

## **BAB II**

### **WANPRESTASI DALAM PERJANJIAN ANTARA ORIFLAME DENGAN MEMBER**

#### **A. Tinjauan Umum Oriflame**

Sejarah berdirinya oriflame tak lepas dari perjuangan dua bersaudara yaitu Robert dan Jonas Af Jochnick. Tepatnya pada tahun 1967 mereka tidak sengaja bercakap-cakap di sebuah bilik apartemen di Stockholm, Swedia. Kemudian dilanjutkan bersama partner bisnis mereka, bernama Bent Hellsten untuk membicarakan impian bisnis mereka. Robert dan Jonas Af Jochnick ingin menciptakan produk kosmetik yang mengandung bahan dasar alami, berbeda dengan produk lainnya. Mereka juga menginginkan cara distribusi yang baru dan inovatif yaitu dengan memasarkan produknya secara langsung. Mereka mengembangkan dan memulai metode penjualan langsung dimana *Sales Consultant* merupakan orang-orang yang terlatih langsung membawa produk ke rumah pelanggan. Biasanya orang akan senang membeli produk jika sudah di rekomendasikan dari seorang teman, saudara ataupun rekan yang sudah dikenal sebelumnya.<sup>1</sup>

Oriflame merupakan salah satu perusahaan *Multilevel Marketing* yang terdaftar pada APLI dan dianggap sebagai pemimpin pasar dalam perusahaan jaringan yang bergerak pada bidang perdagangan. Hal ini dikarenakan, oriflame menawarkan tiga cara untuk menghasilkan uang

---

<sup>1</sup> Arif rakhman Kurniawan. *Dasar-dasar Marketing: Segala Hal tentang Marketing dan Sales*. Anak Hebat Indonesia. Yogyakarta. 2018. h. 231-232

yaitu menghemat dari pembelian atas produk-produk oriflame dengan menjadi *consultant oriflame* kita bisa menghemat dalam pembelian produk dengan sedikitnya diskon 23%, menunjukan katalog dan mengumpulkan diskon atas penjualan dan mengajak orang-orang bergabung dan membangun sebuah tim untuk menghasilkan uang bersama-sama akan mendapat komisi 21% atas penjualan tim hal inilah yang membuat bisnis oriflame menjadi bentuk unik.<sup>2</sup>

Selain itu, oriflame juga memasarkan produknya dengan cara jaringan penjualan mandiri (*independent sales force*). Oriflame adalah suatu perusahaan *direct selling* yang bergantung pada distributor yang berperan sebagai tenaga penjual dimana merupakan ujung tombak perusahaan dalam memasarkan dan menjual produknya. *Personal selling* didukung oleh peran tenaga penjual dan peran tersebut sangat penting dalam peningkatan volume penjualan oriflame. Sistem ini memudahkan bagi siapapun yang berkecimpung dalam berbisnis jaringan atau *Multilevel Marketing*, apalagi bila perusahaan tersebut memiliki produk yang dibutuhkan orang banyak dan tidak sulit untuk mendapatkannya dengan cara lebih nyaman yaitu memanfaatkan teknologi untuk mempercepat kesuksesannya.

---

<sup>2</sup> ''Rohana, R., Agustini, A., & Ratnamulyani, I. A, Strategi Komunikasi Pemasaran Multilevel Marketing Oriflame Terhadap Kepercayaan Distributor Sebagai Mitra Usaha, Jurnal Komunikatio, 1(2), 2015

## **B. Mekanisme Cara Kerja Bisnis *MultiLevel Marketing***

Secara etimologi *Multilevel Marketing* (MLM) berasal dari bahasa Inggris *Multi* berarti banyak sedangkan *level* berarti jenjang atau tingkat. Adapun marketing berarti pemasaran. Jadi dari kata tersebut dapat dipahami bahwa *Multilevel Marketing* adalah pemasaran yang berjenjang banyak. Disebut sebagai “*Multi level*” karena merupakan suatu organisasi distributor yang melaksanakan penjualan yang berjenjang banyak atau bertingkat-tingkat. Dalam pengertian *Marketing* sebenarnya tercakup arti menjual dan selain arti menjual, dalam marketing banyak aspek yang berkaitan dengannya baik strategi maupun teknis antara lain ialah produk, harga, promosi, distribusi dan sebagainya.<sup>3</sup>

Inti dari bisnis *Multilevel Marketing* adalah *meet, learn and multiply*. Dalam bahasa Indonesia berarti bertemu, belajar dan berlipat ganda. Bisnis MLM atau juga dikenal dengan sebutan *networking marketing* adalah sebuah bentuk pendistribusian produk baik berupa barang maupun jasa.<sup>4</sup>

Oriflame sendiri mengusung konsep *MultiLevel Marketing* (MLM) yang berbentuk lebih dari satu tingkat, dimana member mendapatkan komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil penjualan barang dan/atau jasa yang dilakukannya sendiri dan anggota jaringan didalam kelompoknya.

