

**ANALISIS YURIDIS PERJANJIAN *ENDORSEMENT* ANTARA
FOOD VLOGGER DENGAN PENGUSAHA KULINER
(Studi Di Kota Mataram)**

JURNAL ILMIAH



Oleh :

**RUSIANA
D1A020470**

**FAKULTAS HUKUM, ILMU SOSIAL, DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MATARAM
MATARAM
2024**

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS YURIDIS PERJANJIAN *ENDORSEMENT* ANTARA
FOOD VLOGGER DENGAN PENGUSAHA KULINER
(Studi Di Kota Mataram)**

JURNAL ILMIAH



Oleh :

**RUSIANA
D1A020470**

**Menyetujui,
Pembimbing Pertama,**

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Aris Munandar", is written over a light blue rectangular background.

Dr. Aris Munandar, SH. M.Hum.
NIP. 196106101987031001

**Analisis Yuridis Perjanjian *Endorsement* Antara *Food Vlogger*
Dengan Pengusaha Kuliner (Studi Di Kota Mataram)**

**RUSIANA
D1A020470**

**FAKULTAS HUKUM, ILMU SOSIAL, DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MATARAM**

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan perjanjian *endorsement* antara *food vlogger* dengan pengusaha kuliner di Kota Mataram dan bagaimana penyelesaian sengketa antara pihak *food vlogger* dengan pihak pengusaha kuliner dalam perjanjian tersebut. Penelitian ini menggunakan penelitian hukum empiris. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pelaksanaan perjanjian *endorsement* antara *food vlogger* dengan pengusaha kuliner dilaksanakan dengan yaitu dilaksanakan dengan dua cara, yaitu dilakukan dalam bentuk perjanjian baku elektronik dan perjanjian elektronik dilakukan melalui media sosial oleh para pihak yang melakukan perjanjian. Penyelesaian sengketa dalam pelaksanaan perjanjian *endorsement* antara *food vlogger* dengan pengusaha kuliner ini diselesaikan melalui musyawarah mufakat.

Kata Kunci : Perjanjian, *Endorsement*, *Food vlogger*, Pengusaha Kuliner

***Juridical Analysis Of Endorsement Agreements Between Food
Vlogger And Culinary Entrepreneur (Study In Mataram City)***

ABSTRACT

This research aims to find out how endorsement agreements are implemented between food vloggers and culinary entrepreneurs in Mataram City and how to resolve disputes between food vloggers and culinary entrepreneurs in these agreements. This research uses empirical legal research. The results of this research show that the implementation of endorsement agreements between food vloggers and culinary entrepreneurs is carried out in two ways, namely in the form of a standard electronic agreement and electronic agreements carried out via social media by the parties making the agreement. Dispute resolution in the implementation of endorsement agreements between food vloggers and culinary entrepreneurs is resolved through consensus deliberation.

Keywords: Agreement, Endorsement, Food vlogger, Culinary Entrepreneur

I. PENDAHULUAN

Dalam era digital yang semakin berkembang, media sosial telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia kuliner. Disisi lain, industri kuliner juga telah mengalami perubahan besar dalam hal promosi dan pemasaran. Dalam upaya untuk memperluas jangkauan pasar, banyak *food vlogger* menjalin kerja sama dengan pengusaha kuliner, baik yang beroperasi di tingkat lokal maupun nasional melalui perjanjian *endorsement*.

Perjanjian *endorsement* merupakan suatu bentuk kerja sama yang bertujuan untuk memperkenalkan atau mempromosikan produk dagang yang dilakukan antara seorang pelaku usaha dengan seseorang yang memiliki pengaruh besar di media sosial dan memiliki banyak pengikut. Dalam melakukan perjanjian *endorsement* ini tidak harus memilikih endorser dari kalangan artis saja tetapi bisa juga *food vlogger*.

Endorsement diartikan sebagai sebuah bentuk promosi suatu produk yang dilakukan oleh seseorang yang memiliki pengaruh besar di media sosial atau suatu kegiatan dimana pemilik bisnis meminta para *endorser* untuk mempromosikan produknya melalui media sosial yang dimiliki dan pengusaha kuliner akan memberikan upah/*fee* kepada *endorser* yang telah mempromosikan produknya.

