

**TINJAUAN YURIDIS PERJANJIAN PEMASANGAN IKLAN  
GOOGLE ADSENSE DENGAN PEMILIK WEBSITE**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Syarat-Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Hukum  
Program Studi Ilmu Hukum

Oleh:

**RIDHO ANANDA**  
**NPM: 1506200421**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2022**



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**BERITA ACARA  
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI SARJANA  
BAGI MAHASISWA PROGRAM STRATA I**

Panitia Ujian Sarjana Strata I Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Selasa, Tanggal 20 September 2022 Jam 08.30 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan menimbang:

**MENETAPKAN**

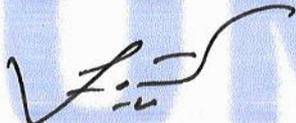
**NAMA** : RIDHO ANANDA  
**NPM** : 1506200421  
**PRODI/BAGIAN** : HUKUM/PERDATA  
**JUDUL SKRIPSI** : TINJAUAN YURIDIS PERJANJIAN PEMASANGAN IKLAN *GOOGLE ADSENSE* DENGAN PEMILIK WEBSITE  
**Dinyatakan** : ( A ) Lulus Yudisium dengan Predikat Istimewa  
( ) Lulus Bersyarat, Memperbaiki/Ujian Ulang  
( ) Tidak Lulus

Setelah lulus, dinyatakan berhak dan berwenang mendapatkan gelar Sarjana Hukum (SH) dalam Bagian Hukum Perdata.

**PANITIA UJIAN**

Ketua

Sekretaris

  
**Dr. FAISAL, S.H., M.Hum**  
NIDN: 0122087502

  
**Dr. ZAINUDDIN, SH., M.H**  
NIDN: 0118047901

**ANGGOTA PENGUJI:**

1. MIRSASTUTI, S.H., M.H
2. Dr. FAISAL, SH., M.Hum
3. Prof. Dr. SURYA PERDANA, SH., M.Hum

1. 

2.

3.





**MSU**

Cerdas | Terpercaya

Jawab surat ini agar disebutkan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

**FAKULTAS HUKUM**

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fahum.umsu.ac.id> [fahum@umsu.ac.id](mailto:fahum@umsu.ac.id) [fumsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## PENDAFTARAN UJIAN SKRIPSI

Pendaftaran Skripsi Sarjana Strata 1 Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, bagi:

**NAMA** : RIDHO ANANDA

**NPM** : 1506200421

**PRODI/BAGIAN** : HUKUM/PERDATA

**JUDUL SKRIPSI** : TINJAUAN YURIDIS PERJANJIAN PEMASANGAN IKLAN *GOOGLE ADSENSE* DENGAN PEMILIK WEBSITE

**PENDAFTARAN** : 16 September 2022

Dengan diterimanya Skripsi ini, sesudah Lulus dari Ujian Skripsi Penulis berhak memakai gelar:

**SARJANA HUKUM (S.H)**

Diketahui  
DEKAN FAKULTAS HUKUM

PEMBIMBING

  
Dr. FAISAL, S.H., M.Hum  
NIDN: 0122087502

  
Prof. Dr. SURYA PERDANA, SH., M.Hum  
NIDN: 0011066201



**MSU**

Cerdas | Terpercaya

Awab surat ini agar disebulkan  
n tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS HUKUM**

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fahum.umsu.ac.id> [fahum@umsu.ac.id](mailto:fahum@umsu.ac.id) [fumsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/@umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

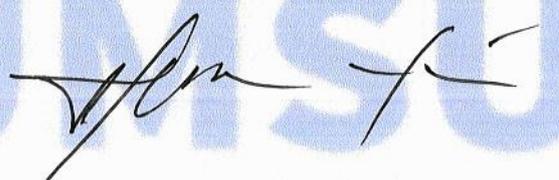
## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

**NAMA** : RIDHO ANANDA  
**NPM** : 1506200421  
**PRODI/BAGIAN** : HUKUM/PERDATA  
**JUDUL SKRIPSI** : TINJAUAN YURIDIS PERJANJIAN PEMASANGAN  
IKLAN *GOOGLE ADSENSE* DENGAN PEMILIK WEBSITE

Disetujui Untuk Disampaikan Kepada  
Panitia Ujian

Medan, 15 September 2022

DOSEN PEMBIMBING

  
Prof. Dr. SURYA PERDANA, SH., M.Hum

NIDN: 0011066201



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI, PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
**FAKULTAS HUKUM**

Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474  
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)  
Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RIDHO ANANDA  
NPM : 1506200421  
Program : Strata – I  
Fakultas : Hukum  
Program Studi : Ilmu Hukum  
Bagian : Hukum Perdata  
Judul : **TINJAUAN YURIDIS PERJANJIAN PEMASANGAN  
IKLAN GOOGLE ADSENSES DENGAN PEMILIK  
WEBSITE**

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Dan apabila ternyata di kemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau merupakan karya orang lain, maka dengan ini saya menyatakan bersedia menerima sanksi akademik dari Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Medan, 16 September 2022

Saya yang menyatakan



**RIDHO ANANDA**



**MSU**  
Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS HUKUM**

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 39/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019  
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003  
🌐 <https://fahum.umsu.ac.id> ✉ [fahum@umsu.ac.id](mailto:fahum@umsu.ac.id) 📺 [umsumedan](#) 📷 [umsumedan](#) 📱 [umsumedan](#) 📠 [umsumedan](#)



**KARTU BIMBINGAN  
SKRIPSI MAHASISWA**

**NAMA** : RIDHO ANANDA  
**NPM** : 1506200421  
**PRODI/BAGIAN** : HUKUM/HUKUM PERDATA  
**JUDUL SKRIPSI** : TINJAUAN YURIDIS PERJANJIAN PEMASANGAN IKLAN GOOGLE ADSENSE DENGAN PEMILIK WEBSITE

**PEMBIMBING** : Assoc. Prof. Dr. H. Surya Perdana, S.H., M.Hum

TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	PARAF
20/04/22	Pengajuan judul Proposal	
25/04/22	REVISI Proposal	
17/02/22	ACC Proposal	
20/03/22	Pembahasan Kelanjutan SKRIPSI	
25/03/22	Revisi Latar belakang SKRIPSI	
30/04/22	Revisi Daftar Pustaka & ABSTRAK	
25/06/22	Perbaikan R.M diganti	
15/07/22	Mencari Contoh Perjanjian SKRIPSI	
10/08/22	Buku P yang mengatur SKRIPSI	
15/09/22		

Diketahui Dekan

Dosen Pembimbing

(Dr. FAISAL, S.H., M.Hum)

(Assoc. Prof. Dr. H. Surya Perdana, S.H., M.Hum)

## ABSTRAK

### TINJAUAN YURIDIS PERJANJIAN PEMASANGAN IKLAN GOOGLE ADSENSE DENGAN PEMILIK WEBSITE

RIDHO ANANDA

Iklan *online* adalah info atau pesan yang disampaikan kepada khalayak umum dengan tujuan untuk mengenalkan, mengajak, membujuk agar khalayak umum atau masyarakat ikut pada suatu ajakan tertentu yang terpasang dan bisa terlihat pada jaringan internet. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaturan hukum perjanjian pemasangan iklan *Google adsense* dengan pemilik *website*, untuk mengetahui penerapan asas kebebasan berkontrak dalam perjanjian pemasangan iklan *Google adsense* dalam suatu *website*, untuk mengetahui tanggung jawab perdata para pihak apabila terjadi pelanggaran dalam pemasangan iklan *Google adsense* melalui *website*.

Penulisan skripsi ini menggunakan metode telaah pustaka (*library research*). Jenis data penelitian ini adalah data sekunder dan disusun secara sistematis dan untuk mentelaah data-data sekunder menggunakan pendekatan yuridis normatif dan dianalisis secara kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian dipahami bahwa pengaturan hukum perjanjian pemasangan iklan *google adsense* dengan pemilik *website* tidak secara khusus diatur di dalam KUHPerdata, namun dalam Pasal 47 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik kesepakatan merupakan salah satu syarat sahnya sebuah perjanjian. Kesepakatan para pihak dalam perjanjian pemasangan iklan *online* dalam media sosial sebagai medianya dapat dikatakan sah dilihat dari cara terjadinya dilakukan secara tertulis, meskipun tidak lagi secara konvensional (tinta di atas kertas). Penerapan asas kebebasan berkontrak dalam perjanjian pemasangan iklan *google adsense* dalam suatu *website* masih sesuai dan tidak bertentangan dengan KUHPerdata. Mekanisme *google adsense* terdapat pada Pasal 1253 KUHPerdata yang berbunyi “suatu perikatan adalah bersyarat jika digantungkan pada suatu peristiwa yang mungkin terjadi dan memang belum terjadi, baik dengan cara menanggihkan berlakunya perikatan itu sampai terjadinya peristiwa itu, maupun dengan cara membatalkan perikatan itu, tergantung pada terjadi tidaknya peristiwa itu. Tanggung jawab perdata para pihak apabila terjadi pelanggaran dalam pemasangan iklan *google adsense* melalui *website* apabila pelaku usaha melakukan perbuatan melawan hukum dan wanprestasi, maka dapat dimintakan pertanggungjawaban berupa ganti rugi. Perihal ganti rugi dalam perbuatan melanggar hukum dan wanprestasi adalah kerugian yang timbul akibat perbuatan tersebut yang bentuknya berupa biaya, rugi dan bunga.

**Kata Kunci:** Perjanjian, Iklan *Google Adsense*

## KATA PENGANTAR

  
*Bismillahirrahmanirrahim.*

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarkatuh*

Pertama-tama disampaikan rasa syukur kehadiran Allah SWT yang maha pengasih lagi penyayang atas segala rahmat dan karuniaNya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi merupakan salah satu persyaratan bagi setiap mahasiswa yang ingin menyelesaikan studinya di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Sehubungan dengan itu, disusun skripsi yang berjudul “**Tinjauan Yuridis Perjanjian Pemasangan Iklan Google Adsense Dengan Pemilik Website**”.

Dengan selesainya skripsi ini, perkenankanlah diucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada: Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Bapak Dr. Agussani., M.AP atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan kepada kami untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan program Sarjana ini. Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Bapak Faisal, S.H., M. Hum atas kesempatan menjadi mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Demikian juga halnya kepada Wakil Dekan I Bapak Zainuddin, S.H., M.H dan Wakil Dekan III Ibu Atikah Rahmi, S.H., M.H.

Terimakasih yang tak terhingga dan penghargaan yang setinggi-tingginya diucapkan kepada Bapak Dr. H. Surya Perdana, S.H., M.Hum., selaku Dosen

Pembimbing yang dengan penuh perhatian telah memberikan dorongan, bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini selesai.

Disampaikan juga penghargaan kepada seluruh staf pengajar Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Tak terlupakan disampaikan terima kasih kepada seluruh narasumber yang telah memberikan data selama penelitian berlangsung.

Secara khusus dengan rasa hormat dan penghargaan yang setinggi-tingginya diberikan terima kasih kepada Ayahanda dan Ibunda yang telah mengasih dan mendidik dengan curahan kasih sayang. Semoga Allah membalas kebajikannya. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya, tiada maksud mengecilkan arti pentingnya bantuan dan perannya, dan untuk itu disampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna sebagaimana layaknya karya manusia yang daif. Akan tetapi, Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan berfikir bagi setiap orang yang membacanya.

Medan, September 2020  
Penulis

**Ridho Ananda**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
1. Rumusan Masalah.....	6
2. Faedah Penelitian .....	6
B. Tujuan Penelitian .....	7
C. Definisi Operasional .....	7
D. Keaslian Penelitian.....	8
E. Metode Penelitian .....	10
1. Sifat penelitian .....	10
2. Sumber data .....	10
3. Alat pengumpul data.....	11
4. Analisis data.....	12
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
A. Pengertian Perjanjian .....	13
B. Iklan .....	26

C. <i>Google Adsense</i> .....	28
<b>BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>33</b>
A. Pengaturan Hukum Perjanjian Pemasangan Iklan <i>Google Adsense</i> Dengan Pemilik <i>Website</i> .....	33
B. Penerapan Asas Kebebasan Berkontrak Dalam Perjanjian Pemasangan Iklan <i>Google Adsense</i> Dalam Suatu <i>Website</i> ..	47
C. tanggung Jawab Perdata Para Pihak Apabila Terjadi Pelanggaran Dalam Pemasangan Iklan <i>Google Adsense</i> Melalui <i>Website</i> .....	53
<b>BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>75</b>
A. Kesimpulan .....	75
B. Saran.....	76

**DAFTAR PUSTAKA.**

**LAMPIRAN.**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Iklan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari sistem ekonomi dan sosial masyarakat modern. Iklan sudah berkembang menjadi sistem komunikasi yang sangat penting tidak saja bagi produsen barang dan jasa tetapi juga bagi konsumen. Kemampuan iklan dalam menyampaikan pesan kepada konsumen menjadikan kedua bidang tersebut memegang peran sangat penting bagi keberhasilan perusahaan. Perkembangan iklan pada saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat. Kemajuan perkembangan iklan tersebut diiringi dengan semakin ketatnya persaingan antara para produsen barang atau jasa yang menggunakan jasa periklanan untuk menginformasikan produk barang atau jasa yang diproduksinya.<sup>1</sup>

Meningkatnya jumlah pengguna internet sendiri telah menarik berbagai macam bisnis untuk mempromosikan produknya di internet dan sekaligus untuk melakukan transaksi perdagangan. Jutaan orang di seluruh dunia mencari dan membeli barang yang mereka inginkan dengan berselancar di internet. Internet mampu mempengaruhi hampir di semua sektor bisnis, dari mulai perusahaan-perusahaan skala besar hingga *online shop* kecil pun memanfaatkan internet untuk branding produk, pemasaran, penjualan produk atau fungsi bisnis lainnya.

Media sosial telah mengubah cara konsumen berinteraksi dan perusahaan di dalam memasarkan produk, meskipun di Indonesia trennya masih tergolong

---

<sup>1</sup> Abd Rozak, dkk. 2019. *Dasar-Dasar Advertising*. Yogyakarta: Teras, halaman 3.

kecil, tetapi pertumbuhannya cukup pesat. Adanya situs jejaring sosial ini dijadikan peluang usaha yang baik untuk memasarkan atau mempromosikan produk yang akan dijual. Banyak kelebihan yang dapat diambil dari pemasaran lewat jejaring sosial ini diantaranya sebagai sarana berkomunikasi dengan konsumen, sebagai media berkolaborasi apabila adanya ketidakpuasan konsumen, sebagai media promosi, dan membangun merek.

Pelaku bisnis lebih mudah memasarkan produknya melalui jejaring sosial karena sasaran pertama bisnis ini adalah orang yang dikenal, sehingga mudah untuk melakukan komunikasi. Diawali dari komunikasi dari satu teman ke teman yang lain hingga akhirnya menyebar dan membuka jaringan peluang bisnis baru dan bentuk informasi media iklan yang ada sekarang juga beragam.

Iklan pada media sosial ini atau bisa disebut juga dengan iklan *online* yang akhir-akhir ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Iklan seperti ini biasanya digunakan sebagai bentuk transaksi *online* dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Transaksinya dapat berupa iklan jual beli produk atau jasa melalui sebuah media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *blogspot*, *website* dan lain-lain sehingga meningkatnya jumlah pengguna internet membawa dampak yang besar bagi dunia bisnis dengan berbelanja lewat internet sebagai *lifestyle*.<sup>2</sup>

Iklan *online* pada media massa sosial banyak bermunculan dengan menawarkan berbagai macam produknya, diantaranya seperti: produk elektronik, produk mainan anak, produk properti, produk pakaian, produk makanan atau oleh-

---

<sup>2</sup> Fina Fitriyana dan Mustafid, Suparti. 2018. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Online Shop Menggunakan Structural Equation Modeling*. Semarang: Jurnal Gaussian Universitas Diponegoro, halaman 2.

oleh.<sup>3</sup> Iklan atau *advertisement* merupakan produk periklanan atau *advertising product* atau lebih rincinya bahwa istilah periklanan berbeda dengan iklan. Iklan adalah beritanya, sedang memperiklanankan merupakan prosesnya, yaitu suatu program kegiatan untuk mempersiapkan program tersebut dan menyebarkan kepada pasar.<sup>4</sup>

Seorang pemasar yang ingin memasang iklan di internet harus mengerti dengan jelas faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembeli yaitu pemasang iklan harus memenuhi prosedur dan asas umum kode etik periklanan seperti: memberitahukan identitas kepada konsumen, alamat yang jelas bilamana konsumen bermaksud mengirimkan *complain*, memberitahukan hak-hak konsumen untuk menarik kembali uang bilamana tidak terjadi transaksi, memberitahukan ciri-ciri barang apabila adanya jaminan (garansi) setelah terjadi transaksi, memberitahukan cara pelaksanaan perjanjian pembayaran dan pengiriman.<sup>5</sup>

Semua kewajiban tersebut harus dilaksanakan dalam keadaan tertulis atau melalui sarana komunikasi lainnya. Pelaku usaha juga diwajibkan untuk memberitahukan hak-hak konsumen dan konsumen wajib mengetahui informasi sebelum transaksi di internet dilaksanakan.<sup>6</sup>

Salah satu contoh bisnis internet adalah program afiliasi pada *Google adsense*. Program ini merupakan program iklan (*advertising*) yang dilakukan oleh *Google* yang bekerja sama dengan pemilik *web* atau *blog* dimana iklan dari

---

<sup>3</sup> Utomo Eko Priyo. 2018. *Raja Bisnis Online*. Yogyakarta: MediaKom, halaman 126.

