

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Untuk menunjang pertumbuhan perekonomian di Indonesia maka bisnis menjadi salah satu kegiatan yang dapat ditempuh agar roda ekonomi tetap stabil dan berjalan dengan baik. Mulai dari bisnis berskala kecil atau yang biasa kita dengar dengan sebutan UKM dan UMKM, sampai dengan bisnis yang dijalankan oleh perusahaan-perusahaan besar dapat kita jumpai khususnya di Negara Indonesia. Adapun yang dimaksud dengan bisnis yaitu suatu urusan atau kegiatan dagang, industri atau keuangan yang dihubungkan dengan produksi atau pertukaran barang atau jasa, dengan menempatkan uang dari para *entrepreneur* dalam risiko tertentu dengan usaha tertentu dengan motif untuk mendapatkan keuntungan.¹ Sesuai dengan pengertian dari bisnis tersebut, maka tujuan utama dalam menjalankan bisnis adalah menghasilkan keuntungan sesuai dengan prinsip ekonomi jual-beli. Ada barang atau jasa yang ditawarkan, maka ada keuntungan yang didapatkan dari penjualan barang atau jasa tersebut.² Bisnis sangat banyak macamnya, dilihat dari sektor ekonomi terdapat berbagai macam bisnis diantaranya yaitu seperti bisnis pertanian, produksi bahan mentah, manufaktur,

¹ Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis (Menata Bisnis Modern di Era Global)*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2012, hlm. 2.

² Tokopedia, *Cari Arti Kata Bisnis Itu Apa?*, <https://kamus.tokopedia.com/b/bisnis/>, diunduh pada Sabtu 29 Agustus 2020, pukul 07.30 WIB.

konstruksi, transportasi, komunikasi, perdagangan besar/ kecil, finansial, jasa, dan lain sebagainya.³

Bisnis erat kaitannya dengan ekonomi, sementara pada saat ini ekonomi telah mengalami globalisasi. Globalisasi ekonomi merupakan kegiatan ekonomi secara global yang melibatkan negara-negara di dunia untuk turut serta didalamnya. Memasuki era globalisasi artinya memasuki perdagangan bebas yang terbuka luas, terbukanya perdagangan bebas mengharuskan pelaku usaha untuk terus meningkatkan kompetitifnya apabila ingin tetap bertahan dalam pasar global. Sudah dapat dipastikan terbukanya perdagangan bebas mengakibatkan adanya persaingan usaha yang ketat, pelaku usaha harus berpikir keras, kreatif, dan berstrategi agar tetap bisa bertahan dan bersaing mengikuti arus globalisasi.

Pelaku usaha tentu memiliki berbagai strategi, dan akan melakukan strategi tersebut untuk meningkatkan bisnis yang dijalankannya. Salah satu strateginya ialah dengan melakukan promosi agar produk atau jasanya dapat dikenal luas, sehingga diharapkan dapat menarik calon konsumen untuk membeli atau menggunakan baik produk maupun jasa yang ditawarkan. Menurut pasal 1 angka 6 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen “Promosi adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan/atau jasa untuk menarik minat beli konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan”.

Media konvensional merupakan sarana promosi yang digunakan oleh pelaku usaha pada saat sebelum teknologi informasi dan komunikasi berkembang sangat

³ Tokopedia, *Cari Arti Kata Bisnis Itu Apa?*, <https://kamus.tokopedia.com/b/bisnis/>, diunduh pada Sabtu 29 Agustus 2020, pukul 07.30 WIB.

pesat. Untuk usaha yang berskala besar biasanya promosi dapat dilakukan melalui iklan di televisi, radio, koran, majalah, baliho, bahkan pada *space* iklan videotron. Sementara untuk usaha berskala kecil, yang biasanya ada keterbatasan pada biaya, maka promosi dapat dilakukan melalui informasi dari mulut ke mulut, penyebaran pamflet, atau pemasangan spanduk di lokasi bisnis tersebut. Namun seiring berkembangnya zaman, perilaku yang sudah modern, serta teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju dari waktu ke waktu telah melahirkan suatu era digital. Keadaan ini mau tidak mau menggiring orang-orang untuk masuk ke dunia digital, dan bertransformasi dari hal-hal konvensional, termasuk dalam melakukan promosi atau beriklan. Sehingga dapat dikatakan bahwa perubahan dari hal-hal konvensional kepada dunia digital sebagai bentuk pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi tersebut telah memberikan dampak untuk berbagai aspek kehidupan manusia.

Era digital ditunjang oleh berbagai sarana untuk mendapatkan informasi serta berkomunikasi yaitu seperti *Youtube*, *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *TikTok*, dan lain sebagainya. Sarana-sarana itu dapat diringkas dengan kata media sosial. Dalam penggunaannya, *youtube* merupakan media untuk berbagi atau menonton video. *Instagram* sebagai media untuk berbagi foto dan video berdurasi pendek. *Facebook* untuk berbagi berbagai macam konten meliputi teks, foto, maupun video berdurasi pendek. Sementara *twitter* ialah *platform* untuk menyampaikan pesan berbasis teks yang dibatasi hanya 280 karakter per unggahan, meskipun pada praktiknya dapat menyertakan unggahan foto maupun video. Terakhir yaitu *TikTok*, aplikasi yang sedang *hype* untuk mengunggah video berdurasi pendek.

Semua media sosial tersebut memungkinkan para penggunanya untuk berkomunikasi dua arah di ruang lingkup publik karena ada fitur yang mendukungnya. Berbagai media sosial ini dapat diunduh dan dimainkan oleh semua orang dari berbagai kalangan, asalkan ada koneksi internet. Pada dasarnya berbagai media sosial yang telah disebutkan diatas memiliki fungsi yang sama yaitu sebagai sarana berekspresi, menuangkan ide, serta yang paling penting yaitu untuk berkomunikasi di dalam dunia *virtual*.

