

PERTANGGUNGJAWABAN PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN ENDORSEMENT MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Katrina Nur Utami

Universitas Jenderal Soedirman

Abstract

The endorsement agreement carried out by the parties through social media in the agreement does not stipulate provisions for liability if the product endorsed by the advertised artist is not in accordance with what has been promoted on social media, so that there is no definite responsibility to consumers if a risk arises, who will responsible and how to take responsibility. An example of a case regarding this endorsement issue is Decision Number 1555/Pid.Sus/2019/PN.Sby where sister Karina Indah Lestari in December 2018 was caught selling dangerous cosmetics which clearly did not have a distribution permit by BPOM, attracting the business actor to use the services of 7 (seven) well-known artists to advertise their products using Instagram social media with the name of their online shop account named DSC (Derma Skin Care) Beauty_id. The purpose of this study is to analyze the civil legal relationship of online business actors, endorse artists, and consumers as well as the civil liability of online business actors and endorsed artists to consumers who have used illegal cosmetic products. The use of normative juridical methods in this study obtained 2 (two) conclusions, namely first: the civil legal relationship between online business actors and endorsed artists is a legal relationship born of endorsement agreements, legal relationships between online businesses and consumers are online buying and selling agreements, artists endorse has no legal relationship with consumers. The second conclusion is the civil liability of online business actors to consumers in the form of providing compensation in accordance with the provisions of applicable regulations. As a result of losses obtained by consumers, as consumers have the right to sue or even sue online business actors with Article 1365 of the Civil Code on the basis of PMH. While the civil liability of endorsed artists to consumers who have used illegal cosmetics for endorsements made on Instagram social media is charged to online business actors.

Keywords: *Accountability; Agreement; PMH; Endorsement.*

Abstrak

Perjanjian *endorsement* yang dilakukan oleh para pihak melalui media sosial dalam perjanjian tersebut tidak mengatur ketentuan untuk pertanggungjawaban apabila produk yang artis *endorse* iklankan tidak sesuai dengan apa yang telah dipromosikan di media sosial, sehingga tidak adanya pertanggungjawaban yang pasti kepada konsumen apabila timbul sebuah resiko, siapa yang bertanggung jawab dan bagaimana tanggung jawabnya. Contoh kasus atas permasalahan *endorsement* ini adalah Putusan Nomor 1555/Pid.Sus/2019/PN.Sby dimana saudara Karina Indah Lestari pada bulan Desember tahun 2018 tertangkap basah memperjualbelikan kosmetik berbahaya yang jelas tidak memiliki izin edar oleh BPOM, menariknya pelaku usaha tersebut menggunakan jasa 7 (tujuh) artis terkenal untuk mengiklankan produknya menggunakan media sosial Instagram dengan nama akun *online shop* nya bernama DSC (Derma Skin Care) Beauty_id. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan hukum perdata dari pelaku bisnis *online*, artis *endorse*, dan konsumen serta pertanggungjawaban perdata pelaku bisnis *online* dan artis *endorse* kepada konsumen yang telah menggunakan produk kosmetik ilegal. Penggunaan metode yuridis normatif dalam penelitian ini didapatkan 2 (dua) kesimpulan yaitu pertama: hubungan hukum perdata antara pelaku bisnis *online* dan artis *endorse* merupakan hubungan hukum yang lahir dari perjanjian *endorsement*, hubungan hukum antara pelaku bisnis *online* dengan konsumen adalah perjanjian jual beli *online*, artis *endorse* tidak memiliki hubungan hukum dengan konsumen. Kesimpulan yang kedua yaitu pertanggungjawaban perdata pelaku bisnis *online* kepada konsumen berupa pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan yang berlaku. Akibat dari kerugian yang didapatkan oleh konsumen, sebagai konsumen berhak untuk menuntut atau pun menggugat pelaku bisnis *online* dengan Pasal 1365 KUHPerdata atas dasar PMH. Sedangkan pertanggungjawaban perdata artis *endorse* kepada konsumen yang telah menggunakan kosmetik ilegal atas *endorsement* yang dilakukannya di media sosial Instagram dibebankan kepada pelaku bisnis *online*.

Kata Kunci: *Pertanggungjawaban; Perjanjian; PMH; Endorsement.*

Pendahuluan

Kemajuan bidang teknologi dan informasi sebagian besar masyarakat saat ini lebih memilih untuk berbelanja melalui internet karena dianggap lebih praktis dan tidak perlu menguras energi jika dibandingkan dengan berbelanja langsung dipasar, mall, took klontong, dan lain sebagainya. Hal ini juga disebabkan munculnya berbagai aplikasi khusus untuk berbelanja *online* seperti Shopee, Tokopedia, Buka Lapak, Aku Laku, dan lain-lain, yang menawarkan berbagai promosi menarik seperti potongan harga dan gratis ongkos kirim, selain itu berbagai sosial media khususnya Instagram yang saat ini sedang naik daun digunakan oleh produsen dalam hal ini sebagai pelaku usaha untuk memasarkan produk-produknya dengan menggunakan jasa *endorsement* artis di Instagram.

