

**PERLINDUNGAN PELAKU USAHA TERHADAP KELALAIAN
SELEBGRAM ATAS *ENDORSE* KOSMETIK DALAM PERSPEKTIF
HUKUM BISNIS**

JURNAL ILMIAH



Oleh :

DESTIA EMILIANA PUTRI
D1A019134

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MATARAM**

2023

HALAMAN PENGESAHAN

**PERLINDUNGAN PELAKU USAHA TERHADAP KELALAIAN
SELEBGRAM ATAS *ENDORSE* KOSMETIK DALAM PERSPEKTIF
HUKUM BISNIS**



OLEH:

DESTIA EMILIANA PUTRI
D1A019134

Menyetujui,

Dosen Pembimbing Pertama

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Zainal Asikin", is written over a horizontal line. Below the signature, the text "(Prof. Dr. H. Zainal Asikin, S.H.,SU)" is printed in black, with the first part of the name underlined.

(Prof. Dr. H. Zainal Asikin, S.H.,SU)

NIP. 195508151981031035

**Perlindungan Pelaku Usaha Terhadap Kelalaian *Selebgram* Atas *Endorse*
Kosmetik Dalam Perspektif Hukum Bisnis**

***Protection of Business Actors Against Celebrity's Negligence on Cosmetic
Endorsements in the Perspective of Business Law***

Destia Emiliana Putri, Zainal Asikin

Fakultas Hukum, Universitas Mataram

E-mail: destiaemiliana@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian dengan judul perlindungan pelaku usaha terhadap kelalaian *selebgram* atas *endorse* kosmetik dalam perspektif hukum bisnis ini bertujuan untuk menganalisis pengaturan mengenai *endorse* kosmetik melalui *selebgram* dan perlindungan hukum apa yang didapat oleh pelaku usaha yang mengalami kerugian akibat menggunakan jasa *endorse selebgram* dalam sistem perundang-undangan. Penelitian ini dilaksanakan dengan mengaplikasikan metode penelitian hukum normatif, dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan serta konseptual. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa peraturan perundang-undangan yang mengakomodir dan membahas tentang pengaturan terkait *endorse* kosmetik melalui *selebgram*, yaitu Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dan bentuk perlindungan hukum yang didapat oleh pelaku usaha pemilik bisnis kosmetik yaitu berupa ganti rugi, pembatalan perjanjian, peralihan resiko. sanksi pidana dan administratif.

Kata Kunci : Perlindungan Pelaku Usaha; *Selebgram*; *Endorse*.

ABSTRACT

This research aims to analyze the arrangements regarding cosmetic endorsements through celebrities (Celebgram) and legal protection for business actors who suffer losses because of using celebrity endorsement services under the statutory system. This research uses normative legal research methods, using statutory and conceptual approaches. The research results determine that laws and regulations concerning cosmetic endorsements through celebrity programs, namely the Civil Code, Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection, and Law No. 19 of 2016 concerning Amendment on Law Number 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions. Regulations related to cosmetics are regulated in the Regulation of the Minister of Health of the Republic of Indonesia Number 1175/MENKES/PER/VIII/2010 Concerning Cosmetic Production Permits. The forms of legal protection for cosmetics business actors are compensation, cancellation of agreements, and risk transfer. A sanction includes criminal and administrative sanctions.

Keywords: Protection of Business Actors; Celebgram; endorse.

A. PENDAHULUAN

Awalnya iklan dipromosikan melalui televisi, radio, surat kabar, majalah serta baliho-baliho yang ada di jalanan. Namun semenjak adanya media sosial seperti instagram, facebook, youtube, tiktok, dan lain-lain yang semakin populer di masyarakat membuat para pelaku usaha melakukan iklan dengan cara *endorse*. *Endorse* adalah bentuk iklan atau promosi yang dilakukan atau dipromosikan oleh *public figure* atau selebriti yang memiliki pengakuan, kepercayaan, rasa hormat, dan sebagainya dari banyak orang.¹ Untuk menggunakan jasa *endorse*, pelaku usaha melakukan kerjasama dengan penyedia jasa *endorse* melalui suatu bentuk perjanjian. Perjanjian *endorse* sendiri belum diatur dalam undang-undang secara khusus, tetapi ia tumbuh dan berkembang dalam masyarakat.