Perjanjian *endorsement* menciptakan hubungan hukum yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, dimana *food vlogger* mendapatkan manfaat berupa kompensasi finansial atau *fee*, sementara pengusaha kuliner dapat memanfaatkan kepopuleran *food vlogger* untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan mereka.

Salah satu hal yang membuat pengusaha kuliner lebih memilih menggunakan jasa *endorsement* karena mereka tidak perlu mengeluarkan banyak biaya, seperti membuat iklan di televisi, radio, majalah dan sebagainya. Dengan menggunakan jasa *endorsement* antara *food vlogger* dengan pengusaha kuliner maka terbentuklah suatu perjanjian.

Dalam Kitab Undang – Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) Pasal 1313 menyebutkan bahwa “Perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu pihak atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih.”

Adapun pengertian dari perjanjian itu sendiri merupakan perbuatan hukum antara dua pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan akibat hukum, yaitu adanya hak dan kewajiban yang mengikat untuk ditaati para pihak, sesuai dengan syarat sahnya perjanjian yang dinyatakan dalam Pasal 1320 KUH Perdata.

Dalam pelaksanaan *endorsement* antara *food vlogger* dengan pengusaha kuliner juga memiliki resiko terjadinya sengketa atau permasalahan dalam pelaksanaan perjanjian tersebut. Perjanjian *endorsement* merupakan perjanjian berbasis online tentunya akan muncul ketidakjelasan informasi, miskomunikasi, dan bentuk tindakan wanprestasi lainnya.

Berdasarkan uraian diatas, maka untuk itu perlu dibahas dan diteliti secara mendalam tentang pelaksanaan perjanjian *endorsement* dan tentunya akan menimbulkan hak dan kewajiban bagi para pihak serta penyelesaian sengketa atau permasalahan dalam perjanjian tersebut.

Dengan demikian berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan diatas menimbulkan minat penulis untuk melakukan penelitian hukum yang berjudul **“Analisis Yuridis Perjanjian *Endorsement* Antara *Food Vlogger* Dengan Pengusaha Kuliner (Studi Di Kota Mataram)**. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian terkait bagaimana pelaksanaan perjanjian *endorsement* serta hubungan hukum para pihak dalam perjanjian *endorsement* dan bagaimana penyelesaian sengketa atau masalah antara pihak *food vlogger* dengan pihak pengusaha kuliner dalam perjanjian tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan perjanjian *endorsement* antara *food vlogger* dengan pengusaha kuliner dan penyelesaian sengketa atau masalah antara pihak *food vlogger* dengan pengusaha kuliner dalam perjanjian *endorsement*. Manfaat dari penelitian ini adalah agar dapat meningkatkan pemahaman teori dan pengetahuan tentang ilmu hukum mengenai pelaksanaan perjanjian *endorsement* antara *food vlogger* dengan pengusaha kuliner dan penyelesaian sengketa antara pihak *food vlogger* dengan pihak pengusaha kuliner dalam perjanjian *endorsement*. Serta dapat menjadi pedoman atau referensi serta menambah wawasan bagi orang lain sehingga dapat berguna sebagai ilmu pengetahuan. Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum empiris, dan menggunakan tiga macam metode pendekatan, yaitu Pendekatan Perundang – Undangan (*Statute Approach*), Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*), Pendekatan Sosiologis.¹

¹ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana, Jakarta, 2009, hlm. 97.

II. PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Perjanjian *Endorsement* Antara *Food Vlogger* Dengan Pengusaha Kuliner

1. Mekanisme Perjanjian *Endorsement* Antara *Food Vlogger* Dengan Pengusaha Kuliner

Adapun tahapan dalam melakukan penyusunan perjanjian kontrak yang mengikuti prosedur perjanjian ada tiga tahap, yaitu: ²

- a. *Pra-Contraktual*, yaitu adanya penawaran dan penerimaan. Menurut teori ini bahwa perjanjian terjadi saat pihak yang menawarkan menerima jawaban langsung dari pihak yang ditawarkan. Menyetujui dan mencapai kesepakatan untuk melakukan hubungan hukum kontrak perjanjian kerjasama. Dalam perjanjian *endorsement* sendiri, penawaran yang diberikan oleh *food vlogger* berupa paket jasa *endorse* seperti apa yang dipilih oleh pengusaha kuliner, contohnya *Paid Promote*, atau konten video melalui *Feeds Tiktok/Instagram*. Dimana nantinya jika pemilik bisnis kuliner merasa sudah sesuai dengan tarif yang diberikan oleh *food vlogger* maka akan masuk dalam tahap selanjutnya.
- b. *Contraktual*, yaitu adanya persesuaian kehendak antara para pihak yang melakukan atau membuat perjanjian. Dalam perjanjian *endorsement* tahap ini berkaitan dengan penentuan isi perjanjian, dari harga *fee*, barang atau produk yang akan di *endorse*, ketepatan waktu

² Salim HS, *Pengantar Hukum Perjanjian Di Luar KUHPerdara*, Reka Cipta, Bandung, 2022, hlm. 22.

dalam memposting *video* sebagai testimoni atau bukti perjanjian.