Dari gambaran penggunaan media sosial yang telah dijelaskan di atas, pada saat ini banyak orang yang menjadi terkenal karena menggunakan media sosial. Hal tersebut dipengaruhi oleh banyak pengikut di akunnya karena konten yang disuguhkan, serta adanya suatu *engagement rate* yang tinggi, yaitu sebuah indikator interaksi antara sebuah akun media sosial dengan pengikutnya yang ditinjau dari nilai *like*, komentar dan pengikut.⁴ Terkenalnya seseorang pengguna media sosial yang dipengaruhi *engagement rate* yang tinggi telah melahirkan suatu fenomena *influencer* ditengah masyarakat modern ini. Lebih jelasnya berdasarkan jurnal ilmiah karya Hariyanti & Wirapraja, *influencer* adalah seseorang atau figur dalam media sosial yang memiliki jumlah pengikut yang banyak atau signifikan, dan hal yang mereka sampaikan dapat mempengaruhi perilaku dari pengikutnya.⁵

Melihat peluang ketenaran yang dimiliki, banyak *influencer* yang memanfaatkan hal tersebut sebagai sarana berbisnis di media sosial. Bisnis yang

⁴ M. Zaenal Ashfiya, 2018, *Perbandingan Tingkat Engagement Antara Post Foto dan Video Instagram (Studi Pada Akun Instagram Perusahaan Berbasis Aplikasi Smartphone)*, Edisi 2

⁵ Adhimurti Citra Amalia, *Influencer Sebagai Content Creator*, <https://binus.ac.id/malang/2019/01/influencer-sebagai-content-creator/>, diakses pada Kamis 12 Maret 2020, pukul 16.20 WIB.

dilakukan oleh *influencer* yaitu menyediakan jasa promosi dengan memanfaatkan *exposure* yang dimilikinya. Menurut Kamus *Cambridge*⁶ *exposure* berarti perhatian yang diberikan untuk seseorang atau sesuatu, oleh media massa, seperti televisi, koran, majalah, dan lainnya. Tapi seiring berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, perhatian ini juga bisa diberikan lewat media sosial. Dalam bisnis ini *exposure* terbagi menjadi dua, yaitu bisa dari penawaran pelaku usaha agar produk ataupun jasanya dapat dipromosikan oleh *influencer*. Atau permintaan dari *influencer* kepada pelaku usaha agar diberikan suatu produk, jasa, ataupun fasilitas tanpa membayarnya dengan alat tukar berupa uang, melainkan sebagai *feedback* akan dipromosikan dengan mengunggah foto atau video suatu produk, jasa, atau fasilitas tersebut di media sosialnya sebagai bentuk pembayaran atas produk, jasa, atau fasilitas yang ia dapat. Dalam hal ini peneliti akan membahas bentuk *exposure* berupa penawaran dari pelaku usaha kepada *influencer* saja.

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa saat ini adalah era digital, maka pelaku usaha mulai dari yang berskala besar sampai yang berskala kecil mencoba peruntungan dengan memanfaatkan keadaan tersebut untuk melakukan promosi bisnis dengan bekerjasama bersama *influencer*. Hal ini dinilai lebih efektif untuk menjangkau segmen pasar yang lebih spesifik.

Terjalannya kerjasama bisnis antara pelaku usaha dengan *influencer* artinya telah ada suatu perjanjian yang dilakukan oleh kedua belah pihak. Perjanjian dianggap sah apabila telah memenuhi unsur Pasal 1320 KUHPerdara, lalu dengan

⁶ *Cambridge Advanced Learner's Dictionary*

adanya perjanjian artinya kedua belah pihak telah mengikatkan dirinya satu sama lain, sehingga muncul hak dan kewajiban yang harus dipenuhi. Pada umumnya kerjasama bisnis antara pelaku usaha dengan *influencer* dilakukan secara *online*, sehingga terjadi kegiatan transaksi elektronik. Lalu bentuk perjanjiannya ialah perjanjian baku, dalam hal ini pihak *influencer* telah menyediakan aturan yang sudah ditentukan dan harus diikuti oleh pihak pelaku usaha jika akan melakukan kerjasama bisnis bersama *influencer* dengan menggunakan metode *exposure*. Adapun menurut Pasal 1 angka 10 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang dimaksud dengan 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”.

Sistem online yang dipengaruhi teknologi informasi dan komunikasi pada saat ini semakin mempermudah perkembangan bisnis online, walaupun tidak akan terlepas dari terjadinya wanprestasi atas perjanjian yang telah dilakukan. Hal tersebut dikarenakan pelaku usaha dalam melakukan transaksi elektronik seringkali dihadapkan pada permasalahan, khususnya dalam melakukan perjanjian kerjasama melalui media sosial, apalagi perjanjiannya merupakan perjanjian baku yang telah ditetapkan oleh pihak *influencer*. Dimana pihak *influencer* seringkali tidak memberikan jaminan kepastian terhadap pihak yang bertransaksi dengannya, dan ini tentu akan berisiko terhadap pelaku usaha. Hal demikian diperkuat dengan realitas yang memperlihatkan bahwa konsumen dalam transaksi bisnis elektronik selalu menanggung beban risiko yang ditanggung oleh produsen atau pelaku

usaha.⁷ Melihat kedudukan yang tidak seimbang antara pelaku usaha dengan *influencer* memungkinkan timbulnya pelanggaran hak yang dilakukan oleh salah satu pihak. Banyak kasus yang terjadi akibat kedudukan yang tidak seimbang antara para pihak dalam melakukan transaksi.

Contoh konkrit permasalahan ini dialami oleh pelaku usaha yang bergerak dibidang *coffe shop* yang melakukan kerjasama dengan *influencer* Karin Novilda atau yang biasa dikenal dengan sebutan Awkarin. Pelaku usaha telah mengikuti dan memenuhi aturan dalam perjanjian baku, serta telah memberikan produknya dan membayar uang sejumlah Rp. 15.000.000 (lima belas juta rupiah) kepada pihak *influencer*. Namun sudah lebih dari satu bulan usahanya tidak kunjung dipromosikan di media sosial *influencer* tersebut, sehingga pelaku usaha mengalami kerugian karena produk dan dana telah diberikan, tetapi tidak ada timbal balik yang sepadan terhadap usahanya. Selain Awkarin, ada juga beberapa artis sekaligus *influencer* seperti Shandy Aulia, dan Steffi Zamora yang melakukan wanprestasi serupa karena tidak melakukan promosi untuk produk pelaku usaha, sementara produk usaha dan uang pembayaran telah diberikan, hal tersebut tentu mengakibatkan pelaku usaha menanggung beban risiko.

Dari uraian di atas yang menjadi payung hukum atas perjanjian yaitu Buku III KUHPerdata Tentang Perikatan. Selain itu dikarenakan perjanjian dilakukan secara *online* oleh para pihak, maka payung hukum atas perbuatan hukum yang dilakukan secara elektronik diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang

⁷ Imam Syahputra, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik*, PT. Alumni, Bandung, 2010, hlm. 2.

Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen juga termasuk payung hukum dalam masalah ini. Lalu dari permasalahan yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan menuangkannya dalam bentuk skripsi dengan judul **“Risiko Bisnis Pelaku Usaha Akibat Kegiatan Influencer Menggunakan Metode Exposure Dalam Perspektif Hukum Bisnis”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas, maka dapat ditarik suatu identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Apa risiko bisnis dari kegiatan *influencer* yang menggunakan metode *exposure* terhadap pelaku usaha?
2. Bagaimana tanggung jawab *influencer* yang menggunakan metode *exposure* apabila terjadi kerugian pada pelaku usaha dalam perspektif hukum bisnis?
3. Bagaimana upaya dan solusi yang harus ditempuh oleh pelaku usaha yang mengalami kerugian akibat kegiatan *influencer* menggunakan metode *exposure*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui, menganalisis, dan mengkaji risiko bisnis dari kegiatan *influencer* yang menggunakan metode *exposure* terhadap pelaku usaha.