Endorse yang sekarang sedang ramai di kalangan masyarakat adalah *endorse* melalui *selebgram*. *Selebgram* merupakan selebriti yang terkenal, disukai oleh banyak orang dan memiliki banyak pengikut di media sosial instagram. *selebgram* sebagai pelaku usaha periklanan bertanggung jawab terhadap etika baik atau buruknya suatu barang yang dibuat oleh pelaku usaha pemilik barang dan apabila terjadi kelalaian yang dilakukan oleh *selebgram* sehingga terjadi kesalahan informasi mengenai barang tersebut yang merugikan pelaku usaha selaku pemilik barang maka *selebgram* tersebut harus mempertanggungjawabkan hal itu. Karena pada praktiknya, sering kali pelaku usaha mengalami kerugian akibat menggunakan jasa *endorse selebgram* yang lalai. Akan tetapi sampai saat ini belum ada pengaturan hukum tersendiri yang secara khusus mengatur terkait aktifitas *endorse* oleh *selebgram* terutama untuk melindungi pelaku usaha sebagai pengguna jasa *endorse selebgram* tersebut.

¹<https://majoo.id/solusi/detail/pengertianendorse#:~:text=Dikutip%20dari%20The%20Economic%20Times,dan%20sebagainya%20dari%20banyak%20orang> diakses 12 Oktober 2022.

Berkaitan dengan hal itu, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam yakni dengan rumusan masalah bagaimana pengaturan hukum terhadap *selebgram* dalam aktivitas *endorse* kosmetik dan bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap pelaku usaha yang dirugikan atas kelalaian *selebgram* dalam aktivitas *endorse* kosmetik di tinjau dari perspektif hukum bisnis?. Adapun penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaturan hukum terhadap *selebgram* dalam aktivitas *endorse* kosmetik serta untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum terhadap pelaku usaha selaku konsumen yang dirugikan atas kelalaian *selebgram* selaku pelaku usaha periklanan dalam aktivitas *endorse* kosmetik di tinjau dari perspektif hukum bisnis. Secara teoritis penelitian ini diharapkan memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan bagi perkembangan ilmu hukum berkaitan dengan perlindungan konsumen terkait hak konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha. Secara praktis hasil penelitian hukum ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang terkait dan di harapkan dapat dijadikan sebagai masukan untuk semakin memperketat pengawasan terhadap tindakan yang memungkinkan membuat terjadinya pelanggaran terhadap hak konsumen.

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian hukum normatif, yakni metode atau cara yang dipergunakan di dalam penelitian hukum yang meletakkan hukum sebagai sebuah bangunan sistem norma. Sistem norma yang dimaksud adalah perundang-undangan, teori-teori hukum, norma-norma hukum serta azas-azas hukum, putusan pengadilan, perjanjian, serta doktrin (ajaran), penelitian normatif juga dapat disebut penelitian hukum kepustakaan. Dalam penelitian ini digunakan beberapa jenis pendekatan diantaranya Pendekatan perundang-undangan (*statue approach*), yaitu pendekatan yang dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkut paut

dengan isu hukum yang sedang ditangani², dalam hal ini adalah menelaah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Pendekatan konseptual (*conceptual approach*), yaitu pendekatan yang beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang di dalam ilmu hukum.³

C. PEMBAHASAN

1. Pengaturan Hukum Terhadap *Selebgram* dalam Aktivitas *Endorse* Kosmetik

- a) Pengaturan hukum terhadap *selebgram* dalam aktivitas *endorse* kosmetik ditinjau dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (selanjutnya disebut KUHPerdata) Pasal 1313 yang isinya menyebutkan bahwa “Perjanjian adalah suatu perbuatan dengan nama satu orang atau lebih mengikatkan diri terhadap satu orang atau lebih”. Selain itu di dalam KUHPerdata mengatur tentang syarat sah suatu perjanjian yang tertuang dalam Pasal 1320, antara lain : 1) Adanya kesepakatan dari para pihak yang mengikat diri, 2) Adanya kecakapan untuk membuat suatu perjanjian, 3) Adanya suatu sebab tertentu dan 4) Adanya suatu sebab yang tidak terlarang. Keempat persyaratan tersebut dikelompokkan menjadi 2 (dua) macam, yaitu syarat subjektif dan syarat objektif.