---

<sup>3</sup> Fauzi Muhammad, S. Ag., & Drs, Baharuddin Ahmad, M.H.I. *Fikih Bisnis Syariah Kontemporer*. Prenada Media. Jakarta. 2021. h. 93

<sup>4</sup> *ibid*

Ilustrasi dari mekanisme cara kerja *MultiLevel Marketing* sebagai berikut: Untuk memulai bergabung menjadi member harus membayar uang pangkal dalam jumlah tertentu untuk didaftarkan sebagai seorang distributor yang mencakup pembayaran sejumlah literatur perusahaan yang terdiri dari buku pedoman perusahaan, majalah atau selebaran berkala, informasi produk, formulir pesanan, nasehat bisnis dan contoh-contoh produk.

Setelah menjadi distributor, member diharapkan mengecek produk-produk perusahaan. Keuntungan dari harga eceran menjadi milik member dan member akan mendapatkan jumlah yang cukup besar dengan cara ini sebagian besar penjualan langsung merupakan penjualan dari pribadi ke pribadi. Member bertanggung jawab membayar produk pada saat memesan dan mengambil produk tersebut dari sponsor, para sponsor menerima produk tersebut dari sponsor mereka demikian selanjutnya.<sup>5</sup>

Seorang distributor dengan volume penjualan diatas suatu tingkat yang telah ditentukan akan dapat memesan produk-produk langsung dari perusahaan yang bersangkutan. Barang-barang kemudian akan diserap oleh jaringan tersebut dan berakhir ditangan pelanggan. Dengan cara ini mereka tidak perlu adanya persediaan barang. Apabila volume penjualan meningkat maka potongan harga yang diperoleh semakin besar. Potongan harga ini diberikan pada keseluruhan pesanan. Jika member sudah mulai merasakan

---

<sup>5</sup> Handiny Eka Pratiwi. *Kode Etik MultiLevel Marketing Sektor Kecantikan Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 32/M-DAG/PER/8/2008 (Studi Kasus Pada PT Orindo Alam Ayu)*. Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta. 2016. h.35

manfaat bergabung dalam *MultiLevel Marketing* maka ia dapat membangun jaringan penjualan untuk memperoleh penghasilan yang jauh lebih besar.

Konsultan independent oriflame ini bukanlah karyawan oriflame, tetapi konsultan adalah member atau anggota dari oriflame.yang bertugas melakukan penjualan produk oriflame. Namun meskipun bukan karyawan, konsultan ini terikat peraturan yang dibuat oleh oriflame. Seperti yang tercantum dalam *consultant manual* oriflame bagian tanggung jawab seorang konsultan nomor empat yaitu seorang konsultan tidak boleh menyatakan bahwa mereka memiliki hubungan kerja dalam bentuk apapun dengan oriflame. <sup>6</sup>

Seorang konsultan tidak diperbolehkan untuk mewakili dirinya sendiri atas nama perusahaan oriflame tanpa menyatakan dengan jelas bahwa dia adalah konsultan kecantikan mandiri atau konsultan mandiri oriflame. Konsultan adalah perpanjangan tangan dari oriflame yang melakukan kegiatan perekutan sekaligus penjualan produk. Akan tetapi, berdasarkan kode etik konsultan dilarang untuk menjual produk secara retail di *MarketPlace Online*, dimana penjualan hanya dilakukan melalui katalog cetak dan/atau katalog online. Oleh karenanya, diperlukan sebuah kegiatan komunikasi pemasaran untuk menunjang kesuksesan kegiatan pemasaran.

---

<sup>6</sup> *ibid.* h. 36

Ada beberapa pemasaran yang diterapkan pada perusahaan oriflame yaitu:

1. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran dengan cara *direct marketing* ini bersifat personal dan sesuai dengan target konsumen yang hendak dituju dan hasilnya dapat diukur dengan cepat. Hal ini dikarenakan antara konsultan dan pelanggan sudah saling mengenal satu sama lain. Sama halnya dengan oriflame yang merupakan perusahaan *multilevel marketing* yang dimana pelanggan jika ingin membeli produk harus melalui konsultannya terlebih dahulu, karena produknya tidak dijual ditoko. Pemasaran oriflame dilakukan dengan menggunakan katalog cetak. Biasanya, konsultan membagikan katalog lengkap dengan nomor telepon konsultan. Sehingga para pelanggan yang ingin memesan bisa langsung menghubungi nomor telepon yang tertera.