2. Untuk mengetahui, menganalisis, dan mengkaji bentuk pertanggung jawaban *influencer* yang menggunakan metode *exposure* apabila terjadi kerugian pada pelaku usaha dalam perspektif hukum bisnis.
3. Untuk mengetahui, menganalisis, dan mengkaji upaya dan solusi yang harus dilakukan oleh pelaku usaha yang mengalami kerugian akibat kegiatan *influencer* menggunakan metode *exposure*.

D. Kegunaan Penelitian

Dari penelitian ini peneliti mengharapkan akan diperoleh hasil yang dapat memberikan kegunaan dan manfaat kepada pihak-pihak yang berkepentingan baik secara langsung maupun tidak langsung.

1. Secara Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sekaligus menambah khasanah ilmu pengetahuan dan literatur dalam dunia akademis, terutama ilmu hukum, khususnya dalam bidang ilmu hukum perdata serta hukum ekonomi internasional yang mencakup aspek hukum bisnis, terutama bisnis di era digital yang melibatkan pelaku usaha dengan *influencer*.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dalam bidang akademis dan sebagai kepustakaan hukum perdata dan hukum ekonomi internasional.
2. Secara Praktis
 - a. Kegunaan Bagi Pelaku Usaha

Bagi pelaku usaha yang melakukan kegiatan promosi, penelitian ini dapat memberi pengetahuan mengenai risiko terkait kerjasama dengan *influencer* sebagai jasa promosi yang menggunakan metode *exposure*, serta dapat memberi masukan tentang upaya apa yang seharusnya dilakukan jika terjadi kerugian, serta mengetahui bentuk pertanggungjawaban yang seharusnya dilaksanakan oleh pihak *influencer* akibat kegiatannya menggunakan metode *exposure* yang berujung menimbulkan kerugian pada pihak lain.

b. Kegunaan Bagi Pihak *Influencer*

Penelitian ini dapat memberikan masukan serta kesadaran terhadap *influencer* mengenai rambu-rambu menjadi *influencer* yang baik, serta agar *influencer* memperhatikan etika dalam berbisnis, dan agar *influencer* mengetahui bentuk pertanggungjawaban yang harus dilaksanakan sebagai konsekuensi atas tidak dipenuhinya prestasi.

c. Kegunaan Bagi Pihak Praktisi

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangsih pemikiran dan acuan bagi praktisi hukum untuk menangani perkara mengenai risiko pelaku usaha yang melakukan kerjasama bisnis bersama *influencer* yang menggunakan metode *exposure*.

E. Kerangka Pemikiran

Pembangunan nasional merupakan rangkaian upaya pembangunan yang berkesinambungan yang meliputi seluruh kehidupan masyarakat, bangsa, dan

negara dalam rangka mewujudkan tujuan nasional. Sebagaimana terdapat dalam pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 alinea ke-4 yang berbunyi :

Kemudian daripada itu untuk membentuk suatu Pemerintah Negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial, maka disusunlah Kemerdekaan Kebangsaan Indonesia itu dalam suatu Undang-Undang Dasar Negara Indonesia yang terbentuk dalam suatu susunan Negara Republik Indonesia yang berkedaulatan rakyat dengan berdasarkan kepada Ketuhanan Yang Maha Esa, Kemanusiaan yang adil dan beradab, Persatuan Indonesia dan Kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan/perwakilan, serta dengan mewujudkan suatu Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia.

Amanat dalam alinea ke-4 Undang-Undang Dasar 1945 tersebut merupakan konsekuensi hukum yang mengharuskan pemerintah tidak hanya melaksanakan tugas pemerintah saja, melainkan juga kesejahteraan sosial, melalui pembangunan nasional, selain itu juga mengandung asas perlindungan hukum bagi segenap bangsa Indonesia untuk mencapai keadilan.

Negara Indonesia adalah negara hukum hal tersebut tercermin dalam Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar 1945 yang menyebutkan bahwa “Negara Indonesia adalah negara hukum”. Maka dari itu sebagai negara hukum sudah seharusnya hukum mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam mengatur segala aspek kehidupan masyarakat.

Pasal 28 D ayat (1) Undang-Undang Dasar 1945 menyebutkan bahwa “Setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama di hadapan hukum”.

Pasal 33 ayat (1) Undang-Undang Dasar 1945 menyebutkan bahwa “Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan”. Asas kekeluargaan dalam perekonomian nasional dimaksudkan sebagai rambu-rambu yang sangat penting dalam upaya mewujudkan demokrasi ekonomi di Indonesia.

Kemudian, Pasal 33 ayat (4) Undang-Undang Dasar 1945 menyebutkan bahwa “Perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional”.

Indonesia merupakan negara kesejahteraan yang berarti pemerintah dalam menjalankan kewenangannya adalah semata-mata untuk mencapai kesejahteraan masyarakat. Oleh sebab itu pemerintah harus turun tangan dan ikut campur dalam segala aspek kehidupan masyarakat.

Pada era globalisasi ini pembangunan perekonomian nasional harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan berbagai macam barang dan/atau jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/atau jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen.⁸ Pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan informasi telah membawa dunia perekonomian Indonesia kepada sebuah arena baru yang dinamakan ekonomi digital, keberadaannya ditandai dengan

⁸ Konsiderans Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang *Perlindungan Konsumen*

semakin berkembangnya bisnis atau transaksi perdagangan yang memanfaatkan internet sebagai media komunikasi, kolaborasi, dan kooperasi antar perusahaan atau pun antar individu.⁹

Mengacu kepada pendapat Mochtar Kusumaatmadja bahwa hukum merupakan sarana pembaharuan masyarakat (*Law as a tool of social engineering*) didasarkan atas anggapan bahwa adanya keteraturan dan ketertiban dalam usaha pembangunan atau pembaharuan itu merupakan sesuatu yang diinginkan atau dipandang (mutlak) perlu.¹⁰ Anggapan lain dari hukum sebagai sarana pembaharuan adalah penyalur arah kegiatan manusia ke arah yang dikehendaki oleh pembangunan atau pembaharuan.¹¹

Perjanjian dalam KUHPerdara dapat ditemukan dalam Pasal 1313 KUHPerdara, yang menyebutkan bahwa “Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan diri terhadap satu orang lain atau lebih”. Perbuatan yang disebutkan dalam Pasal 1313 KUHPerdara hendak menjelaskan bahwa perjanjian hanya mungkin terjadi jika ada suatu perbuatan nyata, baik dalam bentuk ucapan, maupun tindakan secara fisik, dan tidak hanya dalam bentuk pikiran semata-mata.¹² Namun pada pelaksanaannya, pengertian dari pasal 1313 KUHPerdara ini mendapat banyak kritikan karena disamping kurang lengkap juga dikatakan terlalu luas, sehingga pasal 1313 KUHPerdara ini tergolong pasal yang lemah.