Akun *online shop* yang semakin banyak berkembang pada Instagram membuat persaingan usaha dan bisnis semakin tinggi di antara para pedagang, sebab calon pembeli mempunyai banyak pilihan tempat untuk berbelanja melalui Instagram. Maka, para pemilik *online shop* pun berlomba-lomba menarik perhatian konsumen dengan berbagai cara. Salah satu cara yang banyak digunakan oleh pemilik bisnis *online shop* saat ini agar mendapat perhatian konsumen ialah dengan menggunakan jasa artis di Instagram, atau biasa disebut selebgram atau selebritis Instagram untuk mempromosikan barang dagangan di *online shop* miliknya, hal inilah yang disebut dengan *endorse* atau *endorsement*.

Presepsi konsumen terhadap suatu produk sangat berpengaruh untuk membentuk keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Pengaruh iklan *endorsement* ini tergantung pada seberapa besar artis yang mengiklankan tersebut memiliki pengaruh didalam masyarakat dalam hal ini konsumen. Kemudian permasalahan baru muncul, karena tidak semua artis *endorse* berhati-hati dan waspada dalam memilih produk yang akan mereka iklankan, sedangkan pola konsumsi masyarakat atas kosmetik dewasa ini terus meningkat sementara itu pengetahuan masyarakat awam masih belum memadai untuk dapat memilih, menggunakan dan atau membeli produk kosmetik yang baik, aman dan tepat, sehingga konsumen akan dirugikan jika ada iklan yang dilakukan oleh seseorang yang dipercaya dalam hal ini idola/artis *endorse* tersebut yang ternyata tidak sesuai dengan deskripsi atau ulasan atau bahkan berbahaya bagi konsumen.

Pasal 9 UU ITE menyebutkan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat elektronik, produsen, dan produk yang ditawarkan. Kemudian pada Pasal 28 ayat (1) UU ITE menjelaskan bahwa setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik merupakan perbuatan yang dilarang. Kenyataan yang terjadi pada perjanjian *endorsement* para pelaku bisnis *online* dan artis *endorse* tidak

mempedulikan peraturan hukum yang sudah berlaku demikian dan para pihak hanya mempedulikan mendapat keuntungan semata tanpa memikirkan konsumen yang akan menggunakan produk atau barang yang dikonsumsi.

Contoh kasus atas permasalahan *endorsement* ini adalah Putusan Nomor 1555/Pid.Sus/2019/PN.Sby dimana saudari Karina Indah Lestari pada bulan Desember tahun 2018 tertangkap basah memperjualbelikan kosmetik berbahaya yang jelas tidak memiliki izin edar oleh BPOM (Badan Penelitian Obat dan Makanan), menariknya pelaku usaha tersebut menggunakan jasa 7 (tujuh) artis terkenal untuk mengiklankan produknya menggunakan media sosial Instagram dengan nama akun *online shop* nya bernama DSC (Derma Skin Care) Beauty_id dan Orkkayskin_id.

Artis terkenal yang memberikan keterangan sebagai saksi salah satunya adalah Nella Kharisma yang berprofesi sebagai penyanyi. Nella menjelaskan bahwa untuk meng-*endorse* kosmetik DSC tidak ada surat kontrak khusus atau perjanjian apapun hitam diatas putih dan tidak mengetahui bahwa produk tersebut belum memiliki izin dari BPOM saat diminta meng-*endorse* produk tersebut. Nella juga menjelaskan untuk *endorse* kosmetik tersebut dilakukan pemotretan dengan beberapa produk DSC yang sudah dikirim oleh pelaku kemudian diposting di Instagram pribadinya selama 2 (dua) minggu. Artis lain yang memberi kesaksiannya adalah Via Vallen. Via menjelaskan untuk *endorse* kosmetik DSC mendapatkan honor sebesar Rp7.000.000,- (tujuh juta rupiah) sudah termasuk dengan jasa dari tim *endorse*. Produk yang di-*endorse* oleh Via diposting di akun Instagram milik pribadinya selama 1 (satu) bulan dengan *caption* atau keterangan yang sudah dibuat oleh pelaku bisnis. Via juga menerangkan bahwa untuk melakukan *endorse* produk kosmetik tersebut tidak menggunakan perjanjian hitam diatas putih. Kasus tersebut terlihat jelas bahwa artis-artis tersebut tidak berhati-hati dan waspada dalam memilih produk yang akan diiklankan, sementara itu hingga saat ini belum ada pengaturan yang mengatur secara khusus mengenai tanggung jawab artis *endorse* yang mengiklankan produk ilegal. Selain itu jika dalam kasus seperti di atas, ada konsumen yang mengikuti iklan artis *endorse* (followers) dalam sosial media tersebut yang dirugikan atas pemakaian produk kosmetik yang dipromosikan, sehingga permasalahan selanjutnya yang menjadi penelitian penulis adalah bagaimana pertanggungjawaban pelaku bisnis *online* dan artis *endorse* kepada konsumen yang telah menggunakan produk kosmetik ilegal.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana hubungan hukum perdata antara pelaku bisnis *online*, artis *endorse*, dan konsumen berdasarkan kasus pada Putusan Nomor 1555/Pid.Sus/2019/PN.Sby?
2. Bagaimana pertanggungjawaban perdata pelaku bisnis *online* dan artis *endorse* kepada konsumen yang telah menggunakan produk kosmetik ilegal?

