebgram, maka akan banyak yang membeli produk Spirulina di akun @masker.emak. Dan hasil keuntungannya dijadikan modal untuk membeli produk Spirulina untuk dijual kembali. Pemilik akun @masker.emak pun tidak menyerah untuk bertanya terus menerus melalui DM meskipun tanpa ada balasan apapun. Satu bulan kemudian selebgram menjawab melalui DM bahwa video belum di edit dan banyak alasan yang tidak jelas. Pada akhirnya dua bulan kemudian selebgram baru mempromosikan dan *upload* masker Spirulina di akun *instagram*-nya. Dari kejadian diatas sudah jelas bahwa selebgram telah melanggar janjinya karena tidak memenuhi prestasi dengan tepat waktu. Akan tetapi selebgram memenuhi prestasinya sangat terlambat sehingga pemilik akun @masker.emak mengalami kerugian.

Peristiwa tersebut sudah jelas termasuk bentuk pelanggaran yang menyimpang dan menimbulkan kerugian bagi pemilik akun @masker.emak. Begitupun dalam hukum perjanjian syariah terdapat asas *al-kitabah* (tertulis) dimana setiap syarat atau ketentuan dilakukan secara tertulis untuk sebagai bukti ketika terdapat permasalahan ditengah perjanjian, asas *al-adalah* (keadilan) yang bertujuan untuk membawa manfaat yang adil dan seimbang serta tidak merugikan pihak manapun. Selanjutnya ada asas *ash-shidq* (kejujuran dan kebenaran) yang memiliki kewajiban untuk mengatakan yang sebenarnya dan berkata jujur terutama ketika mencapai kesepakatan dengan pihak lain.

Sedangkan selebgram @PT pada perjanjian *endorsement* ini melakukan perbuatan yang tidak seimbang serta merugikan. Dan tidak jujur ketika mencapai

kesepakatan dengan pihak pemilik akun @masker.emak. Hal ini dapat disebut bentuk pelanggaran dalam hukum perjanjian syariah karena tidak sesuai dengan asas perjanjian syariah yaitu asas *al-kitabah* (tertulis), asas *al-adalah* (keadilan) dan asas *ash-shidq* (kejujuran dan kebenaran).

Untuk menyikapi permasalahan tersebut, para pemilik akun *online shop* (*endorse*) yang menjadi korban sempat berkeinginan untuk melapor ke pihak berwajib. Namun mereka berasumsi akan berurusan panjang dan memakan waktu serta biaya yang banyak. Mereka tidak yakin atas dasar apa untuk melaporkan selebgram kepada pihak yang berwajib. Pada akhirnya upaya yang dilakukan oleh para korban yaitu dengan menghukum secara sosial.

B. Analisis Konsep Perlindungan Hukum bagi *Endorse* karena Tidak Dipenuhi Prestasinya oleh Selebgram

Setiap orang tidak bisa jauh dari kata perjanjian dalam kehidupan baik antara dua orang maupun tiga orang atau bahkan lebih, serta dapat juga antara badan hukum dengan badan hukum atau orang dengan badan hukum. Maka dari itu, agar tidak menimbulkan suatu pertikaian ketika membuat serta melaksanakan suatu perjanjian pada masyarakat, kita memerlukan peraturan yang mengatur mengenai perjanjian menurut hukum. Dalam teori terminologi perjanjian adalah perbuatan hukum berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan suatu akibat hukum. Hal itu sependapat pula dengan Sudikno, “perjanjian merupakan

hubungan antara hukum dua pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan suatu akibat hukum”.³⁷

Pasal 1313 KUH Perdata menyatakan bahwa “persetujuan merupakan perbuatan dengan satu orang atau lebih yang mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”. Selanjutnya, dalam perjanjian *endorsement* terdapat dua orang atau pihak yaitu *endorse* (penyedia barang atau pemilik *online shop*) dan selebgram. Kemudian *endorse* mengikatkan dirinya kepada selebgram, karena terikat dengan adanya klausula baku (syarat dan ketentuan) yang telah ditentukan sepihak oleh selebgram dan diberikan kepada *endorse* ketika melakukan suatu perjanjian.³⁸

Syarat sah dalam perjanjian pada Pasal 1320 KUH Perdata menyatakan bahwa suatu perjanjian bisa dikatakan sah jika sudah memenuhi empat syarat berikut:

- 1) Sepakat adalah para pihak yang saling mengungkapkan kehendaknya untuk menutupi perjanjian pihak yang satu sesuai dengan pihak yang lain.³⁹ Dalam suatu kesepakatan, subjek kesepakatan harus ada kemauan, kesepakatan dan menyetujui kehendak tanpa paksaan.⁴⁰ Kesepakatan diperlukan dalam setiap perjanjian yang berarti kedua belah pihak harus mempunyai kebebasan kehendak. Maksudnya setiap pihak tidak mendapat tekanan yang

Hananto Prasetyo, “Pembaharuan Hukum Perjanjian Sport Entertainment,” *Jurnal Pembaharuan Hukum*, No. 1 (2017): 67.

³⁸Soedharyo Soimin, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata* (Jakarta: Sinar Grafika, 2016), 328.

³⁹Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perjanjian (Asas Proposionalitas dalam Kontrak Komersial)*, (Jakarta: Kencana, 2010), 162.

⁴⁰Bambang Daru Nugroho, *Hukum Perdata Indonesia*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2017), 110.

menyebabkan cacat dalam mewujudkan kehendaknya.⁴¹ Perjanjian *endorsement*, pihak *endorse* dengan selebgram harus menyetujui isi perjanjian terlebih dahulu meskipun dilakukan secara *online*. Harus memenuhi kehendak para pihak yang telah disepakati bersama. Hal ini sesuai dengan asas konsensualisme yang merupakan roh dari setiap perjanjian, hal ini tersimpulkan dari kesepakatan setiap para pihak.⁴² Asas konsensualisme memiliki kolerasi dengan asas kebebasan berkontrak. Asas kebebasan berkontrak yang merupakan setiap orang mempunyai kebebasan untuk menentukan perjanjian, mengatur dengan sendiri isi perjanjian yang akan mengikat pembuatnya.⁴³ Maka dari itu dapat dikatakan bahwa selebgram sebagai pelaku usaha yang membuka jasa *endorse* bebas menentukan isi syarat dan ketentuannya.

- 2) Cakap adalah kecakapan seseorang untuk menjalankan perbuatan hukum. Kecakapan untuk menjalankan suatu perbuatan hukum dapat dikatakan sebagai prospek untuk menjalankan perbuatan hukum untuk mengikat diri sendiri secara mandiri tanpa diganggu gugat.⁴⁴ Dalam kecakapan subjek yang melakukan suatu perjanjian harus dewasa atau cakap hukum (usia 21 tahun atau telah menikah), sehat akal pikiran, tidak melaksanakan suatu perbuatan hukum yang dilarang, serta pihak yang mampu untuk melakukan perbuatan

⁴¹I Ketut Oka Setiawan, *Hukum Perikatan*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2016), 61.

⁴²Bambang Daru Nugroho, *Hukum Perdata Indonesia*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2017), 111.

⁴³J. Satrio, *Hukum Perjanjian* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1992), 36.

⁴⁴Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perjanjian, (Asas Proposionalitas dalam Kontrak Komersial)*, (Jakarta: Kencana, 2010), 183-184.

hukum tanpa bantuan orang lain.⁴⁵ Pada perjanjian *endorsement*, para pihak antara *endorse* dengan selebgram dinyatakan cakap hukum. Karena sesuai dengan kategori kecakapan pihak yang sudah tertera diatas. Cakap hukum, subjek harus jujur dan beriktikad baik. Hal ini sesuai dengan asas itikad baik, dimana perjanjian wajib dibuat serta dilaksanakan dengan itikad baik dan jujur.⁴⁶ Pada perjanjian *endorsement* ini pihak selebgram berperilaku tidak jujur kepada pihak *endorse*, karena tidak memenuhi kehendaknya.

- 3) Mengenai suatu hal tertentu adalah perjanjian wajib mempunyai objek tertentu yang bisa dipastikan. Pada perjanjian *endorsement*, objek tersebut yaitu klausula baku yang dibuat oleh selebgram dan diberikan kepada *endorse* dalam perjanjian *endorsement*. Dengan adanya klausula baku, perjanjiannya bersifat mengikat. Karena kedua belah pihak terikat untuk memenuhi hak dan kewajibannya. Hal ini sesuai dengan asas mengikat kontrak (*pacta sunt servanda*) yang menyatakan bahwa “perjanjian itu mengikat”.⁴⁷
- 4) Sebab yang halal adalah barang yang dapat diperdagangkan.⁴⁸ Dalam Pasal 1335 KUH Perdata menyatakan bahwa “suatu persetujuan tanpa sebab atau dibuat berdasarkan suatu sebab yang palsu atau yang terlarang, tidaklah mempunyai kekuatan dalam perjanjian”. Pada perjanjian *endorsement* ini seperti produk pakaian dari pemilik akun @FD dan masker Spirulina dari

⁴⁵Bambang Daru Nugroho, *Hukum Perdata, Hukum Perdata Indonesia*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2017), 110.

⁴⁶Bambang Daru Nugroho, *Hukum Perdata Indonesia*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2017), 111.

⁴⁷Agus Yudho Hernoko, *Hukum Perjanjian, (Asas Proposionalitas dalam Kontrak Komersial)*, (Jakarta: Kencana, 2010), 124.

⁴⁸Soedharyo Soimin, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2016), 331.

pemilik akun @masker.emak ini merupakan produk halal bukan produk yang terlarang, karena produk tersebut terhindar dari bertentangan dengan hukum.⁴⁹

Berdasarkan uraian syarat sah perjanjian pada Pasal 1320 KUH Perdata diatas, perjanjian harus dilakukan dengan adanya sepakat. Namun pada perjanjian *endorsement* ini terjadi permasalahan karena pihak selebgram telah mengingkari janji yang sudah disepakati bersama sebelumnya. Hal yang disepakati merupakan syarat dan ketentuan atau klausula baku. Dalam perjanjian harus terdapat klausula baku. Klausula baku menurut Pasal 1 Ayat 10 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen mengenai ketentuan umum menyatakan bahwa “klausula baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen”.⁵⁰

Pelaku usaha yang membuka jasa *endorse* yaitu selebgram yang mempersiapkan syarat dan ketentuan untuk diberikan kepada konsumen yaitu pemilik akun *online shop* yang memilih jasa *endorse* untuk mempromosikan produknya lebih luas. Pada kasus pemilik akun @masker.emak terdapat selebgram yang tidak ada klausula baku melainkan secara chat DM (*direct message*) di aplikasi *instagram*. Menurut hukum, peristiwa tersebut termasuk akta di bawah tangan. Perjanjian bentuk akta di bawah tangan adalah perjanjian yang dibuat oleh pihak tanpa campur tangan pejabat umum serta Undang-undang tidak mengatur

⁴⁹R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, (Jakarta : Intermasa, 1979), 17.