⁹ Richardus Eko Indrajir, *Konsep Manajemen Supply Chain*, Grasindo, Jakarta, 2002, hlm. 205.

¹⁰ Mochtar Kusumaatmadja, *Konsep – Konsep Hukum dalam Pembangunan : Kumpulan Karya Tulis*, PT. Alumbi, Bandung, 2002, hlm. 88 – 89.

¹¹ *Ibid*, hlm. 90.

¹² Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja, *Perikatan yang Lahir dari Perjanjian*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm. 7.

Menurut Subekti, perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seseorang berjanji kepada orang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal.¹³

Dalam Pasal 1320 KUHPerdara disyaratkan bahwa suatu perjanjian sah apabila memenuhi syarat :

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;
2. Kecakapan dalam membuat suatu perjanjian;
3. Suatu hal tertentu;
4. Suatu sebab yang halal.

Dua syarat yang pertama, dinamakan syarat-syarat subjektif, karena mengenai orang-orangnya atau subjeknya yang mengadakan perjanjian. Sedangkan dua syarat terakhir dinamakan syarat-syarat objektif karena mengenai perjanjiannya sendiri atau objek dari perbuatan hukum yang dilakukan itu.¹⁴

Apabila syarat-syarat subjektif tidak dipenuhi, perjanjiannya dapat dibatalkan oleh hakim. Sementara apabila syarat-syarat objektif yang tidak dipenuhi, perjanjiannya batal demi hukum. Artinya sejak awal dianggap tidak pernah dilahirkan suatu perjanjian dan tidak pernah ada perikatan. Sehingga tiada dasar untuk saling menuntut di muka hakim (pengadilan).

Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya mengandung makna bahwa para pihak yang membuat perjanjian telah sepakat atau ada persesuaian kemauan atau saling menyetujui kehendak masing-masing yang dilahirkan oleh para pihak dengan tidak ada paksaan, kekeliruan, dan penipuan. Persetujuan mana dapat

¹³ Subekti, *Hukum Perjanjian*, PT Intermedia, Jakarta, 1990, hlm. 1.

¹⁴ *Ibid*, hlm.17.

dinyatakan secara tegas maupun diam-diam.¹⁵ Kesepakatan dalam perjanjian merupakan perwujudan dari kehendak dua pihak atau lebih mengenai apa yang mereka kehendaki untuk dilaksanakan, bagaimana cara melaksanakannya, kapan harus dilaksanakan, dan siapa yang harus melaksanakan. Menurut ketentuan yang diatur dalam KUHPerdara tersebut, secara *a contrario*, dapat dikatakan bahwa pada dasarnya kesepakatan dianggap terjadi pada saat perjanjian dibuat oleh para pihak, kecuali dapat dibuktikan bahwa kesepakatan tersebut terjadi karena adanya kekhilafan, paksaan, maupun penipuan, sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1321 KUHPerdara, yang menyebutkan bahwa “Tiada suatu perjanjian pun mempunyai kekuatan jika diberikan karena kekhilafan atau diperoleh dengan paksaan atau penipuan”. Walaupun dikatakan tiada sepakat yang sah, tetapi tidak berarti perjanjian itu batal karena sebenarnya telah terjadi kesepakatan, hanya saja kesepakatan yang telah dicapai tersebut mengalami kecacatan karena kesepakatannya terjadi karena kekhilafan, paksaan atau penipuan.¹⁶

Cakap (*bekwaam*) merupakan syarat umum untuk dapat melakukan perbuatan hukum secara sah yaitu harus sudah dewasa, sehat akal pikiran dan tidak dilarang oleh suatu peraturan perundang-undangan untuk melakukan sesuatu perbuatan tertentu.¹⁷ Seseorang oleh hukum dianggap tidak cakap untuk melakukan kontrak/perbuatan hukum jika orang tersebut belum berumur 21 tahun, kecuali jika ia telah kawin sebelum berumur 21 tahun. Sebaliknya setiap orang

¹⁵ H. Riduan Syahrani, *Seluk Beluk dan Asas-Asas Hukum Perdata*, Alumni, Bandung, 2010, hlm. 205.

¹⁶ Ahmad Miru dan Sakka Pati, *Hukum Perikatan Penjelasan Makna Pasal 1233 sampai 1456 BW*, PT RajaGrafindo Persada, 2008, hlm. 69.

¹⁷ *Ibid*, hlm. 208.

yang berumur 21 tahun ke atas, oleh hukum dianggap cakap, kecuali karena suatu hal ia ditaruh dibawah pengampuan.

Menurut KUHPerdara hal tertentu adalah suatu hal tertentu yang diperjanjikan dalam suatu perjanjian harus suatu hal atas suatu barang yang cukup jelas atau tertentu yakni paling sedikit ditentukan jenisnya sesuai dengan Pasal 1333 KUHPerdara.¹⁸ KUHPerdara menjelaskan maksud hal tertentu, dengan memberikan rumusan dalam Pasal 1333 KUHPerdara yang menyebutkan bahwa :

Suatu perjanjian harus mempunyai pokok berupa suatu barang yang sekurang-kurangnya ditentukan jenisnya.
Jumlah barang itu tidak perlu pasti, asal saja jumlah itu kemudian dapat ditentukan atau dihitung.

Ini mempertegas tentang apa yang dimaksud dengan “hal tertentu” sebagai syarat objektif dari syarat sahnya perjanjian yakni barang yang ditentukan minimal sudah ditentukan jenisnya, termasuk juga barang yang baru dapat ditentukan atau dihitung kemudian, walaupun pada saat perjanjian dibuat belum ditentukan.¹⁹

Mengenai sebab yang halal, dimana jika suatu perjanjian bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan atau ketertiban umum, maka perjanjian tersebut tidak mempunyai kekuatan atau yang lazim disebut batal demi hukum. Sebagaimana tercantum dalam Pasal 1335 KUHPerdara yang menyebutkan bahwa “Suatu persetujuan tanpa sebab, atau dibuat berdasarkan suatu sebab yang palsu atau yang terlarang, tidaklah mempunyai kekuatan”. Dari pasal tersebut, dijelaskan bahwa yang disebut sebab yang halal adalah bukan tanpa sebab, bukan

¹⁸ R. Soeroso, *Perjanjian Di Bawah Tangan*, Sinar Grafika, Jakarta, 2010, hlm. 13.