Ketentuan ini akan menghasilkan hak dan kewajiban bagi para pihak.

- c. *Post-Contraktual*, yaitu pelaksanaan perjanjian. Dalam perjanjian *endorsement* pelaksanaan ini dimaksudkan untuk menggambarkan pelaksanaan perjanjian *endorsement* di lapangan atau secara kenyataan.

2. Hubungan Hukum antara Para Pihak dalam Perjanjian *Endorsement*

Untuk mengetahui hubungan hukum antara para pihak dalam perjanjian *endorsement* maka dari itu haruslah mengetahui isi perjanjian dan apa saja yang menjadi hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian *endorsement*.

a. Isi Perjanjian *Endorsement*

Adapun isi perjanjian yang telah disepakati oleh kedua belah pihak dalam perjanjian *endorsement* adalah sebagai berikut:

- 1) pembayaran *fee*/tarif dilakukan terlebih dahulu melalui transfer rekening antar bank yang telah ditentukan.
- 2) tarif atau kompensasi dari jasa *endorse* yang telah ditentukan oleh pihak *food vlogger*.
- 3) postingan foto atau *video* berupa testimoni harus diunggah sesuai waktu yang telah ditentukan atau setelah pembayaran *fee*.
- 4) barang/produk dari pengusaha kuliner yang akan di *endorse* nantinya haruslah barang/produk yang kualitasnya terjamin dan halal.

Dalam perjanjian *endorsement* antara *food vlogger* dengan pengusaha kuliner terdapat hak dan kewajiban bagi para pihak.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *food vlogger* Adella Ayu dan Wahyu Pratama, mereka menjelaskan hak dan kewajiban kedua belah pihak akan tergantung pada hasil kesepakatan bersama, sehingga setiap perjanjian memiliki perbedaan hak dan kewajiban. Namun prinsipnya adalah agar saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, yakni bagi *food vlogger* dan pengusaha kuliner. Adapun kewajiban – kewajiban yang harus dilaksanakan oleh *food vlogger* dan hal tersebut menjadi hak dari pengusaha kuliner, dan begitupun sebaliknya.³

b. Hak dan Kewajiban Para Pihak

Dalam perjanjian *endorsement* antara *food vlogger* dengan pengusaha kuliner, aspek hak dan kewajibannya, adalah sebagai berikut:⁴

1) Hak dan kewajiban *endorser/food vlogger*, antara lain:

a) Hak *endorser/food vlogger*

(1) *Food vlogger* berhak atas pembayaran atau *fee* atas jasa *endorsement* yang telah ia lakukan sesuai kesepakatan mereka dalam perjanjian. Berupa pembayaran yang ditransfer oleh pengusaha kuliner melalui rekening bank.

(2) *Endorser/food vlogger* berhak atas produk/barang yang akan di *endorse* dari pihak pengusaha kuliner.

³ Wawancara dengan *Food Vlogger* Adella Ayu dan Wahyu Pratama sebagai Responden, Pada Hari Minggu 10 Desember 2023, Pukul 10.51 WITA.

⁴ Ibid.

(3) *Food vlogger* berhak mendapatkan *fee/kompensasi* dari pihak pengusaha kuliner.

b) Kewajiban *endorser/food vlogger*

(1) *Food vlogger* harus mengunggah foto/video dirinya saat memperkenalkan produk/barang dari *endorsee/pengusaha kuliner* ke platform media sosialnya, seperti Tiktok/Instagram sesuai dengan kesepakatan.

(2) *food vlogger* wajib mendatangi tempat usaha/restaurant milik pengusaha kuliner untuk mempromosikan produk/barang sesuai kesepakatan bersama.