⁵⁰Pasal 1 ayat 10 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

secara detail mengenai formatnya. Meskipun chat DM (*direct message*) dapat dijadikan alat bukti akan tetapi tidak kuat, karena akta dibawah tangan tidak mempunyai format yang baku (format yang tidak diatur secara tegas dalam Undang-undang). Sehingga dapat terjadi kendala atau permasalahan dalam melakukan perjanjian *endorsement*.

Chat dalam DM (*direct message*) *online shop* @masker.emak sebagai penjual masker Spirulina terhadap selebgram @PT yang menimbulkan permasalahan yaitu ketikapada hari rabu, 24 april 2019 dan selebgram @PT sudah menyanggupi *endorse* hari sabtu setelah menerima barang atau produk. Besoknya barang dikirim ke alamat selebgram dan transfer upah jasa *endorse* oleh pemilik akun @masker.emak. Akan tetapi selebgram telah mengingkari janjinya, karena pada hari rabu, 26 mei 2019 terdapat chat DM dari pemilik akun @masker.emak ke selebgram @PT yang dibiarkan atau diabaikan pertanyaan dari *online shop* tersebut. Hingga pada hari kamis, 6 juni 2019 pemilik akun @masker.emak tetap bertanya kembali mengenai produk yang belum di promosikan. Lalu selebgram menjawab bahwa ia tidak ingin mempromosikan sekarang karena bertepatan dengan hari raya.

Pada intinya selebgram terlambat untuk memenuhi janjinya dari bulan april hingga bulan juni, kurang lebih telat dua bulan. Kejadian tersebut dapat disimpulkan bahwa pemilik akun @masker.emak mengalami kerugian atas perlakuan selebgram @PT. kerugian yang dialami oleh pemilik akun @masker.emak tersebut sama hal-nya dengan kasus pemilik akun @FD dengan

selebgram @KN. Dalam perjanjian *endorsement*, pemilik akun @FD endorse 3 produk pakaian kepada selebgram @KN dan menghubungi melalui aplikasi *line*. Kemudian *management* @KN memberikan beberapa syarat dan ketentuan secara tertulis. Syarat dan ketentuan tersebut dapat dikatakan klausula baku atau ketentuan. Karena menurut Sudaryatmo, ciri-ciri istilah klausula baku yaitu “klausula dibuat dalam bentuk tertulis dan massal”.⁵¹ Meskipun dalam perjanjian *endorsement* terdapat klausula baku, akan tetapi dapat menimbulkan permasalahan. Seperti pada syarat dan ketentuan poin 5 yang berbunyi “*hak mengenai tampilan produk dalam foto yang diterbitkan merupakan sepenuhnya milik @KN management*”. Maka barang atau produk yang di *endorse* harus mengikuti *feeds* (tampilan) akun *instagramnya* selebgram @KN, dimana *feeds instagram* selebgram @KN menggunakan filter tertentu. Filter tersebut dapat mengubah warna asli produk menjadi warna yang terlihat di *instagram*. Ini akan mengecewakan calon pembeli di pemilik akun @FD atas ketidaksesuaian warna produk.

Produk yang telah di promosikan dengan filter oleh selebgram tersebut hanya satu produk dan dilakukan saat hari lebaran. Maka pemilik akun @FD meminta kepada selebgram @KN untuk mempromosikan dua produk yang lainnya dua bulan setelah hari lebaran. Akan tetapi, dua produk yang lainnya tersebut dihilangkan oleh selebgram. Maka dari itu dengan terpaksa pemilik akun @FD mengirim kembali dua produk tersebut. Setelah enam bulan kemudian dua

⁵¹M. Roji Iskandar, “Pengaturan Klausula Baku”, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syari’ah*, No, 2 (2017): 205.

produk tersebut belum dipromosikan. Pihak selebgram @KN hanya memberikan janji-janji tetapi tidak ada tindakan. Kejadian ini sudah terlihat bahwa selebgram @KN tidak bertanggungjawab kepada pemilik akun @FD.⁵²

Melihat dua kasus perjanjian *endorsement* tersebut dapat dinyatakan bahwa perjanjian *endorsement* terjadi wanprestasi. Wanprestasi adalah suatu kondisi ketidakmampuan debitur untuk melaksanakan atau mencapai pencapaian atau janji yang ditentukan dan disepakati dalam perjanjian.⁵³ Pada intinya, wanprestasi merupakan peristiwa yang menyimpang dan ini dijalankan oleh orang yang menyepakati perjanjian dan tidak ada unsur paksaan. Peristiwa ini dapat menimbulkan kerugian bagi orang lain karena kesepakatan yang disepakati bersama tidak dipenuhi oleh selebgram.⁵⁴ Seperti halnya pada perjanjian *endorsement*, selebgram yang membuat perjanjian dan mengingkari janjinya sendiri yang menimbulkan kerugian kepada pemilik akun *online shop*. Selebgram sebagai pihak yang melakukan wanprestasi dan pemilik akun *online shop* sebagai pihak korban terjadinya wanprestasi, karena mengalami kerugian atas perlakuan selebgram.

Segala peristiwa wanprestasi diatas pihak yang mengalami kerugian (pemilik akun *online shop*) berhak untuk mendapatkan perlindungan hukum. Ini

⁵²Farah Mumtaz, "Perjanjian Baku dalam *Endorsement* di Media Sosial *instagram*" (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018), <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/43263/1/FARAH%20MUMTAZ%20S%20ELIAN-FSH.pdf>.

⁵³P.N.H. Simanjuntak, *Hukum Perdata Islam*, (Jakarta: Prenadamedia, 2015), 292.

⁵⁴Nyoman Samuel Kurniawan, "Konsep Wanprestasi dalam Hukum Perjanjian dan Konsep Utang dalam Hukum Kepailitan, (Studi Komparatif dalam Perspektif Hukum Perjanjian dan Kepailitan)", *Jurnal Magister Hukum Udayana*, (Vol. 3 No. 1 , 2014), 10. <https://www.e-jurnal.com/2014/12/konsep-wanprestasi-dalam-hukum.html>.

dijalankan oleh orang yang menandatangani perjanjian di bawah kondisi tidak terdesak. Peristiwa ini dapat menimbulkan kerugian bagi orang lain karena kesepakatan yang disepakati bersama. Perlindungan hukum merupakan perlindungan yang diberikan kepada subjek hukum. Baik bersifat preventif maupun represif, baik dalam bentuk tertulis maupun dalam bentuk penegakan hukum. Dalam landasan Hadjon terdapat dua bentuk perlindungan hukum yaitu;

1. Perlindungan hukum preventif, dimana rakyat mendapatkan kesempatan untuk mengajukan pendapat atau keberatan sebelum suatu keputusan pemerintah bentuk yang definitif.

Seharusnya sebelum terjadinya perjanjian melakukan negosiasi terlebih dahulu, untuk mengadakan komunikasi dua arah yang dirancang demi mencapai kesepakatan sebagai akibat adanya perbedaan pandangan atau tafsir terhadap suatu hal yang berkaitan dengan kerangka perjanjian. Saat negosiasi ini setiap pihak melemparkan penawarannya terhadap yang lain hingga tercapai kesepakatan. Setelah itu pembuatan nota kesepakatan (*MoU*), sebelum menyusunnya para pihak harus melakukan identifikasi diri untuk memenuhi ketentuan perundang-undangan. Seperti cakap hukum, umur, objek, dan tempat domisili yang jelas dari masing-masing pihak.⁵⁵

Setelah membuat nota kesepakatan yaitu menyusun perjanjian, yang memerlukan ketelitian dan kejelian dari notaris atau pejabat. Pada umumnya

⁵⁵BN. Marbun, *Membuat Perjanjian Aman dan Sesuai Hukum*. (Puspa swara, anggota IKAPI: Jakarta, 2009), 13.

dikenal lima tahap dalam penyusunan perjanjian Indonesia yakni sebagai berikut:

a. Membuat konsep pertama prosesnya meliputi pembuatan:

- 1) Judul perjanjian, yang harus diperhatikan kecocokan isi dengan judul perjanjian serta acuan hukum yang mengikatnya. Hal ini dilakukan untuk menghindari kesalahpahaman dikemudian hari.
- 2) Pembukaan, yang berisi tanggal pembuatan perjanjian.
- 3) Setiap pihak dalam perjanjian, yang dijelaskan identitasnya secara lengkap dengan menyebutkan nama, pekerjaan, tempat tinggal, kewarganegaraan, dan bertindak atas nama siapa.
- 4) Latar belakang kesepakatan, yang berisi penjelasan resmi tentang latar belakang terjadinya suatu kesepakatan (perjanjian).
- 5) Isi perjanjian, yang merupakan inti perjanjian yang memuat apa yang dikehendaki, hak, dan kewajiban termasuk pilihan penyelesaian sengketa. Bagian inti ini dari sebuah perjanjian diuraikan secara rinci isi perjanjian.
- 6) Penutup, yang memuat tata cara pengesahan suatu perjanjian.

b. Saling menukar konsep perjanjian

Para pihak yang melakukan perjanjian dapat mengkaji ulang atau membuat konsep akhir tersebut untuk diformalkan secara hukum.⁵⁶

⁵⁶BN. Marbun, *Membuat Perjanjian Aman dan Sesuai Hukum*. (Puspa swara, anggota IKAPI: Jakarta, 2009), 14.

c. Lakukan revisi (jika perlu)

Hal ini dilakukan karena jika terdapat masalah yang belum jelas atau perubahan situasi politik atau adanya bencana.

d. Lakukan penyelesaian akhir

e. Menandatangani perjanjian oleh masing-masing pihak

Jika suatu perjanjian sudah ditandatangani berarti penyusunan sudah selesai dan tinggal pelaksanaannya di lapangan.⁵⁷

2. Perlindungan hukum represif, dimana perlindungan hukum ini bertujuan untuk menyelesaikan sengketa.⁵⁸

Pada dasarnya, setiap perjanjian yang dibuat dan disepakati oleh para pihak harus dapat dilaksanakan sesuai dengan isi perjanjian dengan itikad baik. Tetapi dalam praktik perjanjian menjumpai bahwa salah satu pihak tidak memenuhi isi perjanjian dan ada juga salah satu pihak yang tidak beritikad baik serta melakukan ingkar janji. Melihat kejadian ini dapat melakukan penyelesaian sengketa melalui musyawarah, litigasi, atau alternatif penyelesaian sengketa yang lain.

