
PEMBATALAN SEPIHAK PERJANJIAN *ENDORSEMENT*
DENGAN ALASAN PENURUNAN REPUTASI *PUBLIC FIGURE*:
ANALISIS ASAS *PACTA SUNT SERVANDA*

Oleh:

Ida Ayu Pradnya Maheswari¹

Ida Bagus Yoga Raditya²

Universitas Udayana

Alamat: Jl. Pulau Bali No. 1, Dauh Puri Klod, Kec. Denpasar Bar., Kota Denpasar, Bali
(80114).

Korespondensi Penulis: idaayupradnyamaheswari@gmail.com,
idabagusyogaraditya@unud.ac.id.

Abstract. This study aims to analyze the validity of unilateral cancellation of endorsement agreements on the grounds of damage to the reputation of public figures based on the principle of *Pacta Sunt Servanda*. Using a normative legal research method with a legislative and conceptual approach, this study examines the provisions on contract cancellation in the Civil Code and the position of reputation as an immaterial achievement in contracts. Secondary data was obtained through a literature study of primary, secondary, and tertiary legal materials, which were analyzed qualitatively. The results of the study show that unilateral cancellation is, in principle, invalid without a clear legal basis, and that a decline in reputation can only be used as a reason if it is explicitly stipulated in the contract or proven to be a fundamental breach that frustrates the main purpose of the agreement. The principle of *Pacta Sunt Servanda* remains binding on both parties unless there is a breach of contract or force majeure. This study contributes to the development of modern civil law related to digital contracts and serves as a practical guideline for business actors and public figures in drafting clear and measurable reputation clauses.

PEMBATALAN SEPIHAK PERJANJIAN ENDORSEMENT DENGAN ALASAN PENURUNAN REPUTASI PUBLIC FIGURE: ANALISIS ASAS *PACTA SUNT SERVANDA*

Keywords: *Endorsement, Unilateral Termination, Reputation, Public Figure, Pacta Sunt Servanda Principle.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan menganalisis keabsahan pembatalan sepihak perjanjian endorsement dengan alasan penurunan reputasi public figure berdasarkan asas *Pacta Sunt Servanda*. Menggunakan metode penelitian yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual, kajian ini menelaah pengaturan pembatalan kontrak dalam KUHPerdata serta kedudukan reputasi sebagai prestasi immaterial dalam kontrak. Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan terhadap bahan hukum primer, sekunder, dan tersier yang dianalisis secara kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembatalan sepihak pada prinsipnya tidak sah tanpa dasar hukum yang jelas dan penurunan reputasi dapat dijadikan alasan hanya jika secara tegas diatur dalam kontrak atau terbukti merupakan pelanggaran fundamental yang menggagalkan tujuan utama perjanjian. Asas *Pacta Sunt Servanda* tetap mengikat kedua belah pihak kecuali terdapat wanprestasi atau keadaan memaksa (force majeure). Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan hukum perdata modern terkait kontrak digital serta menjadi pedoman praktis bagi pelaku usaha dan public figure dalam penyusunan klausula reputasi yang jelas dan terukur.

Kata Kunci: *Endorsement, Pembatalan Sepihak, Reputasi, Public Figure, Asas Pacta Sunt Servanda.*

LATAR BELAKANG

Perkembangan media sosial yang pesat dapat mempermudah pengaksesan informasi tanpa batas ruang dan waktu yang berguna khususnya bagi pelaku usaha melalui media sosial sebagai kanal promosi.¹ Pelaku usaha memerlukan *public figure* untuk membantu mempromosikan brandnya di media sosial melalui sistem *endorsement*.² Efektivitas promosi sangat dipengaruhi oleh citra dari *public figure* itu sendiri. Dalam

¹ Nisa, Raizatul et al. "Perlindungan Hukum Terhadap Perjanjian *Endorsement* (Jasa Promosi) Yang Dilakukan Oleh Selebgram Pada Media Sosial Instagram Ditinjau Dari Perspektif Kitab Undang-Undang Hukum Perdata." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Malikussaleh* 7, no. 2(2024): 1.

² Siska, N.L.P. et al. "Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha *Online Shop* Apabila Terjadi Wanprestasi Yang Dilakukan Oleh Pemberi Jasa Endorse di Kota Denpasar." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 7, no. 4(2019): 1-4.

sistem *endorsement* pelaku usaha akan menjalin hubungan kerja sama dengan *public figure* untuk mempromosikan produknya yang menimbulkan suatu perjanjian dan hubungan hukum antara keduanya.³ Perjanjian diatur pada Pasal 1313 KUHPerdata bahwa “Suatu persetujuan adalah suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan diri terhadap satu orang lain atau lebih.”. Pada Pasal 1320 KUHPerdata, sahnya sebuah perjanjian harus memenuhi empat syarat yaitu: kesepakatan, kecakapan, suatu pokok persoalan tertentu, dan suatu sebab yang tidak terlarang. Jika suatu perjanjian disepakati maka para pihak berwenang untuk memenuhi hak dan kewajiban yang telah disepakati tanpa merugikan pihak lain yang dikenal dengan asas *Pacta Sunt Servanda*.⁴ Asas ini dibuat sebagai landasan hukum para pihak atas perjanjian yang sah dan mengikat layaknya undang-undang yang dirujuk dari pasal 1338 KUHperdata.⁵

Dalam perjanjian *endorsement*, walaupun perjanjian tersebut dibuat atas kesepakatan dari para pihak, praktik di lapangan menunjukkan bahwa penurunan reputasi *public figure* seringkali memicu keinginan pelaku usaha untuk mengakhiri kerja sama sebelum waktu kontrak berakhir.⁶ Hal tersebut terjadi karena penurunan reputasi tersebut dianggap dapat berpengaruh terhadap citra brand. Merujuk pada hal itu muncul pertanyaan terkait keabsahan dari pembatalan sepihak oleh pelaku usaha dengan alasan reputasi *public figure* tersebut sedang turun, khususnya jika dikaitkan dengan adanya asas *Pacta Sunt Servanda*. Walaupun asas *Pacta Sunt Servanda* menuntut para pihak untuk mematuhi isi perjanjian, diperlukan penelitian terkait keabsahan sebuah pembatalan sepihak perjanjian *endorsement* oleh pelaku usaha dengan alasan turunnya reputasi *public figure*.