(3) *Food vlogger* harus memberitahu dan menandai akun media sosial milik pengusaha kuliner tempat dimana ia mempromosikan dan mendapatkan produk/barang tersebut.

2) Hak dan kewajiban *endorsee/pengusaha kuliner*

a) Hak *endorsee/pengusaha kuliner*

(1) Berhak atas foto/video yang diunggah di akun media sosial *food vlogger* dengan tepat waktu dan kualitas gambar yang bagus.

(2) *Endorsee* berhak atas bertambahnya *followers* pada akun media sosialnya baik di *tiktok* maupun *instagram*.

(3) Berhak menegur apabila *food vlogger* lalai atau terlambat dalam mengunggah foto/video.

b) Kewajiban *endorsee*/pengusaha kuliner

- (1) Pengusaha kuliner berkewajiban mengirim bukti transfer pembayaran *fee* melalui *whatsapp/direct message*.
- (2) Berkewajiban membayar *fee*/kompensasi kepada *food vlogger* sebagai upah atas jasa *endorse* yang telah diberikan.
- (3) Pengusaha kuliner wajib mempersiapkan produk/barang yang akan di *endorse* oleh *food vlogger*.

Dalam hal ini hak dan kewajiban merupakan keterikatan yang mengikat para pihak untuk dipatuhi dan dilaksanakan. Food vlogger memiliki kewajiban tertentu yang harus dipenuhi sekaligus menjadi hak pengusaha kuliner sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

3. Pelaksanaan Perjanjian *Endorsement* antara *Food Vlogger* dengan Pengusaha Kuliner Di Media Sosial

Dari hasil wawancara dengan pemilik usaha kuliner Luna Bakery dan Mania Seblak, umumnya sebelum *food vlogger* dengan pengusaha kuliner membuat atau melakukan perjanjian, pengusaha kuliner biasanya terlebih dahulu mencari dan memilih *food vlogger* yang akan ditawarkan untuk melakukan kerja sama untuk mewujudkan keinginannya. Dalam memilih *food vlogger* yang akan ditawarkan untuk kerjasama, pertama – tama mereka biasanya memilih *food vlogger* yang memiliki pengaruh cukup besar di Kota Mataram melalui media sosialnya, dan mereka juga memperhatikan jumlah pengikut/*followers* di akun media sosial *food vlogger* tersebut, baik di *tiktok* maupun *instagramnya*. Tentunya juga

mereka memperhatikan tarif *endorse* yang ditentukan oleh pihak *food vlogger* itu sendiri. Kemudian akan menghubungi sendiri *food vlogger* yang dirasa sudah cocok untuk di ajak kerja sama melalui whatsapp atau direct message yang sudah ditentukan oleh *food vlogger* itu sendiri untuk melakukan kerjasama pada *food vlogger* yang akan melakukan *endorse* yang bertujuan untuk mempromosikan dan memperkenalkan barang atau produknya. Dalam menentukan tarif *endorse* dilakukan oleh pihak *food vlogger* itu sendiri.⁵

Apabila pihak pengusaha kuliner setuju dengan harga dan ketentuan dari pihak *food vlogger* maka timbullah suatu perikatan atau perjanjian. Apabila pihak yang akan mengadakan perjanjian yakni pihak pengusaha kuliner dengan pihak *food vlogger* telah sepakat, maka pihak pengusaha kuliner akan melakukan transfer *fee* atau imbalan atas jasa yang diberikan oleh *food vlogger* tersebut sesuai dengan yang sudah ditentukan atau telah disepakati oleh kedua belah pihak. Selanjutnya jika pihak pengusaha kuliner sudah melakukan transfer *fee* kepada *food vlogger*, maka pihak *food vlogger* akan mengunggah foto/video *endorse* di akun media sosial miliknya dan akan menandai akun media sosial milik pengusaha kuliner seperti yang telah disepakati bersama.⁶

Dalam pelaksanaannya, perjanjian *endorsement* menggunakan perjanjian baku secara tertulis dalam bentuk perjanjian elektronik melalui whatsapp dan direct message. Perjanjian *endorsement* dilakukan melalui

⁵ Wawancara dengan Pemilik Usaha Kuliner Luna Bakery dan Mania Seblak sebagai Responden, Pada Hari Minggu 10 Desember 2023, Pukul 16. 25 WITA.