Pada perjanjian *endorsement* ini melakukan penyelesaian sengketa melalui musyawarah. Dengan musyawarah setiap pihak dapat bertatap muka dan menyelesaikan masalah secara langsung tanpa bercampur tangan dengan pihak luar. Tetapi, dalam perjanjian *endorsement* ini melakukannya secara

⁵⁷BN. Marbun, *Membuat Perjanjian Aman dan Sesuai Hukum*. (Puspa swara, anggota IKAPI: Jakarta, 2009),15.

⁵⁸Phillipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, (Surabaya: PT Bina Ilmu, 1987), 4-5.

online. Dengan pikiran positif bahwa dari awal dan selama proses penyusunan perjanjian dilakukan secara sukarela dan tanpa paksaan maka cukup terhormat apabila para pihak perjanjian menyelesaikan sengketa secara kekeluargaan.⁵⁹

Perlindungan hukum preventif dan represif tersebut yaitu yang diberikan kepada bangsa Indonesia merupakan pelaksanaan asas pengakuan dan perlindungan harkat dan martabat manusia yang bersumber dari Pancasila. Setelah melihat dua bentuk perlindungan hukum diatas, dalam perjanjian *endorsement* bentuk perlindungan preventifnya berupa negoisasi ketika melakukan perjanjian, sedangkan bentuk perlindungan represif upaya untuk menyelesaikan masalah tanpa adanya berlanjut ke kepolisian karena tidak ada biaya dan waktu melainkan menyelesaikan masalah melalui aplikasi *instagram* secara baik-baik.

Perlindungan hukum hakekatnya setiap orang berhak untuk mendapatkan perlindungan dari hukum. Semua hubungan hukum harus mendapatkan perlindungan dari hukum. Salah satunya yaitu perlindungan hukum terhadap konsumen. Perlindungan hukum terhadap konsumen ini sudah diatur pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang pengaturannya mencakup segala aturan hak dan kewajiban pelaku usaha dan konsumen.

Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Tentang hak dan kewajiban konsumen yaitu:

⁵⁹BN. Marbun, *Membuat Perjanjian Aman dan Sesuai Hukum*, (Puspa swara, anggota IKAPI: Jakarta, 2009), 19.

1. Hak atas keamanan, kenyamanan, serta keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa.
2. Hak untuk memilih barang atau jasa serta mendapatkan barang atau jasa itu sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
3. Hak atas informasi yang jelas, jujur, dan benar mengenai kondisi serta jaminan barang atau jasa.
4. Hak untuk di dengar pendapat serta keluhannya atas barang atau jasa yang digunakan.
5. Hak untuk mendapatkan perlindungan, advokasi, dan upaya untuk penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
6. Hak untuk mendapatkan pembinaan atau bimbingan dan pendidikan.
7. Hak untuk diperlakukan secara baik dan tidak diskriminatif.
8. Hak untuk memperoleh penggantian kerugian, kompensasi atau apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan kesepakatan atau tidak semestinya, wajib diganti.
9. Hak dibawah hukum dan peraturan Undang-Undang lainnya.⁶⁰

Pasal tersebut merupakan hak dan kewajiban yang harus di dapatkan oleh pihak konsumen (pemilik akun *online shop*). Sedangkan dalam Pasal tersebut terdapat beberapa hak yang tidak didapatkan konsumen dan ada perlindungan hukum. Seperti pada nomor 1:

⁶⁰Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

“hak atas keamanan, kenyamanan, serta keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa”

Perjanjian *endorsement* pada pemilik akun @masker.emak dan pemilik akun @FD tidak mendapatkan kenyamanan dalam mengkonsumsi jasa *endorse* pada selebgram @PT dan @KN. Karena pemilik akun *online shop* merasa telah dirugikan oleh selebgram @PT dan @KN. Selanjutnya nomor 3:

“hak atas informasi yang jelas, jujur, dan benar mengenai kondisi serta jaminan barang atau jasa”

Selebgram @PT dan @KN yang telah dipercayai oleh pemilik akun *online shop* untuk mempromosikan produk pakaian dan masker Spirulina lebih luas, akan tetapi selebgram mengecewakan pemilik akun *online shop*. Karena selebgram bersifat tidak jujur mengenai jasa *endorse* kepada konsumen @masker.emak dan @FD. Selanjutnya nomor 5:

“hak untuk mendapatkan perlindungan, advokasi, dan upaya untuk penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut”

Sengketa atau permasalahan yang telah terjadi pada perjanjian *endorsement* tersebut berhak untuk mendapatkan perlindungan, advokasi, serta upaya dalam penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. Kemudian pada nomor 7:

“hak untuk dilayani atau diperlakukan secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif”

Nomor 7 ini hampir sama dengan nomor 3 yaitu diperlakukan secara benar dan jujur. Sedangkan pada kasus perjanjian *endorsement* ini tidak diperlakukan benar dan jujur. Kemudian yang terakhir nomor 8:

“hak untuk mendapatkan ganti rugi, kompensasi atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak semestinya”

Pemilik akun *online shop* @masker.emak dengan @FD berhak dan sepantasnya untuk mendapatkan ganti rugi, kompensasi atau penggantian atas ketidaksesuaian jasa *endorse* yang semestinya.

C. Analisis Perlindungan Hukum bagi *Endorse* karena Tidak Dipenuhi Prestasinya oleh Selebgram Perspektif Hukum Perjanjian Syariah

Akad adalah cara yang diridhai oleh Allah SWT dan isinya harus ditegakkan serta pada dalam Al-Qur'an terdapat dua istilah yang berkaitan dengan perjanjian yaitu kata *akad (al-aqadu)* yang artinya perikatan atau perjanjian, dan kata *'ahd (al-ahdu)* yang artinya masa, pesan, penyempurnaan serta janji atau perjanjian.⁶¹ *Akad* mengakibatkan kedua belah pihak terikat oleh hukum syariah atau Islam dalam bentuk hak dan kewajiban dan harus dilakukan oleh masing-masing pihak sesuai dengan perjanjian syariah. Keabsahan suatu perjanjian (*akad*) berdasarkan hukum Islam bergantung pada kondisi dan ketentuan dasar dalam perjanjian. Rukun merupakan unsur yang harus dipenuhi dalam peristiwa dan

⁶¹Shanti Dwi Kartika, “Perjanjian Syariah,” *Blog*, 15 Juli 2009, diakses 15 Juli 2009 <https://shantidk.wordpress.com/2009/07/15/perjanjian-syariah/>.

tindakan serta kondisi merupakan unsur yang harus ada dalam peristiwa dan tindakan. Pilar utama perjanjian dan yang terpenting dalam perjanjian adalah *iqab* dan *qobul*. Unsur yang ada pada rukun *akad*, antara lain:

1. *Shighatal-aqad* (suatu pernyataan yang bertujuan untuk mengikatkan diri) merupakan yang wajib disampaikan secara lisan atau tertulis sehingga bisa menimbulkan akibat suatu hukum. Pernyataan untuk mengikatkan diri dalam perjanjian *endorsement* pemilik akun @masker.emak melalui *chat* DM (*direct message*) di aplikasi *instagram*. Sedangkan pernyataan untuk mengikatkan diri dalam perjanjian *endorsement* pemilik akun @FD secara tertulis yang berbentuk syarat dan ketentuan yang diberikan oleh *management* selebgram melalui aplikasi *line*.
2. *Al-Ma'qudalaih* (objek *akad*) merupakan yang harus memenuhi sebuah persyaratan yang berupa sudah ada saat *akad* diadakan. Dibenarkan oleh syara', yang bisa ditentukan dan diketahui serta bisa diserahkan ketika waktu *akad* terjadi. Objek dalam perjanjian *endorsement* ini ialah klausula baku atau syarat dan ketentuan yang diberikan oleh selebgram sebagai jasa *endorse* kepada pemilik akun *online shop*.
3. *Al-Muta'qidain* (pihak yang melakukan *akad*) merupakan yang wajib memiliki cakap usia menurut hukum untuk melaksanakan suatu proses hukum yang matang dan bijaksana. Ketika anak-anak terlibat, harus ada perwakilan wali yang wajib memenuhi persyaratan berupa ketrampilan hukum. Perjanjian

endorsement antara pemilik akun *online shop* dengan selebgram ini sudah cakap hukum, karena pihak satu sama yang lain sudah mencakup dewasa.⁶²

4. *Maudhu' al-aqad* (tujuan yang melakukan suatu *akad*) merupakan yang wajib terdapat pada ketika perjanjian akan dipertahankan dan dapat bertahan sampai *akad* berakhir dan dibenarkan secara syari'ah Islam. Jika ada konflik, hal ini akan membatalkan kontrak yang sudah dibuat. Kedua peristiwa perjanjian (*akad*) *endorsement* terhadap pemilik akun @FD dan @masker.emak ini mempunyai tujuan *akad* yang jelas, yaitu untuk mempromosikan produk kepada calon pembeli lebih luas.

Hukum perjanjian syariah juga terdapat syarat sah dalam perjanjian syariah. Ada beberapa syaratnya, yakni antara lain:

1. Tidak menyalahi aturan hukum secara syari'ah yang telah disepakati bersama. Dengan terdapat syarat ini yang berisi istilah setiap orang terhadap prinsipnya yang bersifat bebas melakukan suatu *akad*. Namun bebas itu terdapat batasnya yaitu tanpa diperbolehkan perselisihan dengan syari'ah Islam baik yang terkandung dalam Al-qur'an ataupun Hadist. Hal ini sesuai dengan asas *Al-Hurriyah* (kebebasan) dan asas *Shidq* (kebenaran dan kejujuran).

Asas *Al-Hurriyah* (kebebasan) merupakan asas yang berisi istilah setiap pihak yang bersifat bebas dan melakukan suatu *akad*.⁶³ Seperti dalam perjanjian *endorsement* ini yang pihak selebgram bebas menentukan syarat dan ketentuan atau klausula baku sebelum melakukan perjanjian dengan

⁶²Dewi Nurul Musjtari, *Penyelesaian Sengketa dalam Praktik Perbankan Syariah*, (Yogyakarta: Parama Publishing, 2012), 40-41.