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas terkait perjanjian *endorsement*, namun fokusnya berbeda. Rauzatul Nisa (2024) meneliti perlindungan hukum bagi pihak *onlineshop* yang haknya dirugikan selebgram. Aula Rizkiyana dkk., meneliti keabsahan perjanjian kerjasama dan perlindungan hukum terhadap *influencer*. Devi Nadhilah dkk., membahas akibat hukum pencantuman klausula baku dalam perjanjian *endorsement*

³ Stevani, Rebica. “Tinjauan Yuridis Perjanjian *Endorsement* Antara Selebgram Dengan *Online Shop* (Studi Di Kota Mataram.” Skripsi Fakultas Hukum Universitas Mataram, 2020: 1-2.

⁴Tanjaya, Willy et al. “Tinjauan Hukum Tentang Penerapan Asas *Pacta Sunt Servanda* Dalam Hukum Bisnis Terhadap Penyelesaian Kasus Wanprestasi.” *Unes Journal of Swara Justisia* 9, no. 2(2025): 262.

⁵ Siswanta, A.R.L. “Penerapan Asas *Pacta Sunt Servanda* dalam Perjanjian Standar yang Mengandung Klausula Eksonerasi Tanpa Menerapkan Asas Itikad Baik.” *Jurnal De Jure* 15, no. 1(2023): 52.

⁶ Dwikayanti, N.M.R and Purwanti, N.P. “Perlindungan Hukum Bagi Pemberi Jasa Endorse Dalam Perjanjian *Endorsement*.” *Jurnal Kertha Semaya* 9, no. 5(2021): 747-759.

PEMBATALAN SEPIHAK PERJANJIAN *ENDORSEMENT* DENGAN ALASAN PENURUNAN REPUTASI *PUBLIC FIGURE*: ANALISIS ASAS *PACTA SUNT SERVANDA*

dikaitkan dengan asas kepatutan. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena berfokus pada keabsahan pembatalan sepihak perjanjian *endorsement* dengan alasan penurunan reputasi *public figure* dengan menggunakan asas *Pacta Sunt Servanda* sebagai kerangka analisis utama, bukan sekedar perlindungan hukum antar pihak. Kajian ini mengisi *research gap* dengan mengkaji perjanjian *endorsement* sebagai bentuk perjanjian keperdataan modern yang sangat dipengaruhi oleh faktor reputasi dan menguji sejauh mana asas *Pacta Sunt Servanda* dapat dibatasi dalam praktik pembatalan kontrak akibat perubahan kondisi non yuridis. Melalui pendekatan ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepastian hukum bagi pelaku usaha dan *public figure* terkait batasan keabsahan pembatalan sepihak perjanjian *endorsement* sehingga tercipta kepastian hukum bagi para pihak dalam hubungan kontraktual.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif yang akan berfokus pada norma hukum positif yang berlaku. Penelitian ini akan mengkaji dalam masalah kejelasan dan batasan norma hukum perdata terhadap fenomena pembatalan kontrak secara sepihak akibat faktor reputasi. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (*Statute Approach*) dengan bahan hukum yang digunakan untuk mendukung penelitian ini antara lain bahan hukum primer berupa seperti KUHPerdata, UU ITE dan regulasi perjanjian elektronik. Serta Pendekatan Kasus (*Case Approach*) dengan menganalisis putusan MA untuk mencerminkan konsistensi yurisprudensi terkait pembatalan sepihak perjanjian. Bahan hukum sekunder meliputi jurnal ilmiah terdahulu dan pendapat para ahli. Selain itu, bahan hukum tersier meliputi artikel ilmiah, media massa dan skripsi. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan teknik deskriptif analitis yaitu menggambarkan isi norma yang relevan lalu menganalisisnya untuk menemukan kejelasan terhadap asas hukum yang berlaku terhadap kasus pembatalan sepihak perjanjian *endorsement* tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaturan Hukum Terkait Pembatalan Sepihak Dalam Perjanjian *Endorsement*.

Teknik *endorsement* merupakan bentuk promosi yang dilakukan antara pelaku usaha dan *public figure* dimana *public figure* mempromosikan produknya dengan tujuan meningkatkan penjualan. Dengan teknik ini, konsumen akan tertarik dan dapat percaya terhadap suatu produk yang dipromosikan.⁷

1. Konsep Perjanjian *Endorsement* Dalam Hukum Perdata.

Menurut Subekti, perjanjian adalah hubungan antara dua orang atau lebih berdasarkan kesepakatan yang menimbulkan akibat hukum.⁸ Semua pihak dapat membuat perjanjian yang saling mengikat para pihak dan menentukan isi perjanjian dan tertulis atau tidak dengan tetap sesuai peraturan perundang-undangan.⁹ Definisi dari perjanjian itu sendiri dijelaskan dalam Pasal 1313 KUHPerdata dimana satu orang mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Dalam perjanjian, dikenal dengan perjanjian nominat dan innominat. Nominat adalah perjanjian yang sudah dikenal dalam KUHPerdata. Sedangkan perjanjian innominat adalah perjanjian yang ada dalam kehidupan Masyarakat namun tidak dikenal dalam KUHPerdata. Dalam hal ini, perjanjian *endorsement* termasuk dalam kontrak innominat. Sehingga walaupun perjanjian *endorsement* tidak secara ekspilisit diatur, keberadaannya tetap dianggap sah asal tidak bertentangan dengan undang-undang.