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode yuridis normatif. Menurut Peter Mahmud Marzuki, penelitian normatif adalah proses untuk menemukan aturan hukum, prinsip-prinsip hukum maupun doktrin- doktrin hukum guna menjawab isu-isu hukum yang dihadapi.¹

1. Metode pendekatan : a. Pendekatan kasus
b. Pendekatan perundang-undangan
c. Pendekatan konseptual
2. Spesifikasi penelitian : Perspektif
3. Sumber bahan hukum : a. Bahan hukum primer
b. Bahan hukum sekunder
c. Bahan hukum tersier
4. Metode pengumpulan bahan hukum : Studi pustaka
5. Metode analisis bahan hukum : Analisis data normative
6. Metode penyajian bahan hukum : uraian

Hasil Penelitian dan Pembahasan

A. Hasil penelitian

Berdasarkan hasil penelitian Putusan Nomor 1555/Pid.Sus/2019/PN.Sby yang menghasilkan data sebagai berikut:

1. Pihak dalam kasus
Karina Indah Lestari, umur 27 tahun, beralamat di Dusun Putuk Desa Banaran RT.03 RW.06 Kecamatan Kandangan Kabupaten Kediri selanjutnya disebut sebagai Terdakwa.
2. Pertimbangan hukum
Menimbang, bahwa berdasarkan keterangan saksi-saksi, surat, keterangan terdakwa dan barang bukti maka diperoleh fakta sebagai berikut:
 - 2.1 Bahwa benar terdakwa telah melakukan kegiatan produksi kosmetik sendiri dengan cara pengemasan yang dibantu oleh ibunya yang bernama Sri Utami dan diberi merk DSC (Derma Skin Care) yang dilakukan dirumah alamat Dusun Putuk RT.3 RW.6 Kel.Banaran Kec.Kandangan Kab.Kediri;
 - 2.2 Bahwa benar terdakwa untuk pemasaran dibantu saksi Jihan Kusumawardani dan Ananda Eka Novianto yang tugasnya untuk menerima order pesanan melalui telpon dan melalui WA serta untuk pengiriman barang yang di order;
 - 2.3 Bahwa benar untuk menjadikan dagangan lebih laku dan diminati oleh masyarakat Indonesia, terdakwa menggunakan cara dengan dipromosikan

¹ Peter Mahmud Marzuki, 2009, *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana Prenada Group, hlm.27.

menggunakan artis atau model di Instagram, artis yang digunakan untuk promosi kosmetik produksi terdakwa diantaranya Via Vallen, Olla Ramlan, Nia Ramadhani, Mimi Peri, Dekador (Malang), Nella Kharisma untuk pembayarannya dengan cara transfer ke rekening management sang artis;

- 2.4 Bahwa benar biaya yang dikeluarkan oleh terdakwa untuk promosi bermacam-macam dalam setiap artis seperti:
- Untuk Via Vallen dalam sekali pasang iklan berlaku seminggu Rp7.000.000,- (tujuh juta rupiah) dengan cara produk kosmetik dikirim ke alamat Via Vallen;
 - Untuk Olla Ramlan sekitar Rp12.000.000,- (dua belas juta rupiah) dengan cara yang sama berlaku satu minggu;
 - Untuk Nia Ramadhani Rp18.000.000,- (delapan belas juta rupiah) dengan cara yang sama berlaku satu minggu;
 - Untuk Mimi Peri Rp7.000.000,- (tujuh juta rupiah) dengan cara yang sama berlaku seminggu;
 - Untuk Dekador (Malang) Rp5.000.000,- (lima juta rupiah) dengan cara yang sama berlaku 2 hari;
 - Untuk Nella Kharisma Rp5.000.000,- (lima juta rupiah) dengan cara yang sama berlaku seminggu;
- 2.5 Bahwa benar terdakwa dalam berpromosi menggunakan artis atau model dapat dengan cara kirim produk kosmetik yang setelah itu dibuat video dalam durasi kurang lebih 1 menit dan difoto di lokasi alamat mereka masing-masing setelah itu artis tersebut konfirmasi ke terdakwa dan diposting di Instagram dengan nama Orkkayskin_id.
- 2.6 Bahwa benar terdakwa terakhir mempromosikan produk kosmetik merk Orrkay Skin menggunakan Paid Promo (hanya mempromosikan lewat Instagram) dengan artis Ayu Ting-Ting untuk biaya sebanyak Rp7.500.000,-;
- 2.7 Bahwa benar terdakwa setiap hari bisa mengirim 25 paket melalui J&T dan barang tersebut diambil oleh kurir yang bernama Agus karena sudah berlangganan;
- 2.8 Bahwa benar terdakwa tidak mempunyai keahlian khusus di bidang kesehatan;
- 2.9 Bahwa benar terdakwa dalam usaha produk kosmetik ini tidak mempunyai ijin sama sekali dari pihak yang berwenang;
- 2.10 Bahwa benar terdakwa dalam melakukan pengemasan dari tempat awal digantikan ketempat yang bertuliskan merk DSC (Derma Skin Care) di rumah tempat tinggalnya kalau untuk steril atau tidak, itu tidak diketahui oleh terdakwa.