⁶³Fatmah, *Kontrak Bisnis Syariah*, (Surabaya: UIN SBY, 2004), 10.

pemilik akun *online shop*. Akan tetapi saat pertengahan perjanjian selebgram berperilaku yang bertentangan dengan syari'ah Islam yang terkandung dalam Al-Qur'an. Karena selebgram telah mengingkari janjinya. Sedangkan dalam Al-Qur'an pada surah Al-Baqarah [2] : 256:

لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ ۚ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ ۚ فَمَنْ يَكْفُرْ بِالطَّاغُوتِ وَيُؤْمِنْ بِاللَّهِ فَقَدِ اسْتَمْسَكَ بِالْعُرْوَةِ الْوُثْقَىٰ لَا انفِصَامَ لَهَا ۗ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: “Tidak ada paksaan untuk memasuki agama Islam, sesungguhnya telah jelas jalan yang benar dari pada jalan yang sesat. Karena itu barang siapa yang ingkar kepada Thaghut dan beriman kepada Allah SWt, maka sesungguhnya ia telah berperang kepada buhul tali yang amat kuat yang tidak akan putus. Dan Allah SWt Maha Mendengar lagi Maha Mengetshui”.⁶⁴

Pada asas *Ash-Shidq* (kebenaran dan kejujuran) merupakan setiap muslim memiliki kewajiban untuk berbicara dengan jujur dan benar, terutama saat membuat perjanjian dengan pihak lain. Sehingga ada sesuatu dalam kepercayaan yang diperlukan untuk pelaksanaan perjanjian.⁶⁵ Sedangkan pada perjanjian *endorsement* ini terdapat pihak selebgram yang melanggar yaitu tidak memenuhi prestasi secara benar dan jujur sesuai perjanjian yang sudah disepakati bersama. Dalam Al-Qur'an surah QS. Al-Ahzab [33] : 70 yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

⁶⁴Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta : Al-Huda, 2015), 43.

⁶⁵Fatmah, *Kontrak Bisnis Syariah*, (Surabaya: UIN SBY, 2004), 15.

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kamu kepada Allah Swt dan katakanlah perkataan yang benar*”.⁶⁶

2. Harus saling ridha atau ikhlas, syarat ini berisistilah bahwa perjanjian harus didasari dengan kesepakatan pemilik akun *online shop* dengan selebgram. Dan kesepakatannya harus detail dan jelas agar tidak ada kesalahpahaman. Setiap pihak bebas serta sukarela dan tidak boleh mengandung unsur rasa paksaan, kekhilafan ataupun penipuan. Apabila syarat ini tidak dipenuhi dan belum dilakukan suatu tindakan pembatalan maka perjanjian yang sudah dibuat tetap dianggap sah.⁶⁷ Hal ini sesuai dengan asas *Al-Ridha* (kerelaan) dan asas *Al-Musawah* (persamaan dan kesetaraan).

Asas *Al-Ridha* (kerelaan) merupakan semua transaksi dilakukan atas dasar sukarela antara masing-masing pihak dan berdasarkan perjanjian yang bebas dari masing-masing pihak dan tidak boleh ada unsur tekanan, paksaan, ataupun penipuan.⁶⁸ Sedangkan dalam perjanjian *endorsement* ini terdapat unsur sedikit paksaan, karena pemilik akun *online shop* harus mengikuti klausula baku yang diberikan oleh selebgram. Dalam Al-Qur'an pada surah

QS. An-nisa [4] : 29 yaitu:

⁶⁶Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta : Al-Huda, 2015), 428.

⁶⁷Abdul Ghofur Anshori, *Pokok-pokok Hukum Perjanjian Islam di Indonesia*, (Yogyakarta : Citra Media, 2006), 24.

⁶⁸Fatmah, *Kontrak Bisnis Syariah*, (Surabaya: UIN SBY, 2004), 14.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ

مِّنْكُمْ ؕ وَلَا تَقْتُلُوا

أَنْفُسَكُمْ ؕ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah SWt adalah Maha Penyayang kepadamu”.⁶⁹

Pada asas *Al-Musawah* (persamaan dan kesetaraan) merupakan asas yang berisi istilah bahwa setiap orang dalam sebuah *akad* memiliki suatu status yang setara yakni memiliki kesamaan atau posisi seimbang dalam menentukan ketentuan perjanjian. Asas ini menunjukkan bahwa semua orang mempunyai status yang sama di hadapan hukum dan yang membedakan suatu kedudukan seseorang yaitu ketika di hadapan Allah SWt yang dilihat itu derajat ketakwaannya.⁷⁰ Pada perjanjian *endorsement* ini juga memiliki persamaan antara pemilik akun *online shop* dengan selebgram, karena kedudukannya sama-sama mencari keuntungan. *Online shop* bisa mendapatkan pelanggan baru sedangkan selebgram mendapatkan upah dari pemilik akun *online shop*. serta pemilik akun *online shop* dan selebgram juga memiliki persamaan atau setara di hadapan tuhan sebagai hambanya. Dalam Q.S. Al-Hujurat [49] : 13 yakni:

⁶⁹Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta : Al-Huda, 2015), 84.

⁷⁰Fatmah, *Kontrak Bisnis Syariah*, (Surabaya: UIN SBY, 2004), 11.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ
إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: “Hai manusia, sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah SWT merupakan orang yang paling takwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah SWT Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal”.⁷¹

3. Suatu perjanjian wajib jelas serta detail, harus jelas dalam perjanjian yang akan menjadi pokok bahasan dan hak serta kewajiban masing-masing pihak yang terlibat dalam perjanjian. Tidak lupa dengan seseorang yang akan melakukan suatu perjanjian juga harus jelas. Perjanjian antara orang dengan orang atau perusahaan dengan orang atau yang lainnya harus diketahui terlebih dahulu.⁷² Klausula baku dalam perjanjian *endorsement* ini sudah jelas, dimana pemilik akun @FD dengan selebgram berupa syarat dan ketentuan yang detail. Serta pemilik akun @masker.emak dengan selebgram @PT juga jelas yang dilakukan melalui *chat DM (direct message)* Hal ini sesuai dengan asas *Al-Kitabah* (tertulis) dan asas *Al-Adalah* (keadilan).

Asas *Al-Kitabah* (tertulis) adalah perjanjian apapun yang harus dibuat secara tertulis untuk bukti selanjutnya jika terjadi perselisihan dan saat

⁷¹Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta : Al-Huda, 2015), 263.

membuat perjanjian harus disertai dengan saksi dan prinsip tanggung jawab individu. Bentuk tertulis ini berarti bahwa jika suatu masalah atau perselisihan muncul dikemudian hari, akan diberikan bukti tertulis dari perselisihan tersebut.⁷³ Sama dengan perjanjian *endorsement* yang terdapat alat bukti (klausula baku) secara tertulis pada pemilik akun @FD yang berupa syarat dan ketentuan dan *online shop* @masker.emak berupa *chat DM (direct message)*.

Sedangkan dalam Al-Qur'an pada surah QS. Al-Baqarah [2] : 282 yakni:

وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا ۗ وَلَا تَسْمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلٍ ۗ
ذِكْمُ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمٌ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا ۗ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً حَاضِرَةً
تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا ۗ وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ ۗ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ
وَلَا شَهِيدٌ ۗ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فَسُوقٌ بِكُمْ ۗ وَأَنْفُوا لِلَّهِ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ ۗ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ
عَلِيمٌ

Artinya: “Dan janganlah kamu bosan menuliskannya, untuk batas waktunya baik (utang itu) kecil maupun besar. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah SWt, lebih dapat menguatkan kesaksian, dan lebih mendekatkan kamu kepada ketidakraguan, kecuali jika hal itu merupakan perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak menuliskannya. Dan ambillah saksi apabila kamu berjual-beli, dan janganlah penulis dipersulit dan begitu juga saksi. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sungguh, hal itu suatu kefasikan pada kamu.

⁷³Abdul Ghofur Anshori, *Pokok-pokok Hukum Perjanjian Islam di Indonesia*, (Yogyakarta : Citra Media, 2006), 28.

*Dan bertakwalah kepada Allah SWt, Allah SWt memberikan pengajaran kepadamu, dan Allah SWt Maha Mengetahui segala sesuatu”.*⁷⁴

Pada asas *Al-Adalah* (keadilan) adalah perjanjian yang selalu membawa manfaat yang adil dan seimbang dan tidak boleh merugikan salah satu pihak.⁷⁵ Sedangkan pada perjanjian *endorsement* ini terdapat pemilik akun *online shop* yang mengalami kerugian, karena selebgram yang tidak memenuhi prestasinya. Peristiwa tersebut menimbulkan tidak adil bagi pemilik akun *online shop*. Dalam Al-Qur'an pada surah QS. Al-Hadid [57] : 25 dan QS. Al-A'raf [7] : 29 yakni:

QS. Al-Hadid [57] : 25

لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ
وَأَنْزَلْنَا الْحَدِيدَ فِيهِ بَأْسٌ شَدِيدٌ وَمَنْفَعٌ لِلنَّاسِ وَلِيَعْلَمَ اللَّهُ مَنْ يَنْصُرُهُ وَرُسُلَهُ بِالْغَيْبِ إِنَّ
اللَّهَ قَوِيٌّ عَزِيزٌ

Artinya: “*Sesungguhnya kami telah mengutus rasul-rasul kami dengan membawa bukti-bukti yang nyata dan telah kami turunkan bersama mereka Al-Kitab dan neraca (keadilan) supaya manusia dapat melaksanakan keadilan. Dan kami ciptakan besi yang padanya terdapat kekuatan yang hebat dan berbagai manfaat bagi manusia, (supaya mereka mempergunakan besi itu) dan supaya Allah mengetahui siapa yang menolong agama-Nya dan*

⁷⁴Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta : Al-Huda, 2015), 49.

⁷⁵Fatmah, *Kontrak Bisnis Syariah*, (Surabaya: UIN SBY, 2004), 13.

*rasul-rasul Nya padahal Allah tidak dilihatnya. Sesungguhnya Allah Maha Kuat lagi Maha Perkasa”.*⁷⁶

QS. Al-A'raf [7] : 29

قُلْ أَمَرَ رَبِّي بِالْقِسْطِ وَأَقِيمُوا وُجُوهَكُمْ عِندَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَادْعُوهُ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ ۗ
كَمَا بَدَأَكُمْ تَعُودُونَ

Artinya: “Katakanlah “Tuhanku menyuruh menjalankan keadilan”.