Dalam proses pelaksanaan perjanjian *endorsement*, terkadang bentuk dari perjanjian itu hanya melalui *direct message*. Sehingga beberapa perjanjian *endorsement* dapat dikatakan perjanjian elektronik. Perjanjian ini dapat dikatakan sah sesuai dengan Pasal 5 UUITE yaitu “Informasi elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat hukum yang sah. Pada Pasal 6 UUITE dijelaskan bahwa dokumen elektronik dianggap sah sepanjang informasi tercantum didalamnya dapat diakses, ditampilkan, terjamin, dan dapat dipertanggungjawabkan sehingga menerangkan suatu keadaan. Perjanjian *endorsement* termasuk perjanjian obligatoir karena mewajibkan seseorang untuk membayar atas jasa yang disebut perjanjian timbal balik

⁷ Awalya, S.S. et al. “Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Sunscreen “Merek Azarine” (Pada Generasi Z Bekasi).” *Jurnal Economina* 2, no. 10(2023): 2718-2719.

⁸ Subekti, R., “Hukum Perjanjian.” (Jakarta: Intermasa , 1985), hlm. 1.

⁹ Rizkiyana, A. et al. “Perlindungan Hukum Terhadap Influencer Dalam Perjanjian Promosi (*endorsement*) Produk Kosmetik Kecantikan.” *Jurnal Rekomendasi Hukum Universitas Mataram* 1, no. 2(2025): 3.

PEMBATALAN SEPIHAK PERJANJIAN *ENDORSEMENT* DENGAN ALASAN PENURUNAN REPUTASI *PUBLIC FIGURE*: ANALISIS ASAS *PACTA SUNT SERVANDA*

bagi pelaku usaha dan *public figure*.¹⁰ Hak dan kewajiban yang mengikat para pihak tergantung pada perjanjian yang sudah disepakati, dengan harus saling menguntungkan kedua belah pihak. Adapun kewajiban-kewajiban tersebut harus dilaksanakan baik oleh pelaku usaha maupun *public figure*.

Syarat-syarat sahnya sebuah perjanjian tertuang dalam Pasal 1320 KUHPerdata yang dijabarkan sebagai berikut¹¹:

- 1) Kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya, antara para pihak harus memiliki kemauan atau secara sukarela untuk mengikatkan diri. Perjanjian dianggap sah apabila tidak adanya unsur kekhilafan, paksaan atau penipuan.
- 2) Kecakapan untuk membuat suatu perikatan, dalam hal ini tidak cakap untuk membuat suatu perikatan adalah anak yang belum dewasa, orang yang ditaruh di bawah pengampunan, perempuan yang telah kawin. Pada umumnya semua orang yang oleh undang-undang dilarang untuk membuat perikatan tertentu.
- 3) Suatu pokok persoalan tertentu, adanya barang dalam perjanjian yang ditentukan jenisnya, yakni barang yang dapat diperdagangkan.
- 4) Suatu sebab yang tidak terlarang, isi dari perjanjian tersebut tidak boleh bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan, dan ketertiban umum.

Keabsahan suatu perjanjian harus memenuhi empat unsur utama tersebut. Dalam hal ini, apabila suatu perjanjian tidak memenuhi seluruh unsur diatas, maka perjanjian tersebut dianggap tidak sah atau dapat dibatalkan. Selain itu, isi dari klausul dalam perjanjian sangat penting karena klausul adalah hal utama untuk menentukan hak dan kewajiban para pihak termasuk mekanisme pelaksanaan, kewajiban, larangan, serta akibat hukum apabila terjadi pelanggaran. Menurut Pasal 1 angka 10 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa klausula baku merupakan setiap ketentuan dan syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang bersifat mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.¹²

¹⁰ Stevani, Rebica., *op. cit.* hlm. 7.

¹¹ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, *op. cit.* Pasal 1320.

¹² Yudityastri, Alya and Suraji. "Klausula Baku Dalam Perjanjian *Endorsement* Dikaitkan Dengan Asas Kebebasan Berkontrak." *Jurnal Privat Law* 8, no. 2(2020): 168-169.