¹⁹ *Ibid*, hlm. 76

sebab yang palsu dan bukan sebab yang terlarang. Serta Pasal 1337 KUHPerdara yang menyebutkan bahwa “Suatu sebab adalah terlarang, jika sebab itu dilarang oleh undang-undang atau apabila sebab itu bertentangan dengan kesusilaan atau dengan ketertiban umum”.

Akibat dari suatu perjanjian ditentukan dalam Pasal 1338 KUHPerdara yang menyebutkan :

- (1) Semua perjanjian yang dibuat sesuai dengan undang-undang berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.
- (2) Suatu perjanjian tidak dapat ditarik kembali selain dengan kesepakatan kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang ditentukan oleh undang-undang.
- (3) Suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik.

Hal tersebut berarti setiap perjanjian mengikat para pihak atau disebut juga asas *pacta sun servanda* yang pada perkembangannya diberi arti *pactum*. Perjanjian juga memiliki asas kebebasan berkontrak, kebebasan berkontrak ini dibatasi oleh hukum yang sifatnya memaksa. Artinya kebebasan mengadakan perjanjian tersebut tidak boleh bertentangan dengan Undang-Undang, ketertiban umum, dan kesusilaan. Perjanjian yang sah adalah perjanjian yang memenuhi syarat-syarat yang telah ditentukan oleh Undang-Undang sehingga diakui oleh hukum.²⁰ Ayat (2) pasal di atas merupakan kelanjutan dari ayat (1), apabila persetujuan dapat dibatalkan secara sepihak, berarti persetujuan tidak mengikat. Perjanjian tidak boleh dibatalkan secara sepihak tanpa persetujuan pihak lain. Hal ini sangat wajar, agar kepentingan pihak lain terlindungi karena ketika perjanjian dibuat adalah atas kesepakatan kedua belah pihak, maka pembatalannya pun harus

²⁰ Abdul Kadir Muhammad, *Hukum Perikatan*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 1990, hlm. 88.

atas kesepakatan kedua belah pihak. Selain itu, pembatalan secara sepihak hanya dimungkinkan jika ada alasan yang cukup oleh Undang-Undang.²¹ Perjanjian juga harus dilaksanakan dengan itikad baik. Adapun yang dimaksud dengan hal tersebut adalah menjelaskan perjanjian menurut kepatutan dan keadilan.²²

Dipertegas kembali bahwa dalam setiap perikatan/perjanjian paling sedikit terdapat dua subjek hukum yaitu pihak yang berhak atas prestasi, dan pihak yang berkewajiban untuk memenuhi prestasi. Menurut Pasal 1234 KUHPdata yang dimaksud dengan prestasi adalah seseorang yang menyerahkan sesuatu, melakukan sesuatu, dan tidak melakukan sesuatu, sebaliknya dianggap wanprestasi apabila seseorang :²³

1. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya;
2. Melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sebagaimana dijanjikan;
3. Melakukan apa yang dijanjikan tetapi terlambat;
4. Melakukan sesuatu yang menurut kontrak tidak boleh dilakukannya.

Beberapa hal yang dapat dituntut pada pihak yang melakukan wanprestasi tercantum dalam Pasal 1267 KUHPdata, yang menyebutkan sebagai berikut :

Pihak yang terhadapnya perikatan tidak dipenuhi, dapat memilih; memaksa pihak yang lain untuk memenuhi persetujuan, jika hal itu masih dapat dilakukan, atau menuntut pembatalan persetujuan, dengan penggantian biaya, kerugian dan bunga.

Pihak yang tidak menerima prestasi dari pihak lain diberikan pilihan lima kemungkinan agar ia tidak dirugikan, pilihan tersebut yaitu :

²¹ Ahmad Miru dan Sakka Pati, *Hukum Perikatan Penjelasan Makna Pasal 1233 sampai 1456 BW*, PT. RajaGrafindo Persada, 2008, hlm. 78.

²² R. Soeroso, *Perjanjian Di Bawah Tangan*, Sinar Grafika, Jakarta, 2010, hlm. 6.

²³ Abdul R. Saliman, *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan (Teori dan Contoh Kasus)*, Prenada Media Group, Jakarta, 2011, hlm. 47-48.

1. Meminta pemenuhan prestasi;
2. Menuntut prestasi disertai ganti rugi;
3. Menuntut dan meminta ganti rugi;
4. Menuntut pembatalan perjanjian;
5. Menuntut pembatalan perjanjian disertai ganti rugi. Ganti rugi harus berupa pembayaran denda.

Pilihan tersebut dapat disertai ganti kerugian (biaya, rugi, dan bunga) jika ada alasan untuk itu, artinya pihak yang menuntut ini tidak harus menuntut ganti kerugian.²⁴

Penentuan mulainya perhitungan pembayaran ganti kerugian itu tergantung dari ada tidaknya jangka waktu yang dijadikan patokan untuk kelalaian salah satu pihak. Pasal 1243 KUHPerdara menyebutkan :

Penggantian biaya, kerugian, dan bunga karena tidak dipenuhinya suatu perikatan mulai diwajibkan, apabila debitur, walaupun telah dinyatakan lalai, tetap lalai untuk memenuhi perikatan itu, atau jika sesuatu yang harus diberikan atau dilakukannya hanya dapat diberikan atau dilakukannya dalam waktu yang melampaui waktu yang telah ditentukan.

Berdasarkan pasal ini, ada dua cara penentuan titik awal perhitungan ganti kerugian, yaitu sebagai berikut :

1. Jika dalam perjanjian itu tidak ditentukan jangka waktu, pembayaran ganti kerugian mulai dihitung sejak pihak tersebut telah dinyatakan lalai, tetapi tetap melalaikannya.

²⁴ Ahmad Miru dan Sakka Pati, *Hukum Perikatan Penjelasan Makna Pasal 1233 sampai 1456 BW*, PT RajaGrafindo Persada, 2008, hlm. 30

2. Jika dalam perjanjian tersebut telah ditentukan jangka waktu tertentu, pembayaran ganti kerugian mulai dihitung sejak terlampauinya jangka waktu yang telah ditentukan tersebut.²⁵

Dalam kasus ini telah terjadi perjanjian yang dilakukan secara online, perjanjian tersebut yaitu berupa perjanjian kerjasama antara pelaku usaha dengan *influencer* yang berkegiatan menggunakan metode *exposure*. Perjanjian tersebut merupakan jenis perjanjian tidak bernama dan tidak diatur secara khusus karena berupa perkembangan dalam masyarakat. Dipertegas kembali bahwa yang dimaksud dengan *influencer* yaitu seseorang atau figur dalam media sosial yang memiliki jumlah pengikut yang banyak atau signifikan, dan hal yang mereka sampaikan dapat mempengaruhi perilaku dari pengikutnya.²⁶ Sementara metode *exposure* yaitu ketika *influencer* memiliki pengikut yang banyak di media sosialnya dan dapat memberi pengaruh kepada audiensi, maka ketika *influencer* melakukan suatu hal di media sosialnya baik berupa unggahan foto maupun video, ia akan mendapatkan perhatian dari audiensi sebagai *feedback* yang berupa *like* dan komentar. Bahkan jika audiensi terpengaruh, maka audiensi dapat melakukan dan meniru baik perilaku maupun segala sesuatu yang dipakainya. Pada intinya *exposure* adalah perhatian yang diberikan oleh audiensi kepada *influencer*.