3. Petitum/Tuntutan

Setelah mendengar keterangan saksi-saksi dan tuntutan Jaksa Penuntut Umum yang pada pokoknya supaya Majelis Hakim Pengadilan Negeri Surabaya yang memeriksa dan mengadili perkara ini memutuskan sebagai berikut:

- 3.1 Menyatakan terdakwa Karina Indah Lestari terbukti secara sah menurut hukum telah bersalah melakukan tindak pidana sebagaimana dalam dakwaan Pasal 197 Jo Pasal 106 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan;
- 3.2 Menjatuhkan pidana terhadap terdakwa Karina Indah Lestari dengan pidana penjara selama 1 (satu) tahun 6 (enam) bulan dan membayar denda sebesar Rp50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) subsidair 6 (enam) bulan dengan perintah terdakwa tetap ditahan;
- 3.3 Menyatakan barang bukti dirampas untuk dimusnahkan;
- 3.4 Membebaskan biaya perkara sebesar Rp5.000,- (lima ribu rupiah).

4. Amar Putusan

Amar Putusan dalam perkara nomor 1555/Pid.Sus/2019/PN.SBY yang diambil Majelis Hakim adalah sebagaimana berikut:

- 4.1 Menyatakan terdakwa Karina Indah Lestari telah terbukti secara sah dan meyakinkan bersalah melakukan tindak pidana “memproduksi atau mengedarkan sediaan farmasi dan/atau alat kesehatan yang tidak memiliki izin edar”.
- 4.2 Menjatuhkan pidana terhadap terdakwa Karina Indah Lestari oleh karena itu dengan pidana penjara selama 10 (sepuluh) bulan dan denda sebesar Rp50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) dengan ketentuan apabila denda tidak dibayar diganti dengan pidana penjara selama 1 (satu) bulan;
- 4.3 Menetapkan masa penahanan yang telah dijalani oleh terdakwa dikurangkan seluruhnya dari pidana yang dijatuhkan;
- 4.4 Membebaskan kepada terdakwa untuk membayar biaya perkara sebesar Rp5.000,- (lima ribu rupiah).

B. Pembahasan

1. Hubungan hukum perdata antara pelaku bisnis *online*, artis *endorse*, dan konsumen berdasarkan kasus pada Putusan Nomor 1555/Pid.Sus/2019/PN.Sby.

Pengertian perjanjian menurut Subekti adalah suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada seorang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan

sesuatu hal.² Sedangkan menurut Erma Radjaguguk perjanjian yaitu suatu dokumen tertulis yang memuat keinginan para pihak untuk mencapai tujuan komersilnya dan bagaimana pihaknya diuntungkan, dilindungi, atau dibatasi tanggung jawabnya dalam mencapai tujuan.³

Berdasarkan data nomor 2.3 dan 2.4, jika dikaitkan dengan Pasal 1313 KUHPerdara dan pendapat Subekti serta Erman Radjaguguk maka dapat dideskripsikan bahwa antara Karina Indah Lestari dengan Olla Ramlan, Nia Ramadhani, Mimi Peri, Dekador (Malang), Ayu Ting- Ting, Nella Kharisma serta Via Vallen terjadi peristiwa hukum yang disepakati dengan lahirnya sebuah perjanjian, dimana dalam perjanjian yang dibuat telah lahir adanya hak dan kewajiban masing-masing para pihak. Hal ini didukung dengan data nomor 2.5 perjanjian antara Karina Indah Lestari dengan artis *endorse* yang dimana data tersebut menunjukkan adanya kesepakatan antara dua pihak yaitu Karina Indah Lestari dan artis *endorse* membuat sebuah perjanjian yang mengakibatkan adanya hak dan kewajiban antara pihak tersebut.

Perjanjian bernama dan tidak bernama mempunyai arti penting dalam pengaturannya. Perjanjian bernama adalah perjanjian yang oleh undang-undang diberi suatu nama khusus atau perjanjian (*benoemde/nominaatcontracten*) perjanjian yang dikenal dengan nama tertentu dan mempunyai pengaturan secara khusus dalam undang-undang. Perjanjian tak bernama (*onbenoemde/innominatcontracten*) perjanjian yang belum diatur secara khusus dalam undang-undang.⁴ Lahirnya perjanjian tak bernama berdasarkan asas kebebasan berkontrak dan tunduk pada ketentuan umum buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Perbedaan antara perjanjian bernama dan tidak bernama dilihat dari unsur pokoknya perjanjian.