2. Ketentuan Hukum Pembatalan Sepihak.

Dalam hukum Indonesia, pembatalan suatu perjanjian merupakan bentuk jika salah satu pihak tidak memenuhi apa yang menjadi kesepakatan atau disebut wanprestasi. Pembatalan sebuah perjanjian menjadikan para pihak kembali pada keadaan sebelum adanya perjanjian tersebut dimana pihak yang memberikan sesuatu dari pihak lain dalam bentuk apapun maka hal tersebut harus dikembalikan.¹³ Apabila klausul pembatalan kontrak tidak dicantumkan secara tegas dalam perjanjian maka mekanisme pembatalan tunduk pada Pasal 1266 dan Pasal 1267 KUHPerdata. Disebutkan dalam Pasal 1266 KUHPerdata bahwa syarat batal dianggap selalu dicantumkan dalam persetujuan yang timbal balik, andai kata salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya. Jika syarat batal tidak dinyatakan dalam persetujuan, maka hakim dengan melihat keadaan, atas permintaan tergugat, leluasa memberikan suatu jangka waktu untuk memenuhi kewajiban, tetapi jangka waktu itu tidak boleh lebih dari satu bulan. Hal ini menunjukan bahwa pembatalan sebuah perjanjian menurut Pasal 1266 KUHPerdata wajib dimintakan pada hakim walaupun syarat batal tercantum maupun tidak tercantum. Pada Pasal 1267 KUHPerdata, pihak yang merasa dirugikan dapat menuntut pihak lain untuk memenuhi kewajibannya atau menuntut pembatalan perjanjian tersebut dengan penggantian biaya, kerugian, dan bunga. Dalam beberapa kasus, pembatalan sepihak dapat dilakukan tanpa putusan hakim apabila atas kesepakatan dengan pihak lain.¹⁴

Berdasarkan Pasal 1338 KUHPerdata perjanjian yang dibatalkan secara sepihak dianggap tidak sah karena perjanjian dibuat atas dasar kesepakatan dua pihak, maka tentunya perjanjian dilaksanakan dengan itikad baik yaitu tidak merugikan pihak lain. Pembatalan sepihak tanpa klausula kontrak, putusan hakim, atau kesepakatan pihak lain berpotensi dikualifikasikan sebagai perbuatan melawan hukum. Dalam Putusan Nomor 1051 K/Pdt/2014(PT. Chuhatsu Indonesia vs PT. Tenang Jata Sejahtera), MA berpendapat bahwa pembatalan perjanjian secara sepihak termasuk perbuatan melawan hukum karena bertentangan 1338 KUHPerdata yaitu

¹³ Amalia, I. Q. A. "Akibat Hukum Pembatalan Perjanjian Dalam Putusan Nomor 1572 K/PDT/2015 Berdasarkan Pasal 1320 DAN 1338 KUHPerdata." *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune 1*, no. 1(2018): 63-64.

¹⁴ Pahlefi, Raffles, and Manik, H. "Klausula Pembatalan Sepihak Dalam Perjanjian Mneurut Peraturan Perundang-undangan Indonesia." *Gorontalo Law Review 2*, no. 2(2019): 73-74.

PEMBATALAN SEPIHAK PERJANJIAN ENDORSEMENT DENGAN ALASAN PENURUNAN REPUTASI PUBLIC FIGURE: ANALISIS ASAS *PACTA SUNT SERVANDA*

perjanjian tidak dapat ditarik kembali selain dengan kesepakatan kedua belah pihak.¹⁵ Selain itu pada Putusan Nomor 580 PK/Pdt/2015 MA menegaskan bahwa “Bawa penghentian Perjanjian Kerjasama secara sepihak tersebut merupakan perbuatan melawan hukum, oleh karena itu tergugat harus membayar kerugian yang dialami Penggugat”.¹⁶ Apabila secara doktrinal, adanya *Fundamental breach* yakni pelanggaran serius yang menghilangkan tujuan utama kontrak misalnya skandal oleh *public figure* yang secara langsung dan terbukti berdampak buruk pada citra brand secara permanen. Berdasarkan hal itu, pembatalan sepihak menurut Pasal 1266-1267 KUHperdata serta yurisprudensi MA pada prinsipnya tidak sah dan termasuk perbuatan melawan hukum, oleh karena itu dibutuhkan pengajuan pembatalan melalui hakim atau persetujuan para pihak.

Akibat hukum dari pembatalan perjanjian secara sepihak dengan perjanjian batal demi hukum berbeda. Perjanjian yang batal demi hukum akibatnya perjanjian yang telah disepakati itu dianggap tidak pernah terjadi dan keadaan dikembalikan ke semula seperti sebelum perjanjian tersebut dibuat. Sedangkan pembatalan perjanjian secara sepihak dengan ini harus melalui pengadilan, apabila tanpa melalui pengadilan maka pembatalan tersebut tidak sah dan akan tetap mengikat para pihak.¹⁷ Dalam praktiknya terdapat keadaan tertentu yang diakui sebagai pengecualian yang dapat membenarkan pengakhiran sepihak seperti halnya wanprestasi yaitu salah satu pihak tidak memenuhi isi perjanjian,¹⁸ keadaan memaksa(*force majeure*) yaitu keadaan diluar kehendak para pihak sehingga prestasi tidak dapat dilaksanakan, dan *morality clause* yaitu memberikan hak salah satu pihak untuk mengakhiri perjanjian apabila pihak lain melakukan tindakan merugikan yang menyangkut kesusilaan. Tiga alasan ini biasanya digunakan sebagai penentu dalam pembatalan sebuah perjanjian. Apabila alasan pembatalan sepihak tidak termasuk dari ketiganya, maka umumnya pembatalan tersebut dianggap tidak sah. Dengan demikian, secara normatif

¹⁵ Wahyuni, Sri et al. “Akibat Hukum pembatalan Sepihak Perjanjian Kerja Sama Waralaba: Tinjauan Asas Itikad Baik Demi Mewujudkan Keamanan Hak-Hak Para Pihak.” *Jurnal Keamanan Nasional* 8, no. 2(2022): 411-412.

¹⁶ Mahkamah Agung RI, Putusan Nomor 580 PK/Pdt/2015, tanggal 17 Februari 2016, hlm. 28.