Dalam aktivitas *endorse* kosmetik yang dilakukan oleh *selebgram* terdapat unsur-unsur umum syarat sah suatu perjanjian yang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1320 KUHPerdata. Berdasarkan pasal tersebut, apabila dikaitkan dengan perjanjian *endorse* kosmetik yang dilakukan oleh *selebgram* selaku penyedia jasa *endorse*, maka antara pelaku usaha pemilik bisnis kosmetik dan *selebgram* yang menyediakan jasa *endorse* wajib memenuhi persyaratan tersebut.

Dapat disimpulkan bahwa *endorse* kosmetik yang dilakukan oleh *selebgram* merupakan bagian atau salah satu bentuk dari perjanjian yang harus memenuhi syarat sah perjanjian yang termuat di dalam Pasal 1320 KUHPerdata. Adapun akibat hukum yang timbul jika dalam suatu aktivitas *endorse* kosmetik tersebut tidak memenuhi syarat sah yang ada, maka akan menimbulkan dua akibat hukum yaitu pertama jika suatu perjanjian tidak memenuhi syarat

² Amiruddin & Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Cet.12, Rajawali Pers, 2021, Depok, hlm. 164.

³ Ibid, hlm. 166.

subjektif (kesepakatan dan/atau kecakapan), akibatnya perjanjian dapat dibatalkan. Dan yang kedua, jika suatu perjanjian tidak memenuhi syarat objektif (suatu hal tertentu dan/atau sebab yang halal), akibatnya perjanjian batal demi hukum. Maka dari itu perjanjian *endorse* kosmetik merupakan suatu perjanjian antara dua belah pihak dalam hal ini *selebgram* selaku penyedia jasa *endorse* dan pelaku usaha pemilik bisnis kosmetik selaku pengguna jasa *endorse* yang bertujuan untuk saling mengikat guna mencapai suatu prestasi yang menguntungkan.

Menurut R. Subekti, wanprestasi terdiri dari 4 macam, yaitu :⁴

1. Tidak melaksanakan kesepakatan dalam perjanjian
2. Telah melaksanakan sesuatu tetapi tidak sesuai seperti apa yang dijanjikan
3. Telah melaksanakan perjanjian, namun tidak sesuai jatuh tempo.
4. Melakukan sesuatu yang tidak boleh atau melanggar perjanjian.

Perjanjian dalam *endorse* kosmetik yang dalam hal ini *selebgram* selaku pelaku usaha periklanan yang menyediakan jasa *endorse* wajib mengikat diri dan saling memenuhi prestasi guna mencapai tujuan bersama. Apabila salah satu pihak tidak mentaati perjanjian sebagaimana yang sudah diuraikan dalam jenis wanprestasi diatas, maka pihak tersebut dianggap telah lalai/alpa.

- b) Pengaturan hukum terhadap *selebgram* dalam aktivitas *endorse* kosmetik ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang ini di bentuk dengan tujuan untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen serta mendorong pelaku usaha untuk bersikap jujur dan bertanggung jawab dalam menjalankan usahanya sehingga memberikan kepastian hukum baik bagi konsumen maupun pelaku usaha. Hubungan hukum antara pelaku usaha penyedia barang dan atau jasa dengan konsumen melahirkan suatu hak dan kewajiban yang mendasari terdapatnya suatu tanggung jawab. Secara umum dikenal 4 (empat) hak dasar konsumen, yaitu: ⁵

- 1) Hak untuk mendapatkan keamanan (*The Right to Safety*)
- 2) Hak untuk mendapatkan informasi (*The Right to be Informed*)
- 3) Hak untuk memilih (*The Right to Choose*)

⁴ R. Subekti, Hukum Perjanjian, Cet. 23, Jakarta: PT. Intermasa Cetakan 23, 2011, hlm 45.

⁵ Shidarta, 2006, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Grasindo, Jakarta, hlm, 19.

4) Hak untuk didengar (*The Right to be Heard*)

Sebagai konsekuensi dari adanya hak konsumen, maka pelaku usaha dibebankan oleh kewajiban-kewajiban sebagaimana diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen .

Dalam hal ini *selebgram* selaku pelaku usaha periklanan yang menyediakan jasa *endorse* wajib mencantumkan informasi yang benar dalam aktivitas *endorse* kosmetik dan sesuai dengan janji pada label produk. Perbuatan yang dilarang bagi *selebgram* selaku pelaku usaha periklanan dalam kegiatan perlindungan konsumen yang mana dalam hal ini pelaku usaha pemilik kosmetik merupakan konsumen karena menggunakan jasa *endorse* dari *selebgram*, yang diatur didalam Pasal 8 sampai dengan Pasal 17 UUPK. Undang-undang ini secara khusus mengatur mengenai perbuatan hukum yang dilarang bagi pelaku usaha, seperti larangan dalam memproduksi atau memperdagangkan barang atau jasa tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dalam ketentuan perundang-undangan. Secara lengkap aturan pada Pasal 8 sampai dengan Pasal 17 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) Nomor 8 tahun 1999.

- c) Pengaturan hukum terhadap *selebgram* dalam aktivitas *endorse* kosmetik ditinjau dari Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Perjanjian kerjasama yang dilakukan oleh pelaku usaha pemilik bisnis kosmetik dengan *selebgram* penyedia jasa *endorse* sebagian besar merupakan bentuk kontrak elektronik. Dikatakan kontrak elektronik karena tidak berbentuk tertulis di atas kertas melainkan tertulis dalam media elektronik yaitu seperti melalui direct message (DM). whatshapp (WA), dan email. Dikatakan sebagai bentuk tertulis karena Informasi Elektronik termasuk atau dapat pula digolongkan ke dalam alat bukti tertulis jika berbentuk tulisan (dicetak/diprint) dan asli. Informasi Elektronik atau Dokumen Elektronik dianggap sah sepanjang informasinya dapat diakses, ditampilkan, dijamin keutuhannya, dan dapat dipertanggungjawabkan sehingga dapat menerangkan suatu keadaan. Oleh karena itu Informasi Elektronik mempunyai

kekuatan pembuktian seperti alat bukti tulisan jika dapat ditampilkan ataupun dicetak dan pemilik mengakui kepemilikannya⁶.

Menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Pasal 1 angka (17) Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE), yang dimaksud dengan informasi elektronik adalah satu atau sekumpulan data elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, *electronic data interchange* (EDI), surat elektronik (*electronic mail*), telegram, teleks, *telecopy* atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, Kode Akses, simbol, atau perforasi yang telah diolah yang memiliki arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya. Dan Pasal 1 angka 17 UU ITE mendefinisikan bahwa Kontrak Elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui Sistem Elektronik selain itu pengaturan terkait dengan aktivitas *endorse* dalam UU ITE kita dapat melihat Pasal 1, 5, 17, 18, 21, 38 dan 39 dalam undang-undang tersebut.

- d) Pengaturan hukum terhadap *selebgram* dalam aktivitas *endorse* kosmetik ditinjau dari Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1175/MENKES/PER/VIII/2010 Tentang Izin Produksi Kosmetika.

Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1175/MENKES/PER/VIII/2010 Tentang Izin Produksi Kosmetika Pasal 1 angka 1 menyebutkan bahwa kosmetika adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ genital bagian luar) atau gigi dan membran mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik.

Pelaku usaha pemilik bisnis kosmetik tentu saja harus memproduksi kosmetik yang sesuai dengan ketentuan- ketentuan yang ada dalam PERMENKES Nomor 1175 Tahun 2010 Tentang Izin Produksi Kosmetika yaitu sebagai berikut :

Pasal 1 angka 4

⁶ Heniyatun, Bambang Tjatur Iswanto dan Puji Sulistyaningsih, Kajian Yuridis Pembuktian dengan Informasi Elektronik dalam Penyelesaian Perkara Perdata di Pengadilan, Universitas Muhamadiyah Magelang, 2018, hlm. 32

“ Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik, yang selanjutnya disingkat CPKB adalah seluruh aspek kegiatan pembuatan kosmetika yang bertujuan untuk menjamin agar produk yang dihasilkan senantiasa memenuhi persyaratan mutu yang ditetapkan sesuai dengan tujuan penggunaannya.”

Pasal 2

- (1) Kosmetika yang beredar harus memenuhi persyaratan mutu, keamanan, dan kemanfaatan.
- (2) Persyaratan mutu, keamanan, dan kemanfaatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sesuai dengan Kodeks Kosmetika Indonesia dan persyaratan lain yang ditetapkan oleh Menteri.

Pasal 7

- (1) Industri kosmetika dalam membuat kosmetika wajib menerapkan CPKB.
- (2) CPKB sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan oleh Menteri.

Pasal 16

“Industri kosmetika tidak diperbolehkan membuat kosmetika dengan menggunakan bahan kosmetika yang dilarang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.”