<sup>4</sup> Banu Swastha. 2016. *Asas-asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty, halaman 12.

<sup>5</sup> Utomo Eko Priyo. *Op Cit.*, halaman 8 .

<sup>6</sup> Imam Sjahputra. 2017. *Problematika Hukum Internet Indonesia*. Jakarta: Prenhallindo, halaman 55.

*Google* dapat ditampilkan dalam bentuk *banner*. Program ini seseorang yang terafiliasi dengan *Google* dalam program *Google adsense* dapat berpenghasilan dengan gaji dollar sesuai standar yang dilakukan oleh *Google*.

Fenomena bisnis tersebut harus juga diiringi dengan adanya aturan yang mengatur tatacara dan pelaksanaan suatu urusan atau kegiatan perdagangan, industri hingga dari segi keuangan. Sebagaimana juga bidang-bidang ilmu lainnya yang tidak luput dari kajian Islam, bertujuan menuntun agar manusia berada di jalan lurus (*shirat al mustaqim*). Manusia sebagai makhluk yang bermoral, dalam menjalankan hidupnya selalu bergantung kepada orang lain baik menerima maupun memberikan peranannya kepada orang lain. Sesama manusia dalam bekerja dianjurkan saling membantu, tolong menolong dalam mengerjakan kebajikan dan dilarang saling memeras atau mengeksploitasi. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT, QS. Al- Maidah ayat (2):

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحْلُوا شَعِيرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا  
الْقُلُودَ وَلَا ءَامِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا  
حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ  
أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدُونِ  
وَآتَقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۚ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keridhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan

bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya

*Google adsense* merupakan penyedia layanan yang berupa iklan tentang produk atau perusahaan yang kemudian bekerja sama dengan *publisher/blogger* sebagai tempat penyedia iklan. Kemudian setiap ada pengunjung yang mengklik iklan tersebut *blogger* akan mendapat bayaran dari *Google adsense*. Program periklanan ini termasuk salah satu bentuk bisnis yang populer dan banyak diminati pada saat ini. Program ini merupakan program periklanan yang dilakukan oleh *Google* dengan cara bekerjasama dengan para *Youtuber* atau *content creator* yang memiliki channel *youtube*, yang nantinya iklan yang akan dipasang oleh *Google* akan ditampilkan pada konten video milik para *Youtuber* atau *content creator* tersebut. Metode yang digunakan *Google adsense* lebih sederhana dan mudah yaitu metode komisi *pay per plick* (PPC) dan metode RPM (*Review Per Thousand Impression*).

*Google adsense* melalui *platform youtube* lebih efisien dan juga banyak kelebihanannya dibanding media televisi, seperti iklan yang dipasang dapat tampil selama 24 (dua puluh) jam dan juga dapat diakses kapan pun dan di manapun serta jangkauannya lebih luas. Hal ini membuat banyak perusahaan atau instansi yang membutuhkannya. Jenis iklan yang ada pada *Google adsense* selain disesuaikan menurut konten isi video, juga dilakukan secara acak atau random.

Beberapa iklan yang muncul secara acak tersebut ada yang termasuk pada jenis iklan yang kurang sesuai seperti iklan yang berbau pornografi, judi atau kasino *online*, game yang berunsur dewasa, dan lain-lain. Kejelasan spesifikasi iklan yang ditawarkan dari *Google adsense* terhadap pihak pemilik *channel*

*youtube* terkait pemilihan iklan tidak tercantum dalam kontrak, sehingga *Youtuber* tidak dapat memilih iklan yang diinginkan atau yang tidak ada unsur pornografi, judi, dan sejenisnya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dipilih judul tentang “**Tinjauan Yuridis Perjanjian Pemasangan Iklan *Google adsense* Dengan Pemilik *Website*”**”.

### **1. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada bagian latar belakang di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Bagaimana pengaturan hukum perjanjian pemasangan iklan *Google adsense* dengan pemilik *website*?
- b. Bagaimana penerapan asas kebebasan berkontrak dalam perjanjian pemasangan iklan *Google adsense* dalam suatu *website*?
- c. Bagaimana tanggung jawab perdata para pihak apabila terjadi pelanggaran dalam pemasangan iklan *Google adsense* melalui *website*?

### **2. Faedah Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

- a. Secara teoritis penelitian ini bermanfaat untuk penambahan khasanah kepustakaan di bidang hukum terutama tentang perjanjian pemasangan iklan *Google adsense* dalam *website*.
- b. Dari segi praktis, penelitian ini sebagai suatu bentuk sumbangan pemikiran dan masukan bagi para pihak yang berkepentingan khususnya bagi masyarakat

untuk mengetahui perjanjian pemasangan iklan *Google adsense* dalam *website*.

## **B. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaturan hukum perjanjian pemasangan iklan *Google adsense* dengan pemilik *website*.
2. Untuk mengetahui penerapan asas kebebasan berkontrak dalam perjanjian pemasangan iklan *Google adsense* dalam suatu *website*.
3. Untuk mengetahui tanggung jawab perdata para pihak apabila terjadi pelanggaran dalam pemasangan iklan *Google adsense* melalui *website*.

## **C. Definisi Operasional**

Definisi operasional atau kerangka konsep adalah kerangka yang menggambarkan hubungan antara definisi-definisi atau konsep-konsep khusus yang akan diteliti. Konsep merupakan salah satu unsur konkrit dari teori dan masih diperlukan penjabaran lebih lanjut dari konsep ini dengan jalan memberikan definisi operasional yaitu:

1. Tinjauan yuridis adalah kegiatan untuk mencari dan memecah komponen-komponen dari suatu permasalahan untuk dikaji lebih dalam serta kemudian

menghubungkannya dengan hukum, kaidah hukum serta norma hukum yang berlaku sebagai pemecahan permasalahannya.<sup>7</sup>

2. Perjanjian adalah suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.<sup>8</sup>
3. Iklan adalah cara mempromosikan barang-barang, jasa, atau gagasan/ide yang dibiayai oleh sponsor yang dikenal dalam rangka untuk menarik calon pembeli sehingga dapat meningkatkan penjualan produk dari perusahaan yang bersangkutan.<sup>9</sup>
4. *Google adsense* adalah konsultan *digital marketing* yang merupakan suatu usaha jasa dalam pemasangan iklan melalui media sosial secara *online*
5. *Website* adalah sekumpulan halaman yang saling berhubungan berisikan kumpulan informasi yang disediakan secara perorangan, kelompok, atau organisasi.<sup>10</sup>

#### **D. Keaslian Penelitian**

Berdasarkan pemeriksaan yang telah dilakukan oleh peneliti di perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara diketahui bahwa penelitian tentang tinjauan yuridis perjanjian pemasangan iklan *google adsense* dengan pemilik *website* belum pernah dilakukan penelitian. Peneliti mencantumkan karya tulis ilmiah yang temanya hampir sama dengan judul

---

<sup>7</sup> Bahder Johan Nasution. 2018. *Metode Penelitian Ilmu Hukum*, Bandung: Mandar Maju, halaman 83.

<sup>8</sup> Munir Fuady. 2016. *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*. Bandung: PT. Citra Aditya Bhakti, halaman 4.

<sup>9</sup> Janus Sidabalok. 2016. *Hukum Konsumen (Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk)*. Jakarta: Panta Rei, halaman 243.

<sup>10</sup> Iman Sjahputra. *Op. Cit*, halaman 15.

penelitian di atas, tetapi memiliki perbedaan dalam perumusan masalah yang dibahas yaitu:

1. Skripsi Mita Aprilliawati, NIM. C.100.100.043, mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta, Tahun 2014 yang berjudul: Iklan *Online* Dalam Media Sosial (Tinjauan Yuridis Terhadap Peraturan Perundang-Undangan). Skripsi ini merupakan penelitian yuridis normatif yang lebih menekankan ada analisis hukum terhadap profil iklan online dalam media sosial dan perlindungan hukum terhadap konsumen yang terlibat di dalam pemasangan iklan online melalui media sosial.
2. Skripsi Chandra Yudha Pratama, NIM. 100130013, mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta, Tahun 2017 yang berjudul: Pelaksanaan Perjanjian Pemasangan Iklan Niaga Di Radio (Studi kasus Di Radio Swasta Di Surakarta). Skripsi ini merupakan penelitian yuridis empiris yang membahas tentang pelaksanaan perjanjian pemasangan iklan niaga di radio swasta di surakarta, hak dan kewajiban dalam perjanjian pemasangan iklan niaga di radio swasta di Surakarta, permasalahan yang timbul dalam pelaksanaan perjanjian pemasangan iklan niaga di radio swasta di surakarta beserta penyelesaiannya.
3. Skripsi Musdalifah, NIM. 1522001, mahasiswa Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Tahun 2019 yang berjudul: Bisnis *Google adsense* Dalam Perspektif KUHPerdata Dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. Skripsi ini merupakan penelitian yuridis yuridis normatif yang membahas tentang prinsip dan mekanisme Bisnis *Google adsense*, tinjauan KUH Perdata dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah terhadap Bisnis *Google adsense*.

Berdasarkan penelitian tersebut di atas, maka pembahasan yang dibahas di dalam skripsi ini berbeda dengan permasalahan di atas. Kajian topik bahasan yang penulis angkat dalam bentuk skripsi ini mengarah kepada aspek terkait perjanjian pemasangan iklan *google adsense* dengan pemilik *website* sehingga dikatakan murni hasil pemikiran penulis yang dikaitkan dengan teori-teori hukum yang berlaku maupun doktrin-doktrin yang ada. Dengan demikian penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya secara ilmiah atau secara akademik.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Sifat Penelitian**

Penelitian ini bersifat deskriptif analitis yaitu penelitian yang hanya semata-mata melukiskan keadaan objek atau peristiwanya tanpa suatu maksud untuk mengambil kesimpulan-kesimpulan yang berlaku secara umum. Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif yaitu penelitian terhadap asas-asas hukum.<sup>11</sup> Penelitian hukum ini juga disebut sebagai penelitian kepustakaan ataupun studi dokumen disebabkan penelitian ini lebih banyak dilakukan terhadap data yang bersifat sekunder yang ada di perpustakaan.

### **2. Sumber data**

Sumber data dalam penelitian ini didapatkan melalui data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari bahan-bahan kepustakaan sebagai sumber data tersebut dibaca, ditelaah dan dikutip hal-hal yang diperlukan sesuai kebutuhan penelitiannya.<sup>12</sup> Data sekunder diperoleh melalui:

---

<sup>11</sup> Bambang Sunggono. 2018. *Metodologi Penelitian Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, halaman 184.

<sup>12</sup>Ida Hanifah, dkk. 2018. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Medan: FH. Universitas Muhammadiyah, halaman 7

- a. Bahan hukum primer yaitu peraturan perundang-undangann yaitu Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Kode Etik Periklanan.
- b. Bahan hukum sekunder yaitu berupa buku bacaan yang relevan dengan penelitian ini.
- c. Bahan hukum tersier misalnya ensiklopedia, bahan dari internet, bibliografi dan sebagainya.<sup>13</sup>

### **3. Alat pengumpul data**

Alat pengumpul data yang dipergunakan dalam penelitian untuk mendapatkan gambaran atau informasi tentang penelitian yang sejenis dan berkaitan dengan permasalahan yang diteliti dilakukan melalui dua cara yaitu studi kepustakaan (*library research*) dilakukan dengan mengumpulkan data-data dari internet, jurnal dan ensiklopedia guna menghimpun data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian. Studi kepustakaan (*library research*) dilakukan dengan dua cara yaitu:

- a. *Offline* yaitu menghimpun data studi kepustakaan (*library research*) secara langsung dengan mengunjungi perpustakaan guna menghimpun data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian.
- b. *Online* yaitu studi kepustakaan (*library research*) yang dilakukan dengan cara *searching* melalui media internet guna menghimpun data skunder yang dibutuhkan dalam penelitian.

---

<sup>13</sup> *Ibid.*, halaman 8.

#### **4. Analisis data**

Data-data yang terkumpul tersebut akan dianalisa dengan seksama dengan menggunakan analisis kualitatif atau dijabarkan dengan kalimat. Analisis kualitatif adalah analisa yang didasarkan pada paradigma hubungan dinamis antara teori, konsep-konsep dan data yang merupakan umpan balik atau modifikasi yang tetap dari teori dan konsep yang didasarkan pada data yang dikumpulkan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Pengertian Perjanjian**

Munir Fuady menyebutkan bahwa perjanjian adalah suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatnya terhadap satu orang lain atau lebih.<sup>14</sup> Menurut Salim HS menyebutkan sebagai berikut suatu perjanjian diartikan sebagai keseluruhan dari kaidah hukum yang mengatur hubungan hukum antara dua pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan akibat hukum.<sup>15</sup> J. Satrio menyebutkan bahwa suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatnya dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.<sup>16</sup>

KUHPerdata terjemahan R. Subekti dan R. Tjitrosudibio tidak dipakai istilah perjanjian melainkan yang dipakai adalah perikatan. Perjanjian dan persetujuan adalah berbeda. Persetujuan adalah suatu kata sepakat antara dua pihak atau lebih mengenai harta benda kekayaan yang bertujuan mengikat kedua belah pihak, sedangkan perjanjian adalah suatu perhubungan hukum mengenai harta benda kekayaan antara dua pihak, dalam mana satu pihak berjanji atau dianggap berjanji untuk melakukan sesuatu hal sedangkan pihak yang lain berhak menuntut pelaksanaan janji itu.

Perikatan adalah hubungan yang terjadi diantara dua orang atau lebih, yang terletak di dalam lapangan harta kekayaan, dimana pihak yang satu berhak atas prestasi dan pihak lainnya wajib dimana pihak yang satu berhak atas suatu

---

<sup>14</sup> Munir Fuady, *Op.Cit*, halaman 4.

<sup>15</sup> Salim HS. 2018. *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika, halaman 4

<sup>16</sup> J.Satrio. 2018. *Hukum Perjanjian*. Bandung: Citra Aditya Bhakti, halaman 20.

prestasi dan pihak lainnya wajib memenuhi prestasi itu. Kehendak para pihak yang diwujudkan dalam kesepakatan adalah merupakan dasar mengikatnya suatu perjanjian.<sup>17</sup> Unsur-unsur dari perikatan ada 4 (empat) macam yaitu:

1. Adanya hubungan hukum

Hubungan hukum merupakan hubungan yang menimbulkan akibat hukum.

Akibat hukum adalah timbulnya hak dan kewajiban.<sup>18</sup>

2. Adanya subjek hukum.

Subjek hukum adalah sesuatu yang menurut hukum berhak/berwenang untuk melakukan perbuatan hukum atau siapa yang mempunyai hak dan cakap untuk bertindak dalam hukum.<sup>19</sup> Subjek hukum adalah setiap pendukung hak dan kewajiban. Pendukung hak dan kewajiban adalah manusia (*natuurlijk person*) dan badan hukum (*rechtspersoon*).<sup>20</sup>

3. Adanya prestasi

Prestasi terdiri atas melakukan sesuatu, berbuat sesuatu dan tidak berbuat sesuatu.

4. Bidang harta kekayaan.

Salim HS berpendapat bahwa kehendak para pihak yang diwujudkan dalam kesepakatan adalah merupakan dasar mengikatnya suatu perjanjian dalam hukum kontrak. Kehendak itu dapat dinyatakan dengan berbagai cara baik lisan maupun tertulis dan mengikat para pihak dengan segala akibat hukumnya.<sup>21</sup>

---

<sup>17</sup> Suharnoko. 2016. *Hukum Perjanjian Teori dan Analisa Kasus*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, halaman 3.

<sup>18</sup> *Ibid.*, halaman 17

<sup>19</sup> R. Soeroso. 2017. *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika, halaman 228.

<sup>20</sup> Ojak Nainggolan. 2015. *Pengantar Ilmu Hukum*. Medan: Indonesia Media & Law Policy Centre, halaman 59.

<sup>21</sup> Salim HS. *Op. Cit.*, halaman 17.

Berdasarkan pendapat-pendapat di atas, maka pada dasarnya perjanjian adalah proses interaksi atau hubungan hukum dan dua perbuatan hukum yaitu penawaran oleh pihak yang satu dan penerimaan oleh pihak yang lainnya sehingga tercapai kesepakatan untuk menentukan isi perjanjian yang akan mengikat kedua belah pihak.

Pasal 1313 KUHPerdara memberikan definisi tentang perjanjian sebagai berikut: perjanjian adalah suatu perbuatan, dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih. Pengertian perjanjian ini mengandung unsur:

1. Perbuatan.

Peristiwa hukum yang timbul karena perbuatan/tindakan manusia meliputi baik tindakan hukum maupun tindakan manusia yang lain (yang bukan tindakan hukum. Penggunaan kata perbuatan pada perumusan tentang perjanjian ini lebih tepat jika diganti dengan kata perbuatan hukum atau tindakan hukum. Keuntungan digunakannya istilah tindakan hukum tidak hanya menunjukkan bahwa akibat hukumnya dikehendaki atau dianggap dikehendaki tetapi di dalamnya juga sudah tersimpul adanya sepakat yang merupakan ciri dari perjanjian (Pasal 1320 KUHPerdara).

2. Satu orang atau lebih terhadap satu orang lain atau lebih. Untuk adanya suatu perjanjian, paling sedikit harus ada dua pihak yang saling berhadap-hadapan dan saling memberikan pernyataan yang sesuai satu sama lain. Pihak tersebut adalah orang atau badan hukum.