¹⁷ Aula, I. M. and Cahyono, A. B. “Pembatalan Perjanjian Secara Sepihak Akibat Wanprestasi (Studi Putusan-Putusan Pengadilan dan Perbandingan di Negara-Negara Civil Law).” *Lex Patrimonium* 2, no. 2(2023): 4.

¹⁸ *Ibid.* hlm. 2-3.

pembatalan sepihak dalam sebuah perjanjian termasuk tidak sah namun dapat dibenarkan apabila didasarkan pada alasan yang memang diakui dalam hukum kontrak. Dalam perjanjian *endorsement*, kondisi tersebut menjadi relevan karena citra *public figure* menjadi faktor penentu keberlanjutan kerjasama, sehingga reputasi sangat memengaruhi kepentingan hukum dan komersial para pihak dalam perjanjian tersebut.

Penurunan Reputasi *Public Figure* Sebagai Alasan Sah Pembatalan Sepihak Perjanjian *Endorsement* Menurut Asas *Pacta Sunt Servanda*.

Reputasi adalah evaluasi yang mencerminkan keyakinan tentang sifat, perilaku yang memengaruhi kepercayaan dan loyalitas. Reputasi positif seorang *public figure* memiliki keunggulan kompetitif dan faktor penting mencapai kesuksesan promosi produk.¹⁹ Citra sebuah brand sangat berperan penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk tersebut. Dalam hal ini, peran *public figure* dimaksudkan untuk dapat menginformasikan produk agar dikenal oleh konsumen dan menumbuhkan minat beli dan meningkatkan penjualan pelaku usaha.²⁰ Semakin efektif marketing yang dilakukan oleh *public figure* tersebut maka semakin tinggi pula minat beli konsumen.²¹ Apabila reputasi *public figure* yang bersangkutan buruk maka pastinya akan berdampak terhadap kepercayaan konsumen.

1. Asas *Pacta Sunt Servanda* Dan Implikasinya Terhadap Kepastian Hukum.

Perjanjian yang sah berkekuatan seperti undang-undang wajib dilaksanakan dengan itikad baik, yang disebut asas *Pacta Sunt Servanda*. Asas *Pacta Sunt Servanda* merupakan prinsip dasar dalam hukum kontrak dimana setiap perjanjian yang disepakati harus dipatuhi dan dilaksanakan penuh tanggung jawab bagi para pihak.²² Menurut Pasal 1338 KUHPerdata, semua persetujuan yang dibuat sesuai dengan undang-undang berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Sebuah perjanjian dibuat untuk saling menguntungkan para pihak. Adanya asas itikad

¹⁹ Ryu, E. A. and Han, E. “Social Media Influencer’s Reputation: Developing and Validating a Multidimensional Scale.” *MDPI Sustainability* 13, 631(2021): 2.

²⁰ Delima et al. “Pengaruh Influencer Marketing, *Endorsement*, dan *Brand Image* Terhadap Minat Pembelian di Pasal Kosmetik (Studi Literatur Review).” *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 2, no. 1b (2025): 2559.

²¹ *Ibid.*

²² Tanjaya, Willy et al., *op cit.* hlm. 261.

PEMBATALAN SEPIHAK PERJANJIAN *ENDORSEMENT* DENGAN ALASAN PENURUNAN REPUTASI *PUBLIC FIGURE*: ANALISIS ASAS *PACTA SUNT SERVANDA*

baik (*good faith*) pada saat kontrak dibentuk menandakan bahwa perjanjian tersebut dibuat atas kerelaan para pihak. Tidak ada alasan lain untuk tidak memenuhi prestasi tersebut, pada hakikatnya semua prestasi harus dicapai oleh kedua pihak agar tidak ada yang dirugikan.²³ Perjanjian yang telah disepakati menjadi pedoman bagi para pihak untuk bertindak sesuai dengan apa yang telah diatur dalam perjanjian. Selain itu, perjanjian juga dapat menjadi pedoman dalam menyelesaikan masalah apabila terjadi sengketa ditengah pelaksanaan perjanjian.²⁴

Asas *Pacta Sunt Servanda* berkaitan dengan akibat dari perjanjian tersebut dimana hakim atau pihak ketiga harus menghormati substansi kontrak yang telah dibuat para pihak selayaknya undang-undang dengan tidak melakukan intervensi terhadap substansi yang dibuat oleh para pihak. Kepastian ini menimbulkan prediktabilitas para pihak dalam bertindak dan melaksanakan kewajiban hukum yang sekaligus menciptakan stabilitas dalam hubungan perdata. Dalam hal ini, asas ini memastikan bahwa kontrak bukan sebatas kesepakatan moral tetapi memiliki kekuatan mengikat dan perlindungan hukum terhadap para pihak. Kepastian dalam pelaksanaan perjanjian berdasar pada asas ini. Dalam hal ini, asas *Pacta Sunt Servanda* berperan penting dalam sebuah perjanjian untuk memastikan pihak yang dirugikan berhak untuk meminta pemenuhan kewajiban sesuai dengan kontrak apabila terjadi pelanggaran oleh pihak lain. Asas ini menjamin bahwa pembatalan kontrak tidak dilakukan secara sewenang-wenang.²⁵

Asas *Pacta Sunt Servanda* menegaskan bahwa sebuah perjanjian mengikat layaknya undang-undang bagi para pihak, namun keberlakuan memiliki batas tertentu yang diakui oleh hukum. Pertama, wanprestasi diatur dalam Pasal 1266 KUHPerdata bahwa perjanjian tersebut dapat batal demi hukum akibat salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya dengan dimintakan kepada hakim, pasal ini memberi hak kepada pihak yang dirugikan untuk menuntut pemenuhan perjanjian, ganti rugi, atau pembatalan kontrak melalui mekanisme hukum yang sah. Kedua, *force majeure* yang didasarkan pada Pasal 1244-1245 KUHPerdata merupakan

²³ Purwanto, Harry. "Keberadaan Asas *Pacta Sunt Servanda* Dalam Perjanjian Internasional." *Jurnal Mimbar Hukum* 21, no. 1(2009): 157.