Berdasarkan hasil penelitian dalam perjanjian *endorsement* antara Karina Indah Lestari dengan Nella Kharisma dan Via Vallen dapat disimpulkan bahwa perjanjian *endorsement* merupakan jenis perjanjian tidak bernama dan tidak diatur secara khusus karena berupa perkembangan dalam masyarakat. Hukum yang berperan sebagai alat pembaharuan sosial harus dapat digunakan untuk memberikan jalan terhadap perkembangan yang terjadi di masyarakat, terutama terhadap perkembangan di bidang teknologi.

Pada transaksi jual beli melalui internet, para pihak terkait di dalamnya melakukan hubungan hukum yang diruangkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang dilakukan secara elektronik dan sesuai dengan Pasal 1 butir 17 UU Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) disebut sebagai kontrak elektronik yakni perjanjian yang dimuat dalam dokumen elektronik atau media elektronik lainnya. Pelaku usaha yang menawarkan

² Subekti, 2008, *Hukum Perjanjian*, Jakarta: PT. Intermasa, hal.5.

³ Erman Radjaguguk, 2000, *Hukum Perikatan*, Bandung: CV. Mandar Maju, hal.20.

⁴ *Ibid*, hal.90.

barang atau jasa secara elektronik wajib menyediakan informasi mengenai syarat-syarat kontrak, produsen dan produk secara lengkap dan benar. Berdasarkan pengertian diatas, dapat ditarik beberapa unsur dari e-commerce, yaitu:

- 1) Ada kontrak dagang;
- 2) Kontrak itu dilaksanakan dengan media elektronik;
- 3) Kehadiran fisik dari para pihak tidak diperlukan;
- 4) Kontrak itu terjadi dalam jaringan public;
- 5) Sistemnya terbuka, yaitu dengan internet atau WWW;
- 6) Kontrak itu terlepas dari batas, yuridiksi nasional.

Berdasarkan data nomor 2.2 mengenai proses jual beli kosmetik Derma Skin Care (DSC) apabila dikaitkan dengan Pasal 1 butir 17 UU ITE dan unsur dari e-commerce, maka dapat disimpulkan bahwa kontrak dagang yang dibuat oleh DSC dengan konsumen dilaksanakan dengan media aplikasi WhatsApp yang para pihaknya tidak memerlukan kehadiran fisik sehingga penjual dan pembeli hanya perlu menggunakan jaringan internet untuk melaksanakan kontrak jual beli *online*.

Bab 3 huruf D angka 2 Etika Pariwara Indonesia (EPI) menyatakan bahwa, iklan ialah pesan komunikasi pemasaran atau komunikasi publik tentang sesuatu produk yang disampaikan melalui suatu media, dibiayai oleh pemrakarsa yang dikenal, serta ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat. Menurut Az. Nasution, ada 3 (tiga) jenis pelaku usaha dari sudut periklanan, yaitu:⁵

- 1) Pengiklan, yaitu perusahaan yang memesan iklan untuk mempromosikan, memasarkan, dan/atau menawarkan produk yang mereka edarkan.
- 2) Perusahaan iklan, yaitu perusahaan atau biro yang dibidang usahanya adalah mendesain atau membuat iklan untuk para pemesannya.
- 3) Media, yaitu media elektronik atau non elektronik atau bentuk media lainnya, yang menyiarkan atau menayangkan iklan-iklan tersebut.

Rio Christiawan berpendapat bahwa artis *endorse* adalah ikon atau sosok tertentu yang secara hukum dipersepsikan sebagai direct source atau sumber utama, yakni sumber langsung untuk mengantarkan pesan dari sebuah produk, sehingga dalam konteks hukum perlindungan konsumen, artis *endorse* dipandang sebagai bagian dari produsen, meskipun antara artis *endorse* dan pihak yang memperkerjakan terikat dalam sebuah perjanjian tersendiri.⁶ Berdasarkan data nomor 2.3 apabila dikaitkan dengan Bab 3 huruf D angka 2 EPI dan pendapat Az. Nasution, serta Rio Christiawan, maka dapat dideskripsikan bahwa Olla Ramlan, Nia Ramadhani, Mimi Peri, Dekador (Malang), Nella Kharisma dan Via Vallen menjadi sumber langsung dengan konsumen karena menjadi sumber utama penyampaian

⁵ 5 Az. Nasution, 2007, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Diadit Media, hal.253.