### 3. Mengikatkan dirinya

Di dalam perjanjian terdapat unsur janji yang diberikan oleh pihak yang satu kepada pihak yang lain. Dalam perjanjian ini orang terikat kepada akibat hukum yang muncul karena kehendaknya sendiri

Perjanjian merupakan kesepakatan antara dua orang atau dua pihak, mengenai hal-hal pokok yang menjadi objek dari perjanjian. Kesepakatan itu timbul karena adanya kepentingan dari masing-masing pihak yang saling membutuhkan. Perjanjian dapat menerbitkan perikatan diantara kedua orang atau kedua pihak yang membuatnya. Hubungan antara perikatan dengan perjanjian adalah bahwa perjanjian dapat menimbulkan perikatan dikalangan para pihak yang mengadakan perjanjian atau diantara para pihak yang bersepakat di dalam perjanjian. Perjanjian merupakan salah satu sumber perikatan di samping sumber-sumber perikatan lainnya. Perjanjian disebut sebagai persepakatan atau persetujuan, sebab para pihak yang membuatnya tentunya menyetujui atau menyepakati isi dari perjanjian yang dibuat untuk melaksanakan sesuatu prestasi tertentu.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka perikatan adalah suatu pengertian yang abstrak sedangkan perjanjian adalah merupakan hal yang nyata atau suatu peristiwa kongkrit. Sebab perikatan tidak dapat terlihat secara nyata melainkan hanya dapat dibayangkan sedangkan perjanjian pada umumnya terlihat jika dalam bentuk tertulis dan jika hanya lisan saja, maka perjanjian dapat isinya atau perkataan-perkataan yang mengandung janji tersebut.

Perikatan yang timbul karena suatu perjanjian adalah memang dikehendaki oleh kedua belah pihak di dalam suatu perjanjian. Karena

dengan suatu perjanjian dapat diketahui bahwa para pihak menghendaki timbulnya suatu perikatan di antara mereka dan pada umumnya perikatan ini akan terputus atau akan hapus jika prestasi yang diperjanjikan telah dipenuhi.

Perjanjian mengandung unsur-unsur:

1. Ada pihak-pihak minimal dua pihak  
Dikatakan pihak bukan orang karena mungkin sekali dalam suatu perikatan terlibat lebih dari dua orang, tetapi pihaknya tetap dua.
2. Ada persetujuan antara para pihak, mengenai:
  - a. Tujuan.
  - b. Prestasi.
  - c. Bentuk tertentu lisan/tulisan.
  - d. Syarat tertentu yang merupakan isi perjanjian.<sup>22</sup>

Perjanjian itu sendiri terdapat 3 (unsur), yaitu sebagai berikut:

1. Unsur *essensialia* adalah unsur perjanjian yang selalu harus ada di dalam suatu perjanjian, unsur mutlak, dimana tanpa adanya unsur tersebut, perjanjian tidak mungkin ada. Dengan demikian unsur ini penting untuk terciptanya perjanjian, mutlak harus ada agar perjanjian itu sah sehingga merupakan syarat sahnya perjanjian.
2. Unsur *naturalia* adalah unsur lazim melekat pada perjanjian, yaitu unsur yang tanpa diperjanjikan secara khusus dalam perjanjian secara diam-diam dengan sendirinya dianggap ada dalam perjanjian karena sudah merupakan bawaan atau melekat pada perjanjian. Dengan demikian, unsur ini oleh undang-undang diatur tetapi oleh para pihak dapat disingkirkan. Jadi sifat unsur ini adalah *aanvullendrecht* (hukum mengatur).
3. Unsur *accidentalia* adalah unsur yang harus dimuat atau disebut secara tegas dalam perjanjian. Unsur ini ditambahkan oleh para pihak dalam perjanjian artinya undang-undang tidak mengaturnya. Dengan demikian unsur ini harus secara tegas diperjanjikan para pihak.<sup>23</sup>

Tiap-tiap perikatan yang timbul karena perjanjian, dikenal ada dua macam subjek yaitu debitur dan kreditur. Debitur adalah pihak yang mendapatkan beban kewajiban untuk melakukan atau untuk tidak melakukan sesuatu hal. Sedangkan kreditur adalah pihak yang mendapatkan hak untuk menerima pelaksanaan dari apa yang diperjanjikan yaitu prestasi.

---

<sup>22</sup> Purwahid Patrik. 2016. *Asas Itikad Baik dan Kepatutan Dalam Perjanjian*. Semarang: Undip, halaman 36

<sup>23</sup> Mariam Darus Badruzaman. 2018. *KUH.Perdata Hukum Perikatan Dengan Penjelasannya*, Bandung: Alumni, halaman 25.

Para pihak di sini dapat terdiri dari orang perseorangan ataupun orang dalam arti badan hukum. Dalam hal subjek perjanjian itu adalah sebuah badan hukum, maka yang berhak secara sah melakukan perbuatan hukum adalah pimpinan atau direksi dari badan hukum itu atau yang dikuasakan olehnya.

KUHPerdata tidak menggunakan kata perjanjian melainkan persetujuan dalam Pasal 1338 KUHPerdata disebutkan bahwa semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya. Bertitik tolak dari Pasal 1338 KUHPerdata, maka asas kebebasan yang disebut di atas bukan berarti bahwa tidak ada batasannya sama sekali, melainkan kebebasan seseorang dalam membuat suatu perjanjian tersebut hanya sejauh perjanjian yang dibuatnya itu tidak bertentangan dengan kesusilaan, ketertiban umum dan Undang-Undang sebagaimana disebut dalam Pasal 1337 KUHPerdata.

Perhubungan antara dua pihak atau dua orang sebagaimana tersebut di atas adalah merupakan suatu peristiwa yang melakukan suatu hubungan hukum dalam arti bahwa hak yang dimiliki oleh kreditur tersebut dijamin dan dilindungi oleh hukum atau oleh undang-undang. Apabila tuntutan dari kreditur tidak segera dipenuhi oleh debitur secara sukarela sebagaimana diperjanjikan, maka pihak kreditur dapat menuntut haknya melalui pengadilan.

Berdasarkan Pasal 1233 KUHPerdata dapat diketahui bahwa perikatan dibagi menjadi dua golongan besar yaitu:

1. Perikatan-perikatan yang besumber pada persetujuan (perjanjian).
2. Perikatan-perikatan yang bersumber pada Undang-Undang.

Pasal 1352 KUHPerdata terhadap perikatan-perikatan yang bersumber pada Undang-Undang dibagi lagi menjadi dua golongan yaitu:

1. Perikatan-perikatan yang bersumber pada undang-undang, timbul dari undang-undang saja atau dari undang-undang sebagai akibat perbuatan orang.
2. Perikatan-perikatan yang bersumber pada undang-undang berdasarkan perbuatan seseorang manusia.

Pasal 1353 KUHPerdata menentukan bahwa perikatan yang timbul karena undang-undang sebagai akibat perbuatan orang ini diperinci lagi menjadi perikatan yang timbul dari perbuatan menurut hukum (*legal, rechtmatige daad*) dan perikatan yang timbul dari perbuatan melawan hukum (*illegal, onrechtmatige daad*).

Umumnya tidak seorangpun dapat mengikatkan diri atas nama sendiri atau meminta ditetapkan suatu janji, selain untuk dirinya sendiri. Perjanjian terdapat subjek hukum yaitu sesuatu yang menurut hukum berhak/berwenang untuk melakukan perbuatan hukum atau siapa yang mempunyai hak dan cakap untuk bertindak dalam hukum.

Subjek perjanjian adalah:

1. Para pihak yang mengadakan perjanjian itu sendiri.
2. Para ahli waris mereka dan mereka yang mendapat hak dari padanya.
3. Pihak ketiga.

Perjanjian merupakan perbuatan hukum yang melahirkan hubungan hukum yang terletak di dalam lapangan hukum harta kekayaan diantara dua orang

atau lebih yang menyebabkan pihak yang satu berhak atas sesuatu dan pihak lain mempunyai kewajiban untuk melakukan atau memberi sesuatu.

Hukum perjanjian dari KUHPerdara menganut asas konsensual, artinya bahwa hukum perjanjian dari KUHPerdara itu menganut suatu asas bahwa untuk melahirkan perjanjian cukup dengan kata sepakat saja dan perjanjian itu sudah dilahirkan pada saat atau detik tercapainya konsensus. Pada detik itu perjanjian sudah jadi atau mengikat. Artinya jika salah satu pihak tidak dapat melakukan kewajibannya sebagaimana disebutkan dalam perjanjian itu, maka pihak lainnya dapat mengadakan penuntutan ke Pengadilan Negeri dengan alasan hak cidera janji (wanprestasi).

Membicarakan tentang saat lahirnya perjanjian, maka tidak terlepas dari asas konsensualisme. Konsensual (konsensualisme) artinya kesepakatan, persesuaian kehendak. Dengan kesepakatan dimaksudkan bahwa diantara pihak-pihak yang bersangkutan tercapai suatu persesuaian kehendak. Artinya apa yang dikehendaki oleh pihak yang satu juga dikehendaki oleh pihak lainnya. Kedua kehendak itu bertemu dalam sepakat tersebut.

Tercapainya sepakat ini dinyatakan oleh kedua belah pihak dengan mengucapkan perkataan-perkataan setuju dan lain sebagainya ataupun dengan bersama-sama menaruh tanda tangan di bawah pernyataan-pernyataan tertulis sebagai tanda bukti bahwa mereka kedua belah pihak menyetujui segala apa yang tertera di atas perjanjian.

KUHPerdara menentukan empat syarat yang harus ada pada setiap perjanjian, sebab dengan dipenuhinya syarat-syarat inilah suatu perjanjian itu

berlaku sah. Adapun keempat syarat sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1320 KUHPerdara tersebut adalah:

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya.

Kesepakatan adalah persesuaian pernyataan kehendak anantara satu orang atau lebih dengan pihak lainnya. Kedua subjek yang mengadakan perjanjian itu harus bersepakat, setuju atau seia-sekata mengenai hal-hal yang pokok dari perjanjian yang diadakan itu. Apa yang dikehendaki oleh pihak yang satu, juga dikehendaki oleh pihak lain. Mereka menghendaki sesuatu yang sama secara timbal balik.

Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya mengandung makna bahwa para pihak yang membuat perjanjian telah sepakat atau ada persesuaian kemauan atau saling menyetujui kehendak masing-masing yang dilahirkan oleh para pihak dengan tidak ada paksaan, kekeliruan, dan penipuan. Persetujuan mana dapat dinyatakan secara tegas maupun diam-diam. Sehubungan dengan syarat kesepakatan mereka yang mengikatkan diri, terdapat beberapa hal yang merupakan faktor yang dapat menimbulkan cacat pada kesepakatan tersebut yang dicantumkan dalam Pasal 1321 KUHPerdara yang berbunyi: Tiada sepakat yang sah apabila sepakat itu diberikan karena kekhilafan, atau diperolehnya dengan paksaan atau penipuan.

Berdasarkan ketentuan tersebut, perjanjian dikatakan tidak memenuhi syarat kesepakatan kehendak apabila terdapat unsur-unsur antara lain:

- a. Kekhilafan

Kekhilafan dapat terjadi mengenai orang atau mengenai barang yang menjadi tujuan pihak-pihak yang mengadakan perjanjian. Kekhilafan mengenai

orang terjadi misalnya jika seorang direktur opera membuat kontrak dengan orang yang dikiranya sebagai penyanyi tersohor, tetapi kemudian ternyata bukan orang yang dimaksud, hanya namanya saja yang kebetulan sama. Kekhilafan mengenai barang terjadi misalnya jika orang membeli sebuah lukisan yang dikiranya lukisan Basuki Abdullah tetapi kemudian hanya turunan saja.

b. Paksaan

Dimaksud dengan paksaan ialah kekerasan jasmani atau ancaman (akan membuka rahasia) dengan sesuatu yang diperbolehkan hukum yang menimbulkan ketakutan pada seseorang sehingga ia membuat perjanjian. Jadi, bukanlah paksaan dalam arti absolut, misalnya seseorang yang lebih kuat memegang tangan seseorang yang lebih lemah dan membuat ia mencantumkan tanda tangan pada sebuah perjanjian sebab dalam hal yang demikian itu perjanjian sama sekali tidak terjadi.

c. Penipuan

Penipuan dalam suatu kontrak adalah suatu tipu muslihat yang dipakai oleh salah satu pihak sehingga menyebabkan pihak lain dalam kontrak tersebut telah menandatangani kontrak tersebut, tipu muslihat yang dimaksud di sini haruslah bersifat substansial. Pihak yang menipu bertindak aktif untuk menjerumuskan lawan baik dengan keterangan palsu maupun tipu muslihat lainnya dan pihak yang merasa tertipu harus mampu membuktikannya untuk pembatalan perjanjian.

2 Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian.

Cakap untuk membuat suatu perjanjian berdasarkan Pasal 1329 KUHPerdara adalah: Setiap orang adalah cakap untuk membuat perikatan-

perikatan, jika ia oleh undang-undang tidak dinyatakan tak cakap. Dimaksud dengan tidak cakap untuk membuat suatu perjanjian berdasarkan Pasal 1330 KUH Perdata bahwa tidak cakap untuk membuat suatu perjanjian adalah:

- a. Orang-orang yang belum dewasa;
- b. Mereka yang ditaruh di bawah pengampuan;
- c. Orang-orang perempuan, dalam hal-hal yang ditetapkan oleh undang-undang, dan pada umumnya semua orang kepada siapa undang-undang telah melarang membuat perjanjian-perjanjian tertentu.

### 3 Suatu hal tertentu.

Salah satu syarat sahnya suatu perjanjian adalah adanya unsur suatu hal tertentu dan yang dimaksudkan dengan suatu hal tertentu adalah objek dari suatu perjanjian. Suatu perjanjian haruslah mempunyai objek (*bepaald onderwerp*) tertentu, sekurang-kurangnya dapat ditentukan. Beberapa persyaratan yang ditentukan oleh undang-undang (KUH Perdata) terhadap objek tertentu dari perjanjian, khususnya jika objek perjanjian tersebut berupa barang adalah:

- a. Barang yang merupakan objek perjanjian tersebut haruslah barang yang dapat diperdagangkan.

Pasal 1332 KUH Perdata ditentukan bahwa: Hanya barang-barang yang dapat diperdagangkan saja dapat menjadi pokok suatu perjanjian. Barang-barang yang dapat dijadikan obyek perjanjian hanyalah barang-barang yang dapat diperdagangkan karena lazimnya barang-barang yang dipergunakan untuk kepentingan umum dianggap sebagai barang-barang di luar perdagangan, sehingga tidak bisa dijadikan obyek perjanjian.

- b. Pada saat perjanjian dibuat, minimal barang tersebut sudah dapat ditentukan jenisnya.

Pasal 1333 ayat (1) KUHPerdara dinyatakan bahwa: “Suatu perjanjian harus mempunyai sebagai pokok suatu barang yang paling sedikit ditentukan jenisnya.

- c. Jumlah barang tersebut boleh tidak tertentu, asal saja jumlah tersebut kemudian dapat ditentukan atau dihitung

Menurut Pasal 1333 ayat (2) KUHPerdara bahwa: Tidaklah menjadi halangan bahwa jumlah barang tidak tentu, asal saja jumlah itu terkemudian dapat ditentukan atau dihitung.

- d. Barang tersebut dapat juga barang yang baru akan ada di kemudian hari

Pasal 1334 ayat (1) KUHPerdara, ditentukan bahwa: Barang-barang yang baru akan ada dikemudian hari dapat menjadi pokok suatu perjanjian.

#### 4 Suatu sebab yang halal.

Undang-undang tidak memberikan pengertian mengenai sebab (*causa*), tetapi menurut Yurisprudensi yang ditafsirkan dengan *causa* adalah isi atau maksud dari perjanjian. Dalam Pasal 1335 KUHPerdara, dinyatakan bahwa: Suatu perjanjian tanpa sebab, atau yang telah dibuat karena sesuatu sebab yang palsu atau terlarang, tidak mempunyai kekuatan.

Pembentuk undang-undang mempunyai pandangan bahwa perjanjian-perjanjian mungkin juga diadakan tanpa sebab atau dibuat karena sesuatu sebab yang palsu atau terlarang. Yang dimaksud dengan sebab yang terlarang dalam Pasal 1337 KUHPerdara adalah: Suatu sebab adalah terlarang, apabila dilarang oleh undang-undang, atau apabila berlawanan dengan kesusilaan baik atau

ketertiban umum. Perjanjian yang dibuat dengan sebab yang demikian tidak mempunyai kekuatan.

Syarat-syarat sahnya perjanjian tersebut di atas, kedua syarat pertama yaitu sepakat mereka yang mengikatkan diri dan kecakapan untuk membuat perjanjian dinamakan syarat subjektif karena kedua syarat tersebut mengenai subjek perjanjian. Perjanjian yang tidak memenuhi syarat-syarat kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya atau tidak memenuhi kecakapan untuk membuat perikatan, perjanjian tidak sah dan perjanjian tersebut dapat dibatalkan (*vernietigbaar*). Perjanjian yang tidak memenuhi suatu hal tertentu atau tidak memenuhi suatu sebab yang halal, perjanjian adalah batal demi hukum (*van rechtswege nietig*).

Perjanjian yang dibuat secara sah yaitu memenuhi syarat-syarat Pasal 1320 KUHPerdara berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuat perjanjian. Artinya pihak-pihak harus mentaati isi perjanjian seperti mereka mentaati Undang-Undang sehingga melanggar perjanjian yang mereka buat dianggap sama dengan melanggar undang-undang. Perjanjian yang dibuat secara sah mengikat pihak-pihak dan perjanjian tersebut tidak boleh ditarik kembali atau membatalkan harus memperoleh persetujuan pihak lainnya.

