

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Pada era globalisasi dan digitalisasi seperti sekarang, dinamika hubungan hukum antar-subjek dalam ranah perdata mengalami perubahan yang cukup signifikan. Di Indonesia, sistem hukum perdata masih dibangun atas kerangka utama Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Penelitian menunjukkan bahwa sistem hukum perdata Indonesia menghadapi tantangan serius dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman seperti transaksi digital, aset elektronik, dan e-commerce internasional. perkembangan ekonomi digital dan maraknya pemanfaatan media sosial sebagai kanal pemasaran seperti Instagram, TikTok, dan YouTube telah menjadi sarana utama dalam membangun citra merek, memperkenalkan produk, serta memengaruhi keputusan konsumen.

Salah satu bentuk strategi pemasaran digital yang kini populer adalah *endorsement*, *endorsement* merupakan kerja sama antara pelaku usaha dengan figur publik atau selebritas untuk mempromosikan produk atau jasa kepada khalayak luas. bentuknya berupa perjanjian kerja sama jasa promosi yang melibatkan pertukaran manfaat pelaku usaha memperoleh publikasi dan peningkatan penjualan, sedangkan selebritas menerima kompensasi dalam bentuk uang, produk, atau fasilitas tertentu.

Secara hukum, praktik *endorsement* termasuk dalam kategori perjanjian tidak bernama *innominaat contract*, yaitu perjanjian yang tidak diatur secara khusus dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

(KUHPdata) tetapi tetap sah selama memenuhi syarat-syarat sahnya perjanjian seperti tercantum dalam pasal 1320 KUHPdata (kesepakatan, kecakapan, obyek tertentu, dan causa yang halal). Dengan demikian, perjanjian *endorsement* tetap memiliki kekuatan hukum yang mengikat parapihak.

Secara umum, perjanjian merupakan suatu peristiwa di mana dua pihak atau lebih saling mengikatkan diri untuk melaksanakan suatu prestasi.¹ Dalam praktik bisnis modern, *endorsement* menjadi salah satu instrumen pemasaran yang efektif karena didukung oleh jangkauan dan kredibilitas personal dari pihak yang melakukan promosi, khususnya influencer atau selebritas. Oleh karena itu, banyak pelaku usaha, terutama UMKM dan brand kosmetik, memanfaatkan *endorsement* untuk meningkatkan penjualan. Sehingga banyak pelaku usaha terutama UMKM dan brand kosmetik mengandalkan review dan endorse untuk mendorong penjualan.

Namun, dalam praktiknya, perjanjian *endorsement* seringkali dibuat secara sederhana, baik secara lisan maupun melalui media elektronik seperti pesan singkat. Hal ini berpotensi menimbulkan ketidakpastian hukum, khususnya terkait hak dan kewajiban para pihak apabila terjadi sengketa. Oleh karena itu, diperlukan perumusan klausula yang jelas dan tegas agar dapat dijadikan sebagai alat bukti yang sah serta meminimalisir potensi perselisihan di kemudian hari.²

¹ alim, H. S. (2010). Hukum Kontrak: Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak. Jakarta: Sinar Grafika.

² Luh Made Puri Rahayuningsih, "Perlindungan Hukum Terhadap Endorser Terkait Perjanjian Jasa Promosi (*Endorsement*) Untuk Perlindungan Hukum Terhadap Endorser Terkait Perjanjian Jasa

Dalam praktiknya, wanprestasi oleh selebritas tidak jarang terjadi. wanprestasi terjadi ketika debitur tidak memenuhi prestasi sebagaimana dijanjikan, terlambat memenuhinya, atau melakukan sesuatu yang dilarang dalam perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1238 dan Pasal 1243 KUHPerdata.

Wanprestasi yang terjadi dalam kasus ini berupa: tidak memenuhi konten sesuai kesepakatan, penghapusan konten setelah menerima kompensasi, atau bahkan pemutusan sepihak yang merugikan pihak pemberi kerja.³ Sejumlah studi yuridis Indonesia menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap pelaku usaha yang menggunakan jasa selebritas masih rentan terutama bila kontrak hanya bersifat lisan atau berformat pesan singkat sehingga pembuktian dan penegakan hak menjadi sulit.⁴ Oleh karena itu, kajian terhadap mekanisme penyelesaian wanprestasi (baik litigasi perdata maupun alternatif seperti mediasi) menjadi sangat relevan.