Pasal 23

- (1) Pelanggaran terhadap ketentuan dalam Peraturan ini dapat dikenakan sanksi administratif berupa:
 - a. peringatan secara tertulis;
 - b. larangan mengedarkan untuk sementara waktu dan/atau perintah untuk penarikan kembali produk dari peredaran bagi kosmetika yang tidak memenuhi standar dan persyaratan mutu, keamanan, dan kemanfaatan;
 - c. perintah pemusnahan produk, jika terbukti tidak memenuhi persyaratan mutu, keamanan, dan kemanfaatan;
 - d. penghentian sementara kegiatan;
 - e. pembekuan izin produksi; atau

- f. pencabutan izin produksi.
- (2) Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c dan huruf d diberikan oleh Kepala Badan.
- (3) Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf e dan huruf f diberikan oleh Direktur Jenderal atas rekomendasi Kepala Badan atau Kepala Dinas setempat.

2. Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Yang Dirugikan Atas Kelalaian *Selebgram* dalam Aktivitas *Endorse* Kosmetik Di Tinjau Dari Prespektif Hukum Bisnis

- a) Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Yang Dirugikan Atas Kelalaian *Selebgram* dalam Aktivitas *Endorse* Kosmetik Di Tinjau Dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Dalam KUHPerdata, suatu perjanjian, termasuk perjanjian kerjasama *endorse*, ia merupakan suatu perjanjian, ia melahirkan apa yang disebut dengan prestasi, yaitu kewajiban suatu pihak untuk melaksanakan hal-hal yang ada didalam suatu perjanjian. Adanya prestasi tentu memungkinkan terjadinya wanprestasi atau tidak dilaksanakannya prestasi/kewajiban sebagaimana mestinya yang dibebankan oleh kontrak/perjanjian kepada pihak-pihak tertentu.⁷

Bagi pihak yang melakukan wanprestasi, mengakibatkan 3 kewajiban, yaitu :

- 1) Membayar kerugian (ganti rugi)

Dalam ketentuan Pasal 1247 KUHPerdata disebutkan bahwa “Debitur hanya diwajibkan mengganti biaya, kerugian dan bunga, yang diharap atau sedianya dapat diduga pada waktu perikatan diadakan, kecuali jika tidak dipenuhinya perikatan itu disebabkan oleh tipu daya yang dilakukannya.”

Dalam hal demikian, orang yang berhutang hanya diwajibkan mengganti biaya kerugian dan bunga yang nyata telah atau sedianya harus dapat diduga sewaktu perjanjian dilahirkan, kecuali jika hal tersebut tidak dipenuhi perjanjian itu disebabkan karena suatu tipu daya yang dilakukan olehnya.

- 2) Pembatalan perjanjian atau pemecahan perjanjian

Pembatalan perjanjian karena kelalaian diatur dalam ketentuan pasal 1266 KUHPerdata yang menyebutkan bahwa: “Syarat batal dianggap selamanya

⁷ Edmon Makarim. 2005. Pengantar Hukum Telematika. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, hlm, 270.

dicantumkan dalam perjanjian-perjanjian yang timbal balik, manakala salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya.”

Dalam hal demikian, perjanjian tidak batal demi hukum, tetapi pembatalan harus dimintakan kepada hakim. Permintaan ini juga harus dilakukan meskipun syarat batal mengenai tidak dipenuhinya kewajiban tersebut dinyatakan dalam perjanjian. Apabila syarat batal tidak dinyatakan dalam perjanjian, hakim leluasa menurut keadaan, atas permintaan pemohon, untuk memberikan suatu jangka waktu untuk memenuhi kewajibannya, dimana jangka waktu yang dimaksud tidak boleh lebih dari satu bulan.”

3) Peralihan resiko

Pasal 1237 KUHPerdara menyatakan bahwa peralihan resiko adalah kewajiban untuk memikul kerugian jika terjadi suatu peristiwa di luar kesalahan oleh salah satu pihak yang menimpa barang yang menjadi objek perjanjian.