2. Pemasaran Interaktif

Berupa kegiatan dan program online yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau prospek dan secara langsung atau tidak langsung meningkatkan kesadaran, memperbaiki citra, atau menciptakan penjualan produk dan jasa. Ada banyak program online yang memiliki kelebihan daripada yang lain. Selain waktunya yang fleksibel, tidak terikat waktu, cara pemasaran interaktif ini tidak membutuhkan tempat kerja khusus. Artinya, pembisnis dapat melakukan pekerjaannya dimana saja selama memiliki komputer yang terhubung dengan internet.

### 3. Pemasaran Dari Mulut Ke Mulut

Pemasaran ini berupa komunikasi secara lisan, tertulis dan elektronik antar masyarakat yang berhubungan dengan keunggulan atau pengalaman pembeli atau menggunakan produk atau jasa. Komunikasi ini dapat berlangsung dengan sebuah percakapan antara orang ke orang, *chat room*, ataupun percakapan dengan menggunakan blog.

Tidak hanya dengan bertatap muka langsung, pemasaran produk oriflame juga dapat dilakukan dengan memanfaatkan WhatsApp, Messenger, Instagram dan facebook. Dimana disitu konsultan dapat dengan aktif mempromosikan oriflame dan pelanggan dapat bertanya langsung perihal produk atau bisnis oriflame.

Penggunaan Android atau smartphome termasuk kepada *word of mouth* karena di dalamnya terdapat sebuah aplikasi mulai dari *whatsapp, facebook, Instagram, kakao talk, line* dan sebagainya. Yang memungkinkan konsultan dan pelanggan berinteraksi langsung dengan lebih personal. Berita dari mulut ke mulut ini bisa sangat efektif untuk bisnis kecil karena di dalamnya pelanggan dapat merasakan hubungan yang lebih pribadi.

### 4. Penjualan Personal

Penjualan Personal (*Personal Selling*) lebih kepada komunikasi dengan cara bertatap muka secara langsung dengan pelanggan. Baik untuk menawarkan produk maupun menawarkan diri sebagai konsultan/member. Diharapkan dengan adanya komunikasi dengan

cara bertatap muka langsung ini dapat membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka akan bertanya dan tertarik terhadap penawaran tersebut. Penjualan Personal ini meliputi kegiatan presentasi jualan, rapat penjualan, program insentif, sampel dan pameran dagang.<sup>7</sup>

### C. Pengaturan Kode Etik Perusahaan *MultiLevel Marketing*

Kode etik merupakan serangkaian kumpulan harapan perusahaan. Banyak perusahaan yang menyebutnya sebagai kode etik bisnis, kode etika bisnis atau kode etik dan standar. Kode etik adalah sebuah alat komunikasi yang menginformasikan dalam lingkup internal dan pihak-pihak yang berkepentingan (*Eksternal*) tentang apa yang bernilai dari sebuah organisasi, pekerja dan manajemen yang ada. Kode etik merupakan “bentuk penglihatan” yang mendalam dari apa yang diyakini oleh sebuah organisasi. Termasuk bagaimana kode etik memberikan sebuah gambaran bagaimana pekerja, pelanggan, kolega bisnis dan pemasok yang bisa berharap diperlakukan sesuai yang tertera dalam kode etik perusahaan.<sup>8</sup>

Sebuah kode etik membantu para pekerja atau para anggota organisasi membuat keputusan yang sesuai dengan nilai-nilai (*Values*)

---

<sup>7</sup>ALDIYANSYAH. *Penerapan Kode Etik Multilevel Marketing Sektor Kecantikan Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia. NOMOR: 32/M-DAG/PER/8/2008 (Studi Kasus pada PT Orindo Alam Ayu Pekanbaru)*. (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU). 2020. h. 24

<sup>8</sup> Alief Bakhtiar M N, SSi. *Menciptakan pemimpin hebat dengan kode etik dan budaya kerja*. Nas Media Pustaka. Makasar. 2020. h.5



perusahaan, yang seringkali tidak ada sebuah peraturan yang jelas atau pengawasan langsung dari pimpinan.