²⁴ Siswanta, A.R.L. *op cit.* hlm.48.

²⁵ Tanjaya, Willy et al., *op cit.* hlm. 264.

keadaan memaksa yang menyebabkan prestasi tidak dapat dilaksanakan, dan dalam situasi tertentu pihak dapat dibebaskan dari tanggungjawab sehingga menjadi pengecualian terhadap asas *Pacta Sunt Servanda* karena keadaan tersebut terjadi diluar kesalahan dari pihak yang wanprestasi.²⁶ Ketiga, *moral clause*, meskipun tidak diatur secara eksplisit dalam KUHPerdata namun hal ini tetap sah karena merupakan wujud dari asas kebebasan berkontrak. Hal ini dapat memungkinkan pengajuan pembatalan perjanjian apabila salah satu pihak berperilaku yang dapat merusak reputasi, melanggar etika, atau berkaitan dengan keasusilaan.²⁷ Dalam hal ini, asas *Pacta Sunt Servanda* tetap menjadi landasan hukum namun juga memberi ruang keadilan melalui pengecualian-pengecualian yang diterima secara hukum. Oleh karena itu, pembatalan sebuah perjanjian hanya dapat dianggap sah apabila memiliki dasar hukum, jika dilakukan sepihak tanpa dasar hukum yang jelas, maka berpotensi menjadi perbuatan melawan hukum.

Penurunan Reputasi Sebagai Dasar Pembatalan Kontrak Endorsement.

Pemilihan siapa *public figure* yang akan diajak berkerjasama tidak bisa langsung tunjuk, perlu adanya pertimbangan terkait citra dari *public figure* itu sendiri. *Public figure* yang dipilih memiliki pengaruh yang penting dengan tingkat efektifitas promosi.²⁸ Citra brand akan menjadi baik apabila mendapatkan persepsi positif dari orang lain.²⁹ *Endorsement* termasuk kontrak berbasis reputasi, dimana sangat bergantung pada stabilitas citra dan persepsi publik terhadap *public figure*. Apabila terjadinya penurunan reputasi tentunya sangat berpengaruh terhadap citra brand. Dalam hal ini, pembatalan sepihak akibat penurunan reputasi tidak secara otomatis dapat dijadikan dasar pembatalan kontrak, karena hanya penurunan yang dapat dibuktikan berdampak secara signifikan, terpenuhinya unsur wanprestasi, dan adanya klausula khusus yang sah menurut hukum.

²⁶ Siswanta, A.R.L. *op cit*. hlm. 53.

²⁷ Prasetyowati, R. R. A. “Klausul Moral Dalam Perjanjian Kerja Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Produser Film.” *Jurnal Saense* 8, no. 2(2025): 3.

²⁸ Aisy, W. R., and giri, R. W. “Pengaruh *Celebrity Endorsement* Terhadap Reputasi *Medical Health Apps* Yang Dimoderasi Dengan *Celebrity Characteristic* (Studi Kasus Aplikasi *Halodoc*).” *Journal of Economic and Business UBS* 12, no. 3(2023): 1898.

²⁹ Agustin, Noris. “Pengaruh Selebgram *Endorsement*, *Personal Branding* dan Popularitas Terhadap Peningkatan Volume Penjualan UMKM di Media Sosial Instagram.” Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup, 2023: 22.

PEMBATALAN SEPIHAK PERJANJIAN *ENDORSEMENT* DENGAN ALASAN PENURUNAN REPUTASI *PUBLIC FIGURE*: ANALISIS ASAS *PACTA SUNT SERVANDA*

Dampak hukum dari penurunan reputasi *public figure* bagi pelaku usaha perusahaan bisa mengalami kerugian biaya iklan, produksi hingga ratusan juta rupiah apabila promosi berskala nasional. Kesalahan dari *public figure* bisa menghancurkan reputasi brand yang telah dibangun, terutama jejak digital yang sulit dihapuskan dan berdampak jangka panjang. Adanya *moral clause* memberikan kewenangan pihak pelaku usaha untuk mengakhiri kontrak perjanjian apabila *public figure* melakukan tindakan yang dianggap dapat berdampak buruk terhadap citra brand. Dalam praktiknya, *moral clause* memuat larangan terhadap keterlibatan dalam tindak pidana, narkotika, perbuatan asusila, ujaran kebencian yang mendistorsi mutu reputasi *public figure* yang dapat mencederai kepentingan pelaku usaha. Namun, apabila dalam kontrak *endorsement* secara tegas memuat ketentuan mengenai kewajiban menjaga citra baik, maka penurunan reputasi yang diakibatkan oleh perilaku *public figure* itu sendiri dapat dikualifikasikan sebagai wanprestasi. Hal tersebut memberikan jalan bagi pelaku usaha untuk membatalkan kontrak sesuai Pasal 1266 KUHperdata. Meski demikian, pembatalan harus tetap mempertimbangkan asas *Pacta Sunt Servanda*, sehingga pembatalan hanya sah apabila telah sesuai dengan batasan dalam kontrak.