Dan (katakanlah) “Luruskanlah muka dirimu di setiap sembahyang dan sembahlah Allah dengan mengikhlaskan ketaatanmu kepada Nya. Sebagaimana Dia telah menciptakan kamu pada permulaan (demikian pulalah kamu akan kembali kepada Nya)”.⁷⁷

Pada hukum perjanjian syariah ada ketentuan tentang klausula baku, landasan keabsahan klausula baku dalam hukum perjanjian syariah ada dalam prinsip *al-adl* (keadilan), prinsip *al-shidiq* (kejujuran), prinsip *al-hurriyah* (kebebasan), prinsip amanah (dapat dipercaya), serta prinsip itikad baik.⁷⁸ Dalam perjanjian *endorsement* ini selebgram sebagai jasa *endorse* yang membuat ketentuan atau klausula baku, akan tetapi selebgram tersebut sendiri yang melanggar ketentuannya. Seperti pada pemilik akun @masker.emak yang mempromosikan produk Spirulina pada selebgram @PT melalui *chat DM (direct message)* di aplikasi *instagram* yang selebgram @PT menunda promosi kurang

⁷⁶Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta : Al-Huda, 2015), 542.

⁷⁷Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta : Al-Huda, 2015), 154.

⁷⁸M Roji Iskandar, “Pengaturan Klausula Baku”, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* No. 2 (2017), 213.

lebih hingga dua bulan. Pada akhirnya pemilik akun @masker.emak mengalami permasalahan yaitu pada percakapan *chat DM (direct message)* tersebut selebgram @PT berperilaku tidak beritikad baik, tidak jujur dan tidak amanah dalam memenuhi prestasinya. Sedangkan pada perjanjian *endorsement* pemilik akun @FD mempromosikan 3 produk pakaian pada selebgram @KN dan menghubungi melalui aplikasi *line*. Lalu *management @KN* memberikan syarat dan ketentuan secara tertulis dan massal. Pada nomor 5 *management @KN* menyatakan bahwa:

“hak mengenai produk dalam foto yang diterbitkan merupakan sepenuhnya milik management @KN”

Pernyataan tersebut selebgram berperilaku tidak jujur, karena produk yang di promosikan harus mengikuti *feeds* (tampilan) akun *instagramnya* selebgram @KN, dimana *feeds instagram* selebgram @KN menggunakan filter tertentu. Filter akan memanipulasi warna produk aslinya sehingga menimbulkan rasa kecewa pada calon pembeli.⁷⁹ Dua bulan kemudian, selebgram @KN menghilangkan produk *online shop @FD*. Dan selebgram tidak bertanggungjawab atas kesalahannya.

Peristiwa kedua perjanjian *endorsement* tersebut sama-sama mengalami kerugian bagi pemilik akun *online shop* karena selebgram tidak memenuhi prestasinya. Maka dari itu pemilik akun *online shop* berhak mendapatkan perlindungan konsumen dalam hukum Islam atau syariah. Sumber

⁷⁹Farah Mumtaz, “Perjanjian Baku dalam *Endorsement* di Media Sosial *instagram*” (Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018). <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/43263/1/FARAH%20MUMTAZ%20SELIAN-FSH.pdf>.

perlindungannya yaitu berdasarkan Al-Qur'an, Sunnah, *Ijma'* dan *Qiyas*.⁸⁰ Pada hukum Islam, memenuhi janji (prestasi) dalam bentuk ayat Al-Qur'an yang ditegaskan dalam surah Al - Isro' [17] : 34 dan surah Al - Maidah [5] : 1 seperti berikut ini:

Q.S. Al - Isro' [17] : 34

وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا

Artinya: “Serta penuhilah janji karena janji itu pasti diminta pertanggungjawabannya”.⁸¹

Q.S. Al - Maidah [5] : 1

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, penuhilah janji-janji”.⁸²

Pada hukum Islam, kerugian yang dialami oleh *online shop* sebagai konsumen jasa *endorse*, selebgram sebagai pelaku usaha harus bertanggungjawab atas perbuatannya. Tanggungjawab dapat dihubungkan dengan adanya penggantian atau ganti rugi (*dhaman*). Terdapat 5 bagian, yaitu sebagai berikut:

⁸⁰Nurhalis, “Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Daerah: Kajian Hukum dan Keadilan”, *Jurnal IUS*, No. 9 (2015), 528. <https://www.bing.com/search?q=nurhalis%2C+“perlindungan+konsumen%2C+jurnal+ius+no.+9+%282015%29%2C+&form=ANNTHT1&refig=80883a007c174d6785a20259cc94f6cc>.

⁸¹Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta : Al-Huda, 2015), 286.

⁸²Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta : Al-Huda, 2015), 107.

1. Ganti rugi karena perusakan (*dhaman itlaf*) merupakan ganti rugi akibat dari perusakan barang atau produk. Tidak berhubungan dengan benda saja melainkan menyangkut jiwa dan anggota tubuh manusia.
2. Ganti rugi karena transaksi (*dhaman 'aqdin*) merupakan terjadinya *akad* sebagai penyebab adanya ganti rugi atau tanggungjawab.
3. Ganti rugi karena perbuatan (*dhaman wadh'u yadin*) merupakan ganti rugi akibat dari kerusakan barang atau produk yang masih berada di tangan penjual. Jika barang tersebut belum diberikan dalam *akad* yang sah dan ganti rugi karena perbuatan harta milik orang lain tanpa izin.
4. Ganti rugi karena penahanan (*dhaman al-hailulah*) merupakan ganti rugi pada jasa penitipan barang. Apabila terjadi kerusakan atau hilang yang disebabkan karena lalai atau sengaja orang yang dititipi.
5. Ganti rugi karena tipu daya (*dhaman al-maghrur*) merupakan segala bentuk perbuatan yang merugikan orang lain, maka pelakunya wajib untuk membayar ganti rugi sebagai akibat perbuatannya.⁸³

Selebgram @PT dan @KN yang telah membuat kerugian pada pemilik akun *online shop* @masker.emak dan @FD wajib untuk mengganti kerugian sesuai dengan ganti rugi karena tipu daya (*dhaman al-maghrur*). Penjelasan tersebut merupakan bentuk perlindungan konsumen hukum Islam atau syariah.

⁸³Nurhalis, "Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Daerah: Kajian Hukum dan Keadilan", *Jurnal IUS*, No. 9 (2015), 531. <https://www.bing.com/search?q=nurhalis%2C+%22perlindungan+konsumen%2C+jurnal+ius+no.+9+%282015%29%2C+&form=ANNT11&refig=80883a007c174d6785a20259cc94f6cc>.

Konsep dari bentuk perlindungan hukum perjanjian syariah yaitu seperti penjelasan ini. Berdasarkan pada pengertian *akad* atau perjanjian, rukun dan syarat sahnya perjanjian, asas-asas hukum yang mendasarinya, klasifikasi perjanjian Islam, dan berakhirnya perjanjian. Maka dalam perjanjian menurut hukum Islam harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. Dari segi subyek atau pihak-pihak yang akan mengadakan perjanjian.
2. Dari segi tujuan dan objek perjanjian.
3. Perlu adanya kesepakatan dalam hal yang berkaitan dengan waktu perjanjian, jumlah biaya, mekanisme kerja, jaminan, penyelesaian sengketa, dan objek yang diperjanjikan dan cara-cara pelaksanaannya.
4. Perlu adanya persamaan, kesetaraan, kesedarajatan, dan keadilan diantara para pihak dalam menentukan hak dan kewajiban diantaranya, serta dalam hal penyelesaian permasalahan terkait dengan adanya wanprestasi dari salah satu pihak.
5. Pemilihan hukum dan forum dalam penyelesaian sengketa, harus dicantumkan dalam perjanjiannya⁸⁴

Apabila terjadi permasalahan yang sama dikemudian hari, maka dapat menyelesaikan ekonomi syariah di pengadilan atau diluar pengadilan yaitu Badan Arbitrase Syariah Nasional (BASYARNAS). Tetapi ini harus melalui kesepakatan

⁸⁴Abdul Ghafur Anshori, *Hukum Perjanjian Islam di Indonesia, (Konsep, Regulasi, dan Implementasi)*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2009), 38.

kedua belah pihak terlebih dahulu. Penyelesaian sengketa melalui arbitrase mempunyai keunggulan. Keunggulan tersebut antara lain bahwa penyelesaian lebih cepat dan biaya murah, kerahasiaan para pihak yang bersengketa terjaga mengingat sidang arbitrase adalah tertutup untuk umum. Penyelesaian sengketa arbitrase ini dapat dilakukan sebelum terjadinya sengketa atau sesudah terjadinya sengketa. Prosedur beracara di lembaga arbitrase sebagaimana yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang arbitrase dan alternatif penyelesaian sengketa yakni sebagai berikut:

1. Permohonan Arbitrase, dalam permohonan ini pemohon melampirkan salinan atau akta perjanjian yang secara khusus menyerahkan pemutusan sengketa pada arbiter (akta kompromis) atau perjanjian yang memuat klausula bahwa sengketa yang akan timbul dari perjanjian tersebut akan diputuskan oleh arbiter atau majelis arbitrase.
2. Para pihak menunjuk arbiter dari daftar arbiter yang ada, para pihak berhak memilih arbiter yang akan menyidangkan sengketa, akan tetapi dapat juga menyerahkan pemilihan arbiter kepada lembaga arbitrase yang dipilih.⁸⁵
3. Proses pemeriksaan dan tenggang waktu yang diperlukan. Menurut Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999, para pihak dalam suatu perjanjian, bebas untuk menentukan acara (proses pemeriksaan) arbitrase yang digunakan dalam persidangan sepanjang tidak bertentangan dengan undang-undang arbitrase ini.

⁸⁵Abdul Ghafur Anshori, *Pokok-pokok Hukum Perjanjian Islam di Indonesia*, (Yogyakarta : Citra Media, 2006), 219.

4. Pelaksanaan putusan arbitrase

a. Pendaftaran putusan arbitrase

Pasal 59 UU No. 30 Tahun 1999 menentukan bahwa tahap pertama yang harus dilaksanakan dalam rangka eksekusi putusan arbitrase adalah tahap pendaftaran kepada Pengadilan Negeri dalam wilayah dimana putusan tersebut dikeluarkan (khusus untuk BASYARNAS pendaftaran dilakukan di Pengadilan Agama).

b. Permohonan Eksekusi

Eksekusi diartikan sebagai permohonan kepada ketua pengadilan negeri agar dikeluarkan perintah eksekusi terhadap putusan.⁸⁶

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan penelitian diatas, atas terjadinya wanprestasi oleh pihak selebgram kepada pemilik *online shop* dalam perjanjian *endorsement* yang sudah dijelaskan menurut isu hukum sebagaimana yang sudah diuraikan. Maka dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

⁸⁶Abdul Ghafur Anshori, *Pokok-pokok Hukum Perjanjian Islam di Indonesia*, (Yogyakarta : Citra Media, 2006), 220.