Oriflame merupakan perusahaan *MultiLevel Marketing* yang menerapkan kode etik dibawah naungan Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI). Kode etik APLI bertujuan memberikan kepuasan dan perlindungan kepada semua pihak yang berkepentingan, memajukan kompetisi yang sehat dalam rangka sistem dunia usaha bebas dan peningkatan citra umum dari kegiatan *MultiLevel Marketing* APLI.

Selain terdaftar pada Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI), kode etik perusahaan yang menjalankan penjualan dengan sistem berjenjang (MLM) juga di dasarkan pada:

1. Kode etik dari *WFDSA (World Federation of Direct Selling Association)*.
2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
3. Surat keputusan Menperindag Nomor. 73/MPP/Kep/3/2000 tentang Ketentuan Kegiatan Usaha Penjualan Berjenjang.

Seorang konsultan harus mematuhi peraturan-peraturan perusahaan dari segala pembaharuan yang sudah diterbitkan dalam *newsletter* dan sangat penting untuk memahami kode etik yang telah diterapkan oleh perusahaan. Hal ini dikarenakan, kode etik dan peraturan tersebut membentuk suatu kesatuan dalam ketentuan formulir pendaftaran konsultan atau biasa disebut dengan (*Consultan Application Form-COF*).

Oriflame berhak memutuskan setiap waktu, dengan pemberlakuan seketika, keanggotaan setiap konsultan yang memberikan informasi palsu dalam *Consultan Applicatin Form* atau yang melanggar kode etik atau peraturan perusahaan. Member akan diberhentikan keanggotaannya, kehilangan seluruh hak dan hak khusus yang menyertakan keanggotaan tersebut, termasuk jaringan kerjanya.

Kode Etik dan peraturan dibuat untuk perlindungan anda sebagai consultan dan memastikan bahwa seluruh Consultan menjunjung tinggi standar Kode Etik dan Tata Tertib yang sama. Arti penting kode etik ini dalam perjanjian MLM dapat mengakibatkan pemutusan hubungan bagi anggota atau distributor MLM yang melanggar ketentuan kode etik perusahaan yang telah diatur dalam perjanjian antara perusahaan MLM dengan anggota atau distributor. Kode etik dalam kegiatan MLM mencakup mengenai aspek moral cara penyelenggaraan bisnis MLM. Kode etik bertujuan untuk mencegah terjadinya suatu perbuatan atau tindakan dari distributor yang menyimpang dari nilai sosial suatu masyarakat yang dapat memperburuk citra dari kegiatan penjualan berjenjang.

#### **D. Fungsi Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) bagi Industri *MultiLevel Marketing***

Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) adalah sebuah asosiasi yang mewadahi berbagai perusahaan MLM atau *Network Marketing* di Indonesia. Belum bakunya aturan hukum di Indonesia dalam mengatur penjualan langsung juga mendorong kebutuhan diantara

perusahaan *network marketing* untuk menciptakan aturan dan kode etik yang di sepakati bersama. Perusahaan yang ingin bergabung dengan APLI harus memenuhi sejumlah persyaratan tadi dan kemudian mendapatkan sertifikat. Mereka yang menjadi anggota APLI hanyalah perusahaan yang dianggap betul-betul memenuhi syarat sebagai perusahaan penjual langsung dan yang memasarkan jasanya dengan *network marketing*.<sup>9</sup>

Dalam situs APLI dikemukakan bahwa MLM/Pemasaran Berjenjang disebut sistem penjualan yang memanfaatkan konsumen sebagai tenaga penyalur secara langsung, dimana harga barang yang ditawarkan ditingkat konsumen adalah harga produksi ditambah komisi yang menjadi hak konsumen karena tidak secara langsung telah membantu kelancaran distribusi.

Promotor (*upline*) biasanya adalah anggota yang sudah mendapatkan hak keanggotaan terlebih dahulu, sedangkan bawahan (*downline*) adalah anggota baru yang mendaftar atau direkrut oleh promotor. Akan tetapi, pada beberapa sistem tertentu, jenjang keanggotaan ini bisa berubah-ubah sesuai dengan syarat pembayaran atau pembelian tertentu.

Komisi yang diberikan dalam pemasaran berjenjang dihitung berdasarkan banyaknya jasa distribusi yang otomatis terjadi jika bawahan melakukan pembelian barang. Promotor akan mendapatkan bagian komisi tertentu sebagai bentuk balas jasa atas perekrutan bawahan.