Akibat perjanjian yang telah memenuhi syarat-syarat sahnya perjanjian disebutkan dalam Pasal 1338 KUHPerdara yang menyebutkan:

1. Semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.

2. Persetujuan-persetujuan itu tidak dapat ditarik kembali selain dengan sepakat kedua belah pihak atau karena alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu.
3. Persetujuan-persetujuan hanya berlaku antara pihak-pihak yang membuatnya.

## **B. Iklan**

*Advertensi, advertising* atau periklanan pada masa kini tidak asing lagi dan telah dipergunakan oleh berbagai pihak secara intensif. Hampir setiap sudut disegala penjuru dapat ditemukan hal-hal yang berhubungan erat dengan dunia periklanan, ditembok-tembok pada badan bus, dalam ruang kereta api, ditepi-tepi jalan sebelum masuk kota, lewat surat kabar, televisi, radio, selebaran dan sebagainya.

Iklan selalu ada disegala tempat, artinya dapat dilihat, didengar, ditonton dimana saja. Iklan bersifat merayu secara global dan mempunyai kemampuan dapat menembus situasi dan kondisi yang sukar dijangkau. Iklan juga sering dijuluki bersifat materialistik yang diartikan mengakibatkan orang menjadi tergantung pada benda. Iklan juga dapat mempengaruhi sifat dan sikap orang untuk menjadi dinamik, memiliki daya pikat.

Menurut Phil Astrid dan S. Susanto bahwa iklan adalah penyebaran informasi yang dibayar untuk menjual atau membantu menjual barang dan atau jasa untuk memperoleh penerimaan ide-ide yang menyebabkan masyarakat menanggapi atau berbuat sesuai dengan yang diinginkan.<sup>12</sup> Menurut kode etik

---

<sup>12</sup> Phil Astrid dan S. Susanto. 2018. *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: Bina Cipta, halaman 20.

periklanan disebutkan bahwa iklan adalah *publisitas* atau penyampaian yang bukan bersifat berita dengan menyewa suatu ruang khusus yang disediakan dengan maksud memperkenalkan, memberitahukan sesuatu melalui media massa.

Berdasarkan pengertian di atas, maka periklanan ini dapat dibagi atas dua yaitu sebagai berikut:

1. Bersifat informatif, misalnya : iklan pernikahan, iklan kematian, iklan tentang lelang, penerimaan mahasiswa baru, kebutuhan akan calon pegawai baru dengan profesi tertentu dan sebagainya.
2. Bersifat persuasif, seperti penawaran mobil, sepeda motor, dan barang-barang dagangan lainnya, mulai dari barang-barang kebutuhan sehari-hari sampai barang-barang mewah bahkan tidak jarang juga menyangkut barang-barang yang antik atau barang-barang yang langka.

Perlu diketahui pula bahwa antara promosi dengan iklan adalah berbeda. Letak perbedaannya adalah ditinjau dari segi non personalianya, dimana promosi adalah membawa barang atau jasa yang hendak dijual kepada calon pembeli oleh sales, sedangkan pada periklanan calon pembeli atau pembeli dibawa atau dihantar untuk mendekati barang atau jasa setelah diadakan pendekatan (persuasif).

Secara terotis umumnya iklan dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu sebagai berikut :

1. Iklan standar

Iklan standar yaitu iklan yang ditata secara khusus untuk keperluan memperkenalkan barang, jasa pelayanan untuk konsumen melalui sebuah

media dengan tujuan merangsang motiv dan minat para pembeli atau para pemakai. Iklan standar ini umumnya pesan-pesannya ditata secara profesional oleh lembaga periklanan sehingga dalam penyajiannya sangat terikat pada metode dan etik tertentu.

## 2. Iklan layanan masyarakat

Iklan pelayanan masyarakat adalah jenis iklan yang bersifat *non profit*, jadi iklan ini tidak mencari keuntungan akibat pemasangannya kepada khalayak ramai. Hal ini berbeda dengan iklan standar yang mengharapkan keuntungan atas penjualan barang produksinya dari pemasangan iklan. Secara umum iklan pelayanan masyarakat hanya bertujuan untuk memberikan informasi dan penerangan serta pendidikan kepada masyarakat dalam rangka pelayanan dengan mengajak masyarakat untuk berpartisipasi, bersikap positif terhadap pesan yang disampaikan.

### C. *Google Adsense*

*Google adsense* merupakan salah satu cara untuk mendapatkan penghasilan dari sebuah situs/blog. Dengan menempatkan iklan dari *Google adsense* pada sebuah situs/blog yang dimiliki oleh seseorang dan melakukan aktivitas *online* seperti biasa maka pemilik situs tersebut sudah mempunyai kesempatan untuk mendapatkan dolar dari internet.

Melihat sejarahnya, sebelum adanya *Google adsense* perusahaan tersebut menciptakan produk bernama *Google Adwords*. *Google Adwords* adalah program periklanan yang ditawarkan *Google* kepada para pemilik situs yang ingin mempromosikan situsnya, dengan cara menampilkan link situs pengiklan di hasil

pencarian untuk kata kunci (*keyword*) tertentu. Produk ini sangat relevan dengan perusahaan *google* tersebut.

Perusahaan *google* dalam perkembangannya menawarkan kepada pemilik situs untuk memasang iklan *Google Adwords* disitus dengan pola bagi hasil yang disebut *Google adsense*. Jika ada seseorang mengunjungi situs peserta *Google adsense* dan mengklik iklan yang ada di situs maka pemilik situs akan mendapat komisi dari *google*, metode pembayaran komisi seperti ini biasa disebut dengan nama *Pay Per-Click* (PPC).

Kesepakatan seperti inilah yang membuat banyak sekali masyarakat dunia bahkan masyarakat Indonesia berlomba-lomba mencari penghasilan melalui *Google adsense*. Berbekal *blog* yang bagus dan berkualitas maka para *blogger* berhasil mengisi akun *google adsense* dengan jutaan, puluhan juta, bahkan sampai ratusan juta perbulannya.

Cara mendaftar di *Google adsense* itu mudah, sebelumnya pendaftar harus memiliki *web/blog* terlebih dahulu sebelum mendaftar. Meskipun mudah ternyata banyak juga yang ditolak pada saat register pertama kali, bahkan ada yang terus gagal. Adapun langkah demi langkah cara mengikuti *Google adsense*:

1. Pastikan sudah memiliki akun Gmail, jika belum silahkan buat dulu di [www.gmail.com](http://www.gmail.com).
2. Buka situs *Google adsense* di [www.google.com/Adsense](http://www.google.com/Adsense) dan klik *Sign Up Now*.
3. Setelah klik *create account*, maka akan terlihat kolom isian yang harus di isi. Isilah kolom registrasi yang ada sesuai dengan data diri yang sebenarnya

seperti nama lengkap, alamat rumah, nomor telepon dan lain-lain. Informasi tersebut akan digunakan *google* untuk pembayaran komisi. Pada tahap ini sebenarnya sudah selesai mendaftar *Google adsense*, namun belum diterima karena aplikasi akan di *review* oleh pihak *google* terlebih dahulu dan harus menunggu dan nantinya akan mendapatkan email dari *google* jika aplikasi pendaftaran diterima atau ditolak.<sup>24</sup>

Ada beberapa syarat yang harus dipenuhi dalam prinsip *google adsense* sebagai berikut:<sup>25</sup>

1. Faktor konten/artikel dalam *blog*.

Faktor konten menjadi persyaratan utama dalam pengajuan *google*. Konten yang terdapat dalam *blog* harus memadai artinya konten harus terdapat puluhan artikel.

2. Umur atau usia *blog*

Umur *blog* yang dapat didaftarkan di *google adsense* minimal sudah 6 bulan sejak buat dan telah menampung minimal 60 artikel. Umur *blog* yang sudah lama menjadi salah satu syarat agar diterima *google adsense*.

3. Batasi jumlah gambar dalam postingan atau gambar *flas/gif*

Penyisipan gambar dalam postingan harus dibatasi, apalagi di *blog* yang mau diajukan ada gambar *gif/flas* atau gambar bergerak hal ini mentah-mentah akan ditolak oleh *google adsense*. *Blog* sudah daftarkan di *Google Webmaster Blog* yang telah diajukan di *google adsense* harus terlebih dahulu didaftarkan di *google webmaster*.

---

<sup>24</sup> Betha Sidik. 2016. *Pemrograman Web dengan PHP*. Bandung: Informatika, halaman 6.

<sup>25</sup> Abdul Kadir. 2019. *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi, halaman 14.

#### 4. Menu navigasi

Menu navigasi *blog* sebaiknya di jangan dulu dipasang nanti ketika diterima oleh *google adsense* baru dipasang menu navigasi dibagian *header blog*. Menu navigasi tidak perlu untuk di cantumkan karena sudah ada label atau kategori, Di atas *header* cukup *home* atau beranda saja dulu, apabila di *blog* ada menu navigasi dihapus saja atau diganti dengan nama laman beserta URL laman yaitu *kontak. privacy, site map, about*.

#### 5. *Widget blog*

Kelengkapan *widget* yang dianggap penting oleh *google adsense* harus diperhatikan, *Widget* yang boleh ditampahkan dalam *blog* yang telah diajukan di *google adsense* adalah arsip *blog, populer post. profil, recent post, label, widget* laman yaitu *kontak, about, privacy, site map, disclaimer*. Kelengkapan *widget* penting adalah salah satu syarat agar diterima oleh *google adsense*.

#### 6. Deskripsi *blog*

Deskripsi *blog* menjadi salah satu persyaratan penunjang untuk diterima *google adsense*. Deskripsi *blog* terletak di bagian *dasbor blog > Pengaturan > Setelan > Dasar*. Kemudian anda ketik deskripsi *blog* contoh *blog* yang menyajikan tentang apa, informasi tentang apa saja yang terkait konten dalam *blog*.

#### 7. Konten terindeks di *google*

Konten yang dipublish hendaknya diindeks oleh mesin pencari, setiap kali anda mempublish artikel jangan lupa untuk mengirim link artikel di

*google webmaster* <https://www.google.com/webmasters/tools/submit-url> dan di *google submith*. Konten yang terideks di mesin pencari *google* menjadi syarat agar diterima oleh *google adsense*.

#### 8. Pengunjung *blog*

Menghindari paradigma yang mengatakan pengunjung harus ribuan *visitor* perhari agar diterima oleh *google adsense* hal itu tidak benar. Belum ada aturan baku dari *google* batasan minimal *visitor blog* perhari.

#### 9. Jangan memasang *link* aktif yang menuju ke *blog/web*

Pemasangan *link* aktif yang akan menuju ke *blog* lain yang tidak jelas atau *blog* yang reputasinya kurang baik di mesin pencari *google* akan menjadi kendala dalam pengajuan *google adsense*.

### **BAB III**

#### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

##### **A. Pengaturan Hukum Perjanjian Pemasangan Iklan *Google adsense* Dengan Pemilik *Website***

Perjanjian pada dasarnya adalah terbuka, artinya para pihak yang membuat perjanjian dapat menentukan sebarang apa yang hendak mereka perjanjikan, namun kebebasan tersebut bukanlah kebebasan tanpa batas. Ada batasan kebebasan bagi pembuatan perjanjian, batasan itu adalah tidak bertentangan dengan Undang-undang, kesusilaan dan ketertibian umum.

Setiap orang yang telah mufakat akan sesuatu hal, kesepakatan itu mengikat bagi pihak-pihak yang membuatnya dan daya ikat sepakat itu sama kekuatannya dengan undang-undang. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa perjanjian ini adalah suatu undang-undang yang dibuat oleh pihak swasta. Prinsip ini adalah akibat dianut sistem terbuka dalam Buku III KUHPdata dan ini dibenarkan karena apa yang diperbuat dalam kesepakatan tersebut adalah jelmaan dari hak perorangan atau hak relatif.

Perjanjian adalah hak perorangan dan kepada pihak-pihak yang membuat perjanjian, maka apa yang diperjanjikan itu mengikat para pihak. Ini merupakan hal materil, namun bagaimana cara mereka menegaskan kesepakatan tersebut adalah merupakan hal formil dalam suatu perjanjian. Cara menunjukkan suatu perjanjian telah terjadi dapat dilakukan dengan secara lisan maupun secara tertulis.

Perjanjian dibuat secara tertulis karena para pihak ingin membuktikan adanya hak jika salah satu pihak tidak memenuhi isi yang diperjanjikan. Adanya bukti secara tertulis suatu perjanjian dan telah mempunyai jangka waktu tertentu yang sudah disepakati bersama untuk dipenuhi oleh para pihak. Hak ini bisa tercapai apabila pihak-pihak yang terikat di dalamnya telah memenuhi hak dan kewajibannya masing-masing pihak.

Perjanjian yang dilakukan secara lisan adalah bentuknya sama dengan perjanjian secara tertulis, hanya saja di dalam perjanjian ini adalah suatu perjanjian lisan yang biasanya dilaksanakan dalam hubungan keluarga. Bentuk perjanjian secara lisan ini telah membudaya dimasyarakat, karena merupakan adat kebiasaan yang dianut oleh setiap suku di seluruh Indonesia.

Surat dalam hukum pembuktian adalah salah satu alat bukti, walaupun surat yang dibuat tersebut harus dipenuhi beberapa syarat lagi sehingga daya pembuktiannya dapat mengandung kekuatan mutlak atau tidak. Artinya tidak semua surat mempunyai daya pembuktian yang serupa, hal ini digantungkan lagi kepada sifat surat tersebut, apakah surat tersebut merupakan akta biasa, akta di bawah tangan atau akta autentik.

Berbeda halnya dengan perjanjian secara lisan, biasanya dalam hal membuktikan suatu peristiwa hukum yang terjadi bagi para pihak, pihak penyelesai sengketa mengalami sedikit kesulitan, sebab masing-masing pihak selalu berbeda dalam mengungkapkan peristiwa hukum yang terjadi di antara mereka, demikian juga dalam hal menentukan hak dan kewajiban bagi para pihak,

selain itu juga sering juga samar menentukan saat dimulainya dilaksanakan prestasi bagi pihak-pihak yang telah mengadakan perjanjian tersebut.

Perjanjian pada dasarnya tidak memerlukan formalitas tertentu, namun untuk perjanjian-perjanjian yang khusus diperlukan suatu formalitas, bila formalitas tersebut tidak dipenuhi, maka perjanjian itu menjadi batal demi hukum, misalnya perjanjian ini harus dibuat suatu akta autentik, bila tidak dilakukan dengan akta autentik, maka perjanjian hibah atas benda-benda tidak bergerak tersebut batal demi hukum, batal demi hukum di sini diartikan bahwa perjanjian tersebut walaupun telah disepakati tidak ada sejak semula.

Praktek dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, hampir dapat dikatakan semua perjanjian yang dilakukan secara tertulis, terkecuali perjanjian yang berkenaan dengan benda-benda bergerak yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari, perjanjian cukup dilakukan dengan lisan saja. Namun untuk perjanjian yang berkaitan dengan benda-benda bergerak yang mempunyai nilai tertentu, perjanjian sering dibuat dengan tertulis.

Hukum perdata mengenal berbagai jenis perjanjian, salah satu perjanjian tersebut adalah perjanjian bernama dan perjanjian tidak bernama. Perjanjian bernama adalah perjanjian yang telah ditentukan secara tertentu di dalam Undang-undang, sedangkan perjanjian tidak bernama adalah perjanjian yang tidak ditentukan dalam undang-undang.

Perjanjian pemasangan iklan *online* dalam media sosial adalah perjanjian tidak bernama, karena perjanjian tersebut tidak terdapat dalam KUHPerdata.

Perjanjian pemasangan iklan *online* dalam media sosial dibuat dalam bentuk tertulis dituangkan dalam bentuk perjanjian standar/baku. Perjanjian standar (perjanjian baku) adalah suatu bentuk perjanjian yang mengatur hubungan para pihak yang telah ditentukan sebelumnya dalam bentuk formulir oleh pihak yang posisinya lebih kuat dan tidak bisa dirubah kecuali ditentukan lain.

Menurut Salim HS bahwa standar kontrak merupakan perjanjian yang telah ditentukan dan telah dituangkan dalam bentuk formulir. Kontrak ini telah ditentukan secara sepihak oleh salah satu pihak, terutama pihak yang kedudukan ekonominya kuat terhadap pihak yang ekonominya lemah.<sup>26</sup> Standar kontrak atau perjanjian baku merupakan perjanjian yang memuat di dalamnya klausula-klausula yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu oleh pelaku usaha secara sepihak, dicetak dalam jumlah banyak dan dipergunakan untuk setiap perjanjian yang sama jenisnya.

Latar belakang tumbuhnya perjanjian baku karena keadaan sosial ekonomi. Perusahaan besar dan perusahaan pemerintah mengadakan kerjasama dalam suatu organisasi dan untuk kepentingan mereka, ditentukan syarat-syarat secara sepihak. Pihak lawannya (*wederpartij*) pada umumnya mempunyai kedudukan (ekonomi) lemah baik karena posisinya maupun karena ketidaktahuannya, hanya menerima apa yang disodorkan.

Ada tiga jenis perjanjian baku (*standard contract*) yaitu:

1. Perjanjian baku sepihak adalah perjanjian yang isinya ditentukan oleh pihak yang kuat kedudukannya di dalam perjanjian itu. Pihak yang kuat di sini

---

<sup>26</sup> Salim HS. 2016. *Perkembangan Hukum Kontrak Di Luar KUHPerdota*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, halaman 145.

adalah pihak kreditur yang lazimnya mempunyai posisi (ekonomi) kuat dibandingkan dengan debitur.