Maka terhadap wanprestasi yang dilakukan oleh pihak *selebgram*, dapat dimintakan pertanggungjawaban pembatalan perjanjian kepengadilan karena syarat batal dianggap selamanya dicantumkan dalam perjanjian-perjanjian yang timbal balik apabila salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya berdasarkan pasal 1266 KUHPerdara, selain itu dapat pula dimintakan pembayaran kerugian kepada pihak yang melakukan wanprestasi yaitu *selebgram* berdasarkan pasal 1267 KUHPerdara, yaitu: “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.”.

b) Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Yang Dirugikan Atas Kelalaian *Selebgram* dalam Aktivitas *Endorse* Kosmetik Di Tinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah mengatur mengenai hak dan kewajiban pelaku usaha dan konsumen. Posisi pelaku usaha pemilik bisnis kosmetik dalam konteks pendekatan undang-undang perlindungan konsumen adalah sebagai konsumen dari *selebgram*, sementara *selebgram* diposisikan sebagai pelaku usaha yang menyediakan jasa *endorse*. Dalam UUPK terdapat ketentuan mengenai iklan yang dilarang yang termuat dalam Pasal 9 ayat (1) yaitu pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan

barang dan/atau jasa secara tidak benar. Dengan adanya substansi yang disebutkan dalam Pasal 9 ayat (1) UUPK mengarah pada larangan bagi *selebgram* penyedia jasa *endorse* sebagai pelaku usaha yang mempromosikan atau mengiklankan suatu barang/jasa secara tidak benar.

Pada Pasal 17 ayat (1) pada huruf (f) yaitu Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan. Jika *selebgram* lalai dalam melakukan aktivitas *endorsenya* yaitu salah atau tidak tepat dalam menyampaikan informasi mengenai barang yang di *endorse* maka dapat dianggap melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan karena telah salah atau tidak tepat menyampaikan informasi mengenai barang yang di *endorse* tersebut. Dalam hal ini *selebgram* penyedia jasa *endorse* dianggap turut serta melakukan perbuatan yang dilarang dalam pasal 17 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sehingga dapat dimintai pertanggungjawaban atas hal yang dilakukannya.

Dalam Pasal 19 UUPK telah disebutkan tanggung jawab yang wajib dipenuhi oleh *selebgram* penyedia jasa *endorse* sebagai pihak pelaku usaha, yaitu pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan

Selanjutnya menurut Pasal 20 UUPK yang berbunyi: “pelaku usaha periklanan bertanggungjawab atas iklan yang di produksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut”. Dalam pasal ini *selebgram* selaku pelaku usaha periklanan bertanggungjawab terhadap *endorse* yang diproduksinya sehingga jika jasa *endorse* yang dibuatnya menimbulkan kerugian terhadap pelaku usaha pemilik bisnis selaku konsumen dari *selebgram* tersebut. Maka, akibat hal-hal yang diatur dalam Pasal 17 UUPK *selebgram* penyedia jasa *endorse* dapat dimintai pertanggungjawaban.

Jika *selebgram* penyedia jasa *endorse* selaku pelaku usaha telah melanggar ketentuan dalam UUPK maka dapat dikenakan sanksi pidana dan administratif, yaitu jika melanggar Pasal 20 UUPK yaitu bahwa “Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut”. Sanksi administratif yang juga diatur dalam pasal 60 UUPK berupa ganti rugi paling banyak Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah). Dalam pasal 62 UUPK

yang mengatur tentang sanksi pidana Jika melanggar pasal 17 ayat (1) huruf d dan f dipidana paling lama 2 (dua) tahun penjara atau denda paling banyak Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah).

- c) Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Yang Dirugikan Atas Kelalaian *Selebgram* dalam Aktivitas *Endorse* Kosmetik Di Tinjau Dari Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.

Dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik terdapat penegakan terhadap pengakuan kontrak yang dibuat secara elektronik. Pasal 1 angka 17 menegaskan bahwa: “Kontrak Elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui Sistem Elektronik.”. 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 melakukan interaksi dan/atau pertukaran selama berjalannya transaksi. Hal ini secara jelas diatur dalam Pasal 17 UU ITE.