1. Bentuk pelanggaran dalam perjanjian *endorsement* ini menimbulkan wanprestasi, karena selebgram telah mengingkari janjinya untuk mempromosikan produk sebagaimana yang sudah diperjanjikan karena selebgram tersebut tidak memenuhi kewajibannya. Untuk menyikapi permasalahan tersebut, para pemilik akun *online shop (endorse)* yang menjadi korban sempat berkeinginan untuk melapor ke pihak berwajib. Namun mereka berasumsi akan berurusan panjang dan memakan waktu serta biaya yang banyak. Pada akhirnya upaya yang dilakukan oleh para korban yaitu dengan menghukum secara sosial.
2. Perlindungan hukum dalam perjanjian *endorsement* ini termasuk bentuk perlindungan hukum represif dan preventif. Karena mencegah terjadinya permasalahan dan bertujuan untuk menyelesaikan sengketa yaitu terjadinya wanprestasi. Pihak yang melakukan wanprestasi yaitu selebgram dan pihak yang menjadi korban wanprestasi yaitu pemilik *online shop*. Pemilik *online shop* berhak untuk mendapatkan perlindungan hukum atas kerugiannya, meskipun pemilik akun *online shop @masker.emak* termasuk perjanjian akta dibawah tangan tidak seperti pemilik akun *online shop @FD* yang termasuk perjanjian baku, akan tetapi kekuatan pemilik akun *online shop @masker.emak* lebih lemah. Pada Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang hak dan kewajiban konsumen menyatakan bahwa “Hak untuk mendapatkan ganti rugi, kompensasi atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak semestinya”.⁸⁷

⁸⁷Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

3. Pada perjanjian *endorsement* ini pemilik akun *online shop* berhak mendapatkan perlindungan konsumen dalam hukum Islam atau syariah atas kerugian yang telah dialami. Sumber perlindungannya yaitu berdasarkan Al-Qur'an, Sunnah, *Ijma'* dan *Qiyas*.⁸⁸ Dalam Q.S. Al - Isro' [17] : 34 sudah ditegaskan bahwa wajib untuk memenuhi prestasi atau janji:

وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا

Artinya: “Serta penuhilah janji karena janji itu pasti diminta pertanggungjawabannya”.⁸⁹

Akibat selebgram @PT dan @KN yang telah membuat kerugian padapemilik akun *online shop* @masker.emak dan @FD wajib untuk mengganti kerugian sesuai dengan ganti rugi karena tipu daya (*dhaman al-maghrur*). Ganti rugi karena tipu daya (*dhaman al-maghrur*) merupakan segala bentuk perbuatan yang merugikan orang lain, maka pelakunya wajib untuk membayar ganti rugi sebagai akibat perbuatannya.⁹⁰

⁸⁸Nurhalis, “Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Daerah: Kajian Hukum dan Keadilan”, *Jurnal IUS*, No. 9 (2015), 528. <https://www.bing.com/search?q=nurhalis%2C+“perlindungan+konsumen%2C+jurnal+ius+no.+9+%282015%29%2C+&form=ANNT11&refig=80883a007c174d6785a20259cc94f6cc>.

⁸⁹Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta : Al-Huda, 2015), 286.

⁹⁰Nurhalis, “Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Daerah: Kajian Hukum dan Keadilan”, *Jurnal IUS*, No. 9 (2015), 531. <https://www.bing.com/search?q=nurhalis%2C+“perlindungan+konsumen%2C+jurnal+ius+no.+9+%282015%29%2C+&form=ANNT11&refig=80883a007c174d6785a20259cc94f6cc>.

B. Saran

Setiap pemilik akun *online shop* terutama yang mempunyai akun bisnis di aplikasi *instagram*, jika akan melakukan promosi atau iklan produk kepada selebgram, maka harus lebih berhati-hati. Serta harus bisa memilih selebgram yang jujur, amanah, dan beritikad baik. Agar tidak menimbulkan wanprestasi atau ingkar janji. Kemudian untuk para selebgram, seharusnya mengetahui hak dan kewajibannya sebagai pelaku usaha jasa *endorse* ketika terikat perjanjian dengan pemilik akun *online shop*. Serta harus bisa memenuhi prestasi (hak dan kewajiban) sesuai apa yang telah disepakati bersama sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimin, Muhammad. Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam
Yogyakarta: BPFY Yogyakarta. 2004.
- Anshori, Abdul Ghofur, *Pokok-pokok Hukum Perjanjian Islam di Indonesia*
Yogyakarta : Citra Media. 2006.

- Anshori, Abdul Ghofur. *Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia (Konsep, Regulasi, Dan Implementasi)*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press. 2009.
- Ardi, Muhammad. "Asas-Asas Perjanjian (Akad) Hukum Kontrak Syariah Dalam Penerapan Salam Dan Istisna, Daerah: Kajian Perjanjian (Akad)," *Jurnal Hukum Diktum*. No. 2 (2016).
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial, Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga Press. 2001.
- Fajar, Mukti dan Yulianto Achmad. *Dualisme Penelitian Hukum Empiris dan Normatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2010.
- Fatmah, *Kontrak Bisnis Syariah*. Surabaya: UIN SBY. 2004.
- Hadjon, Phillipus M. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: PT Bina Ilmu. 1987.
- Hardilawati, Wan Laura. "Endorsement: Media Pemasaran Masa Kini, Daerah: Kajian Pemasaran Masa Kini," *JIM UPB*. No. 1 (2019).
- Hernoko, Agus Yudho. *Hukum Perjanjian (Asas Proposionalitas dalam Kontrak Komersial)*. Jakarta: Kencana. 2010.
- Iskandar, M. Roji. "Pengaturan Klausula Baku dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen dan Hukum Perjanjian Syariah, Daerah: Amwaluna," *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syari'ah*. No, 2 (2017).
- Janus. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti. 2010.
- Karya Tulis Ilmiah. 2016. *Pengertian Perlindungan Hukum - Karya Tulis Ilmiah*.

- Kasiram, Mohamad. *Metodologi Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*. Malang: UIN Malang Press. 2008.
- Kurniawan, Nyoman Samuel. “Konsep Wanprestasi dalam Hukum Perjanjian dan Konsep Utang dalam Hukum Kepailitan (Studi Komparatif dalam Perspektif Hukum Perjanjian dan Kepailitan)”. *Jurnal Magister Hukum Udayana* Vol. 3 No. 1. 2014.
- Marbun, BN. *Membuat Perjanjian Aman dan Sesuai Hukum*. Puspa swara, anggota IKAPI: Jakarta. 2009.
- Mertokusumo, Sudikno. *Hukum Acara Perdata Indonesia*. Yogyakarta: Liberty. 1985.
- Mumtaz, Farah, “perjanjian baku dalam *endorsement* di media sosial instagram” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullahjakarta. 2018.
- Musjtari, Dewi Nurul. *Penyelesaian Sengketa dalam Praktik Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Parama Publishing. 2012.
- Nasution, Bahder Johan. *Metode Penelitian Ilmu Hukum*. Jakarta: PT. Grafindo. 2001.
- Nazir, Mohamad. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2008.
- Nugroho, Bambang Daru. *Hukum Perdata Indonesia*. Bandung: PT Refika Aditama. 2017.
- Nurhalis, “Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-undang 8 Tahun 1999”, *Daerah Kajian Hukum dan Keadilan. Jurnal IUS* No. 9 (2015).

- Prasetyo, Hananto. “Pembaharuan Hukum Perjanjian *Sport entertainment* Berbasis Nilai Keadilan (Studi Kasus Pada Petinju Profesional Di Indonesia), Daerah: Kajian Perjanjian,” *Jurnal Pembaharuan Hukum*. No. 1(2017): Priharto, Sugi. “Mengenal Pentingnya *Endorsement* dalam Pengembangan Bisnis,” *Marketing dan Manajemen*, 14 Januari 2020.
- Prodjodikoro, R. Wirjono. *Azaz-Azaz Hukum Perjanjian*. Bandung: CV. Mandar Maju. 2000.
- Sari, Chaca Andira. “Perilaku Berbelanja *Online* Di Kalangan Mahasiswa Antropologi Universitas Airlangga, Daerah: Kajian Bisnis Online,” *AntroUnairdot Net*. No. 2 (2015).
- Satrio, J. *Hukum Perjanjian*. Bandung: Citra Aditya Bakti. 1992.
- Setiawan, I Ketut Oka. *Hukum Perikatan*. Jakarta: Sinar Grafika. 2016.
- SH, Salim et al, *Perancangan Kontrak dan Memorandum of Understanding (MoU)*. Jakarta: Sinar Grafika. 2007.
- Shantika, “Perjanjian Syariah,” *Perjanjian*, 15 Juli 2009 <https://shantidk.wordpress.com/2009/07/15/perjanjian-syariah/.Sidabalok>,
- Simanjuntak, P.N.H. *Hukum Perdata Indonesia*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2015.
- Singaribun, Masri, Sofyan Effendi. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES. 1987.
- Soegoto, Eddy Soeryanto. *Marketing Research The Smart Way To Solve A Problem Book*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. 2013.

Soimin, Soedharyo. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Jakarta: Sinar Grafika. 2016.

Subekti, R. Hukum Perjanjian. Jakarta : Intermasa. 1979.