2. Perjanjian baku yang ditetapkan pemerintah yaitu perjanjian baku yang isinya ditentukan pemerintah terhadap perbuatan-perbuatan hukum tertentu, misalnya perjanjian-perjanjian yang mempunyai objek hak-hak atas tanah.
3. Perjanjian baku yang ditentukan lingkungan Notaris atau advokad ada perjanjian-perjanjian yang konsepnya sejak semula sudah disediakan untuk memenuhi permintaan dari anggota masyarakat yang minta bantuan Notaris atau advokad yang bersangkutan.

Perjanjian baku (*standard contract*) mengandung ciri-ciri yaitu:

1. Isinya ditentukan secara sepihak oleh kreditur yang posisinya relatif lebih kuat dari debitur.
2. Debitur sama sekali tidak ikut menentukan isi perjanjian itu.
3. Terdorong oleh kebutuhannya debitur terpaksa menerima perjanjian itu.
4. Bentuk tertentu (tertulis).
5. Dipersiapkan secara masal dan kolektif.<sup>27</sup>

Perkembangan teknologi informasi telah berhasil menciptakan infrastruktur informasi baru, tersedianya layanan akses data internet yang memberikan efesensi, alternatif ruang dan pilihan yang tanpa batas kepada penggunaannya untuk melakukan banyak kegiatan diantaranya bisnis. Daya tarik ini yang menjadikan banyak pengguna transaksi bisnis konvensional kemudian beralih menggunakan sistem elektronik.

Indonesia telah memiliki Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. Teknologi sekarang ini dapat dikatakan mengalami

---

<sup>27</sup> *Ibid.* halaman 146.

perkembangan pesat. Teknologi informasi dan elektronik merupakan salah satunya. Demikian pula di Indonesia, hampir semua hal mengenai informasi dan elektronik tidak lepas dari pengaruh teknologi modern yang semakin hari semakin berkembang. Perkembangan ini telah mengubah pola pikir dan kehidupan masyarakat di Indonesia, hal-hal yang tadinya dilakukan melalui cara yang dapat dikatakan tradisional, saat ini bisa dilakukan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi.

Kenyataan sosial menunjukkan teknologi informasi berkembang jauh lebih pesat dan telah mengubah pola dan perilaku masyarakat, misalnya saja dalam transaksi bisnis dari pola konvensional dengan cara tatap muka atau kontrak *offline*, bergeser ke era kontrak elektronik melalui komputer dengan cara kontrak *online*. Era globalisasi telah membawa perubahan di berbagai bidang kehidupan, termasuk perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang memegang peranan penting dalam pembangunan. Teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah perilaku masyarakat dan peradaban manusia secara global. Perkembangan teknologi informasi telah menyebabkan dunia menjadi tanpa batas (*borderless*) dan menyebabkan perubahan sosial secara signifikan berlangsung demikian cepat.

Perjanjian elektronik dalam bahasa Inggris dikenal sebagai *electronic contract* (*e-contract*) atau *online contract*. Edmon Makarim menggunakan istilah kontrak *online* (*online contract*) bagi kontrak elektronik (*e-contract*) dan mendefinisikan kontrak *online* adalah perikatan ataupun hubungan hukum yang dilakukan secara elektronik dengan memadukan jaringan (*networking*) dari sistem

informasi berbasis komputer (*computer based information system*) dengan sistem komunikasi yang berdasarkan atas jaringan dan jasa telekomunikasi (*telecommunication based*), yang selanjutnya difasilitasi oleh keberadaan jaringan komputer global Internet (*network of network*). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kontrak elektronik (*econtract*) adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih yang dilakukan dengan menggunakan media komputer, khususnya jaringan internet.

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, memberikan pengakuan kontrak elektronik ini pada Pasal 1 angka 17 dengan perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik, selanjutnya mengenai sistem elektronik disebutkan serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan/atau menyebarkan Informasi Elektronik (Pasal 1 angka 5 UUIE).

Hakekatnya kontrak elektronik adalah perjanjian yang disepakati para pihak yang membuatnya hanya sarannya sangat berbeda menggunakan sistem elektronik. Keabsahan suatu kontrak elektronik ini dijelaskan pada Pasal 5 ayat (3) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik dengan mensyaratkan keabsahan kontrak (dokumen elektronik) bila menggunakan Sistem Elektronik yang sebagaimana diatur dalam Pasal 13 sampai dengan Pasal 16 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-

Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik mengenai persyaratan penggunaan sarana sistem elektronik yang sudah disertifikasi.

Pengakuan kontrak elektronik sebagai suatu bentuk perjanjian dalam KUHPerdara Indonesia masih merupakan permasalahan yang pelik. Pasal 1313 KUH Perdata mengenai definisi perjanjian memang tidak menentukan bahwa suatu perjanjian harus dibuat secara tertulis. Pasal 1313 KUHPerdara hanya menyebutkan bahwa perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Jika mengacu pada definisi ini maka suatu kontrak elektronik dapat dianggap sebagai suatu bentuk perjanjian yang memenuhi ketentuan Pasal 1313 KUHPerdara tersebut. Prakteknya suatu perjanjian biasanya ditafsirkan sebagai perjanjian yang dituangkan dalam bentuk tertulis (*paper-based*) dan bila perlu dituangkan dalam bentuk akta notaris atau dalam bentuk elektronik.

Kontrak elektronik (*e-contract*) merupakan kontrak yang terjadi akibat suatu transaksi komersial elektronik (*e-commerce*). Proses transaksi komersial elektronik (*ecommerce*) dan transaksi komersial konvensional memiliki kesamaan. Baik dalam transaksi komersial elektronik (*ecommerce*) maupun dalam transaksi komersial konvensional terdapat proses penawaran, penerimaan penawaran (pembelian), pembayaran, dan penyerahan barang. Hal yang membedakan kedua transaksi tersebut hanyalah bahwa transaksi komersial elektronik (*e-commerce*) dilakukan tanpa tatap muka dan prosesnya terjadi lebih cepat serta lebih mudah.

Konsep antara kedua jenis transaksi tersebut tidak ada perbedaan, maka suatu kontrak yang terjadi dalam transaksi komersial elektronik (*e-commerce*) pada dasarnya adalah sama dengan kontrak yang terjadi dalam transaksi komersial konvensional (*econtract*) dan dengan demikian hal-hal yang berlaku mengenai kontrak konvensional dapat diberlakukan pula untuk kontrak elektronik (*e-contract*). Praktiknya masih terdapat banyak perbedaan pendapat mengenai keabsahan suatu kontrak elektronik (*e-contract*).

Pasal 47 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, bahwa kontrak elektronik dianggap sah apabila:

1. Syarat subjektif yang mana jika tidak terpenuhi maka perjanjian dapat dibatalkan oleh salah satu pihak (selama belum ada pembatalan maka perjanjian tetap sah), yaitu:
  - a. Adanya kesepakatan para pihak mengenai harga dan produk, tanpa ada paksaan, kekhilafan maupun penipuan;
  - b. Kecakapan para pihak yang membuat perjanjian. Pada dasarnya orang yang sudah dewasa, sehat akal pikiran dan tidak dilarang oleh undang-undang (seperti tidak dinyatakan pailit oleh pengadilan) adalah cakap menurut hukum. Dewasa berdasarkan Pasal 330 KUHPerdara adalah berusia sudah 21 tahun atau sudah/pernah menikah.
2. Syarat objektif yang mana jika tidak terpenuhi maka perjanjian batal demi hukum, dianggap tidak pernah ada perjanjian sehingga tidak memiliki kekuatan mengikat secara hukum, yaitu:

- a. Produk yang merupakan objek perjanjian harus tertentu (*definite*) dan dapat dilaksanakan (*possible*).
- b. Sebab yang halal (*lawful*), isi dan tujuan dari perjanjian jual beli tersebut tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan dan ketertiban umum. Sebagai contoh: jual beli dilakukan bukan untuk barang yang dilarang oleh peraturan perundang-undangan (contohnya bukan barang illegal) Kontrak Elektronik itu sendiri menurut Pasal 48 ayat (3) Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik setidaknya harus memuat hal-hal sebagai berikut:

- 1) Data identitas para pihak;
- 2) Objek dan spesifikasi;
- 3) Persyaratan Transaksi Elektronik;

Menurut Pasal 1320 KUHPerdata bahwa syarat-syarat sahnya untuk perjanjian yaitu:

1. Adanya kesepakatan

Kesepakatan adalah persesuaian pernyataan kehendak antara satu pihak atau lebih dengan pihak lain. Suatu kesepakatan selalu diawali dengan adanya suatu penawaran oleh satu pihak dan penerimaan oleh pihak lain. Jika penawaran tidak ditanggapi dengan penerimaan maka kesepakatan tidak akan terjadi. Kesepakatan berarti ada persesuaian kehendak yang bebas antara para pihak mengenai hal-hal pokok yang diinginkan dalam perjanjian. Dalam hal ini, antara para pihak harus mempunyai kemauan yang bebas (*sukarela*) untuk mengikatkan

diri, di mana kesepakatan itu dapat dinyatakan secara tegas maupun diam-diam. Bebas di sini artinya adalah bebas dari kekhilafan, paksaan dan penipuan.

Kesepakatan yang telah tercapai dapat mengalami kecacatan atau yang biasa disebut cacat kehendak atau cacat kesepakatan sehingga memungkinkan perjanjian tersebut diminta pembatalan oleh pihak yang merasa dirugikan oleh perjanjian tersebut. Berdasarkan pasal 1321 KUHPerdara, perjanjian menjadi tidak sah, apabila kesepakatan terjadi karena adanya unsur-unsur kekhilafan, paksaan, atau penipuan.

Asas konsensualisme sering diartikan bahwa dibutuhkan kesepakatan untuk lahirnya kesepakatan. Maksud dalam asas ini ialah perjanjian lahir dan telah mengikat segera setelah para pihak mencapai kesepakatan atau consensus, meskipun kesepakatan tersebut telah dicapai secara lisan semata-mata. Ini berarti pada prinsipnya perjanjian yang mengikat dan berlaku sebagai perikatan bagi para pihak yang berjanji tidak memerlukan formalitas, walau demikian, untuk menjaga kepentingan pihak debitur (atau yang berkewajiban untuk memenuhi prestasi) diadakanlah bentuk-bentuk formalitas atau dipersyaratkan adanya suatu tindakan tertentu.

Terjadinya kesepakatan pada transaksi komersial elektronik konvensional mudah diketahui karena kesepakatan dapat langsung diberikan secara lisan maupun tertulis. Sebaliknya, dalam transaksi komersial elektronik, kesepakatan tidak diberikan secara langsung melainkan melalui media elektronik (khususnya internet).

Transaksi komersial elektronik perjanjian pemasangan iklan melalui media sosial, maka pihak yang melakukan penawaran adalah biro jasa yang dalam hal ini menawarkan jasa melalui *website*. Penawaran ini dapat diakses oleh siapa saja dan jika calon pemasang iklan tertarik untuk memasang iklan melalui yang ditawarkan, maka hanya perlu mengklik aplikasi yang disediakan.

Transaksi komersial elektronik (*e-commerce*), kesepakatan diberikan melalui media elektronik (khususnya *internet*) dan akibatnya menyebabkan keraguan mengenai kapan terjadinya kesepakatan. Menentukan kapan terjadinya kesepakatan dalam suatu transaksi komersial elektronik (*e-commerce*) negara-negara yang tergabung dalam Masyarakat Ekonomi Eropa telah menerapkan sistem klik dengan mekanisme kerja sebagai berikut:

- a. Klik pertama: melihat penawaran
- b. Klik kedua: memberikan penerimaan terhadap penawaran tersebut.
- c. Klik ketiga: peneguhan dan persetujuan mengenai diterimanya penerimaan.

Ketentuan semacam ini di Indonesia belum ada. Ajaran yang umum diikuti menyatakan bahwa suatu perjanjian dianggap lahir saat *offerte* menerima jawaban. Kontrak pada transaksi komersial elektronik (*e-commerce*) sudah berlaku secara sah dan mengikat pada saat pembeli meng-klik tombol *send* dan dalam hal ini pembeli dianggap telah sepakat serta menyetujui syarat dan kondisi yang tercantum dalam penawaran.

## 2. Adanya kecakapan

Pihak-pihak yang membuat perjanjian haruslah cakap dan berwenang untuk melakukan perbuatan hukum. Cakap di sini berarti telah dewasa (telah

mencapai umur 21 tahun atau telah menikah walaupun belum berumur 21 tahun. Menurut Pasal 1330 KUH Perdata, yang termasuk tidak cakap untuk membuat perjanjian adalah orang-orang yang belum dewasa, mereka yang ditaruh di bawah pengampuan, dan wanita bersuami. Perkembangannya isteri dapat melakukan perbuatan hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 31 Undang-undang Nomor 1 Tahun 1974 jo. SEMA No. 3 Tahun 1963.

Transaksi komersial elektronik sulit menentukan kecakapan seseorang, karena transaksi tidak dilakukan secara fisik, tetapi melalui media elektronik. Bagi para pelaku transaksi komersial elektronik, masalah kecakapan bukan merupakan masalah yang penting.

### 3. Adanya suatu hal tertentu

Hal tertentu menurut undang-undang adalah prestasi yang menjadi pokok perjanjian yang bersangkutan. Walaupun undang-undang tidak mengharuskan suatu barang sudah ada atau belum ada pada saat perjanjian, barang yang dimaksudkan dalam perjanjian setidaknya harus ditentukan jenisnya. Lebih lanjut Pasal 1234 KUHPerdata menyebutkan bahwa tiap-tiap perikatan adalah untuk memberikan sesuatu, berbuat sesuatu, atau tidak berbuat sesuatu.

### 4. Adanya suatu sebab yang halal

Sebab yang halal di sini berkaitan dengan isi dari perjanjian dan bukan sebab para pihak mengadakan perjanjian. Pasal 1335 KUHPerdata menyatakan bahwa suatu persetujuan yang dibuat karena sebab yang terlarang tidak mempunyai kekuatan. Lebih lanjut dalam Pasal 1337 KUHPerdata disebutkan

bahwa yang termasuk dalam sebab yang terlarang adalah yang dilarang oleh undang-undang atau berlawanan dengan kesusilaan dan ketertiban umum.

Kontrak yang terjadi akibat transaksi komersial elektronik dalam perjanjian pemasangan iklan melalui media sosial dapat dikatakan sah menurut hukum perdata Indonesia, maka kontrak tersebut juga harus memenuhi persyaratan sah nya perjanjian menurut Pasal 1320 KUHPerdata yaitu kata sepakat, kecakapan, hal tertentu dan suatu sebab yang halal. Dengan dipenuhinya empat syarat sah nya perjanjian tersebut, maka suatu perjanjian menjadi sah dan mengikat secara hukum bagi para pihak yang membuatnya.

Secara umum kontrak lahir pada saat adanya penerimaan terhadap penawaran yang dilakukan dalam hal ini timbulnya kesepakatan antara kedua belah pihak. Begitu pula pada kontrak elektronik, kontrak elektronik lahir secara prinsip sama dengan lahirnya kontrak secara konvensional. Namun dalam menganalisis lahirnya kontrak elektronik harus dilihat dari media yang digunakan dalam menghasilkan kontrak tersebut, sehingga dapat diketahui kapan adanya penerimaan terhadap penawaran yang dilakukan.

Berbeda dari perjanjian pada umumnya, perjanjian melalui media *online* ini dibuat tanpa harus mempertemukan para pihak, karena perjanjian melalui media *online* ini dalam pembuatannya hanya menggunakan media elektronik. Perjanjian pada umumnya terjadi ketika terdapat kesepakatan diantara kedua belah pihak. Kesepakatan juga merupakan salah satu syarat subjektif sah nya suatu perjanjian menurut KUHPerdata. Dengan kesepakatan dimaksudkan bahwa diantara pihak-pihak yang bersangkutan tercapai suatu kesesuaian kehendak, artinya apa yang dikehendaki oleh yang satu adalah pula yang dikehendaki oleh

yang lain sehingga untuk mengikatkan diri dalam suatu perjanjian, para pihak haruslah terlebih dahulu mencapai kesepakatan.

Kontrak elektronik (*e-contract*) termasuk dalam kategori kontrak tidak bernama (*innominaat*) yaitu perjanjian-perjanjian yang tidak diatur dalam KUHPerdara tetapi terdapat dalam masyarakat akibat perkembangan zaman dan tuntutan kebutuhan bisnis. Kontrak semacam ini harus mengikuti aturan Pasal 1320 KUHPerdara yang mengatur tentang syarat sahnya perjanjian. Kontrak elektronik sebagaimana kontrak konvensional, juga memiliki kekuatan hukum layaknya undang-undang bagi para pihak yang membuatnya sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 KUHPerdara.

Suatu perjanjian baik yang dilakukan secara konvensional maupun secara elektronik adalah sah apabila memenuhi unsur-unsur sebagaimana di syatkan dalam Pasal 1320-1337 KUHPerdara, dimana syarat-syarat tersebut adalah merupakan syarat subjektif dan objektif bagi sebuah perjanjian. Apabila syarat-syarat tersebut tidak terpenuhi maka akan dapat menimbulkan konsekuensi yuridis. Konsekuensi tersebut adalah apabila syarat subyektif tidak dipenuhi maka perjanjian tersebut dapat dimintakan pembatalan oleh pihak yang merasa dirugikan. Kemudian apabila syarat obyektif tidak terpenuhi maka perjanjian tersebut batal demi hukum.