Permasalahan pembuktian menjadi titik lemah lain dalam sengketa *endorsement*.⁵ Beberapa penelitian tugas akhir dan artikel hukum menyoroti bahwa perjanjian *endorsement* lisan atau melalui komunikasi informal mempersulit pembuktian unsur-unsur perjanjian menurut Pasal 1320 KUHPerdata. Bukti elektronik (chat, email, rekaman video) dapat dipakai,

Promosi (*Endorsement*) Untuk,” *Media Akademik* 3, no. 11 (2025).

³ Anita Kamilah et al., “Penyelesaian Wanprestasi Dalam Perjanjian Endorsement Antara Influencer Dan Pelaku Usaha,” 2025, <https://doi.org/10.55551/jip.v6i1.324>.

⁴ Universitas Udayana, Dauh Puri Klod, and Kota Denpasar, “PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP ENDORSER TERKAIT PERJANJIAN JASA PROMOSI (ENDORSEMENT) UNTUK PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP ENDORSER TERKAIT PERJANJIAN JASA PROMOSI (ENDORSEMENT) UNTUK” 3, no. 11 (2025).

⁵ Junaidi, “Analisis Hukum Pelanggaran Perjanjian Endorsement Berdasarkan KUH Perdata Konsekuensi Serta Implikasinya” 7, no. 2 (2022): 96–103.

namun efektivitasnya tergantung pada kelengkapan bukti, kejelasan klausul, dan konteks pelaksanaan jasa

Kasus antara selebritas Nikita Mirzani dan dr. Reza Gladys memberi contoh konkret kompleksitas tersebut. Perseteruan bermula dari kerja sama review produk skincare yang kemudian memanaskan ketika muncul tuduhan ulasan negatif dan klaim adanya permintaan uang sebagai kompensasi untuk menghentikan ulasan perkara yang memunculkan aspek pidana (laporan pemerasan/ pengancaman/TPPU) sekaligus potensi tuntutan perdata terkait ganti rugi dan wanprestasi.

Berdasarkan latar di atas, dalam perjanjian kerja sama *endorsement* yang berfokus pada penyusunan perjanjian, pembuktian dan proses pemenuhan ganti rugi memiliki nilai secara praktis dan teoritis, hasil penelitian dapat memberi rekomendasi bagi pelaku usaha dan figur publik terkait penyusunan perjanjian *endorsement* yang meminimalkan risiko wanprestasi; secara teoritis, kajian ini akan memperkaya literatur hukum perdata Indonesia mengenai perjanjian bernama dan tidak bernama di era digital. Dengan kata lain, walau hukum telah mengakui dokumen elektronik sebagai alat bukti, praktik kesepakatan yang longgar tetap membuka peluang wanprestasi dan sengketa panjang.⁶

⁶ Harahap, M. Yahya. 2017. Segi-Segi Hukum Perjanjian. Jakarta: Sinar Grafika

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, permasalahan penelitian dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana kedudukan hukum perjanjian *endorsement* antara selebritas dan pelaku usaha dalam perspektif (KUHPerdata)?
2. Bagaimana wanprestasi terjadi serta penyelesaiannya dalam kasus Nikita Mirzani dan Reza Gladys?

1.3 Tujuan

1. Kegunaan Penelitian secara Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian hukum mengenai perjanjian tidak bernama serta tanggung jawab hukum atas wanprestasi dalam perjanjian *endorsement*.
 - b. Menambah literatur akademik terkait perlindungan hukum terhadap pihak-pihak baik pelaku usaha maupun selebritas atau pelaku *endorsement* dalam dunia bisnis.
2. Kegunaan Penelitian secara Praktis
 - a. penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi masyarakat, pelaku usaha, dan figur publik dalam menyusun perjanjian kerja sama promosi yang lebih jelas, serta menjadi pedoman bagi penegak hukum dalam menangani sengketa sejenis.
 - b. Meningkatkan kesadaran hukum mengenai pentingnya kontrak tertulis dalam setiap kerja sama bisnis, meskipun dilakukan secara informal

melalui media sosial, guna menghindari konflik di masa depan.