Pasal 18 ayat (1) UU ITE juga menyebutkan bahwa : “Transaksi Elektronik yang dituangkan ke dalam Kontrak Elektronik mengikat para pihak”. Maka perjanjian yang dilakukan oleh pelaku usaha pemilik bisnis kosmetik dengan *selebgram* penyedia jasa *endorse* meskipun dilakukan melalui sistem elektronik perjanjian tersebut tetap merupakan perjanjian yang mengikat. Perjanjian melalui sistem *online* berupa perjanjian *endorse* yang telah disepakati oleh pelaku usaha pemilik bisnis kosmetik dan *selebgram* secara elektronik dapat menjadi dasar dan alat bukti hukum yang sah. Hal ini secara jelas diatur dalam Pasal 5 UU ITE akan menimbulkan akibat hukum bagi setiap pihak yang melaksanakannya. Dalam hal ini, UU ITE mengatur mengenai para pihak yang bertanggungjawab atas akibat hukum dari pelaksanaan transaksi elektronik melalui Pasal 21 yaitu : 1) jika dilakukan sendiri, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggung jawab para pihak yang bertransaksi; 2) Jika dilakukan melalui pemberian kuasa, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggung jawab pemberi kuasa; 3) Jika dilakukan melalui agen elektronik segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggung jawab penyelenggara agen elektronik.

Dalam setiap perjanjian yang dibuat tidak menutup kemungkinan terjadinya wanprestasi. Karena pada praktik perjanjian *endorse* ini, hak-hak pelaku usaha pemilik bisnis kosmetik sebagai pengguna jasa *selebgram* sering diabaikan. Kelalaian *selebgram* tersebut dapat tercermin dalam tindakan wanprestasi yang dilakukan terhadap perjanjian yang telah disepakati dengan pelaku usaha pemilik bisnis kosmetik. Tindakan wanprestasi dalam kenyataannya juga sering terjadi. Misalnya, setelah menerima produk dan *pembayaran fee*, *selebgram* sebagai pelaku usaha yang menyediakan jasa *endorse* tidak memenuhi prestasinya untuk mempromosikan produk barang dan/atau jasa dari pemilik bisnis online, melakukan prestasi tidak sesuai dengan perjanjian, atau *selebgram* tersebut terlambat melakukan *endorse* barang serta berbagai contoh tindakan wanprestasi lainnya. Berdasarkan tindakan wanprestasi tersebut dapat disimpulkan bahwa penggunaan teknologi informasi dalam perjanjian *online* berupa perjanjian *endorse* ini belum sesuai dengan tujuan pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik yang seharusnya dilakukan secara baik, bijaksana, bertanggungjawab, efektif dan efisien agar dapat diperoleh manfaat yang sebesar-besarnya bagi masyarakat, khususnya para pihak yang melakukan transaksi elektronik.

Oleh karena itu, dalam hal wanprestasi yang dilakukan oleh *selebgram* sebagai pelaku usaha penyedia jasa *endorse*, maka *selebgram* tersebutlah yang harus bertanggung jawab atas segala akibat hukum yang ditimbulkan dalam pelaksanaan wanprestasi atas perjanjian *endorse* yang telah disepakati bersama melalui perjanjian elektronik. Selanjutnya dapat juga berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau dilakukan suatu pelanggaran. Sebagaimana mengacu pada Pasal 38 dan 39 UU ITE mengenai penyelesaian sengketa konsumen melalui Transaksi Elektronik dapat dilakukan melalui gugatan secara perdata.

- d) Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Yang Dirugikan Atas Kelalaian *Selebgram* dalam Aktivitas *Endorse* Kosmetik Ditinjau Dari Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1175/MENKES/PER/VIII/2010 Tentang Izin Produksi Kosmetika.

Dalam ketentuan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1175/MENKES/PER/VIII/2010 Tentang Izin Produksi Kosmetika mengatur tentang

regulasi standar produk kosmetik. Pengaturan tersebut diatur dalam beberapa pasal yaitu sebagai berikut :

Pasal 2

- (1) Kosmetika yang beredar harus memenuhi persyaratan mutu, keamanan, dan kemanfaatan.
- (2) Persyaratan mutu, keamanan, dan kemanfaatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sesuai dengan Kodeks Kosmetika Indonesia dan persyaratan lain yang ditetapkan oleh Menteri.

Pasal 4

- (1) Industri kosmetika yang akan membuat kosmetika harus memiliki izin produksi.

Pasal 7

- (1) Industri kosmetika dalam membuat kosmetika wajib menerapkan CPKB.
- (2) CPKB sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan oleh Menteri.

Pasal 16

“Industri kosmetika tidak diperbolehkan membuat kosmetika dengan menggunakan bahan kosmetika yang dilarang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.”