Pandangan ekstensif menilai bahwa penurunan reputasi mencapai tingkat yang dapat menggagalkan tujuan kontrak, maka pembatalan dapat dilakukan berdasarkan doktrin *fundamental breach*, yakni pelanggaran yang menghilangkan manfaat utama kontrak diatur dalam CISG 1980 Pasal 25.³⁰ Dalam hal ini, *fundamental breach* berbeda dengan wanprestasi pada umumnya. Menurut Lorenz, *fundamental breach* merupakan prasyarat suatu upaya hukum yang kuat. *Fundamental breach* mengakibatkan pihak yang dirugikan dapat menghindari kontrak yang telah dibuat.³¹ Reputasi turun akibat perbuatan tercela dapat menghilangkan tujuan utama kontrak tersebut sehingga kontrak dianggap tidak memiliki dasar objektif untuk dipertahankan. Namun konsep *fundamental breach* ini tidak diatur dalam hukum Indonesia sehingga tidak bisa digunakan sebagai dasar melegalkan pembatalan sepihak, namun dapat digunakan sebagai alat bantu analisis secara doktrinal.

³⁰ Widaydhana, P. B. “*Fundamental Breach of Contracts: A Comparative Review of The Cisg and Upicc International Commercial Contract.*” *Action Research Literate* 9, no. 8(2025): 3.

³¹ Lorenz, A. “*Fundamental Breach under the CISG.*” *Pace Law School Institue of International Commercial Law.*” diakses pada tanggal 13 Desember 2025.

Asas *Pacta Sunt Servanda*, menjadi sarana untuk menjaga kepastian hukum dan agar kontrak tetap berjalan sesuai maksud awal. Asas ini memperkuat legitimasi pembatalan kontrak akibat penurunan reputasi asalkan dilakukan sesuai mekanisme yang diatur dan selaras dengan tujuan kontrak itu sendiri. Strategi untuk mencegah konflik terkait penurunan reputasi dalam perjanjian *endorsement* adalah dengan menyusun klausul kontrak secara rinci menyertakan klausula *penalty*, *force majeure*, *moral clause* dan mekanisme penyelesaian sengketa. Kejelasan klausula ini berfungsi untuk instrumen preventif untuk perbedaan penafsiran apabila terjadi peristiwa yang berpotensi merugikan salah satu pihak terutama apabila terjadinya penurunan reputasi bagi *public figure*. Selain itu, perlunya melakukan *due diligence* terhadap *public figure* yaitu teliti rekam jejak digital *public figure* sebelum berkerja sama.³²

Maka dapat disimpulkan, penurunan reputasi *public figure* dalam kontrak *endorsement* tidak selalu dapat dijadikan dasar sah pembatalan kontrak secara sepihak. Ketentuan asas *Pacta Sunt Servanda* menjadi dasar para pihak harus mematuhi isi dari perjanjian kontrak tersebut.³³ Pembatalan sepihak dapat digunakan secara sah apabila telah disebutkan dalam *moral clause* atau membentuk wanprestasi yang secara nyata menggagalkan tujuan kontrak. Apabila tidak adanya *moral clause*, maka penurunan reputasi hanya dapat digunakan sebagai dasar pembatalan kontrak apabila memenuhi kriteria pelanggaran yang membuat kontrak kehilangan fungsinya dengan kesepakatan para pihak bukan secara sepihak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis diatas, dapat disimpulkan bahwa pembatalan sepihak dalam perjanjian *endorsement* pada prinsipnya tidak dibenarkan menurut Pasal 1266-1267 KUHperdata yang mengharuskan pembatalan dilakukan melalui putusan hakim. Perjanjian yang secara sepihak dibatalkan bertentangan dengan Pasal 1338 ayat KUHPerdata. Pembatalan sepihak hanya dapat dianggap sah apabila memiliki dasar hukum yang jelas seperti *moral clause* yang lahir dari asas kebebasan berkontrak, wanprestasi yang dapat menggagalkan tujuan utama kontrak *endorsement*, dan *force*

³² Apriyanto, Yoni. *op. cit.*

³³ Universitas Medan Area. “Mengenal Prinsip *Pacta Sunt Servanda* Dalam Perjanjian.” Magister Ilmu Hukum, 11 Maret 2022. <https://mh.uma.ac.id/mengenal-prinsip-pacta-sunt-servanda-dalam-perjanjian/>.

PEMBATALAN SEPIHAK PERJANJIAN *ENDORSEMENT* DENGAN ALASAN PENURUNAN REPUTASI *PUBLIC FIGURE*: ANALISIS ASAS *PACTA SUNT SERVANDA*

majeure. Tanpa klausula reputasi dalam kontrak maka pembatalan sepihak dengan alasan penurunan reputasi bertentangan dengan asas *Pacta Sunt Servanda*. Untuk menghindari ketidakpastian dan potensi sengketa, pelaku usaha maupun *public figure* disarankan untuk mencantumkan *moral clause* atau klausula reputasi secara tegas dalam setiap perjanjian *endorsement*. Selain itu, para pihak perlu menyusun mekanisme pembatalan kontrak yang jelas agar pelaksanaan perjanjian tetap memberikan perlindungan dan kepastian hukum bagi kedua belah pihak.

DAFTAR REFERENSI

Buku

Subekti, R., “Hukum Perjanjian.” (Jakarta: Intermasa) 1985).

Jurnal

Aisy, W. R., and giri, R. W. “Pengaruh *Celebrity Endorsement* Terhadap Reputasi *Medical Health Apps* Yang Dimoderasi Dengan *Celebrity Characteristic* (Studi Kasus Aplikasi *Halodoc*).” *Journal of Economic and Business UBS* 12, no. 3(2023).