1.4 Keaslian Penelitian

Penelitian dengan judul Analisis yuridis wanprestasi dalam perjanjian kerjasama *endorsement*. Penelitian ini merupakan hasil karya penulis yang belum pernah diangkat sebelumnya. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menemukan dan mempelajari terkait penelitian yang selaras dan telah ada sebelumnya.

Tabel 1. 1 Keaslian penelitian

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Rumusan Masalah	Isu Hukum	Perbedaan dengan skripsi yang dikerjakan
1	K.Putri,Oka Suari,Sriasih Wesna Universitas Udayana	Perlindungan Hukum Terhadap Toko Online Atas Timbulnya Wanprestasi oleh Influencer (Jasa <i>Endorsement</i>) di Wilayah Kabupaten Badung	Bagaimana bentuk dan mekanisme perlindungan hukum bagi toko online jika terjadi wanprestasi oleh influencer?	Wanprestasi dalam jasa <i>endorsement</i> , hak dan kewajiban kontrak antara influencer dan toko online, ganti rugi perdata.	Fokus lokal (Kabupaten Badung), umumnya studi empiris terhadap toko online; skripsi Anda akan fokus pada selebritas besar & aspek kontrak <i>endorsement</i> produk skincare dengan kasus nyata yang melibatkan tuntutan ganti rugi dan interaksi

2	Adinda Ayu Puspita Kuncoro ¹ , M. Syamsudin ² Universitas Muhammadiyah Bandung	Perlindungan Konsumen terhadap <i>Overclaim</i> Produk Skincare di Era Digital: Tinjauan Etika Bisnis dan Hukum Positif	Bagaimana implementasi perlindungan konsumen terhadap praktik <i>overclaim</i> produk skincare ditinjau dari hukum positif dan etika bisnis? Sejauh mana regulasi yang ada melindungi hak-hak konsumen, serta bagaimana posisi hukum influencer dalam praktik promosi digital?	Perlindungan konsumen, praktik <i>overclaim</i> , kewajiban hukum dan moral pelaku usaha, posisi hukum influencer, serta pertanggung jawaban administratif, perdata dan pidana.	Fokus penelitian ini pada <i>overclaim</i> Produk skincare (iklan berlebihan) Dan perlindungan konsumen. Sementara skripsi Anda fokus pada wanprestasi dalam kontrak <i>endorsement</i> (antara selebritas & pelaku usaha, studi kasus Nikita Mirzani vs Reza Gladys). Penelitian Anda menitikberatkan pada perjanjian kontraktual dan Tanggung jawab Perdata akibat wanprestasi, bukan semata iklan menyesatkan.
---	---	---	--	---	---

3.	Anita Kamilaha, Ardelia Lanandab, Ce Kedzma Alvian M.Sc, Mila Arastasya Rahmahd Universitas Suryakanca na	Penyelesaian Wanprestasi dalam Perjanjian <i>Endorsement</i> antara Influencer dan Pelaku Usaha	Keabsahan Perjanjian <i>Endorsement</i> antara Influencer dan Pelaku Usaha dalam Perspektif KUH Perdata dan UU ITE, Bentuk Wanprestasi dalam Perjanjian <i>Endorsement</i> antara Influencer Dan Pelaku Usaha, serta Mekanisme Penyelesaian Wanprestasi dalam Perjanjian <i>Endorsement</i> antara Influencer Dan Pelaku Usaha Berdasarkan KUH Perdata dan UU ITE.	- Validitas hukum perjanjian <i>endorsement</i> sebagai perjanjian tidak bernama (Pasal 1313, 1320, 1338, 1319 KUHPerdata). - Bentuk wanprestasi : tidak melaksanakan prestasi, terlambat, tidak sesuai, atau melakukan hal yang dilarang. Mekanisme penyelesaian wanprestasi melalui somasi, gugatan perdata, ganti rugi (KUHPerdta) , serta penggunaan UU ITE untuk pembuktian elektronik dan tanggung jawab hukum.	Penelitian ini bersifat umum Sementara skripsi Anda lebih spesifik pada wanprestasi kontrak review produk skincare (Nikita Mirzani vs Reza Gladys), dengan fokus pertanggungjawaban selebritas, mekanisme gugatan ganti rugi, dan konteks percampuran isu perdata pidana.
----	---	---	--	--	---