⁶ Ibid

chattingan, hal ini masih dapat dikatakan sah dan hubungan keduanya mengikat. Sebagaimana yang dicantumkan dalam Pasal 5 Undang – Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, “Dokumen atau Informasi Elektronik dan hasil cetaknya dikatakan sebagai alat hukum yang sah”.⁷

B. Penyelesaian Sengketa antara Para Pihak *Food Vlogger* dengan Pihak Pengusaha Kuliner dalam Perjanjian *Endorsement*

1. Bentuk – Bentuk Wanprestasi Dalam Perjanjian *Endorsement* antara *Food Vlogger* dengan Pengusaha Kuliner

Surat perjanjian dibuat dengan tujuan untuk melindungi hak – hak dan memastikan pelaksanaan kewajiban para pihak, sehingga dapat mencegah terjadinya pelanggaran kesepakatan atau wanprestasi dalam pelaksanaan perjanjian.

Wanprestasi dapat diartikan sebagai kelalaian, kealpaan, tidak memenuhi sesuatu yang diwajibkan seperti yang telah ditetapkan sebelumnya. Wanprestasi disebutkan dalam Pasal 1243 KUHPerdara yang menyatakan:

“Penggantian biaya, rugi, dan bunga karena tidak terpenuhinya suatu perikatan, berulah mulai diwajibkan, apabila debitur, setelah dinyatakan lalai memenuhi perikatannya, tetap melalaikannya atau jika sesuatu yang harus diberikan atau dibuatnya dalam tenggang waktu yang telah dilampaukannya”.

⁷ Pontynindya, Hyang Adhisti Wulandari, Perjanjian Tidak Tertulis Dalam *Endorsement* antara Online Shop dengan Selebgram Perspektif Hukum Islam, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2019, hlm. 64.

Menurut Subekti, terdapat beberapa bentuk wanprestasi yang bisa terjadi dalam perjanjian kerja sama, yakni:

- a. Tidak melakukan apa yang disanggupi
- b. Melakukan apa yang diperjanjikan tetapi tidak seperti apa yang diperjanjikan
- c. Melakukan apa yang sudah diperjanjikan tetapi terlambat
- d. Melakukan sesuatu yang dilarang dilakukan dalam perjanjian.

Berdasarkan dari hasil wawancara, adapun diperoleh bentuk – bentuk sengketa atau wanprestasi yang pernah dilakukan atau dialami oleh *food vlogger*, yaitu:

a. Keterlambatan Pembayaran

Keterlambatan pembayaran merupakan jenis pelanggaran yang disebabkan karena adanya kelalaian yang dilakukan oleh debitur baik karena kelalaian maupun dengan sengaja tidak memenuhi kewajibannya. Jika pihak yang memiliki kewajiban untuk membayar jasa pihak lainnya lalai atau tidak melakukan pembayaran sesuai dengan yang telah disepakati oleh kedua belah pihak sesuai dengan tenggang waktu yang ditentukan dalam pada saat terjadinya perjanjian, maka perpuatan tersebut dapat dilakatakan wanprestasi.

b. Ketidaksesuaian Arahan/*Briefing*

Pada saat memperoleh kesepakatan, sudaah seharusnya pihak pengusaha kuliner memberikan pemahaman kepada *food vlogger* mengenai *endorse* seperti apa yang diinginkan, seperti foto/video, caption dan lain sebagainya terkait konten *endorse* yang akan ditampilkan atau diunggah oleh *food vlogger* dalam media sosialnya.

Dalam memutuskan untuk menggunakan jasa *endorse*, pihak pengusaa kuliner terlebih dahulu menggunakan riset terhadap pasar. Maka dalam mempromosikan produk atau barang dari pengusaha kuliner, pihak *food vlogger* harus mematuhi aturan dan ketentuan yang diberikan oleh pengusaha kuliner agar sesuai dengan hasil yang diharapkan. Jika *endorse* yang dilakukan oleh *food vlogger* tidak sesuai maka dapat dikatakan wanprestasi karena tidak melakukan seperti apa yang diperjanjikan.

2. Penyelesaian Sengketa Antara Pihak *Food Vlogger* Dengan Pihak Pengusaha Kuliner Dalam Perjanjian *Endorsement*

Penyelesaian sengketa atau wanprestasi dalam sebuah perjanjian atau kesepakatan, sistem hukum yang ada di Indonesia mempersiapkan dua jenis penyelesaian sengketa atau wanprestasi, yaitu:

- a. Litigasi (Pengadilan), merupakan suatu pola penyelesaian sengketa yang terjadi antara para pihak yang diselesaikan melalui pengadilan dan putusannya bersifat mengikat.
- b. Non – Litigasi (Alternatif di Luar Pengadilan) melalui BPSK, merupakan penyelesaian sengketa yang dilakukan diluar pengadilan atau dengan kata lain alternatif penyelesaian sengketa.