⁶ Rio Christian, "Tanggung Jawab endorser", tersedia di website: <https://swa.co.id/swa/my-article/tanggung-jawab-endorser>

informasi produk Derma Skin Care (DSC), tanpa menggunakan jasa biro iklan atau perusahaan periklanan lain, artinya disini artis *endorse* menggantikan fungsi dari perusahaan periklanan atau biro iklan dan bukan hanya sebagai bintang iklan pada umumnya sehingga artis *endorse* dipandang sebagai bagian dari produsen produk DCS. Namun, konsumen dengan artis *endorse* memiliki hubungan tidak langsung karena terikat pada sebuah perjanjian atau pun undang-undang.

2. Tanggung jawab perdata pelaku bisnis *online* dan artis *endorse* kepada konsumen yang telah menggunakan produk kosmetik ilegal.

Setiap pelaku usaha harus bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen. Tanggung jawab merupakan suatu konsepsi hukum yang intinya dimaksudkan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dari beban untuk membuktikan bahwa kerugian konsumen timbul akibat kesalahan dalam proses produksi dan sekaligus melahirkan tanggung jawab produsen untuk memberikan ganti rugi.⁷ Pasal 19 UUPK tentang tanggung jawab pelaku usaha adalah:

- (1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- (2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- (4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- (5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian kasus Derma Skin Care (DSC) apabila dikaitkan dengan Pasal 19 UUPK maka Karina Indah Lestari selaku pelaku bisnis *online* bisa memberikan ganti kerugian kepada konsumen yang telah mengkonsumsi produknya berupa pengembalian uang atau penggantian produk yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan peraturan

⁷ N.H.T. Siahaan, 2005, *Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Jakarta: Panta Rei, hal.16.

perundang-undangan yang berlaku sebagai bentuk tanggung jawab pelaku usaha yang melakukan kelalaian dalam praktik usahanya.

Berdasarkan permasalahan yang menimbulkan kerugian bagi konsumen dalam mengkonsumsi atau menggunakan produk kosmetik ilegal atau tidak memiliki izin edar dari BPOM ini, sebagai konsumen berhak untuk menuntut ataupun menggugat pelaku usaha yang dalam hal ini yang merupakan penjual produk kosmetik tersebut untuk mengganti kerugian yang dialami konsumen itu sendiri. Tanggung jawab hukum berdasarkan hasil penelitian diatas maka yang diberikan oleh pelaku usaha adalah sebagaimana tercantum dalam Pasal 1365 KUHPerdara, yaitu “tiap- tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada seorang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut”.

Unsur-unsur Pasal 1365 KUHPerdara apabila dikaitan dengan kasus kosmetik ilegal Derma Skin Care (DSC) maka analisisnya sebagai berikut:

1) Ada perbuatan melawan hukum;

Suatu perbuatan yang melanggar hak subyektif orang lain atau yang bertentangan dengan kewajiban hukum dari si pembuat sendiri yang telah diatur dalam undang-undang. Berdasarkan hasil penelitian, terdakwa (pelaku bisnis *online* Derma Skin Care) telah melanggar kewajiban hukum pelaku dengan melakukan tindak pidana memproduksi atau mengedarkan sediaan farmasi dan/atau alat kesehatan yang tidak memiliki izin edar yang melanggar Pasal 197 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan.

2) Ada kesalahan;

Kesalahan dibagi menjadi 2 (dua) yaitu bisa karena kesengajaan atau kealpaan. Kesengajaan maksudnya adalah adanya kesadaran yang oleh orang normal pasti mengerti konsekuensi dari perbuatannya dan hal tersebut akan merugikan orang lain sedangkan kealpaan artinya ada perbuatan mengabaikan sesuatu yang mestinya dilakukan atau tidak berhati-hati sehingga menimbulkan kerugian bagi orang lain. Berdasarkan hasil penelitian, pelaku bisnis *online* Derma Skin Care (DSC) tidak mengetahui dampak yang diakibatkan dari pengemasan kosmetik yang tidak steril di rumah sehingga adanya unsur kesalahan ini terpenuhi.

3) Ada kerugian;

Kerugian dalam hal ini terdapat 2 (dua) macam yaitu kerugian materiil dan imateriil, yang seandainya tanpa perbuatan melawan hukum tersebut kerugian tidak akan muncul. Kerugian materiil dapat terdiri dari kerugian yang nyata diderita dan keuntungan yang seharusnya diperoleh. Berdasarkan hasil penelitian, konsumen yang telah membeli produk kosmetik Derma Skin Care (DSC) telah kehilangan uang untuk membeli produk kosmetik yang ternyata tidak layak untuk dibeli dengan harga yang mahal karena mengandung bahan berbahaya yang bisa menyebabkan kulit

gatal, kemerahan, dan timbul jerawat, selain itu kerugian imateril disebabkan dengan adanya seseorang merasakan rasa sakit, tidak percaya diri, dan kecewa karena produk tersebut dan efek samping dapat menyebabkan kanker jika digunakan dalam jangka panjang.

- 4) Ada hubungan kausal antara perbuatan dengan kerugian.