---

<sup>9</sup> Safir Senduk. *SPKK: Penghasilan Tambahan*. Elex Media Komputindo. Jakarta. 2004. h. 131

Dalam rekruting anggota, APLI cukup ketat. Ketat dalam pengertian melalui cara penelitian yang cukup hati-hati. Terhadap calon anggota, akan diteliti dengan cermat bagaimana tentang *Marketing Plan* dan kode etik perusahaan. Untuk produk makanan, kesehatan dan kosmetika harus ada nomor registrasi dari Badan POM. Cara rekruting seperti ini bukan berarti untuk menyulitkan perusahaan *Direct Selling* atau *Multilevel Marketing* yang mau bergabung dengan APLI, melainkan hanya untuk menangkal lebih dini terhadap perusahaan yang berkedok *Direct Selling* atau *Multilevel Marketing*.

Untuk menjadi anggota APLI, persyaratan yang harus dipenuhi adalah:

1. *Marketing Plan* yang tidak berbentuk piramida dan bukan *money game*
2. Kode etik yang tidak bertentangan dengan kode etik APLI
3. Ada barang atau jasa secara nyata diperjualbelikan sampai ke tangan konsumen
4. Pendapatan harus diperoleh dari hasil penjualan barang/jasa, bukan dari rekruting mitra usaha saja
5. Berbentuk Badan Hukum Perseroan Terbatas, memiliki NPWP dan SIUPL

6. Keanggotaan APLI berlaku untuk satu tahun dan setiap tahun akan diperpanjang setelah diteliti kembali persyaratan tersebut diatas.<sup>10</sup>

Oleh karena itu, lewat APLI kita juga bisa mengenali perusahaan mana yang betul-betul menjalankan konsep *Network Marketing* dalam usahanya, dan mana yang bukan. Hal ini dikarenakan, saat ini banyak perusahaan yang bukan perusahaan *network marketing* mengaku-ngaku sebagai MLM atau *Network Marketing* untuk menarik dana dari masyarakat.

**E. Kesesuaian Kode Etik *MultiLevel Marketing* terhadap Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 32/m-dag/per/8/2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung**

Menurut Pasal 1 Angka 1 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 32/m-dag/per/8/2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung (*Direct Selling*) adalah metode penjualan barang dan/atau jasa tertentu melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh mitra usaha yang bekerja atas dasar komisi dan/atau bonus berdasarkan hasil penjualan kepada konsumen diluar lokasi eceran tetap.

---

<sup>10</sup> Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (<https://www.apli.or.id/pages/tentang-kami>, Diakses pada tanggal 26 Mei 2023 pukul 07.18)

Sedangkan yang dimaksud dengan mitra usaha didalam Pasal 1 angka 4 adalah anggota mandiri jaringan pemasaran atau penjualan yang berbentuk badan usaha/perorangan dan bukan merupakan bagian dari struktur organisasi perusahaan yang memasarkan atau menjual barang dan/atau jasa kepada konsumen akhir secara langsung dengan mendapatkan imbalan berupa komisi dan/atau bonus penjualan.<sup>11</sup>

Di dalam Permendag 32/2008 diatur mengenai syarat-syarat sebuah *MultiLevel Marketing*. Misalnya perusahaan MLM harus memiliki alur distribusi produk yang jelas dari perusahaan sampai dengan konsumen akhir. Kemudian bonus dan komisi atas penjualan produk yang diberikan kepada mitra usaha dan jaringan pemasaran dibawahnya paling sedikit 40% dari jumlah penjualan produk. Selain itu, perusahaan *MultiLevel Marketing* harus memberikan jaminan pembelian kembali produk dan alat bantu dari mitra usaha tersebut diberhentikan atau mengundurkan diri setelah dikurangi biaya administrasi 10% (sepuluh persen).

Perusahaan *MultiLevel Marketing* wajib memiliki SIUPL (Surat Izin Penjualan Langsung). Untuk perusahaan baru akan diberikan SIUPL sementara dengan masa berlaku 1 tahun dan dapat ditingkatkan menjadi SIUPL tetap dengan masa berlaku selama perusahaan menjalankan kegiatan usahanya. Di APLI (Assosiasi Penjualan Langsung Indonesia) sendiri, setiap MLM yang akan menjadi anggota APLI harus mempunyai SIUPL.