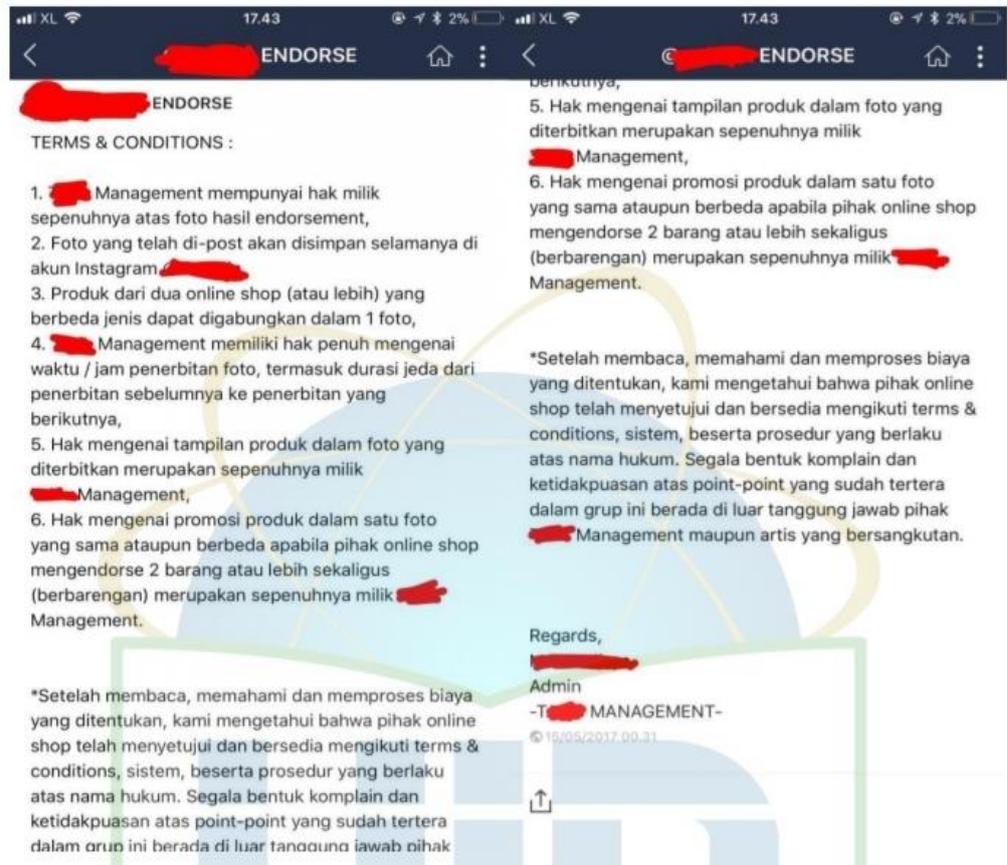
Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta : Al-Huda. 2015.

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. *Online Shop* @FD dengan Selebgram @KN

Gambar 1.1
Halaman aplikasi line *online shop* @FD



Sumber: *Screenshot Syarat dan Ketentuan*

2. *Online Shop @masker.emak* dengan Selebgram @PT

Gambar 2.1
Halaman instagram *onlineshop masker emak*



Sumber: *ScreenshootDirectMessage* Aplikasi Instagram Akun *Online Shop @masker.emak*

Gambar 2.2

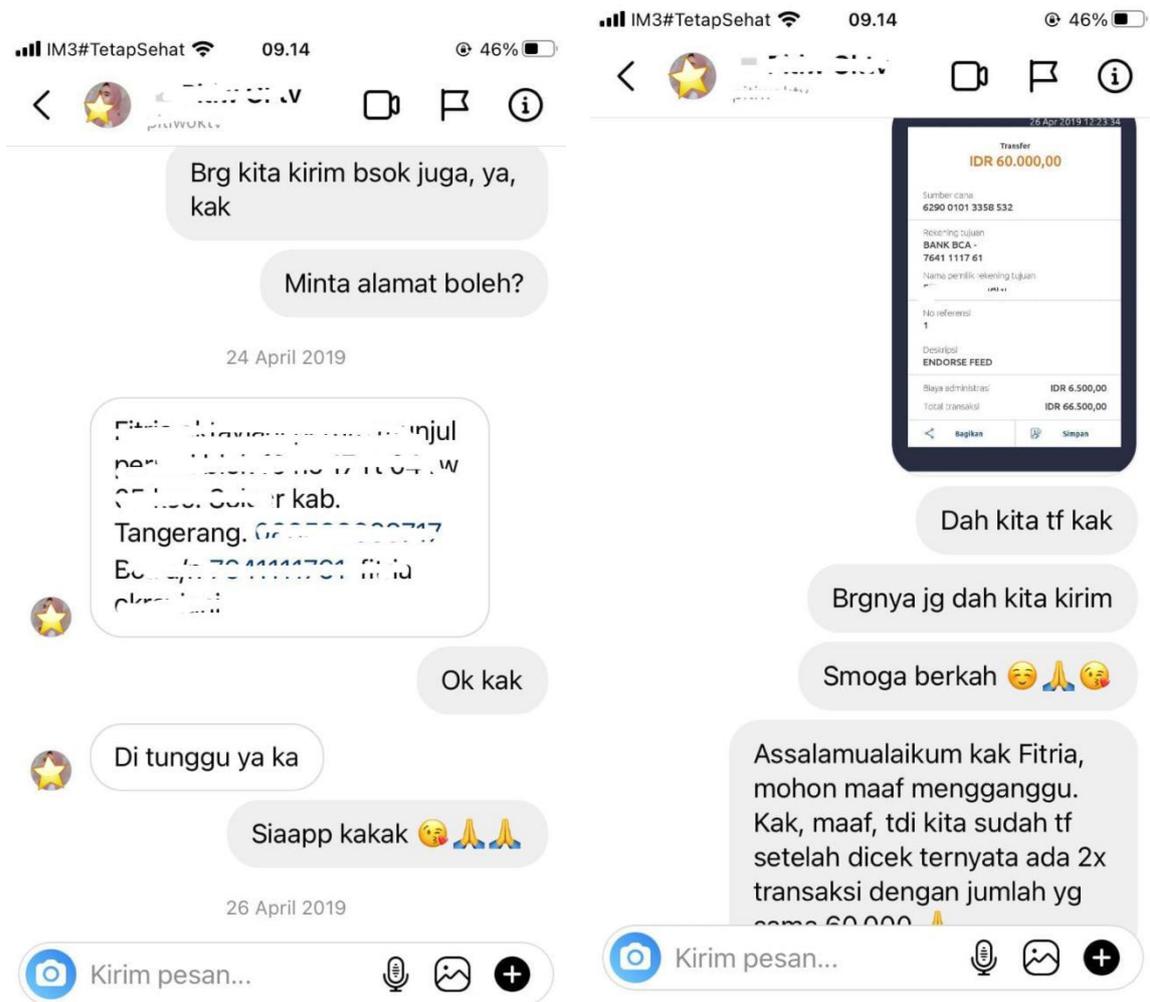
Halaman Instagram *Online Shop* Masker Emak



Sumber: *ScreenshootDirectMessage* Aplikasi Instagram Akun *Online Shop @masker.emak*

Gambar 2.3

Halaman Instagram *Online Shop* Masker Emak



Sumber: *ScreenshootDirectMessage* Aplikasi Instagram Akun *Online Shop @masker.emak*

Gambar 2.4

Halaman Instagram *Online Shop Masker Emak*



Sumber: *ScreenshootDirectMessage* Aplikasi Instagram Akun *Online Shop @masker.emak*

WAWANCARA

NARASUMBER @masker.emak

Peneliti: Dapatkah anda ceritakan awal mula terbentuknya toko *onlineshop* @masker.emak?

Narasumber: Awal mula saya, terbentuk toko *onlineshop* ini karena dulu saya pernah memakai masker Spirulina, habis itu di semester lima saya lagi kekurangan uang. Kemudian saya mencoba jualan iseng-iseng ke teman. Akhirnya dari mulut ke mulut. Banyak yang suka dan terus sampai berkembang dua tahunan.

Peneliti: Bergerak dibidang apa toko *online* ini? Mengapa anda memilih berjualan dibidang tersebut? Serta berapa omset yang ada terima dari usaha *online* seperti ini?

Narasumber: Ini bergerak di bidang kosmetik, *online*, terus kenapa memilih jualan di bidang tersebut ya, soalnya gampang, cara jualnya, terus kalau omset, omsetnya enggak nentu sih, biasanya satu bulan itu sekitar tiga sampai enam juta.

Peneliti: Mengapa anda memilih berjualan secara *online* dari pada secara *offline*?

Narasumber: Nomor tiga kenapa saya pilih *online*? Karena lebih murah biayanya, terus lebih praktis dan tidak menggunakan banyak uang untuk menyewa tanah, rumah, dan gedung, dan kalau *online* itu bisa dibilang mengikuti apa ya digital sekarang.

Peneliti: Siapa sasaran anda dalam melakukan usaha ini? Adakah media lain yang anda gunakan selain aplikasi instagram?

Narasumber: Sasaran saya dalam melakukan usaha ini yang pertama pasti dia cewek, terus usianya remaja tujuh belas atau lima belas tahun sampai usia empat puluh tahunan, kemudian dia yang punya masalah jerawat, itu sasaran saya. Yang kedua, kenapa media la, media apa yang saya gunakan tentunya instagram, terus marketplace, Lazada, dan juga WhatsApp. Tiga media sosial itu yang selalu saya gunakan.

Peneliti: Bagaimana teknis yang anda lakukan dalam menjalankan *onlineshop* ini?

Narasumber: Nomor lima bagaimana teknis atau cara yang saya lakukan tentunya yang pertama saya jualannya via WhatsApp lewat *story* kayak gitu-gitu, terus saya *endorse paid promote* kemudian saya jualan *offline* ketemu dengan orang-orang, habis itu saya buka *reseller* dan cara yang saya lakukan habis itu saya merambah ke Lazada atau *marketplace*.

Peneliti: Apakah pernah terjadi kendala atau permasalahan dalam menjalankan *onlineshop* ini? Jika ada, dapatkah anda ceritakan kendala yang pernah terjadi?

Narasumber: Permasalahan yang pernah menjalankan bisnis *online* biasanya, paling ini sih modalnya muternya lama, habis itu kadang naik, kadang turun omzetnya. Terus yang ketiga permasalahannya biasanya karena masalah *endorse*. *Endorse*, produk sudah dikirim, uang sudah ditransfer tapi sama si selebgram-nya belum juga diup ke sosial media atau belum juga dipromosikan. Maksudnya enggak sesuai dengan perjanjian. Itu biasanya.

Peneliti: Mengapa anda menggunakan jasa *endorse* untuk mempromosikan produk *onlineshop* ini?

Narasumber: Kalau *endorse* mmm itu adalah salah satu cara yang bisa dikatakan praktis karena orang tersebut memiliki *powerinfluence* jadi orang-orang bisa terpengaruh dari cara dia mempromosikan.

Peneliti: Upaya apa yang anda lakukan setelah terjadinya kendala dalam perjanjian *endorsement* tersebut?

Narasumber: Nomor delapan, mmm ini sebenarnya harusnya ditanya dulu ya, apakah ada masalah apa enggak sih? Tapi gini, tapi okelah. Jadi kalau masalahnya saya pasti selalu *follow-up* ke admin atau selebgram tersebut melalui DM, atau mungkin LINE setelah *followup* berkali-kali ternyata dia responnya jelek biasanya saya cari eh sesuatu yang bisa membuat dia terancam. Nah itu biasanya saya bakal bilang kalau enggak segera di-*posting*, *posting*-an produk saya, saya akan laporkan ini ke media sosial ini ya gitu-gitu. Ya supayaitu mempengaruhi kinerja dia juga kan, kayak gitu sih biasanya.