## **B. Penerapan Asas Kebebasan Berkontrak Dalam Perjanjian Pemasangan**

### ***Iklan Google adsense Dalam Suatu Website***

*Advertiser* atau pengiklan akan berusaha untuk memanfaatkan penyedia layanan iklan internet dalam hal ini (*google adsense*) untuk mempromosikan produk atau perusahaan yang mereka miliki. Para

pengiklan untuk beriklan di *google adsense* harus menggunakan *tool* khusus yang sudah disediakan oleh pihak *google*, *tool* tersebut adalah *google adword*. Sebelum bisa menggunakan *tool* tersebut pengiklan harus melakukan registrasi *google adword* terlebih dahulu. Syaratnya yaitu cukup memiliki alamat email *google* saja guna untuk melakukan pendaftaran *google adword*.

Setelah memiliki akun *google adword* para pengiklan bisa mengajukan permohonan untuk memasang iklan dengan memanfaatkan fasilitas yang ada pada *google adword* tersebut. Para pengiklan atau *advertiser* bisa memilih jenis iklan yang akan mereka pasang dan mereka akan dikenakan biaya beriklan sesuai dengan kesepakatan khusus antara pengiklan dengan pihak *google*. Adapun bentuk layanan iklan yang bisa dipilih oleh *advertiser* adalah sebagai berikut:

1. *Adsense for content* adalah bentuk layanan iklan yang memungkinkan iklan dipasang pada halaman *blog*. Iklan ini bias dipromosikan oleh para *logger* pada halaman *blog* yang dimiliki.
2. *Adsense for search* adalah *publisher* akan menampilkan mesin pencari *google* pada *website/blognya*. Komisi akan didapatkan *publisher* apabila pengunjung melakukan pencarian pada mesin pencari yang tertera pada *website* tersebut. Kadang *adsense for search* muncul ketika pengunjung melakukan pencarian pada mesin pencari *google*.
3. *Adsense for Video* merupakan tipe iklan yang biasanya dipasang pada video youtube.
4. *Adsense for Mobile* merupakan tipe iklan GA (*General Affair*) yang bisa tampil untuk perangkat *mobile*.<sup>28</sup>

Penyediaan layanan iklan dalam hal ini adalah *google* menyediakan aplikasi *web* khusus yang dapat memfasilitasi para pengiklan untuk beriklan

---

<sup>28</sup> Fathudin. 2021. *Advertising Business* Pada *Google Adsense* di *Youtube* Perspektif Ekonomi Syariah, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 7 Nomor 3, halaman 4.

di *google*. Aplikasi tersebut dikenal dengan nama *google adword*. Ketika pengiklan atau *advertiser* memutuskan untuk beriklan di *google* mereka harus memiliki akun *google adword* terlebih dahulu. Setelah itu dengan menggunakan fasilitas yang sudah disediakan pada *google adword*, *advertiser* bisa memasang iklan mereka dengan format iklan dan biaya tertentu sesuai dengan yang telah ditetapkan oleh pihak *google*.

Orang yang menjadi mitra *google adsense* bisa disebut dengan *publisher*, *publisher* adalah orang yang memiliki sebuah *web/blog* dan mempunyai kemampuan untuk mengiklankan sesuatu pada orang lain dengan harapan orang tersebut mengklik iklan yang ditawarkan oleh *publisher* atau setidaknya *publisher* mampu mempromosikan *web/blog* miliknya dikenal dan dikunjungi oleh banyak orang.

*Publisher* mempunyai *web/blog* yang membahas tentang apa saja dan membantu *google* untuk memasang iklan yang telah dipasang pada program *adword* tersebut. Dengan bertambahnya klik iklan yang dipasang maka bertambah banyak pula komisi yang didapat oleh *google* dari pemasang iklan pada program *adword* tersebut.

*Publisher* yang telah membantu *google* menghasilkan klik untuk iklannya tentunya dibayar oleh *google* sekian persen dari nilai iklan tersebut. Setelah *publisher* mengetahui mengenai produk-produk dalam *google adsense*, berikut ini mekanisme yang ada dalam bisnis *google adsense* ada 3 meliputi:

1. *Publisher* menyediakan ruang iklan situs *web* dengan menempelkan kode iklan di situs dan memilih lokasi untuk menampilkan iklan.

2. Iklan yang membayar paling tinggi akan muncul pada situs *publisher*.
3. *Google adsense* menangani proses penagihan semua pengiklanan dan jaringan untuk iklan dalam situs *publisher*. Guna untuk memastikan *Publisher* menerima pembayaran tersebut.<sup>29</sup>

*Google adsense* masih termasuk dalam ruang lingkup peraturan yang telah ditentukan, dengan demikian *google adsense* mempunyai aturan-aturan yang terikat dengan perjanjian yang telah disepakati bersama, untuk membuat *google adsense* harus mempunyai dasar yang kuat sesuai dengan pasal yang tercantum di KUH Perdata. Kontrak ataupun perjanjian *google adsense* masih sesuai dengan maksud dalam pasal KUHPerdata yang telah diterangkan akan tetapi perbedaannya hanya terletak pada sistem *google adsense* itu sendiri yang menggunakan transaksi *online* sehingga perbedaan objek dan media yang digunakan dalam suatu bisnis akan merubah hukum dan transaksi tersebut, baik hukum transaksi dan aspek lainnya.

Mekanisme *google adsense* juga termasuk dalam KUHPerdata terdapat pada Pasal 1253 KUHPerdata yang berbunyi “suatu perikatan adalah bersyarat jika digantungkan pada suatu peristiwa yang mungkin terjadi dan memang belum terjadi, baik dengan cara menanggukkan berlakunya perikatan itu sampai terjadinya peristiwa itu, maupun dengan cara membatalkan perikatan itu, tergantung pada terjadi tidaknya peristiwa itu”.

Semua pihak yang bersangkutan harus mengikuti mekanisme yang sudah ditetapkan, karena pada Pasal 1257 KUHPerdata dijelaskan bahwa “semua syarat harus dipenuhi dengan cara yang dikehendaki dan dimaksudkan oleh pihak-pihak yang bersangkutan”. *Google adsense* sanggup sewaktu-waktu mengakhiri

---

<sup>29</sup> *Ibid*, halaman 5.

perjanjian atau menghentikan sementara atau menetapkan partisipasi salah satu properti dalam layanan untuk alasan tertentu, sesuai yang dijelaskan dalam Pasal 1266 KUHPerdara yang berbunyi “Syarat batal dianggap selalu dicantumkan dalam persetujuan yang timbal balik, andai kata salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya dan dalam hal demikian persetujuan tidak batal demi hukum, tetapi pembatalan harus dimintakan kepada pengadilan. Permintaan ini juga harus dilakukan, meskipun syarat batal mengenai tidak dipenuhinya kewajiban dinyatakan di dalam persetujuan. 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.

Berdasarkan uraian di atas, maka perjanjian pemasangan iklan *google adsense* dengan pemilik *website* tertuang dalam standar kontrak yang didasarkan asas kebebasan berkontrak. Asas kebebasan berkontrak merupakan salah satu asas yang penting dalam hukum perjanjian. Asas ini merupakan perwujudan manusia yang bebas, pancaran hak asasi manusia. Asas kebebasan berkontrak berhubungan erat dengan isi perjanjian yakni kebebasan untuk menentukan apa dan dengan siapa perjanjian diadakan.

Asas kebebasan berkontrak dapat dianalisis dari ketentuan Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara yang berbunyi: “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”. Adanya kata semua mencerminkan bahwa pasal ini berisikan suatu pernyataan diperbolehkannya para pihak menentukan sendiri isi, bentuk, atau apapun yang

dikehendaki dalam perjanjiannya. Adanya kebebasan bagi para pihak untuk membuat perjanjian/kontraknya maka disebut sebagai asas kebebasan berkontrak. Berdasarkan asas kebebasan berkontrak, maka orang pada dasarnya dapat membuat perjanjian dengan isi yang bagaimanapun juga, asal tidak bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum. Dasar hukumnya adalah Pasal 1337 KUHPerdara yang berbunyi: “Suatu sebab adalah terlarang, jika sebab itu dilarang oleh undang-undang atau bila sebab itu bertentangan dengan kesusilaan atau dengan ketertiban umum”.

Maksud undang-undang disini adalah undang-undang yang bersifat memaksa. Asas kebebasan berkontrak yang penting adalah semua perjanjian (perjanjian dari macam apa saja), akan tetapi yang lebih penting lagi adalah bagian mengikatnya perjanjian sebagai undang-undang. Pelaksanaan asas kebebasan berkontrak umumnya para pihak dapat mengecualikan peraturan-peraturan yang termuat dalam KUHPerdara karena menganut sistem terbuka.

Terlaksananya asas kebebasan berkontrak karena adanya faktor perkembangan kebutuhan manusia dalam hukum perjanjian itu sendiri. Manusia dalam mewujudkan kehendaknya tidak bisa hanya mengikuti perjanjian yang diatur dalam undang-undang semata, kebutuhan manusia yang demikian kompleks guna mewujudkan kehendaknya melahirkan asas kebebasan berkontrak dimana manusia dapat membuat perjanjiannya sendiri diluar yang telah diatur dalam undang-undang. Kebebasan berkontrak merupakan asas yang sangat penting dalam hukum perjanjian. Kebebasan ini adalah perwujudan dari kehendak bebas pancaran dari Hak Asasi Manusia, namun kebebasan sebagaimana telah diuraikan

di atas bukan kebebasan yang mutlak, karena undang-undang tetap membatasinya. Pembatasan asas kebebasan berkontrak adalah selama memenuhi syarat sahnya perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara.

Selain harus memenuhi syarat sahnya perjanjian, asas kebebasan berkontrak juga tidak boleh melanggar undang-undang, tidak boleh merupakan perjanjian yang palsu atau terlarang sebagaimana diatur dalam Pasal 1335 KUHPerdara, menaati norma kesusilaan serta ketertiban umum sebagaimana diatur dalam Pasal 1337 KUHPerdara.

Asas kebebasan berkontrak memberikan pengaruh kepada hukum perjanjian, dengan adanya asas tersebut hukum perjanjian menjadi lebih fleksibel karena dapat mengikuti perkembangan kebutuhan manusia khususnya manusia yang sekarang hidup dalam zaman modern, dimana perjanjian yang tidak diatur dalam Undang-Undang dapat dibuat sendiri oleh manusia sesuai kepentingannya. Asas kebebasan berkontrak merupakan asas universal dan dianut oleh hukum perjanjian di hampir seluruh negara di dunia pada saat ini.

### **C. Tanggung Jawab Perdata Para Pihak Apabila Terjadi Pelanggaran Dalam Pemasangan Iklan *Google adsense* Melalui *Website***

Tanggung jawab menurut kamus umum Bahasa Indonesia adalah, keadaan wajib menanggung segala sesuatunya. Berkewajiban menanggung, memikul tanggung jawab, menanggung segala sesuatunya, atau memberikan jawab dan menanggung akibatnya. Tanggung jawab hukum adalah kesadaran manusia akan tingkah laku atau perbuatan yang disengaja maupun yang tidak disengaja.

Pertanggungjawaban menurut undang-undang yaitu kewajiban mengganti kerugian yang timbul karena perbuatan melanggar hukum.<sup>30</sup>

Apabila seseorang dirugikan karena perbuatan seseorang lain dan tidak terdapat sesuatu perjanjian (hubungan hukum perjanjian), maka berdasarkan undang-undang juga timbul atau terjadi hubungan hukum antara orang tersebut yang menimbulkan kerugian itu.<sup>31</sup> Ada 3 (tiga) prinsip pertanggungjawaban perdata yang diatur dalam KUHPerdata yaitu:

1. Setiap tindakan yang menimbulkan kerugian atas diri orang lain berarti orang yang melakukannya harus membayar kompensasi sebagai pertanggungjawabannya.
2. Seseorang harus bertanggungjawab tidak hanya karena kerugian yang dilakukannya dengan sengaja tetapi juga karena kelalaian atau kurang berhati-hati.
3. Seseorang yang memberikan pertanggungjawaban tidak hanya atas kerugian yang ditimbulkan dari tindakannya sendiri, tetapi juga atas kerugian yang ditimbulkan dari tindakan orang lain yang berada dibawah pengawasannya.<sup>32</sup>

Menurut Shidarta, bahwa secara umum prinsip-prinsip tanggung jawab

dalam hukum dapat dibedakan sebagai berikut:

1. Kesalahan (*liability based on fault*);
2. Praduga selalu bertanggung jawab (*presumption of liability*);
3. Praduga selalu tidak bertanggung jawab (*presumption of non liability*);
4. Tanggung jawab mutlak (*strict liability*);
5. Pembatasan tanggung jawab (*limitation of liability*).<sup>33</sup>

Konsep tanggung jawab hukum berhubungan dengan pertanggungjawaban secara hukum atas tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok yang bertentangan dengan undang-undang. Tanggung jawab hukum dalam hukum

---

<sup>30</sup> Ridwan HR. 2016, *Hukum Administrasi Negara*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, halaman 337.

<sup>31</sup> AZ Nasution. 2017. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Daya Widya, halaman 80.

<sup>32</sup> Anny Isfandyarie. 2016. *Tanggungjawab Hukum dan Sanksi Bagi Dokter*. Jakarta: Prestasi Pustaka,halaman 7.

<sup>33</sup> Shidarta. 2015. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo, halaman 59.

perdata berupa tanggung jawab seseorang terhadap perbuatan yang melawan hukum. Perbuatan melawan hukum memiliki ruang lingkup yang lebih luas dibandingkan dengan perbuatan pidana. Perbuatan melawan hukum tidak hanya mencakup perbuatan yang bertentangan dengan undang-undang pidana saja, akan tetapi jika perbuatan tersebut bertentangan dengan undang-undang lainnya dan bahkan dengan ketentuan-ketentuan hukum yang tidak tertulis. Ketentuan perundang-undangan dari perbuatan melawan hukum bertujuan untuk melindungi dan memberikan ganti rugi kepada pihak yang dirugikan.

Menurut Pasal 1365 KUHPerdata, maka yang dimaksud dengan perbuatan melanggar hukum adalah perbuatan yang melawan hukum yang dilakukan oleh seseorang yang karena salahnya telah menimbulkan kerugian bagi orang lain. Ilmu hukum mengenal 3 (tiga) katagori dari perbuatan melawan hukum, yaitu sebagai berikut:

1. Tanggung jawab dengan unsur kesalahan (kesengajaan dan kelalaian) sebagaimana terdapat dalam pasal 1365 KUHPerdata.
2. Tanggung jawab dengan unsur kesalahan khususnya kelalaian sebagaimana terdapat dalam pasal 1366 KUHPerdata.
3. Tanggung jawab mutlak (tanpa kesalahan) sebagaimana terdapat dalam pasal 1367 KUHPerdata disebutkan seorang tidak hanya bertanggung jawab untuk kerugian yang disebabkan karena perbuatannya sendiri, tetapi juga untuk kerugian yang disebabkan karena perbuatan orang-orang yang menjadi tanggungannya atau disebabkan oleh barang-barang yang berada di bawah pengawasannya.

Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan (*fault liability* atau *liability based on fault*) adalah prinsip yang cukup umum berlaku dalam hukum pidana dan hukum perdata. Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan menyatakan bahwa seseorang baru dapat dimintakan pertanggungjawabannya secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya.<sup>34</sup>

Pasal 1365 KUHPerdata yang lazim dikenal sebagai pasal tentang perbuatan melawan hukum, mengharuskan terpenuhinya 4 (empat) unsur pokok yaitu:

1. Adanya perbuatan.
2. Adanya unsur kesalahan.
3. Adanya kerugian yang diderita.
4. Adanya hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian.<sup>35</sup>

Setiap tuntutan pertanggungjawaban harus mempunyai dasar, yaitu hal yang menyebabkan seseorang harus (wajib) bertanggung jawab. Dasar pertanggungjawaban itu menurut hukum perdata adalah kesalahan dan risiko yang ada dalam setiap peristiwa hukum.

Tanggung jawab mutlak sering dikatakan bahwa pembebanan tanggung jawab tersebut tanpa melihat pada kesalahan, kadang-kadang dapat dikatakan pula bahwa sebenarnya kurang melibatkan pandangan moral terhadap ketentuan bahwa seseorang yang secara *innocent* menimbulkan kerugian harus mengganti kerugian.

Analisis-analisis yang tradisional memandang akibat seperti itu, sebagai suatu pengecualian terhadap peraturan yang sudah berlaku umum dan menyatakan

---

<sup>34</sup> *Ibid.*

<sup>35</sup> *Ibid.*, halaman 61.

pula pelaku tidak bersalah, karena hanya melakukan sesuatu yang dapat diterima akal dengan cara yang masuk akal pula, sungguhpun harus bertanggung jawab. Dasar dari tanggung jawab adalah penciptaan suatu akibat yang berbahaya terhadap anggota masyarakat yang lain. Terdapat juga kesalahan bersyarat, yang berarti bahwa tergugat tidak dapat dipandang bersalah, kecuali atau sampai dengan timbulnya akibat yang berbahaya dari tindakannya itu. Kalau bahaya terhadap orang lain itu telah timbul, maka dia dikatakan bersalah dan kepadanya dibebankan tanggung jawab.

KUHPerdata selain mengatur tentang tanggung jawab berdasarkan perbuatan melawan hukum juga mengatur tanggung jawab hukum perdata berdasarkan wanprestasi. Diawali dengan adanya perjanjian yang melahirkan hak dan kewajiban, apabila dalam hubungan hukum berdasarkan perjanjian tersebut pihak yang melanggar kewajiban (debitur) tidak melaksanakan atau melanggar kewajiban yang dibebankan kepadanya maka dapat dinyatakan lalai (wanprestasi) dan atas dasar tersebut dapat dimintakan pertanggungjawaban hukum berdasarkan wanprestasi. Tanggungjawab hukum perdata berdasarkan perbuatan melawan hukum didasarkan adanya hubungan hukum, hak dan kewajiban yang bersumber pada hukum.