---

<sup>11</sup> Awalludin Norsandy. *Klausula Baku dalam Perjanjian MultiLevel Marketing yang Bertentangan dengan Hukum Persaingan Usaha*. Doctoral Dissertation, Universitas Islam Indonesia. 2016. h.58

Jika sudah mempunyai SIUPL maka perusahaan tersebut mudah untuk dimintai pertanggungjawaban. Oleh karena itu, pemerintah harus bertindak tegas kepada perusahaan *MultiLevel Marketing* yang tidak mempunyai izin.<sup>12</sup>

## **F. *Wanprestasi* dalam Perjanjian Antara Oriflame dengan Member**

### **1. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian**

Pada hakekatnya perjanjian adalah suatu kesepakatan yang menuntut suatu kejujuran dari para pihak untuk memenuhi janjinya. Bila terjadi suatu keadaan salah seorang yang mengadakan perjanjian dan tidak melakukan apa yang telah diperjanjikan, atau melaksanakan tetapi tidak tepat waktunya maka dalam hukum perjanjian ini dinamakan *wanprestasi*.

Bila merumuskan pengertian perjanjian menurut pasal 1313 Buku III KUHPerdara, suatu persetujuan adalah suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan diri terhadap satu orang lain atau lebih. Lebih lanjut dijelaskan dalam pasal 1314 Buku III KUHPerdara, suatu persetujuan diadakan dengan cuma-cuma atau dengan memberatkan. Suatu persetujuan cuma-cuma adalah suatu persetujuan bahwa pihak yang satu akan memberikan keuntungan kepada pihak yang lain tanpa menerima imbalan. Suatu persetujuan memberatkan

---

<sup>12</sup> *ibid.* h. 59

adalah suatu persetujuan yang mewajibkan tiap pihak akan memberikan sesuatu, melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu.<sup>13</sup>

Berdasarkan hal yang dijanjikan untuk dilaksanakan (prestasi), perjanjian dibagi dalam tiga macam, yaitu:

1. Perjanjian untuk memberikan atau menyerahkan suatu barang atau pemborongan kerja
2. Perjanjian untuk berbuat sesuatu
3. Perjanjian untuk tidak berbuat sesuatu

Dari penjelasan diatas, maka perjanjian itu mengandung unsur-unsur sebagai berikut:

- a. Ada pihak-pihak, sedikitnya dua orang (*subjek*)
- b. Ada persetujuan antara pihak-pihak itu (*consensus*)
- c. Ada objek berupa benda
- d. Ada tujuan bersifat kebendaan (mengenal harta kekayaan)
- e. Ada bentuk tertentu, lisan maupun tertulis.<sup>14</sup>

Hukum perjanjian mengenal beberapa asas penting yang merupakan dasar kehendak pihak-pihak dalam mencapai tujuan. Beberapa asas tersebut adalah sebagai berikut:

---

<sup>13</sup> Adati, Medika Andarika. "Wanprestasi Dalam Perjanjian Yang Dapat Di Pidana Menurut Pasal 378 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana." *Lex Privatum* 6.4 (2018). h. 6

<sup>14</sup> Satrio. *Perjanjian Pada Umumnya*. CV Citra Aditya Bakti. Bandung. 1992. h. 8



1. Asas Kebebasan Berkontrak (*freedom of contract*).

Dapat dianalisis dari ketentuan Pasal 1338 Ayat (1) KUH Perdata yang berbunyi “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya.”

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. Ruang lingkup asas kebebasan berkontrak, menurut hukum perjanjian Indonesia adalah: kebebasan untuk membuat atau tidak membuat perjanjian, kebebasan untuk memilih pihak dengan siapa ia ingin membuat perjanjian, kebebasan untuk menentukan atau memilih kausa dari perjanjian yang akan dibuatnya, kebebasan untuk menentukan objek perjanjian, kebebasan untuk menentukan bentuk suatu perjanjian, dan kebebasan untuk menerima atau menyimpang ketentuan Undang-Undang yang bersifat opsional (*aanvullend, optional*).

Berlakunya asas kebebasan berkontrak ini tidaklah mutlak, KUHPerdata memberikan pembatasan atau ketentuan terhadapnya, inti pembatasan tersebut dapat dilihat antara lain:

- a. Pasal 1320 Ayat (1) KUH Perdata, bahwa perjanjian tidak sah apabila dibuat tanpa adanya sepakat dari pihak yang membuatnya;

- b. Pasal 1320 Ayat (2) KUH Perdata, kebebasan yang dibatasi oleh kecakapan untuk membuat suatu perjanjian;
  - c. Pasal 1320 Ayat (4) jo Pasal 1337 KUH Perdata, menyangkut *causa* yang dilarang oleh Undang-Undang atau bertentangan dengan kesusilaan baik atau bertentangan dengan ketertiban umum;
  - d. Pasal 1332 KUH Perdata batasan kebebasan para pihak untuk membuat perjanjian tentang objek yang diperjanjikan;
  - e. Pasal 1335 KUH Perdata, tidak adanya kekuatan hukum untuk suatu perjanjian tanpa sebab, atau sebab yang palsu atau terlarang; dan
  - f. Pasal 1337 KUH Perdata, larangan terhadap perjanjian apabila bertentangan dengan Undang-Undang, kesusilaan baik atau ketertiban umum.
2. Asas Konsensualisme (*concensualism*).