Berdasarkan dari hasil wawancara, dalam perjanjian *endorsement* antara *food vlogger* dengan pengusaha kuliner di Kota Mataram penyelesaian sengketa antara pihak dilakukan melalui jalur non – litigasi (diluar pengadilan) yaitu dengan musyawarah mufakat, penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi (pengadilan) dirasa kurang efektif jika dilihat dari nominal dalam perjanjian *endorsement* tentunya akan mengeluarkan banyak biaya dan membutuhkan waktu yang lama.

III. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Pelaksanaan perjanjian *endorsement* antara *food vlogger* dengan pengusaha kuliner dilakukan dengan dua cara, yaitu: perjanjian elektronik dilakukan melalui media sosial oleh para pihak yang melakukan perjanjian dan dilakukan dalam bentuk perjanjian baku elektronik.

Dalam perjanjian *endorsement* terdapat hubungan hukum antara pihak pengusaha kuliner dengan pihak *food vlogger* yaitu adanya hak dan kewajiban antara para pihak yang dimana *food vlogger* berhak mendapatkan fee atas jasa *endorse* yang telah ia berikan kepada *food vlogger* dan pihak pengusaha kuliner berkewajiban memberikan *fee* kepada *food vlogger* atas jasa *endorse* yang telah ia terima dan begitupun sebaliknya, sehingga perjanjian *endorsement* termasuk dalam perjanjian obligator. Perjanjian *endorsement* juga termasuk perjanjian elektronik yang bisa dicetak atau diprint.

2. Penyelesaian sengketa dalam perjanjian ada dua cara, yakni dengan jalur litigasi (pengadilan) dan non – litigasi (alternatif di luar pengadilan) melalui BPSK. Dalam perjanjian *endorsement* antara *food vlogger* dengan pengusaha kuliner di Kota Mataram penyelesaian sengketa dilakukan melalui musyawarah mufakat, jalur pengadilan dirasa kurang efektif jika dilihat dari nominal kerjasama *endorsement* antara *food vlogger* dengan pengusaha kuliner tentunya akan mengeluarkan banyak biaya dan membutuhkan waktu

yang lama, sehingga penyelesaian sengketa dalam perjanjian *endorsement* dilakukan melalui musyawarah mufakat.

Saran

1. Bagi *food vlogger*, dalam melakukan perjanjian *endorsement* agar lebih mematuhi ketentuan – ketentuan dalam perjanjian seperti yang telah disepakati bersama, serta mematuhi arahan – arahan atau ketentuan dari pihak pengusaha kuliner dalam membuat konten *video* agar sesuai dengan kesepakatan bersama yang telah disepakati sebelumnya.
2. Bagi pengusaha kuliner, dalam memilih atau mencari *food vlogger* hendaknya memperhatikan banyak *followers* dari akun media sosial *food vlogger* tersebut, dan dalam rangka membayar diharapkan pengusaha kuliner memperhatikan waktu pembayaran sesuai dengan yang telah disepakati bersama pihak *food vlogger*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal

Marzuki, P. M. (2009). *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana.

Salim HS. (2022). *Pengantar Hukum Perjanjian Di Luar KUHPerdara*. Bandung: Reka Cipta.

Wulandari, P. A. (2019). *perjanjian tidak tertulis dalam endorsement antara online shop alstuff malang dengan selebgram perspektif hukum islam*. Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim.

Peraturan Perundang – Undangan

Indonesia, Kitab Undang – Undang Hukum Perdata

Indonesia, Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik

Wawancara

Wawancara dengan Adella Ayu, *Food vlogger* Pemilik Akun Tiktok @jalanjalanlombok sebagai responden, Pada Hari Kamis 7 Desember 2023, Pukul 15.10. (n.d.)

Wawancara Dengan Wahyu Pratama. (Pada Hari Minggu 10 desember 2023 Pukul 18.30). *Food Vlogger Pemilik Akun Tiktok Kuliner @kulinerntb*. Mataram.