Banyak cara yang ditempuh oleh seseorang atau badan hukum untuk mengkomunikasikan pesan yang ingin disampaikan kepada konsumen, salah satunya adalah iklan, yang merupakan bagian penting dari pemasaran suatu produk. Iklan sebagai sarana pemasaran dapat dilakukan dengan cara yang paling sederhana dan ada juga pemasangan iklan yang memerlukan persiapan panjang

dan dana yang tidak sedikit. Iklan sederhana bisa dilakukan misalnya adalah dengan membuat materi iklan seperti brosur, selebaran, iklan radio, atau poster, sedangkan bentuk pemasangan iklan yang membutuhkan persiapan panjang dan dana yang relatif besar misalnya seperti iklan di baliho, internet, dan radio.

Perjanjian pemasangan iklan antara pemasang iklan dan *Google Adsense* terlebih dahulu diawali langkahnya dengan mendownload aplikasi yang telah disediakan oleh *Google Adsense*. Setelah terpasang aplikasi, maka terjadi negosiasi harga untuk penyiaran iklan tersebut. Harga tersebut tentu saja ditentukan berdasarkan pertimbangan berapa durasi atau panjang iklan, periode atau jangka waktu iklan tersebut disiarkan, frekuensi penyiaran iklan tersebut setiap hari, dan juga masalah materi iklan. Negosiasi antara pemasang iklan dan pihak *Google Adsense* jika sudah tercapai kata sepakat, maka keduanya akan terikat dalam bentuk perjanjian.

Perjanjian itu sendiri adalah perbuatan hukum antara dua pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan akibat hukum, yaitu adanya hak dan kewajiban yang mengikat untuk ditaati oleh para pihak. Perjanjian siaran iklan antara pihak pemasang iklan dan pihak *Google Adsense* juga berlaku syarat perjanjian seperti tertuang dalam Pasal 1320 dan 1338 ayat (1) KUH Perdata. Pihak pemasang iklan mengikatkan dirinya dengan pihak *Google Adsense* yang akan menyiarkan iklan, dan pihak pemasang iklan berkewajiban untuk membayar penyiaran iklan oleh *Google Adsense* sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati.

Keuntungan memasang iklan *facebook* melalui *Google AdSense*:

1. Diiklankan oleh *advertiser* yang telah tersertifikasi sehingga pemasang iklan dapat fokus melayani pelanggan tanpa memikirkan iklan lagi.
2. Harga jasa semurah 25% dari *budget*. Berapapun *budgetnya*, sampai kapanpun dapat beriklan, harga jasa tetap semurah 25% dari total anggaran iklan.
3. Pembuatan iklan baru dilakukan oleh team *Facebook Ads Google AdSense* dan dengan saya sendiri. Agar mendapatkan profit yang maksimal dari setiap budget iklan yang dikeluarkan.
4. Tanpa kontrak, tetapi untuk beriklan selama 3 bulan terlebih dahulu untuk melihat performa bisnis di *facebook* dan *instagram*.
5. Dapat laporan per dua minggu, pemasang iklan tidak akan pernah mendapatkan laporan di tempat lain. Laporan diberikan agar dapat melihat performa iklan di *facebook* dan *instagram*
6. Akun *facebook* dioptimasi setiap hari, sehingga performa iklan lebih optimal.

Hubungan hukum antara pengiklan (pelaku usaha) dengan biro iklan berdasarkan atas jasa bantuan membuat iklan dan layanan jasa yang diberikan dalam bentuk iklan melalui media sosial. Mengenai bentuk tanggung jawab pengiklan (pelaku usaha) dapat berbentuk *produk liability* atau *professional liability* atau kedua-duanya.

Setiap pertanggungjawaban harus mempunyai dasar, yaitu hal yang menyebabkan timbulnya hak hukum seseorang untuk menuntut orang lain sekaligus berupa hak yang melahirkan kewajiban hukum orang lain untuk memberi pertanggungjawabannya. *Google Partner Google AdSense* sebagai

penyelenggara kegiatan usaha jasa pemasangan iklan melalui media sosial *online*, adalah pihak yang harus bertanggung jawab atas akibat-akibat negatif berupa kerugian yang ditimbulkan oleh usahanya.

Berbicara tentang tanggung jawab *Google Partner Google AdSense* sebagai penyelenggara kegiatan usaha jasa pemasangan iklan melalui media sosial *online*, maka terlebih dahulu harus dibicarakan mengenai kewajibannya. Tanggung jawab timbul karena seseorang atau suatu pihak mempunyai suatu kewajiban, termasuk kewajiban karena undang-undang dan hukum.

Tanggung jawab pengiklan (pelaku usaha) dan media sosial dalam perjanjian pemasangan iklan adalah berdasarkan keterlibatan masing-masing pihak mulai dari penciptaan, pembuatan, sampai dengan penerbitan iklan yaitu:

1. Pengiklan (pelaku usaha) bertanggung jawab atas seluruh informasi tentang produk dan jasa yang diiklankan, termasuk dalam memberi arahan dan batasan kepada biro iklan agar tidak terjadi janji yang berlebihan pada pesan-pesan iklan. Namun, lepasnya tanggung jawab pengiklan apabila biro iklan mendesain bentuk dan isi iklan tanpa persetujuannya dan menerbitkan iklan yang berbeda dengan yang sebenarnya.
2. Biro iklan, bertanggung jawab apabila mendesain bentuk dan isinya iklan tanpa pengetahuan dan persetujuan pengiklan dan ikut bertanggung jawab dengan pengiklan apabila tidak mempertimbangkan dampak kreativitas iklan termasuk ketepatan penggunaan unsur persuasif dalam menerjemahkan bahasa dan gambar iklan.

3. Biro iklan bertanggung jawab apabila terjadi perbedaan dengan dan isi iklan yang telah ditetapkan pengiklan dan apabila tidak meneliti kebenaran iklan atau mampu memilah dan memilih bentuk dan pesan-pesan periklanan yang sesuai dengan Etika Periklanan Indonesia dan profil khalayak sarannya berdasarkan kewajiban hukumnya.

Pengiklan (pelaku usaha/produsen) bertanggung jawab berdasarkan ketentuan dalam Pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yaitu pelaku usaha bertanggung jawab memberi ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

Perusahaan periklanan (biro iklan) atau media iklan, keharusan untuk bertanggung jawab dimuat dalam Pasal 20 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, bahwa pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.

Tanggung jawab timbul karena seseorang mempunyai suatu kewajiban, termasuk kewajiban karena undang-undang dan hukum. perjanjian terdapat suatu unsur kewajiban yang harus dipenuhi untuk melaksanakan suatu prestasi. Pasal 1234 KUHPerdara menentukan, tiap-tiap perikatan bertujuan:

1. Memberikan sesuatu;
2. Berbuat sesuatu;
3. Tidak berbuat sesuatu.

Prestasi dalam tiga bentuk di atas, merupakan kewajiban yang harus dilaksanakan penyanggah perjanjian. Kewajiban melaksanakan macam-macam prestasi di atas, tidak hanya karena adanya perikatan bagi pihak-pihak yang melakukan. Lebih dari hak itu, perikatan juga lahir dari undang-undang atau hukum (Pasal 1233 KUHPerdara).

Hal ini sesuai dengan perbuatan yang tidak halal diatur dalam Pasal 1365 KUHPerdara tentang perbuatan melanggar hukum (*onrechtmatigedaad*). Pasal 1365 KUHPerdara mewajibkan orang yang melakukan perbuatan melanggar hukum dan karena kesalahannya merugikan orang lain, untuk memberi ganti rugi. Mengajukan gugatan perbuatan melanggar hukum, tidak perlu adanya hubungan kontraktual antara para pihak yang dirugikan dan pihak yang menimbulkan kerugian.

Pasal 1365 KUHPerdara, harus memenuhi empat unsur, yaitu:

1. Adanya suatu pelanggaran hukum;
2. Adanya kesalahan;
3. Adanya kerugian;
4. Adanya hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian.

Pembebanan tanggung jawab ini didasarkan hubungan atas perbuatan melanggar hukum yang tidak perlu ada hubungan kontrak, sehingga tuntutan kerugian dapat dilakukan oleh setiap pihak yang dirugikan walaupun tidak pernah terdapat hubungan perjanjian antara produsen dengan konsumen. Dengan demikian, pihak ketiga pun dapat menuntut kerugian. *Hoge Raad*, memperluas pengertian perbuatan melanggar hukum bukan hanya sebagai perbuatan yang

melanggar undang-undang, tetapi juga setiap perbuatan yang melanggar kepatutan, kehati-hatian, dan kesusilaan dalam hubungan antara sesama warga masyarakat dan terhadap benda orang lain.

Perbuatan melanggar hukum yang dimaksud tidak lagi hanya sekedar melanggar undang-undang, melainkan perbuatan melanggar hukum dapat berupa:

1. Melanggar hak orang lain;
2. Bertentangan dengan kewajiban hukum si pembuat;
3. Berlawanan dengan kesusilaan;
4. Berlawanan dengan sikap hati-hati yang diindahkan dalam pergaulan masyarakat terhadap diri atau benda orang lain.

Tanggung jawab karena kesalahan merupakan bentuk klasik pertanggungjawaban perdata. Berdasar tiga prinsip yang diatur dalam Pasal 1365, 1366, 1367 KUHPperdata. yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan Pasal 1365 KUHPperdata

Pemasang iklan dapat menggugat *Google Adsense* disebabkan telah melakukan perbuatan yang melanggar hukum, seperti yang diatur di dalam Pasal 1365 KUHPperdata yang dinyatakan bahwa “Setiap perbuatan yang melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian.

Unsur-unsur yang tersimpul dari perumusan Pasal 1365 KUHPperdata adalah:

- a. Adanya tindakan atau perbuatan
- b. Perbuatan itu harus melawan hukum (*onrecht matigedaad*)

- c. Pelakunya mempunyai unsur salah
- d. Tindakan atau perbuatan itu menimbulkan kerugian

2. Berdasarkan Pasal 1366 KUHPerdota

*Google Adsense* selain dapat dituntut atas dasar wanprestasi dan melanggar hukum seperti tersebut di atas, dapat pula dituntut atas dasar lalai, sehingga menimbulkan kerugian. Gugatan atas dasar kelalaian ini diatur dalam Pasal 1366 KUHPerdota, yang bunyinya sebagai berikut: “Setiap orang bertanggung jawab tidak saja untuk kerugian yang disebabkan karena perbuatannya, tetapi juga untuk kerugian yang disebabkan karena kelalaian atau kurang hati-hatinya.

3. Berdasarkan Pasal 1367 KUHPerdota

Seseorang harus memberikan pertanggungjawaban tidak hanya atas kerugian yang ditimbulkan dari tindakannya sendiri, tetapi juga atas kerugian yang ditimbulkan dari tindakan orang lain yang berada di bawah pengawasannya. (Pasal 1367 KUHPerdota). Dengan demikian maka pada pokoknya ketentuan Pasal 1367 KUHPerdota mengatur mengenai pembayaran ganti rugi oleh pihak yang menyuruh atau yang memerintahkan sesuatu pekerjaan yang mengakibatkan kerugian pada pihak lain tersebut.

Ditinjau dari segi hukum perdata, tanggung jawab tersebut dapat mengandung beberapa aspek yaitu dapat ditimbulkan karena wanprestasi (tidak memenuhi prestasi), karena perbuatan melanggar hukum (*onrecht matigedaad*), dapat juga karena kurang hati-hatinya mengakibatkan matinya orang (*moedwillige/onrecht matigedoodslag*) dan juga karena kurang hati-hatinya mengakibatkan cacat badan (*het veroorzichtige van lichame lijke letsel*). Apabila

wanprestasi maka ketentuan peraturannya terdapat dalam Pasal 1243-1289 KUHPerdara, sedangkan kalau *Onrecht Matigedaad* dalam Pasal 1365-1366 KUHPerdara, karena kurang hati hati menyebabkan mati terdapat dalam Pasal 1370 KUHPerdara, dan apabila mengakibatkan cacat badan Pasal 1371 KUHPerdara.

Perjanjian pemasangan iklan antara pemasang iklan dan *Google Adsense* ditentukan bahwa dalam hal terlambatnya salah satu pihak untuk melaksanakan kewajibannya sesuai dengan ketentuan dan dalam jadwal waktu yang telah ditentukan adalah merupakan salah satu bentuk dari wanprestasi. Pengertian wanprestasi ialah pelaksanaan kewajiban yang tidak tepat pada waktunya atau dilakkukan tidak menurut selayaknya.

Ada 4 macam bentuk wanprestasi yaitu:

1. Tidak melakukan apa yang disepakati untuk dilakukan.
2. Melakukan apa yang dijanjikan, tetapi terlambat.
3. Melakukan apa yang diperjanjikan, tetapi tidak sebagaimana yang diperjanjikan.
4. Melakukan sesuatu yang menurut hakikat perjanjian tidak boleh dilakukan.<sup>36</sup>

Akibat timbulnya kerugian salah satu pihak dalam perjanjian pemasangan iklan antara pemasang iklan dan *Google Adsense* tersebut, maka undang-undang memberikan sesuatu hak baginya untuk menuntut diantara beberapa hal yaitu:

1. Membayar ganti rugi.

Perjanjian pemasangan iklan antara pemasang iklan dan *Google Adsense* apabila salah satu pihak menderita kerugian akibat kesalahan pihak lain dalam menjalankan profesinya, maka pihak yang dirugikan dapat menuntut ganti rugi

---

<sup>36</sup> Bahder Johan Nasution. 2015. *Hukum Kesehatan Pertanggungjawaban Dokter*, Jakarta: Rineka Cipta, halaman 15

baik karena wanprestasi atau karena perbuatan melawan hukum. Berdasarkan pada perbuatan melawan hukum, maka pihak yang dirugikan harus membuktikan kesalahan tindakan yang bertentangan dengan kewajibannya. Tuntutan ganti ruginya didasarkan pada wanprestasi, maka harus dibuktikan kerugian akibat dari tidak dipenuhinya kewajiban sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

Ganti rugi terdiri dari tiga unsur yaitu biaya, rugi dan bunga. Dimaksud dengan biaya adalah segala pengeluaran atau ongkos yang nyata-nyata sudah dikeluarkan oleh salah satu pihak. Sedangkan rugi adalah kerugian yang diakibatkan oleh kelalaian pelanggan. Bunga adalah kerugian yang berupa kehilangan keuntungan yang sudah dibayangkan atau dihitung.

Pertanggungjawaban perdata itu pada dasarnya bertujuan untuk memperoleh ganti rugi atas kerugian yang diderita oleh oleh pemasang iklan akibat adanya wanprestasi atau perbuatan melawan hukum dari tindakan perusahaan jasa pemasangan iklan *Google Adsense*.

Menurut Agus Yudha Hernoko disebutkan bahwa ganti rugi terdiri dari dua faktor yaitu:

- a. Kerugian yang nyata diderita (*damnum emergens*) meliputi biaya dan rugi.
- b. Keuntungan yang tidak diperoleh (*lucrum cessan*) berupa bunga.<sup>37</sup>

Perjanjian menentukan bahwa dalam hal terlambatnya salah satu pihak untuk melaksanakan kewajibannya sesuai dengan ketentuan dan dalam jadwal waktu yang telah ditentukan adalah merupakan salah satu bentuk dari wanprestasi.

---

<sup>37</sup> Agus Yudha Hernoko. 2018. *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, halaman 264.

Pelanggaran hak-hak kontraktual tersebut menimbulkan kewajiban ganti rugi berdasarkan wanprestasi.<sup>38</sup>

Bentuk ganti rugi tersebut di atas pada pelaksanaannya dapat diperinci dalam tiga bentuk yaitu biaya, rugi dan bunga. Menurut Djanius Djamin dan Syamsul Arifin disebutkan bahwa kerugian yang dapat dimintakan penggantian itu, tidak hanya yang berupa biaya-biaya yang sungguh-sungguh telah dikeluarkan (*konsten*) atau kerugian yang sungguh-sungguh menimpa harta benda si berpiutang (*schaden*) tetapi juga yang berupa kehilangan keuntungan (*interessen*) yaitu keuntungan yang akan didapat seandainya si berutang tidak lalai (*winstderving*).<sup>39</sup>

Bentuk dari ganti rugi yang lazim dipergunakan ialah uang, oleh karena menurut ahli-ahli hukum perdata maupun yurisprudensi, uang merupakan alat yang paling praktis, yang paling sedikit menimbulkan selisih dalam menyelesaikan suatu sengketa. Selain uang masih ada bentuk-bentuk lain yang diperlukan sebagai bentuk ganti rugi yaitu pemulihan keadaan semula (*innatura*) dan larangan untuk mengulangi. Keduanya ini kalau tidak ditepati dapat diperkuat dengan uang paksa. Harus diingat bahwa uang paksa bukan merupakan bentuk atau wujud ganti rugi.

Gugatan untuk membayar ganti rugi atas dasar persetujuan atau perjanjian yang terjadi hanya dapat dilakukan apabila memang ada perjanjian pemasangan iklan dengan *Google Adsense*. Perjanjian tersebut dapat digolongkan sebagai

---

<sup>38</sup> *Ibid.*, halaman 261.