4	Junaidi Universitas Sjakyahkirti Palembang	Analisis	Hukum Pelanggaran Perjanjian <i>Endorsement</i> Berdasarkan KUH Perdata: Konsekuensi serta Implikasinya	-Bagaimana pengaturan wanprestasi dalam perjanjian <i>endorsement</i> menurut	KUH Perdata?
---	---	----------	---	---	--------------

Berdasarkan hasil telaah terhadap beberapa penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan tema mengenai perjanjian *endorsement* dan wanprestasi, terdapat sejumlah perbedaan yang menjadi dasar kebaruan dalam penelitian ini. Penelitian pertama yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Toko Online Atas Timbulnya Wanprestasi oleh Influencer (Jasa *Endorsement*) di Kabupaten Badung” berfokus pada perlindungan hukum bagi pelaku usaha lokal dengan pendekatan empiris. Penelitian tersebut membahas mekanisme perlindungan hukum terhadap toko online secara umum tanpa menyoroti kasus konkret. Sementara itu, penelitian ini secara spesifik menganalisis wanprestasi dalam perjanjian kerja sama *endorsement* antara selebritas besar dengan pelaku usaha, dengan menggunakan studi kasus nyata Nikita Mirzani dan dr. Reza Gladys sebagai bahan analisis utama.

Penelitian kedua berjudul “Perlindungan Konsumen terhadap *Overclaim* Produk Skincare di Era Digital: Tinjauan Etika Bisnis dan Hukum Positif” menitikberatkan pada perlindungan konsumen dan aspek etika bisnis

terhadap praktik iklan berlebihan (*overclaim*). Fokus penelitian tersebut adalah tanggung jawab moral dan hukum pelaku usaha dalam mempromosikan produk, bukan pada hubungan kontraktual antara pelaku usaha dan selebritas. Adapun penelitian ini berfokus pada wanprestasi yang terjadi dalam hubungan kontraktual antara kedua pihak (selebritas dan pelaku usaha), sehingga lebih menonjolkan aspek hukum perdata dan tanggung jawab kontraktual, bukan aspek perlindungan konsumen semata.

Penelitian ketiga dengan judul “Penyelesaian Wanprestasi dalam Perjanjian *Endorsement* antara Influencer dan Pelaku Usaha” memiliki kesamaan dalam hal pembahasan tentang bentuk wanprestasi dan mekanisme penyelesaiannya berdasarkan KUHPperdata dan UU ITE. Namun, penelitian tersebut bersifat umum dan normatif tanpa menggunakan contoh kasus konkret. Sedangkan penelitian ini lebih spesifik karena menggunakan pendekatan kasus *case approach* terhadap perkara Nikita Mirzani vs Reza Gladys, dengan analisis mendalam mengenai mekanisme pembuktian elektronik, tanggung jawab hukum selebritas, serta kemungkinan interaksi antara ranah hukum perdata dan pidana.

Selanjutnya, penelitian berjudul “Analisis Hukum Pelanggaran Perjanjian *Endorsement* Berdasarkan KUH Perdata: Konsekuensi serta Implikasinya” mengulas aspek normatif tentang wanprestasi secara umum dan tidak berfokus pada subjek selebritas atau kasus tertentu. Penelitian tersebut membahas konsekuensi hukum dan kompensasi ganti rugi secara teoritis. Berbeda dengan penelitian ini yang lebih aplikatif dan aktual, karena mengkaji

perjanjian *endorsement* produk skincare dengan selebritas terkenal, serta menganalisis dinamika hukum yang terjadi akibat pelanggaran kontrak promosi di media sosial.