Maksud dari unsur diatas adalah ada hubungan sebab akibat antara perbuatan yang dilakukan dengan akibat yang muncul. Misalnya, kerugian yang terjadi disebabkan perbuatan si pelaku atau dengan kata lain, kerugian tidak akan terjadi jika pelaku tidak melakukan perbuatan melawan hukum tersebut. Berdasarkan hasil penelitian, dalam hal ini kerugian yang dialami oleh konsumen adalah sebab dari pelaku usaha tidak mengetahui adanya peraturan izin edar kosmetik dari BPOM dan untuk pemindahan kosmetik dari tempatnya ke tempat baru membutuhkan ruangan yang steril namun pelaku usaha tidak mengetahuinya sehingga bisa membahayakan konsumen yang mengkonsumsi kosmetik tersebut.

Tanggung jawab tanpa kesalahan atau yang sering disebut tanggung jawab mutlak adalah suatu tanggung jawab hukum yang dibebankan kepada pelaku perbuatan melawan hukum tanpa melihat apakah yang bersangkutan dalam melakukan perbuatannya itu mempunyai unsur kesalahan ataupun tidak, dalam hal ini pelakunya dapat dimintakan tanggung jawab secara hukum, meskipun dalam melakukan perbuatannya itu dia tidak melakukannya dengan sengaja dan tidak pula mengandung unsur kelalaian, kuranghati-hatian, atau ketidakpatutan. Pertanggungjawaban dalam perbuatan melawan hukum salah satunya dirumuskan dalam Pasal 1367 KUHPerdara sebagai berikut:

- (1) Seseorang tidak hanya bertanggung jawab, atas kerugian yang disebabkan perbuatannya sendiri, melainkan juga atas kerugian yang disebabkan perbuatan-perbuatan orang-orang yang menjadi tanggungannya atau disebabkan barang-barang yang berada di bawah pengawasannya.
- (2) Orangtua dan wali bertanggung jawab atas kerugian yang disebabkan oleh anak-anak yang belum dewasa, yang tinggal pada mereka dan terhadap siapa mereka melakukan kekuasaan orangtua atau wali.
- (3) Majikan dan orang yang mengangkat orang lain untuk mewakili urusan-urusan mereka, bertanggung jawab atas kerugian yang disebabkan oleh pelayan atau bawahan mereka dalam melakukan pekerjaan yang ditugaskan kepada orang-orang itu.
- (4) Guru sekolah atau kepala tukang bertanggung jawab atas kerugian yang disebabkan oleh murid-muridnya atau tukang-tukangnya selama waktu orang-orang itu berada di bawah pengawasannya.

- (5) Tanggung jawab yang disebutkan di atas berakhir, jika orangtua, wali, guru sekolah atau kepala tukang itu, membuktikan bahwa mereka masing-masing tidak dapat mencegah perbuatan atas mana mereka seharusnya bertanggung jawab.

Berdasarkan Pasal 1367 ayat (3) KUHPerdara dapat disimpulkan bahwa pasal ini mengatur tanggung jawab dari 2 (dua) kelompok orang yang berbeda, yaitu:

- 1) Para majikan;
- 2) Orang-orang yang mengangkat orang lain untuk mewakilinya dalam suatu urusan.

Berdasarkan hasil penelitian, kasus kosmetik ilegal Derma Skin Care (DSC) apabila dikaitkan dengan Pasal 1367 ayat (3) KUHPerdara maka dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha dalam hal ini Karina Indah Lestari ialah orang yang mengangkat artis *endorse* untuk mewakilinya dalam suatu urusan untuk mempromosikan produk DSC di akun Instagram pribadi milik artis *endorse* karena memiliki followers dengan jumlah banyak yang artinya promosi dengan artis *endorse* akan menarik banyak konsumen untuk membeli produk DSC, namun keterangan atau caption dalam promosi tersebut sudah disiapkan oleh pelaku usaha. Sehingga yang bertanggung jawab atas *endorsement* ini ialah pelaku usaha yaitu Karina Indah Lestari.

Perlindungan lain yang diberikan UUPK kepada konsumen adalah penerapan beban pembuktian terbalik. Penerapan beban pembuktian terbalik diatur dalam Pasal 22 UUPK yang menyatakan sebagai berikut, "pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam kasus pidana sebagaimana dimaksud pasal 19 ayat (4), pasal 20 dan pasal 21 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha tanpa menutup kemungkinan bagi jaksa untuk melakukan pembuktian".

Pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap iklan yang menyesatkan dapat dibuktikan dengan sistem pembuktian terbalik yang diatur dalam Pasal 22 UUPK karena pelaku usaha bertanggungjawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan akibat iklan tersebut. Artis *endorse* dalam kasus kosmetik ilegal Derma Skin Care (DSC) apabila dikaitkan dengan Pasal 22 UUPK maka artis *endorse* tetap diberikan kesempatan untuk membela diri dan melepaskan diri dari tanggung jawab yang tidak seharusnya dibebankan kepadanya. Dengan demikian, artis *endorse* juga diberikan perlindungan terhadap konsumen yang beritikad tidak baik karena jika artis *endorse* benar-benar hati-hati dalam meng-*endorse* sebuah produk dan mempelajari terlebih dahulu keaslian produk tersebut maka artis *endorse* dapat membela diri dari tuduhan yang tidak benar.