Asas konsensualisme mempunyai arti yang terpenting, bahwa untuk melahirkan perjanjian cukup dengan sepakat saja dan bahwa perjanjian itu (dan perikatan yang ditimbulkan karenanya) sudah dilahirkan pada saat atau detik tercapainya konsensus. Untuk terjadinya sebuah persetujuan pada umumnya persesuaian kehendak yang memenuhi persyaratan-persyaratan tertentu adalah sebuah kontrak yang sah menurut hukum. Asas konsensualisme dapat disimpulkan dalam Pasal 1320 Ayat (1) KUH Perdata. Pada pasal

tersebut ditentukan bahwa salah satu syarat sahnya perjanjian adalah adanya kata kesepakatan antara kedua belah pihak.

### 3. Asas *Pacta Sunt Servanda*.

Baik dalam sistem terbuka yang dianut oleh hukum perjanjian ataupun bagi prinsip kekuatan mengikat, kita dapat merujuk pada Pasal 1374 Ayat (1) BW (lama) atau Pasal 1338 Ayat (1) KUH Perdata: “Semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya.” Adagium (ungkapan) *Pacta Sunt Servanda* diakui sebagai aturan bahwa semua persetujuan yang dibuat oleh manusia secara timbal-balik pada hakikatnya bermaksud untuk dipenuhi dan jika perlu dapat dipaksakan, sehingga secara hukum mengikat. Dengan kata lain, perjanjian yang diperbuat secara sah berlaku seperti berlakunya Undang-Undang bagi para pihak yang membuatnya (Pasal 1338 ayat (1) dan ayat (2) KUH Perdata. Artinya, para pihak harus mentaati apa yang telah mereka sepakati bersama.

### 4. Asas Itikad Baik.

Dalam Pasal 1338 Ayat (3) KUH Perdata, disebutkan bahwa perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Sebenarnya itikad baik yang disebut dalam bahasa Belanda dengan *te goeder trouw*, yang sering juga diterjemahkan dengan kejujuran, dapat dibedakan atas 2 (dua) macam, yaitu: (1) Itikad baik pada waktu akan mengadakan perjanjian; dan (2) Itikad baik pada waktu

melaksanakan hak-hak dan kewajiban-kewajiban yang timbul dari perjanjian tersebut. Adapun suatu perjanjian dilaksanakan dengan itikad baik atau tidak, akan tercermin pada perbuatan-perbuatan nyata orang yang melaksanakan perjanjian tersebut. Meskipun itikad baik dalam pelaksanaan perjanjian itu terletak pada hati sanubari manusia yang sifatnya subjektif, tetapi itikad baik itu pun dapat diukur juga secara objektif.

5. Asas Kepribadian (*personality*).

Asas kepribadian tercantum dalam Pasal 1340 KUH Perdata: “Suatu perjanjian hanya berlaku antara pihak-pihak yang membuatnya. Suatu perjanjian tidak dapat membawa rugi kepada pihak-pihak ketiga; tak dapat pihak-pihak ketiga mendapat manfaat karenanya, selain dalam hal yang diatur dalam Pasal 1317.” Pasal 1315 KUH Perdata menegaskan: “Pada umumnya seseorang tidak dapat mengadakan perikatan atau perjanjian selain untuk dirinya sendiri.” Namun demikian, ketentuan itu terdapat pengecualiannya sebagaimana pengantar dalam Pasal 1317 KUH Perdata yang menyatakan: “Dapat pula perjanjian diadakan untuk kepentingan pihak ketiga, bila suatu perjanjian yang dibuat untuk diri sendiri, atau suatu pemberian kepada orang lain, mengandung suatu syarat semacam itu.” Sedangkan di dalam Pasal 1318 KUH Perdata, tidak hanya mengatur perjanjian untuk diri sendiri, melainkan juga untuk

kepentingan ahli warisnya dan untuk orang-orang yang memperoleh hak dari padanya.

