

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

1. Perjanjian jasa promosi (*endorsement*) terbentuk akibat adanya kesepakatan antara pihak *online shop* dengan pihak *influencer* melalui fitur *chat* dalam media sosial yang kedua belah pihak gunakan. perjanjian tersebut terbentuk hanya sebatas kesepakatan antara kedua belah pihak, sehingga termasuk ke dalam perjanjian tidak tertulis/perjanjian lisan. Pada dasarnya perjanjian jasa promosi (*endorsement*) merupakan perjanjian *online* yang termasuk dalam perjanjian tidak bernama, artinya perjanjian tersebut tidak diatur di dalam KUHPerdato atau secara khusus dalam Undang-Undang, melainkan perjanjian tersebut muncul akibat adanya perkembangan dalam masyarakat. perjanjian jasa promosi (*endorsement*) meskipun termasuk ke dalam perjanjian elektronik karena terdapat transaksi elektronik didalamnya, namun tetap perlu dipastikan keabsahan perjanjian tersebut sesuai dengan pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer).
2. Tidak menutup kemungkinan dalam pelaksanaan perjanjian jasa promosi (*endorsement*) dapat terjadi adanya wanprestasi. Didalam Peraturan Perundang-undangan telah dijelaskan mengenai tanggung jawab para pihak dalam pemenuhan prestasi. Hal tersebut dimaksudkan agar para pihak dalam melaksanakan perjanjian dan berusaha tetap sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang ada, sehingga tidak menimbulkan sengketa dikemudian hari. Namun apabila telah terjadi sengketa para pihak yang

mengalami kerugian dapat menuntut ganti rugi maupun pemenuhan prestasi. Pada perjanjian jasa promosi (*endorsement*) umumnya jika terjadi sengketa, maka dapat diselesaikan melalui alternatif penyelesaian sengketa berupa negosiasi, agar dapat lebih menghemat biaya, waktu, serta lebih privat karena diselesaikan oleh kedua belah pihak.

4.2 Saran

1. Kepada *influencer* sebagai pemberi jasa promosi (*endorsement*) hendaknya dapat selalu menjunjung tinggi itikad baik selama melakukan perjanjian jasa promosi dengan pihak *online shop* selaku konsumen pengguna jasa promosi (*endorsement*). Selain itu hendaknya pihak *influencer* lebih memahami dan tepat waktu dalam memenuhi setiap kewajiban yang harus dilakukan agar pihak pemilik *online shop* tidak mengalami kerugian.
2. Kepada pihak pemilik *online shop* agar hendaknya untuk mengantisipasi dan memudahkan alat bukti apabila suatu saat perkara tersebut dibawa ke jalur litigasi, maka sebaiknya sejak awal perjanjian tersebut dilakukan secara tertulis. Selain itu pihak pemilik *online shop* hendaknya selalu mengingatkan pihak *influencer* yang melakukan wanprestasi untuk dapat mengembalikan barang yang akan dipromosikan maupun uang yang telah diberi secara penuh.