Dalam konteks perlindungan pelaku usaha keberadaan pasal 2, 4, 7 dan 16 tersebut berguna sebagai bentuk antisipasi kepada pihak pelaku usaha pemilik kosmetik apabila *selebgram* melakukan kelalaian dalam aktivitas *endorse* seperti salah memberikan informasi mengenai produk kosmetik yang dimiliki oleh pelaku usaha. Sebagai contoh : apabila suatu perusahaan kosmetik yang dalam proses produksinya sudah memenuhi persyaratan mutu, keamanan, dan kemanfaatan serta sudah memiliki izin produksi dengan menerapkan cara pembuatan kosmetika yang baik. Maka apabila sewaktu-waktu *selebgram* yang mempromosikan produk kosmetik mendapat keluhan dari konsumen yang menggunakan produk kosmetik yang dipromosikan, maka perusahaan tersebut tidak dapat langsung dipersalahkan untuk diminta pertanggungjawaban karena bisa saja penyebab kerugian konsumen itu akibat dari kelalaian *selebgram* yang saat melakukan aktivitas *endorse* salah memberikan informasi mengenai produk kosmetik tersebut. Namun apabila pihak perusahaan dimintai pertanggungjawaban maka dapat menunjukkan bukti-bukti izin produksi dan informasi mengenai produk kosmetik yang pembuatannya telah sesuai dengan standar yang ada dalam PERMENKES Nomor 1175 Tahun 2010.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan terhadap hasil penelitian sebagaimana dikemukakan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa pengaturan hukum terhadap *selebgram* dalam aktivitas *endorse* kosmetik belum diatur secara khusus dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia. Namun dapat mengacu pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata mengenai perjanjian *endorse*, yaitu pada pasal 1234, 1313, 1320, 1329, 1330, 1333, dan 1338. Selanjutnya mengenai kelalaian yang dilakukan oleh *selebgram* selaku pelaku usaha periklanan dapat merujuk pada Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu pada pasal 8-17, 19, 20, dan 62. Selain itu dapat ditemukan di dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, yaitu pada pasal 1, 5, 17, 18, 21, 38 dan 39. Pengaturan terkait kosmetik sendiri diatur dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1175/MENKES/PER/VIII/2010 Tentang Izin Produksi Kosmetika pada pasal 1, 2, 7, 16, dan 23.

Bentuk perlindungan hukum yang didapat oleh pelaku usaha pemilik bisnis kosmetik yaitu dalam KUHPPerdata dapat berupa ganti rugi, pembatalan perjanjian dan peralihan resiko. Selanjutnya dalam UUPK dapat berupa ganti rugi serta *selebgram* tersebut dapat dikenakan sanksi pidana dan administratif. Dan dalam UU ITE pelaku usaha pemilik bisnis dapat melakukan gugatan secara perdata ataupun dapat melakukan penyelesaian melalui arbitrase atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya yang sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan. Serta *selebgram* dapat juga dikenakan berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau dilakukan suatu pelanggaran. Selain itu PERMENKES Nomor 1175 Tahun 2010 memberikan pedoman kepada pelaku usaha bisnis kosmetik untuk memproduksi kosmetik yang sesuai dengan persyaratan mutu, keamanan, dan kemanfaatan serta sudah memiliki izin produksi dengan menerapkan CPKB.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

Amiruddin & Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Cet.12, Rajawali Pers, 2021

Edmon Makarim. 2005. *Pengantar Hukum Telematika*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Heniyatun, Bambang Tjatur Iswanto dan Puji Sulistyaningsih, *Kajian Yuridis Pembuktian dengan Informasi Elektronik dalam Penyelesaian Perkara Perdata di Pengadilan*, Universitas Muhamadiyah Magelang, 2018

R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, Cet. 23, Jakarta: PT. Intermasa Cetakan 23, 2011

Shidarta, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta

2. Peraturan-Peraturan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Indonesia, *Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen, UU No. 8 Tahun 1999, LNRI No.42 Tahun 1999*.

Indonesia, *Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*.

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia, *Nomor 1175/MENKES/PER/VIII/2010 Tentang Izin Produksi Kosmetika*

3. Internet

Marsha N. Safithri, 2022, "Endorse: Pengertian, Manfaat, dan Kerugiannya", <https://majoo.id/solusi/detail/pengertianendorse#:~:text=Dikutip%20dari%20The%20Economic%20Times,dan%20sebagainya%20dari%20banyak%20orang>, diakses pada tanggal 12 Oktober 2022.