Dengan demikian, perbedaan utama penelitian ini dibanding penelitian-penelitian sebelumnya terletak pada spesifisitas kasus, kedalaman analisis terhadap wanprestasi selebritas, penggunaan pembuktian elektronik, serta keterkaitan antara hukum perdata dan pidana dalam konteks kontrak kerja sama *endorsement*.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif.⁷ Metode yuridis normatif dipilih karena fokus kajian penelitian ini adalah pada aturan-aturan hukum positif, asas hukum, dan doktrin yang mengatur tentang perjanjian dan wanprestasi sebagaimana diatur dalam KUHPperdata.⁸ Sementara itu, pendekatan kasus digunakan untuk menganalisis peristiwa hukum nyata yang terjadi dalam sengketa perjanjian *endorsement* antara Nikita Mirzani dan Reza Gladys.

1.6.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan *statute approach*.. Pendekatan perundang-undangan digunakan untuk menelaah ketentuan hukum yang relevan, seperti KUHPperdata dan

⁷ Peter Mahmud Marzuki, 2017, Penelitian Hukum, Kencana Prenada Media, Jakarta.

⁸ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, 2019, Penelitian Hukum Normatif, Rajawali Pers, Jakarta

UU ITE. Serta pendekatan study kasus atau *case approach* pendekatan kasus digunakan untuk menganalisis fakta-fakta hukum dalam kasus Nikita Mirzani dan dr. Reza Gladys⁹ Pendekatan perundang-undangan yang dilakukan dengan menelaah semua peraturan perundang-undangan yang bersangkutan dengan permasalahan (isu hukum) yang sedang di hadapi. Dalam penelitian melakukan pendekatan undang-undang terhadap pasal 1320 KUHPerdara syarat sah nya perjanjian.

1.6.3 Sumber Bahan Hukum

Teknik pengumpulan bahan hukum yang dilakukan oleh penulis untuk meneliti masalah ini adalah dengan menggunakan studi kepustakaan *library research* yang dilakukan dengan cara membaca, mengutip, mencatat dan memahami berbagai literature seperti buku-buku, jurnal, artikel ilmiah dan peraturan perundang-undangan. Bahan-bahan hukum tersebut diantaranya adalah:

A. Bahan hukum primer

Bahan Hukum Primer yaitu bahan hukum yang sifatnya mengikat. Dalam penelitian ini digunakan bahan yang berupa peraturan perundang-undangan di Indonesia. Peraturan perundang-undangan yang digunakan adalah peraturan perundang-undangan yang memiliki kaitan dengan penelitian yang dilakukan, yaitu:

- a. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- b. Undang-undang informasi dan transaksi elektornik(UU ITE)

⁹ Suharnoko,S.H.,MLI. Hukum perjanjian .Kencana 2004

- c. Undang-undang Perlindungan Konsumen Pasal (17) ayat(1) huruf f tentang tanggung jawab innfluencer dalam melakukan endorsmetn produk.

B. Bahan hukum sekunder

Bahan hukum sekunder yaitu bahan-bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder yang digunakan dalam penelitian adalah hasil karya ilmiah dari penulis sebelumnya yang berhubungan langsung dengan judul penelitian ini, berupa buku-buku, karya ilmiah dan jurnal-jurnal.

C. Bahan hukum tersier

Bahan hukum Tersier memberikan petunjuk atau kejelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum tersier ini bisa ensiklopedia, dokumen, Kamus Besar Bahasa Indonesia, ataupun internet.

1.6.4 Analisis Bahan Hukum

Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yaitu dengan menguraikan dan menafsirkan hubungan antara norma hukum, teori, serta fakta yang kemudian dikaitkan dengan literatur atau pendapat pakar hukum maupun berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku dalam kasus yang diteliti.

1.6.5 Sistematika Kepenulisan

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, metode penelitian, dan sistematika kepenulisan skripsi ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab II ini terdiri pengertian perjanjian, konsep perjanjian, *endorsment*, wanprestasi, dan pertanggungjawaban hukum

BAB III PEMBAHASAN

Pada bab III menguraikan tentang hasil penelitian ini, yaitu terkait dengan rumusan masalah yang dipaparkan pada bab sebelumnya.

BAB IV PENUTUP

Merupakan bab penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Dalam bab ini penulis menyimpulkan dan memberikan usulan-usulan mengenai permasalahan yang telah dibahas dalam penulisan skripsi ini.