Amalia, I. Q. A. “Akibat Hukum Pembatalan Perjanjian Dalam Putusan Nomor 1572 K/PDT/2015 Berdasarkan Pasal 1320 DAN 1338 KUHPerdata.” *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune* 1, no. 1(2018).

Aula, I. M. and Cahyono, A. B. “Pembatalan Perjanjian Secara Sepihak Akibat Wanprestasi (Studi Putusan-Putusan Pengadilan dan Perbandingan di Negara-Negara *Civil Law*).” *Lex Patrimonium* 2, no. 2(2023).

Awalya, S.S. et al. “Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk *Sunscreen* “Merek Azarine” (Pada Generasi Z Bekasi).” *Jurnal Economina* 2, no. 10(2023).

Delima et al. “Pengaruh *Influencer Marketing, Endorsement, dan Brand Image* Terhadap Minat Pembelian di Pasal Kosmetik (Studi Literatur Review).” *PENG Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 2, no. 1b (2025).

Dwikayanti, N.M.R and Purwanti, N.P. “Perlindungan Hukum Bagi Pemberi Jasa Endorse Dalam Perjanjian *Endorsement*.” *Jurnal Kertha Semaya* 9, no. 5(2021).

- Lorenz, A. “*Fundamental Breach under the CISG.*” *Pace Law School Institutue of International Commercial Law.*” diakses pada tanggal 13 Desember 2025.
- Nisa, Raizatul et al. “Perlindungan Hukum Terhadap Perjanjian *Endorsement* (Jasa Promosi) Yang Dilakukan Oleh Selebgram Pada Media Sosial Instagram Ditinjau Dari Perspektif Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Malikussaleh* 7, no. 2(2024).
- Pahlefi, Raffles, and Manik, H. “Klausula Pembatalan Sepihak Dalam Perjanjian Menurut Peraturan Perundang-Undangan Indonesia.” *Gorontalo Law Review* 2, no. 2(2019).
- Prasetyowati, R. R. A. “Klausul Moral Dalam Perjanjian Kerja Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Produser Film.” *Jurnal Saense* 8, no. 2(2025).
- Purwanto, Harry. “Keberadaan Asas *Pacta Sunt Servanda* Dalam Perjanjian Internasional.” *Jurnal Mimbar Hukum* 21, no. 1(2009).
- Rizkiyana, A. et al. “Perlindungan Hukum Terhadap *Influencer* Dalam Perjanjian Promosi (*endorsement*) Produk Kosmetik Kecantikan.” *Jurnal Rekomendasi Hukum Universitas Mataram* 1, no. 2(2025).
- Ryu, E. A. and Han, E. “*Social Media Influencer’s Reputation: Developing and Validating a Multidimensional Scale.*” *MDPI Sustainability* 13, 631(2021).
- Siska, N.L.P. et al. “Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha *Online Shop* Apabila Terjadi Wanprestasi Yang Dilakukan Oleh Pemberi Jasa Endorse di Kota Denpasar.” *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 7, no. 4(2019).
- Siswanta, A.R.L. “Penerapan Asas *Pacta Sunt Servanda* dalam Perjanjian Standar yang Mengandung Klausula Eksonerasi Tanpa Menerapkan Asas Itikad Baik.” *Jurnal De Jure* 15, no. 1(2023).
- Tanjaya, Willy et al. “Tinjauan Hukum Tentang Penerapan Asas *Pacta Sunt Servanda* Dalam Hukum Bisnis Terhadap Penyelesaian Kasus Wanprestasi.” *Unes Journal of Swara Justisia* 9, no. 2(2025).
- Wahyuni, Sri et al. “Akibat Hukum pembatalan Sepihak Perjanjian Kerja Sama Waralaba: Tinjauan Asas Itikad Baik Demi Mewujudkan Keamanan Hak-Hak Para Pihak.” *Jurnal Keamanan Nasional* 8, no. 2(2022).

PEMBATALAN SEPIHAK PERJANJIAN *ENDORSEMENT* DENGAN ALASAN PENURUNAN REPUTASI *PUBLIC FIGURE*: ANALISIS ASAS *PACTA SUNT SERVANDA*

Widyadhana, P. B. "Fundamental Breach of Contracts: A Comparative Review of The Cisg and Upicc International Commercial Contract." *Action Research Literate* 9, no. 8(2025).

Yudityastri, Alya and Suraji. "Klausula Baku Dalam Perjanjian *Endorsement* Dikaitkan Dengan Asas Kebebasan Berkontrak." *Jurnal Privat Law* 8, no. 2(2020).

Skripsi

Agustin, Noris. "Pengaruh Selebgram *Endorsement*, *Personal Branding* dan Popularitas Terhadap Peningkatan Volume Penjualan UMKM di Media Sosial Instagram." Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup, 2023.

Stevani, Rebica. "Tinjauan Yuridis Perjanjian *Endorsement* Antara Selebgram Dengan *Online Shop* (Studi Di Kota Mataram)." Skripsi Fakultas Hukum Universitas Mataram, 2020.

Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Undang-Undang No. 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Mahkamah Agung RI, Putusan Nomor 580 PK/Pdt/2015, tanggal 17 Februari 2016.

Internet

Universitas Medan Area. "Mengenal Prinsip *Pacta Sunt Servanda* Dalam Perjanjian." Magister Ilmu Hukum, 11 Maret 2022. <https://mh.uma.ac.id/mengenal-prinsip-pacta-sunt-servanda-dalam-perjanjian/>.