Peneliti: Bagaimana antisipasi anda selanjutnya agar tidak terjadi kendala lagi dalam kasus yang sama?

Narasumber: Yang nomor sembilan gimana sih antisipasi saya supaya enggak terjadi lagi? Kita harus pintar-pintar pilih *influencer* jadi harus selalu lihat dari cara dia respon itu kayak gimana terus perjanjiannya gimana, harus benar-benar tahu, misalnya barang sudah posting-nya berapa hari berapa Minggu, terus fee-nya berapa, terus kalau enggak ditransfer kayak gitu-gitu, dan adminnya harus yang kalau bisa *fastresponse*.

Peneliti: Bagaimana harapan anda apabila nantinya terjadi kendala-kendala yang serupa di kemudian hari?

Narasumber: Nomor sepuluh yang terakhir harapan saya kalau nanti ada di bawah saya serupa cari langsung ke drama *onlshop* bukan drama sih, drama *endorse* mungkin ya, pokoknya cari sesuatu yang bisa membuat ada pelaporan gitulah.

NARASUMBER @FD

Peneliti: Dapatkah anda ceritakan awal mula terbentuknya toko *onlineshop* @FD?

Narasumber: Awalnya hanya iseng saja cari uang jajan tambahan, setelah dicoba ternyata lumayan bisa membayar uang kuliah sendiri maka saya lanjutkan sampai sekarang. Saya belanja barang bisa sampai berpuluh-puluh kilo bawa sendiri naik kereta, karena saat itu tidak

mau merepotkan orang rumah, kadang kalau lelah bisa dibantu kakak juga naik mobil. Ada barang yang sudah jadi atau siap pakai, dan ada juga bahan yang saya beli, kemudian saya yang bikin sendiri bajunya. Modal awal saat itu dari tabungan saya sendiri dan saya berjualan dari pintu ke pintu, ke kampus, ke kos an. Kadang juga ambil foto dulu baru orang memesan, karena dulu berbelanja online belum lumrah. Kemudian banyak yang memesan lagi setelah itu. Baru mulai benar-benar senang dan fokus berjualan secara *online* karena *endorse*, setelah saya menggunakan jasa endorse yang pertama kali, ternyata menjadi ribuan, semakin banyak menggunakan jasa endorse semakin banyak pula *followers*, pembeli dan pemasukan yang saya terima.

Peneliti: Bergerak dibidang apa toko *online* ini? Mengapa anda memilih berjualan dibidang tersebut? Serta berapa omset yang ada terima dari usaha *online* seperti ini?

Narasumber: Bergerak dibidang *fashion* , yaitu pakaian dan sandal. Karena perempuan selalu merasa bajunya habis padahal masih banyak, maka saya menjual baju, selain itu juga lebih mudah mencari sarannya, karena pembeli pakaian *online* sebagian besar adalah perempuan. Lalu untuk omset saya sendiri tidak tentu, yang namanya berdagang ada pasang surutnya. Omset bersih atau untung yang saya dapatkan saat baru mulai perbulannya sekitat 3-6 juta, tapi untuk sekarang bisa 7-10 juta.

Peneliti: Mengapa anda memilih berjualan secara *online* dari pada secara *offline*?

Narasumber: Karena saya mahasiswi, berjualan secara *online* tentunya lebih mudah, praktis, dan pasarnya lebih luas dari pada secara *offline*. Selain itu, berdagang secara *offline* pasti membutuhkan orang untuk menjaga toko dan saya belum punya karyawan. jadi sejauh ini semuanya dilakukan sendiri.

Peneliti: Siapa sasaran anda dalam melakukan usaha ini? Adakah media lain yang anda gunakan selain aplikasi *instagram*?

Narasumber: Sasarannya untuk pakaian adalah perempuan usia 15-25 tahun, dan sandal bisa juga untuk laki-laki. Ada juga media lain yang saya gunakan, ada melalui Shopee dan BukaLapak, namun di bukalapak lebih jarang karena bukalapak lebih banyak menjual elektronik.

Maka dari itu pembeli rata-rata menggunakan aplikasi Shopee. Maka sejauh ini saya aktif di *instagram* dan Shopee

Peneliti: Bagaimana teknis yang anda lakukan dalam menjalankan *onlineshop* ini?

Narasumber: Pertama-tama saya *upload* foto produk di *instagram*, jika ada yang ingin serius membeli, mereka akan melakukan pemesanan via *line* atau whatsapp yang dicantumkan di bio *instagram* dengan mengisi format pemesanan, setelah itu baru barang kami kirim melalui JNE, J&T, atau yang lain. Kalau di Shopee tinggal lakukan pemesanan melalui *website* maka langsung dilakukan pengiriman

Peneliti: Apakah pernah terjadi kendala atau permasalahan dalam menjalankan *onlineshop* ini? Jika ada, dapatkah anda ceritakan kendala yang pernah terjadi?

Narasumber: Pernah, pertama yaitu penipuan oleh pembeli, saat itu dia mengaku kalau dia berjualan baju secara *online* juga, tetapi memakai nomor rekening saya untuk melakukan transaksi atas nama *onlineshop*nya, dia memang belanja ke saya tapi yang transfer itu orang lain, dan masuk ke rekening saya tanpa sepengetahuan saya. Jadi dia mau beli barang tapi orang lain yang membayarkannya. Akhirnya, saya laporkan ke Bank karena mengatasnamakan saya, kemudian saya cari akunnya dan dapat alamat rumahnya, setelah itu saya bagikan di *socialmedia* agar orang itu jera. Yang kedua itu masalah *endorsement*, yang bermasalah saat itu adalah ketika saya menggunakan jasa *endorseselebgram* berinisial KN, saya menggunakan dia karena saat itu dia sedang naik daun. Saat itu saya endorse 3 produk, harga barang kedua dan ketiga sekitar 400-500 ribu, jadi hitungan pembayaran *endorse* dilakukan perbarang.

Permasalahan terjadi pada sebelum bulan puasa tahun 2016, saat itu sengaja saya mengirim 3 bulan sebelum bulan puasa agar satu atau dua bulan setelahnya barang segera di *endorse* sebagaimana yang ada diperjanjian saat itu. Karena khawatir toko kami sudah tutup atau *overload* saat bulan puasa. Tetapi ternyata barang tersebut di *endorse* saat lebaran, akhirnya tidak berpengaruh sama sekali dengan penjualan saya dan fotonya juga tidak jelas karena sesuai *filter instagram* dari *selebgram*. Maka produk jadi terlihat berbeda dengan aslinya. Itupun baru satu produk yang di

endorse, sisanya 2 produk lagi di *endorse* 2 bulan kemudian setelah lebaran agar tidak terlalu dekat dengan lebaran.

Setelah 2 bulan, muncullah masalah baru, di akun *hatersselebgram* bermunculan bukti foto dari berbagai *olshop* yang juga diperlakukan tidak baik dan tidak bertanggungjawab, akhirnya kami tunggu sampai 6 bulan lebih dan dipertanyakan lagi, pihak *selebgram* hanya memberikan janji namun tidak juga dilaksanakan, setelah itu para korban dari *selebgram* itu berkumpul. Kami mengatakan bahwa akan mendatangi rumah *selebgram* itu, akhirnya *selebgram* pun membalas pesan para korban satu persatu. Untuk *olshop* saya ternyata *selebgram* mengatakan bahwa produknya hilang, akhirnya saya kirim lagi barangnya. Kemudian baru di *endorse* produk yang saya kirim ulang itu, namun sayangnya dipromosikan dengan foto yang tidak sepatutnya. Jelas saja hal ini mengundang komentar negatif di akun *olshop* saya. Lalu barang ketiga tidak jelas fotonya karena filter yang diterapkan membuat foto sangat gelap sehingga mengubah warna.

Peneliti: Mengapa anda menggunakan jasa *endorse* untuk mempromosikan produk *onlineshop* ini?

Narasumber: Pertama saya juga tidak ngerti bagaimana *endorse* ini, namun ketika saya coba ternyata berpengaruh sangat besar kepada peningkatan *followers*, omset dan juga penjualan. Jika berjualan secara *online* seperti ini kunci pertama agar dikenal tentu saja melalui iklan, semua jualan pasti lewat iklan, kalau berjualan di *instagram* pastinya iklan dilakukan melalui *selebgram* atau artis yang hits, karena saya aktif di *instagram*.

Peneliti: Upaya apa yang anda lakukan setelah terjadinya kendala dalam perjanjian *endorsement* tersebut?

Narasumber: Ada yang ingin melaporkan ke pihak yang berwajib, namun untuk mengurusinya itu rumit masalahnya penipuan ini bisa panjang dan bukan tidak mungkin biayanya lebih besar. Masalahnya kami juga sudah setuju dengan perjanjian itu, maka kami juga bingung atas dasar apa ingin melaporkannya. Tetapi akhirnya kami memutuskan untuk menghukum secara mental atau sosial. Lalu *selebgram* pun merasa terancam dan membalas atau mengklarifikasi satu-persatu pada setiap *olshop*.

Peneliti: Bagaimana antisipasi anda selanjutnya agar tidak terjadi kendala lagi dalam kasus yang sama?

Narasumber: Untuk *endorsement* ini, karena kami yang butuh dan berpengaruh baik untuk kami maka kami setuju saja dengan segala ketentuan yang dibuat oleh selebgram. Namun untuk antisipasinya agar tidak terulang masalah yang sama yaitu lebih selektif lagi dalam hal memilih selebgram yang baik, bertanggung jawab, tepat waktu, dan cepat respon.

Peneliti: Bagaimana harapan anda apabila nantinya terjadi kendala-kendala yang serupa di kemudian hari?

Narasumber: Harapanya untuk para selebgram yaitu lebih menghargai kami sebagai *olshop* dan tepat waktu, memang kami tau mereka sibuk, tetapi setidaknya kami berharap mereka bisa lebih menghargai dan dalam perjanjiannya juga lebih jelas, baik itu upah, batas waktu, dan untuk postingan foto mungkin dapat ditanyakan dulu pendapat kami sebelum di *upload* di medsos.

Untuk aturan hukum sendiri diatur secara khusus mengenai iklan *endorsement* melalui sosial media ini. Harapannya mungkin dapat dibuat aturan hukum mengenai *endorsement* ini, karena *endorsement* merupakan hal baru di kalangan masyarakat agar lebih memperjelas dan agar setiap pihak yang terlibat dapat lebih bertanggungjawab atas setiap perbuatannya.