Berkaitan dengan hukum yang berperan sebagai alat pembaharuan sosial, maka hukum harus dapat digunakan untuk memberikan jalan terhadap

²⁵ *Ibid*, hlm. 12.

²⁶ Adhimurti Citra Amalia, *Influencer Sebagai Content Creator*, <https://binus.ac.id/malang/2019/01/influencer-sebagai-content-creator/>, diakses pada Kamis 12 Maret 2020, pukul 16.20 WIB.

perkembangan yang terjadi di masyarakat, terutama terhadap perkembangan-perkembangan di bidang teknologi.

Perkembangan transaksi perdagangan yang memanfaatkan teknologi sebagai sarana pembaharuan diatur dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang menyebutkan bahwa “Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, Jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya.”

Pengertian transaksi *e-commerce* di atas memiliki arti yang sangat luas, karena mencakup semua perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan jaringan komputer atau media internet. Oleh karena itu, untuk membedakannya maka transaksi *e-commerce* dapat dibagi menjadi dua jenis berdasarkan karakteristiknya yakni :²⁷

1. *Business to Business*, dengan karakteristik :

- a. *Trading partners* yang sudah saling mengetahui dan antara para pihak sudah terjalin hubungan yang cukup lama;
- b. Pertukaran data dilakukan secara berulang-ulang dan berkala dengan format data yang telah disepakati bersama;
- c. Salah satu pelaku tidak harus menunggu rekan lainnya untuk mengirimkan data; dan
- d. Model yang umum digunakan adalah *peer to peer*, dimana *processing intelligence* dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.

²⁷ Onno Widodo Purbo, *Mengenal E-Commerce*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta, 2000, hlm.4.

2. *Business to Customer*, dengan karakteristik :

- a. Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarkan untuk umum;
- b. *Service* yang digunakan bersifat umum sehingga dapat digunakan oleh orang banyak;
- c. *Service* yang digunakan berdasarkan permintaan; dan
- d. Sering dilakukan sistem pendekatan *client serve*.

Dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik terdapat penegakan terhadap pengakuan kontrak yang dibuat secara elektronik. Pasal 1 angka 17 menyebutkan bahwa “Kontrak Elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui Sistem Elektronik.”

Dengan demikian, pada dasarnya kontrak elektronik merupakan sebuah perjanjian yang perbuatannya dilakukan melalui sistem elektronik. Penyelenggaraan transaksi elektronik dapat dilakukan dalam lingkup publik ataupun privat yang harus didukung oleh itikad baik para pihak yang sedang melakukan interaksi dan/atau pertukaran selama berjalannya transaksi. Hal ini secara jelas diatur dalam Pasal 17 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang menyebutkan :

- (1) Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dapat dilakukan dalam lingkup publik ataupun privat.
- (2) Para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib beritikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik selama transaksi berlangsung.
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai penyelenggaraan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik juga menyebutkan bahwa “Transaksi Elektronik yang dituangkan ke dalam Kontrak Elektronik mengikat para pihak.”

Perjanjian online berupa perjanjian kerjasama antara pelaku usaha dengan *influencer* yang berkegiatan menggunakan metode *exposure* ini lahir karena adanya permintaan serta persetujuan kerjasama dari pelaku usaha kepada *influencer* sebagai individu yang melakukan usaha dengan menyediakan jasa promosi di media sosial, maka ketika itu lahir sebuah kesepakatan dimana kedua belah pihak terikat secara sah menurut hukum di dalam suatu kontrak.²⁸

Perjanjian *online* berupa perjanjian kerjasama antara pelaku usaha dengan *influencer* yang berkegiatan menggunakan metode *exposure* yang telah disepakati oleh kedua belah pihak secara elektronik dapat menjadi dasar dan alat bukti hukum yang sah. Hal ini secara jelas diatur dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang dirumuskan sebagai berikut :

- (1) Informasi Elektronik dan atau/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah;
- (2) Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan perluasan dari alat bukti yang sah sesuai dengan Hukum Acara yang berlaku di Indonesia;
- (3) Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dinyatakan sah apabila menggunakan Sistem Elektronik sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Undang – Undang ini.
- (4) Ketentuan mengenai Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak berlaku untuk :

²⁸ M. Arsyad Sanussi, *E-Commerce Hukum dan Solusinya*, PT. Mizan Grafika Sarana, Bandung, 2007, hlm. 57.

- a. Surat yang menurut Undang-Undang harus dibuat dalam bentuk tertulis; dan
- b. Surat beserta dokumennya yang menurut Undang-Undang harus dibuat dalam bentuk akta notariil atau akta yang dibuat oleh pejabat pembuat akta.

Pelaksanaan dari perjanjian akan menimbulkan akibat hukum bagi setiap pihak yang melaksanakannya. Dalam hal ini, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik mengatur mengenai para pihak yang bertanggungjawab atas akibat hukum dari pelaksanaan transaksi elektronik melalui Pasal 21 yaitu sebagai berikut :

- (1) Pengirim atau Penerima dapat melakukan Transaksi Elektronik sendiri, melalui pihak yang dikuasakan olehnya, atau melalui Agen Elektronik.
- (2) Pihak yang bertanggung jawab atas segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur sebagai berikut :
 - a. jika dilakukan sendiri, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggung jawab para pihak yang bertransaksi;
 - b. jika dilakukan melalui pemberian kuasa, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggung jawab pemberi kuasa; atau
 - c. jika dilakukan melalui Agen Elektronik, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggung jawab penyelenggara Agen Elektronik.
- (3) Jika kerugian Transaksi Elektronik disebabkan gagal beroperasinya Agen Elektronik akibat tindakan pihak ketiga secara langsung terhadap Sistem Elektronik, segala akibat hukum menjadi tanggung jawab penyelenggara Agen Elektronik.
- (4) Jika kerugian Transaksi Elektronik disebabkan gagal beroperasinya Agen Elektronik akibat kelalaian pihak pengguna jasa layanan, segala akibat hukum menjadi tanggung jawab pengguna jasa layanan.
- (5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak berlaku dalam hal dapat dibuktikan terjadinya keadaan memaksa, kesalahan, dan/atau kelalaian pihak pengguna Sistem Elektronik.