<sup>39</sup> Djanius Djamin dan Syamsul Arifin. 2017. *Bahan Dasar Hukum Perdata*, Medan: Akademi Keuangan Dan Perbankan, halaman 191.

persetujuan untuk melakukan atau berbuat sesuatu. Perjanjian itu terjadi apabila seseorang memasang iklan *online* melalui jasa *Google Adsense* yang sanggup memenuhi permintaan pemasang iklan untuk mengiklankan produknya. Dalam hal ini pemasang iklan akan membayar sejumlah uang pada perusahaan jasa aplikasi *Google Adsense*. *Google Adsense* sebenarnya harus melakukan prestasi menyiarkan iklan yang dipesan oleh seseorang yang menggunakan jasa *Google Adsense*.

Gugatan atas dasar wanprestasi ini, harus dibuktikan bahwa *Google Adsense* itu benar-benar telah mengadakan perjanjian, kemudian telah melakukan wanprestasi terhadap perjanjian tersebut. pemasang iklan harus mempunyai bukti-bukti kerugian akibat tidak dipenuhinya kewajiban *Google Adsense* sesuai dengan perjanjian yang disepakati.

Penentuan wanprestasi ini sendiri erat kaitannya dengan suatu pernyataan lalai yaitu suatu pesan dari salah satu pihak untuk memberitahukan pada saat kapan selambatnya ia mengharapkan pemenuhan prestasi. Dengan demikian sebagai hal yang tidak dapat dipisahkan dalam penentuan pernyataan wanprestasinya pihak adalah ketentuan batas pelaksanaan perjanjian itu sendiri.

Keterlambatan melakukan kewajiban ini dapat juga terjadi dari bentuk wanprestasi lainnya, seperti halnya melaksanakan sesuatu yang tidak sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan. Sementara bentuk wanprestasi ini juga harus dapat dibedakan terhadap lalainya pihak kedua untuk tidak melakukan kewajibannya sama sekali, karena dalam hal demikian pihak kedua tidak dapat dianggap terlambat memenuhi pelaksanaan prestasi.

Prakteknya dalam perjanjian jika timbul kerugian di salah satu pihak, maka pihak yang menimbulkan kerugian harus bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi kepada pihak yang dirugikan. Adapun dasar hukum yang dipakai dalam tanggung jawab adalah Pasal 1367 KUHPerdara yang menyebutkan bahwa seseorang bertanggung jawab juga untuk kerugian yang disebabkan karena perbuatan orang-orang yang menjadi tanggungannya atau disebabkan oleh barang-barang yang berada di bawah pengawasannya.

Pekerjaan pasti mempunyai risiko yaitu kewajiban untuk memikul kerugian jika ada suatu kejadian di luar kesalahan salah satu pihak yang menimpa benda yang dimaksudkan dalam perjanjian. Dengan demikian risiko adalah untuk menentukan siapa yang harus menanggung kerugian apabila pembeli tidak memenuhi prestasi di luar kesalahan.

Wanprestasi karena kesalahan salah satu pihak, maka ganti rugi sudah pasti akan ditanggung oleh pihak yang menimbulkan kerugian. Tetapi akan lain halnya jika tidak dipenuhinya sesuatu prestasi karena di luar kesalahan para pihak yang dalam hal ini berarti terjadi sesuatu peristiwa secara mendadak yang tidak dapat diduga-duga terlebih dahulu dan karena itu tidak dapat dipertanggung jawabkan kepada pihak yang menderita kerugian.

Kerugian yang dapat dimintakan penggantian itu tidak hanya yang berupa biaya-biaya yang sungguh-sungguh telah dikeluarkan atau kerugian yang sungguh-sungguh menimpa harta benda yang berpiutang tetapi juga yang berupa kehilangan keuntungan yaitu keuntungan yang akan didapat jika debitur tidak lalai.

Tidak semua kerugian penentuan wanprestasi ini sendiri erat kaitannya dengan suatu pernyataan lalai yaitu suatu pesan dari salah satu pihak untuk memberitahukan pada saat kapan selambatnya ia mengharapkan pemenuhan prestasi. Dengan demikian sebagai hal yang tidak dapat dipisahkan dalam penentuan pernyataan wanprestasinya pihak adalah ketentuan batas pelaksanaan perjanjian itu sendiri.

Keterlambatan melakukan kewajiban ini dapat juga terjadi dari bentuk wanprestasi lainnya, seperti halnya melaksanakan sesuatu yang tidak sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan. Sementara bentuk wanprestasi ini juga harus dapat dibedakan terhadap lalainya pihak kedua untuk tidak melakukan kewajibannya sama sekali, karena dalam hal demikian pihak kedua tidak dapat dianggap terlambat memenuhi pelaksanaan prestasi.

Prakteknya dalam perjanjian jika timbul kerugian di salah satu pihak, maka pihak yang menimbulkan kerugian harus bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi kepada pihak yang dirugikan. Adapun dasar hukum yang dipakai dalam tanggung jawab adalah Pasal 1367 KUHPerdara yang menyebutkan bahwa seseorang bertanggung jawab juga untuk kerugian yang disebabkan karena perbuatan orang-orang yang menjadi tanggungannya atau disebabkan oleh barang-barang yang berada di bawah pengawasannya.

Pekerjaan pasti mempunyai risiko yaitu kewajiban untuk memikul kerugian jika ada suatu kejadian di luar kesalahan salah satu pihak yang menimpa benda yang dimaksudkan dalam perjanjian. Dengan demikian risiko adalah untuk menentukan siapa yang harus menanggung kerugian apabila pembeli tidak memenuhi prestasi di luar kesalahan.

Wanprestasi karena kesalahan salah satu pihak, maka ganti rugi sudah pasti akan ditanggung oleh pihak yang menimbulkan kerugian. Tetapi akan lain halnya jika tidak dipenuhinya sesuatu prestasi karena di luar kesalahan para pihak yang dalam hal ini berarti terjadi sesuatu peristiwa secara mendadak yang tidak dapat diduga-duga terlebih dahulu dan karena itu tidak dapat dipertanggung jawabkan kepada pihak yang menderita kerugian.

Kerugian yang dapat dimintakan penggantian itu tidak hanya yang berupa biaya-biaya yang sungguh-sungguh telah dikeluarkan atau kerugian yang sungguh-sungguh menimpa harta benda yang berpiutang tetapi juga yang berupa kehilangan keuntungan yaitu keuntungan yang akan didapat jika debitur tidak lalai.

Undang-undang mengadakan pembatasan mengenai apa yang boleh dituntut sebagai ganti rugi yaitu dengan menetapkan hanya kerugian yang dapat dikira-kira atau diduga pada waktu perjanjian dibuat dan yang sungguh-sungguh dapat dianggap sebagai suatu akibat langsung dari kelalaian si berhutang saja dapat dimintakan penggantian.

Terjadinya keadaan atau kejadian *overmacht* atau keadaan memaksa di luar kemampuan manusia dan hal-hal lain yang berada diluar kekuasaan yang wajar pihak bersangkutan dan terjadi secara mendadak, tidak disengaja dan tidak terduga, seperti gempa bencana alam, kebakaran, huru hara, epidemi (wabah penyakit), perang, perang saudara dan peraturan pemerintah yang kesemuanya langsung berhubungan dengan perjanjian ini, maka sesuai dengan perjanjian,

maka masing-masing pihak dibebaskan dari kewajiban atau pelaksanaan kewajibannya.

Salah satu pengecualian hukuman terhadap tindakan yang dilakukan untuk memberikan ganti rugi adalah apabila terjadi suatu keadaan memaksa (*force majeure*). Keadaan memaksa (*force majeure*) adalah suatu keadaan yang dapat menyebabkan bahwa suatu hak atau suatu kewajiban dalam suatu perjanjian tidak dapat dilaksanakan.

Keadaan memaksa ini dapat diartikan sebagai suatu keadaan yang terjadi di luar kesalahan salah satu pihak hingga menghalangi pembeli untuk memenuhi prestasinya. Meskipun demikian keadaan memaksa ini harus dapat dinilai hingga benar-benar dapat dipastikan bahwa secara logika atau akal sehat prestasi tersebut tidak akan mungkin terlaksana. Atau dalam hal lain bahwa prestasi masih mungkin terlaksana, namun harus diimbangi dengan suatu pengorbanan yang besar dibandingkan manfaat yang hendak dicapai.

## 2. Pembatalan perjanjian.

Pembatalan perjanjian dalam khasanah hukum perikatan adalah suatu keadaan yang membawa akibat suatu hubungan perikatan itu dianggap tidak pernah ada. Dengan pembatalan perjanjian maka eksistensi perikatan dengan sendiri hapus. Akibat hukum kebatalan yang menghapus eksistensi perikatan selalu dianggap berlaku surut sejak dibuatnya perjanjian.<sup>40</sup>

Pembatalan perjanjian disini bukanlah pembatalan karena tidak memenuhi syarat subjektif dalam perjanjian, akan tetapi karena salah satu pihak telah

---

<sup>40</sup> Agus Yudha Hernoko, *Op.Cit.*, halaman 293.

melakukan wanprestasi. Pembatalan sebagai salah satu kemungkinan yang dapat dituntut para pihak apabila salah satu pihak telah melakukan wanprestasi. Pembatalan perjanjian dengan alasan wanprestasi sudah sering terjadi, dan dianggap wajar.

Pembatalan perjanjian karena kelalaian atau wanprestasi salah satu pihak terdapat pengaturannya pada Pasal 1266 KUHPerdara yang mengatur tentang perikatan bersyarat. Pasal 1266 KUHPerdara, menjadi dasar bahwa hakimlah yang menentukan apakah telah terjadi wanprestasi atau tidak dalam suatu kontrak. Pengakhiran kontrak sepihak karena wanprestasi tanpa putusan dari hakim tidak menjadi masalah kalau pihak lain juga menerima keputusan itu. Salah satu pihak menolak dituduh wanprestasi, maka para pihak sebaiknya menyerahkan keputusan kepada hakim untuk menilai ada tidaknya wanprestasi. Hakim menyatakan perbuatan wanprestasi terbukti dan sah, maka ingkar janji itu dihitung sejak salah satu pihak mengakhiri perjanjian. Pembatalan perjanjian bertujuan membawa kedua belah pihak kembali pada keadaan sebelum perjanjian diadakan. Jika suatu pihak telah menerima sesuatu dari pihak lainnya, baik uang ataupun barang, maka uang atau barang tersebut harus dikembalikan.

Perjanjian yang sah, dalam arti memenuhi syarat sah menurut Undang-undang, maka berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 1338 (1) KUHPerdara. Ayat (2) menyebutkan bahwa: persetujuan-persetujuan itu tidak dapat ditarik kembali selain dengan sepakat kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh Undang-undang dinyatakan cukup untuk itu.

Berdasarkan Pasal 1338 ayat (2) KUHPerdara tersebut, jelas bahwa perjanjian itu tidak dapat dibatalkan sepihak, karena jika perjanjian tersebut dibatalkan secara sepihak, berarti perjanjian tersebut tak mengikat diantara orang-orang yang membuatnya. Dilihat dari Pasal 1266 dan 1267 KUHPerdara, maka jelas diatur mengenai syarat batal jika salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya.

Pembatalan tersebut harus dimintakan ke pengadilan, hal ini dimaksudkan agar nantinya tidak ada para pihak yang dapat membatalkan perjanjian sepihak dengan alasan salah satu pihak lainnya tersebut tidak melaksanakan kewajibannya (wanprestasi). Menurut Pasal 1266 KUHPerdara, ada tiga hal yang harus diperhatikan sebagai syarat supaya pembatalan itu dapat dilakukan. Tiga syarat itu adalah:

1. Perjanjian bersifat timbal balik;
2. Harus ada wanprestasi;
3. Harus dengan putusan hakim.

Perjanjian timbal balik, seperti yang telah dijelaskan di atas dimana kedua pihak memenuhi kewajibannya masing-masing, yakni prestasi. Jika salah satu pihak ingkar janji atau wanprestasi mengenai syarat pokoknya dari perjanjian, maka dapat diajukan gugatan permintaan pembatalan perjanjian kepada hakim.

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

1. Pengaturan hukum perjanjian pemasangan iklan *google adsense* dengan pemilik *website* tidak secara khusus diatur di dalam KUHPerdata, namun dalam Pasal 47 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik kesepakatan merupakan salah satu syarat sahnya sebuah perjanjian. Kesepakatan para pihak dalam perjanjian pemasangan iklan *online* dalam media sosial sebagai medianya dapat dikatakan sah dilihat dari cara terjadinya dilakukan secara tertulis, meskipun tidak lagi secara konvensional (tinta di atas kertas).
2. Penerapan asas kebebasan berkontrak dalam perjanjian pemasangan iklan *google adsense* dalam suatu *website* masih sesuai dan tidak bertentangan dengan KUHPerdata. Mekanisme *google adsense* terdapat pada Pasal 1253 KUHPerdata yang berbunyi “suatu perikatan adalah bersyarat jika digantungkan pada suatu peristiwa yang mungkin terjadi dan memang belum terjadi, baik dengan cara menanggukkan berlakunya perikatan itu sampai terjadinya peristiwa itu, maupun dengan cara membatalkan perikatan itu, tergantung pada terjadi tidaknya peristiwa itu.
3. Tanggung jawab perdata para pihak apabila terjadi pelanggaran dalam pemasangan iklan *google adsense* melalui *website* apabila pelaku usaha melakukan perbuatan melawan hukum dan wanprestasi, maka dapat

dimintakan pertanggungjawaban berupa ganti rugi. Perihal ganti rugi dalam perbuatan melanggar hukum dan wanprestasi adalah kerugian yang timbul akibat perbuatan tersebut yang bentuknya berupa biaya, rugi dan bunga.

## **B. Saran**

1. Sebaiknya konsumen lebih berhati-hati dalam melakukan pemasangan iklan melalui media sosial *online*, mengingat antara pemasang iklan *google adsense* dan pelaku usaha tidak saling bertatap muka dan tidak saling mengenal, maka tindak kecurangan dari pelaku usaha yang tidak bertikad baik akan lebih mudah muncul. Oleh karena itu, perlu sikap teliti serta waspada dari pemasang iklan dalam melakukan kesepakatan dalam pemasangan iklan melalui media sosial *online*.
2. Sebaiknya pelaku usaha tidak melakukan tindakan wanprestasi guna memperoleh keuntungan yang berlebih. Dasar dalam membuka usaha pemasangan iklan *google adsense* melalui media sosial *online* adalah kepercayaan (*trust*), oleh karena itu, pelayanan dengan kualitas yang tinggi serta itikad baik dalam melakukan usaha sangat dibutuhkan untuk menunjang keberhasilan usaha dari pelaku usaha.
3. Seharusnya pemerintah dapat membuat suatu ketentuan yang secara khusus mengatur mengenai perlindungan terhadap tindakan wanprestasi pelaku usaha dalam pemasangan iklan *google adsense* melalui media sosial *online*.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Abdul Kadir. 2019. *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Abd Rozak, dkk. 2019. *Dasar–Dasar Advertising*. Yogyakarta: Teras.
- Agus Yudha Hernoko. 2018. *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Anny Isfandyarie. 2016. *Tanggungjawab Hukum dan Sanksi Bagi Dokter*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- AZ Nasution. 2017. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Daya Widya.
- Bahder Johan Nasution. 2018. *Metode Penelitian Ilmu Hukum*, Bandung: Mandar Maju.
- ;2015. *Hukum Kesehatan Pertanggungjawaban Dokter*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Banu Swastha. 2016. *Asas-asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty
- Bambang Sunggono. 2018. *Metodologi Penelitian Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Betha Sidik. 2016. *Pemrograman Web dengan PHP*. Bandung: Informatika.
- Djanius Djamin dan Syamsul Arifin. 2017. *Bahan Dasar Hukum Perdata*, Medan: Akademi Keuangan Dan Perbankan.
- Ida Hanifah, dkk. 2018. *Pedoman Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa*. Medan: FH. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Imam Sjahputra. 2017. *Problematika Hukum Internet Indonesia*. Jakarta: Prenhallindo.
- Janus Sidabalok. 2016. *Hukum Konsumen (Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk)*. Jakarta: Panta Rei.
- J. Satrio. 2018. *Hukum Perjanjian*. Bandung: Citra Aditya Bhakti.
- Mariam Darus Badruzaman. 2018. *KUH.Perdata Hukum Perikatan Dengan Penjelasannya*, Bandung: Alumni.

- Munir Fuady. 2016. *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*. Bandung: PT. Citra Aditya Bhakti.
- Ojak Nainggolan. 2015. *Pengantar Ilmu Hukum*. Medan: Indonesia Media & Law Policy Centre.
- Phil Astrid dan S. Susanto. 2018. *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: Bina Cipta.
- Purwahid Patrik. 2016. *Asas Itikad Baik dan Kepatutan Dalam Perjanjian*. Semarang: Undip.
- Ridwan HR. 2016, *Hukum Administrasi Negara*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- R. Soeroso. 2017. *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Salim HS. 2018. *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat Di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- 2016. *Perkembangan Hukum Kontrak Di Luar KUHPerduta*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Shidarta. 2015. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo.
- Suharnoko. 2016. *Hukum Perjanjian Teori dan Analisa Kasus*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Utomo Eko Priyo. 2018. *Raja Bisnis Online*. Yogyakarta: MediaKom.

## **B. Peraturan Perundang-Undangan**

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Kode Etika Periklanan.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

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

### **C. Jurnal**

- Fathudin. 2021. *Advertising Business Pada Google Adsense di Youtube Perspektif Ekonomi Syariah*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 7 Nomor 3.
- Fina Fitriyana Khodijah. 2018. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Online Shop Menggunakan Structural Equation Modeling*. Semarang: Jurnal Gaussian Universitas Diponegoro.