Penutup

1. Kesimpulan

- 1) Hubungan hukum perdata antara pelaku bisnis *online* dan artis *endorse* merupakan hubungan hukum yang lahir dari perjanjian *endorsement* yang

mana termasuk dalam perjanjian tidak bernama dan tidak diatur secara khusus karena berupa perkembangan yang terjadi di masyarakat terutama terhadap perkembangan di bidang teknologi. Hubungan hukum antara Karina Indah Lestari selaku pelaku bisnis *online* Derma Skin Care (DSC) dengan konsumen adalah perjanjian jual beli yang dilakukan secara *online* dengan media WhatsApp yang memenuhi unsur dari Pasal 1 butir 17 UU ITE yaitu kontrak elektronik yang dimuat dalam media elektronik. Artis *endorse* tidak memiliki hubungan hukum dengan konsumen karena hanya menjadi sumber langsung penyampaian informasi produk DSC, tanpa menggunakan jasa biro iklan atau perusahaan periklanan lain, artinya disini endorser menggantikan fungsi dari perusahaan periklanan atau biro iklan dan bukan hanya sebagai bintang iklan pada umumnya sehingga artis *endorse* dipandang sebagai bagian dari produsen produk DSC.

- 2) Pertanggungjawaban perdata pelaku bisnis *online* kosmetik ilegal kepada konsumen yang telah menggunakan produknya sehingga menimbulkan kerugian diatur dalam Pasal 19 UUPK mengenai bentuk tanggung jawab pelaku usaha kepada konsumen bisa berupa perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan yang berlaku. Akibat dari kerugian yang didapatkan oleh konsumen dalam mengkonsumsi produk kosmetik ilegal, sebagai konsumen berhak untuk menuntut atau pun menggugat pelaku bisnis *online* dengan Pasal 1365 KUHPerdara atas dasar Perbuatan Melawan Hukum (PMH). Sedangkan pertanggungjawaban perdata artis *endorse* kepada konsumen yang telah menggunakan kosmetik ilegal atas *endorsement* yang dilakukannya di media sosial Instagram dibebankan kepada pelaku bisnis *online* karena artis *endorse* bukanlah bagian dari pelaku bisnis *online*. Pertanggungjawaban pelaku bisnis *online* terhadap iklan yang menyesatkan dapat dibuktikan dengan sistem pembuktian terbalik yang diatur dalam Pasal 22 UUPK karena pelaku usaha bertanggungjawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan akibat iklan tersebut.

2. Saran

- 1) Pihak pelaku bisnis *online* seharusnya membuat perjanjian *endorsement* dengan artis *endorse* menggunakan surat kontrak khusus atau perjanjian yang dibuat dengan dokumen elektronik yang lebih spesifik seperti menggunakan e-mail dan bukan menggunakan aplikasi chatting sehingga bisa diuraikan dengan jelas masing-masing hak dan kewajibannya agar bisa dipertanggungjawabkan dan tidak terjadi kesalahpahaman ketika terjadi suatu masalah. Selanjutnya konsumen yang membeli produk secara *online* bisa lebih berhati-hati dalam

membeli suatu produk dan tidak mudah tergiur oleh promosi yang dilakukan artis *endorse* dalam sosial media Instagram agar tidak terjadi masalah dikemudian hari.

- 2) Pihak pelaku bisnis *online* seharusnya lebih bertanggung jawab dengan mendaftarkan produk kosmetiknya sesuai dengan prosedur dan peraturan yang ada, agar tercipta jual beli yang adil dan jujur. Dengan demikian konsumen bisa mempertimbangkan dengan seksama jika akan membeli produk tersebut. Perjanjian *endorsement* akan lebih baik bila hak dan kewajibannya tertuang dalam dokumen elektronik atau ada hitam diatas putih sehingga pertanggungjawaban kepada konsumen bisa secara jelas menentukan siapa yang mengganti kerugian dan agar terhindar dari adanya tanggung jawab pengganti yang mengakibatkan 2 (dua) pihak untuk bertanggung jawab dalam hal ini pelaku usaha dan artis *endorse*.

Daftar Pustaka

- Christian, Rio. 9 Maret 2019. "Tanggung Jawab endorser". Tersedia di website: <https://swa.co.id/swa/my-article/tanggung-jawab-endorser>. Diakses tanggal 21 Januari 2021
- Marzuki, P.M. 2009. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Nasution, Az. 2007. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Diadit Media.
- Radjaguguk, Erman. 2000. *Hukum Perikatan*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Shidarta. 2000. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Grasindo.
- Siahaan, N.H.T. 2005. *Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*. Jakarta: Panta Rei.
- Subekti. 2008. *Hukum Perjanjian*. Jakarta: PT. Intermasa.