Dalam setiap perjanjian yang dibuat, baik yang dibuat secara konvensional maupun elektronik tidak menutup kemungkinan akan terjadinya wanprestasi. Pada praktik perjanjian online berupa perjanjian kerjasama antara pelaku usaha dengan *influencer* yang berkegiatan menggunakan metode *exposure*, hak-hak pelaku usaha sebagai pengguna jasa *influencer* sering diabaikan, maka dalam perjanjian para pihak harus memperhatikan hak dan kewajibannya masing-masing agar tidak ada pihak yang dirugikan.

Pada perjanjian kerjasama ini pelaku usaha bertindak sebagai pihak yang menggunakan jasa *influencer* untuk mempromosikan bisnis yang dijalankannya, sementara *influencer* ialah individu yang melakukan usaha dengan menyediakan jasa promosi di media sosial. Sehingga dapat dikatakan bahwa kedua belah pihak sama-sama menyanggah predikat sebagai pelaku usaha, yang pada akhirnya melakukan perjanjian kerjasama.

Sehubungan dengan hal tersebut maka hak dari pelaku usaha tercantum dalam Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang menyebutkan :

Hak pelaku usaha adalah :

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;

- e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Sementara kewajiban yang harus diperhatikan dan dipenuhi oleh pelaku usaha, dalam hal ini pelaku usaha tersebut yaitu *influencer* tercantum dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang menyebutkan :

Kewajiban pelaku usaha adalah :

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Apabila salah satu pihak tidak memenuhi hak dan kewajibannya setelah perjanjian dibuat, maka pihak tersebut dapat dikatakan wanprestasi, serta dipastikan pihak lainnya berisiko akan mengalami kerugian. Dalam kasus ini pihak yang tidak memenuhi kewajibannya dan/atau ingkar terhadap perjanjiannya yaitu pihak *influencer*, agar pihak lain kerugiannya dapat diatasi maka ia harus bertanggung jawab.

Menurut Hans Kelsen dalam teorinya tentang tanggung jawab hukum menyatakan bahwa “seseorang bertanggung jawab secara hukum atas suatu

perbuatan tertentu atau bahwa dia memikul tanggung jawab hukum, subjek berarti bahwa ia bertanggung jawab atas suatu sanksi dalam hal perbuatan yang bertentangan.”²⁹

Hans Kelsen selanjutnya membagi mengenai tanggung jawab yang terdiri dari :³⁰

1. Pertanggungjawaban individu yaitu seorang individu bertanggung jawab terhadap pelanggaran yang dilakukannya sendiri;
2. Pertanggungjawaban kolektif berarti bahwa seorang individu bertanggung jawab atas suatu pelanggaran yang dilakukan oleh orang lain;
3. Pertanggungjawaban berdasarkan kesalahan yang berarti bahwa seorang individu bertanggung jawab atas pelanggaran yang dilakukannya karena sengaja dan diperkirakan dengan tujuan menimbulkan kerugian;
4. Pertanggungjawaban mutlak yang berarti bahwa seorang individu bertanggung jawab atas pelanggaran yang dilakukannya karena tidak sengaja dan tidak diperkirakan.

Tanggung jawab dalam kamus hukum dapat diistilahkan sebagai *liability* dan *responsibility*, istilah *liability* menunjuk pada pertanggungjawaban hukum yaitu tanggung gugat akibat kesalahan yang dilakukan oleh subjek hukum, sedangkan istilah *responsibility* menunjuk pada pertanggungjawaban politik.³¹

Teori tanggung jawab lebih menekankan pada makna tanggung jawab yang lahir

²⁹ Hans Kelsen (a), *sebagaimana diterjemahkan oleh Somardi, General Theory Of law and State , Teori Umum Hukum dan Negara, Dasar-Dasar Ilmu Hukum Normatif Sebagai Ilmu Hukum Deskriptif Empirik*, BEE Media Indonesia, Jakarta, 2007, hlm. 81

³⁰ Hans Kelsen (b), *sebagaimana diterjemahkan oleh Raisul Mutaqien, Teori Hukum Murni*, Nuansa & Nusa Media, Bandung, 2006, hlm. 140.

³¹ HR. Ridwan, *Hukum Administrasi Negara*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2006, hlm. 337.

dari ketentuan Peraturan Perundang-Undangan sehingga teori tanggung jawab dimaknai dalam arti *liability*,³² sebagai suatu konsep yang terkait dengan kewajiban hukum seseorang yang bertanggung jawab secara hukum atas perbuatan tertentu bahwa ia dapat dikenakan suatu sanksi dalam kasus perbuatannya bertentangan dengan hukum.

Tanggung jawab hukum pelaku usaha terhadap konsumen yang merasa telah dirugikan dapat ditinjau berdasarkan Buku III KUHPerdara yaitu meliputi tanggung jawab karena wanprestasi atau tanggung jawab karena kesalahan. Pertanggungjawaban yang berdasarkan pada adanya wanprestasi yang merupakan suatu *contractual liability* yang termaktub dalam pasal 1243 KUHPerdara yaitu sebagai berikut : “Penggantian biaya, kerugian dan bunga karena tak dipenuhinya suatu perikatan mulai diwajibkan, bila debitur , walaupun telah dinyatakan lalai, tetap lalai untuk memenuhi perikatan itu, atau jika sesuatu yang harus diberikan atau dilakukannya hanya dapat diberikan atau dilakukannya dalam waktu yang melampaui waktu yang telah ditentukan.”

Selain berdasar pada Buku III KUHPerdara, masalah tanggung jawab hukum pelaku usaha dapat ditinjau juga menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dapat dijelaskan bahwa secara teoretis, hubungan pelaku usaha dan konsumen memiliki mekanisme sebagai berikut :³³

a. *Contractual Liability*

³² Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility dari Voluntary menjadi Mandotary*, Raja Grafindo Perss, Jakarta, 2011, hlm. 54.

³³ Renny Supriyatni, 2007, *Tanggung Jawab Pelaku Usaha PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Atas Penggunaan Perjanjian Baku Dihubungkan Dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, Jurnal Sosiohumaniora, Vol. 9, No. 3.

Dalam hal terdapat hubungan perjanjian (*privity of contract*) antara pelaku usaha (barang atau jasa) dengan konsumen, maka tanggung jawab pelaku usaha didasarkan pada *contractual liability* (pertanggungjawaban kontraktual), yaitu tanggungjawab perdata atas dasar perjanjian/kontrak dari pelaku usaha (baik barang maupun jasa), atas kerugian yang dialami konsumen akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkannya atau memanfaatkan jasa yang diberikannya.

b. *Product Liability*

Dalam hal tidak terdapat hubungan perjanjian (*no privity of contract*) antara pelaku usaha (produsen barang) dengan konsumen, maka tanggung jawab pelaku usaha didasarkan pada *product liability* (pertanggungjawaban produk), yaitu tanggung jawab perdata secara langsung (*strict liability*) dari pelaku usaha (produsen barang) atas kerugian yang dialami konsumen akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkannya.

c. *Profesional Liability*

Dalam hal terdapat hubungan perjanjian (*privity of contract*) antara pelaku usaha (pemberi jasa) dengan konsumen, tetapi prestasi pemberi jasa tersebut tidak terukur, maka tanggungjawab pelaku usaha didasarkan pada *Profesional liability* (pertanggungjawaban profesional), yaitu tanggung jawab perdata secara langsung (*strict liability*) dari pelaku usaha (pemberi jasa) atas kerugian yang dialami konsumen akibat memanfaatkan jasa yang diberikannya. Pasal 19 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang bagi produsen barang, juga berlaku bagi pelaku usaha di bidang jasa, yaitu

bahwa pelaku usaha bertanggungjawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

Dalam kasus wanprestasi ini, tanggung jawab *influencer* didasarkan pada tanggung jawab secara perdata yang didasarkan pada adanya wanprestasi yang merupakan suatu *contractual liability* yang termaktub dalam pasal 1243 KUHPperdata.

F. Metode Penelitian

Untuk mengetahui dan membahas suatu permasalahan, maka diperlukan adanya pendekatan dengan menggunakan metode tertentu yang bersifat ilmiah. Menurut Peter R. Senn metode merupakan suatu prosedur atau cara mengetahui sesuatu yang memiliki langkah-langkah sistematis.³⁴ Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian yang digunakan bersifat deskriptif analitis yaitu suatu penelitian yang bertujuan menggambarkan atau melukiskan tentang risiko bisnis pelaku usaha akibat melakukan kerjasama dengan *influencer* yang menggunakan metode *exposure* dan tidak memenuhi prestasinya.

2. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode pendekatan yuridis normatif. Menurut Soerjono Soekanto pendekatan yuridis

³⁴ Suteki dan Galang Taufani, *Metode Penelitian Hukum (Filsafat, Teori dan Praktik)*, PT RajaGrafindo Persada, Depok, 2018, hlm. 148.

normatif yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder sebagai bahan dasar untuk diteliti dengan cara mengadakan penelusuran terhadap peraturan-peraturan dan literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.³⁵ Adapun penelitian ini menitikberatkan pada data sekunder berupa bahan-bahan hukum primer dan sekunder yang berkaitan dengan risiko bisnis pelaku usaha akibat kegiatan *influencer* menggunakan metode *exposure* dalam perspektif hukum bisnis. Sumber-sumber data sekunder tersebut diantaranya yaitu Buku III KUHPerdata Tentang Perikatan, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, teori-teori hukum dan lain-lain, yang kemudian dianalisis serta dapat ditarik kesimpulan dari permasalahan yang akan digunakan untuk menguji dan mengkaji data sekunder tersebut.

3. Tahap Penelitian

Sebelum penulis melakukan penelitian, terlebih dahulu menetapkan tujuan agar jelas mengenai apa yang akan diteliti, kemudian dilakukan perumusan masalah dari berbagai teori dan konsep yang ada untuk mendapatkan data sekunder sebagaimana dimaksud diatas. Dalam penelitian ini tahap yang dilakukan yaitu melalui Penelitian Kepustakaan (*Library Reasearch*).

³⁵ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, Rajawali Pers, Jakarta, 2001, hlm. 13 – 14.

Penelitian kepustakaan ini dimaksudkan untuk mendapatkan data sekunder, dengan mengumpulkan bahan-bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Mempelajari berbagai peraturan perundang-undangan, literatur-literatur, majalah, koran dan artikel lainnya yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti kemudian dikaji. Adapun dalam penelitian ini bahan-bahan hukum tersebut yaitu :

- a. Bahan-bahan hukum primer, yaitu bahan-bahan hukum yang terdiri atas peraturan perundang-undangan yang diurut berdasarkan herarki peraturan perundang-undangan, yaitu mencakup Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Amandemen ke-empat (IV), Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
- b. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer. Bahan hukum yang dimaksud disini tidak mengikat, contohnya seperti yang terdiri dari buku-buku, makalah, jurnal atau penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini.
- c. Bahan hukum tersier, yakni bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder seperti kamus, ensiklopedia dan lain-lain.

4. Teknik Pengumpul Data

Dalam penelitian ini, akan diteliti mengenai data sekunder. Dengan demikian kegiatan utama yang dilakukan dalam melaksanakan penelitian ini yaitu studi kepustakaan. Adapun tahapan dalam studi pustaka yaitu :

- a. Inventarisasi, yaitu mengumpulkan buku-buku yang berkaitan erat dengan analisis mengenai ilmu hukum, khususnya hukum perdata dan hukum ekonomi internasional yang mencakup hukum bisnis.
- b. Klasifikasi, yaitu memilah data yang telah dikumpulkan ke dalam bahan hukum primer, sekunder, dan tersier.
- c. Sistematis, yaitu menyusun data-data yang diperoleh dan telah diklasifikasi menjadi uraian yang teratur dan sistematis.

5. Alat Pengumpul Data

Alat pengumpul data yang digunakan dalam penelitian yang didasarkan pada penelitian kepustakaan ini yaitu dilakukan dengan cara menginventarisasi bahan-bahan hukum berupa catatan tentang bahan-bahan yang relevan dengan topik penelitian.

6. Analisis Data

Untuk tahap selanjutnya setelah memperoleh data, maka dilanjutkan dengan menganalisis data, dengan metode yuridis kualitatif yaitu suatu cara dalam penelitian yang menghasilkan data deskriptif analitis, yaitu data yang diperoleh dari data sekunder, diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh. Data dianalisis dengan cara melakukan interpretasi atas peraturan perundang-undangan.

7. Lokasi Penelitian

Penelitian untuk menyusun skripsi ini dilakukan ditempat-tempat yang memiliki kolerasi dengan masalah yang diangkat pada penulisan hukum ini.

Lokasi penelitian tersebut yaitu :

a. Perpustakaan

- 1) Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Pasundan Bandung, Jalan Lengkong Dalam Nomor 17 Bandung.
- 2) Perpustakaan Mochtar Kusumaatmadja Fakultas Hukum Universitas Padjajaran, Jalan Dipati Ukur Nomor 35 Bandung.
- 3) Dinas Perpustakaan dan Arsip Daerah Jawa Barat, Jalan Kawalayaan Indah II Nomor 4 – Soekarno Hatta Bandung.