Di samping kelima asas itu, didalam Lokakarya Hukum Perikatan yang diselenggarakan oleh badan Pembinaan Hukum Nasional, Departemen Kehakiman dari tanggal 17-19 Desember 1985 telah berhasil dirumuskan 8 asas hukum perikatan nasional. Kedelapan asas itu: asas kepercayaan, asas persamaan hukum, asas keseimbangan, asas kepastian hukum, asas moral, asas kepatutan, asas kebiasaan, dan asas perlindungan. Secara garis besar maksud masing-masing asas ini adalah sebagai berikut:

1. Asas Kepercayaan.

Seorang yang mengadakan perjanjian dengan pihak lain, harus dapat menumbuhkan kepercayaan diri di antara kedua pihak bahwa satu sama lain akan memenuhi prestasinya dikemudian hari. Tanpa adanya kepercayaan itu maka perjanjian itu tidak mungkin akan diadakan kedua belah pihak, dengan kepercayaan ini kedua pihak mengikatkan dirinya untuk keduanya perjanjian itu mempunyai kekuatan mengikat sebagai undang-undang;

2. Asas Persamaan Hak.

Asas ini menempatkan para pihak didalam persamaan derajat, tidak ada perbedaan, walaupun ada perbedaan kulit, bangsa, kepercayaan, kekuasaan, jabatan, dan lain-lain;

3. Asas Moral.

Asas ini terlibat dalam perikatan wajar, dimana suatu perbuatan sukarela dimana perbuatan seseorang tidak menimbulkan hak baginya untuk menggugat kontra prestasi dari pihak debitor. Juga hal ini terlihat di dalam *zaakwaarneming*, dimana seseorang yang melakukan suatu perbuatan dengan sukarela (moral) yang bersangkutan mempunyai kewajiban (hukum) untuk meneruskan dan menyelesaikan perbuatannya, asas ini terdapatnya dalam Pasal 1339 KUH Perdata;

4. Asas Kepatutan.

Asas ini dituangkan dalam Pasal 1339 KUH Perdata. Asas kepatutan disini berkaitan dengan ketentuan-ketentuan mengenai isi perjanjian;

5. Asas Kebiasaan.

Asas ini diatur dalam Pasal 1339 jo 1347 KUH Perdata, yang dipandang sebagai bagian dari perjanjian. Suatu perjanjian tidak hanya mengikat untuk hal-hal yang diatur secara tegas, tetapi juga hal-hal yang dalam keadaan dan kebiasaan yang diikuti;

6. Asas Kepastian Hukum.

Kepastian sebagai suatu figur hukum harus mengandung kepastian hukum. Kepastian ini terungkap dari kekuatan mengikat perjanjian itu, yaitu sebagai Undang-Undang bagi para pihak;

7. Asas keseimbangan.

Keseimbangan sangat perlu guna mewujudkan perlindungan dan keadilan bagi para pihak. Asas ini menghendaki kedua pihak memenuhi dan melaksanakan perjanjian itu. Asas keseimbangan ini merupakan kelanjutan dari asas persamaan; dan

8. Asas Perlindungan.

Semua pihak yang terlibat dalam suatu perjanjian harus sama-sama dilindungi kepentingannya.<sup>15</sup>

Pada Pasal 1320 KUHPerdara menentukan adanya 4 (empat) syarat sahnya suatu perjanjian, yakni:

1. Adanya kata sepakat bagi mereka yang mengikatkan dirinya;
2. Kecakapan para pihak untuk membuat suatu perikatan;
3. Suatu hal tertentu, dan
4. Suatu sebab (*causa*) yang halal.

Persyaratan diatas berkenan baik mengenai subjek maupun objek perjanjian. Persyaratan yang pertama dan kedua berkenan dengan subjek perjanjian atau syarat subjektif. Persyaratan yang ketiga dan keempat berkenan dengan objek perjanjian atau syarat objektif. Perbedaan kedua persyaratan tersebut dikaitkan pula dengan masalah batal demi hukumnya (*nieteg atau null and ab initio*) dan dapat dibatalkannya (*vernietigbaar = voidable*) suatu perjanjian. Apabila

---

<sup>15</sup> Sinaga, N. A. *Peranan asas-asas hukum perjanjian dalam mewujudkan tujuan perjanjian*. Binamulia Hukum. 7(2). 2018

syarat objektif dalam perjanjian tidak terpenuhi maka, perjanjian tersebut batal demi hukum atau perjanjian yang sejak semula sudah batal, hukum menganggap perjanjian tersebut tidak pernah ada. Dan Apabila syarat subjektif tidak terpenuhi maka, perjanjian tersebut dapat dibatalkan atau sepanjang perjanjian tersebut belum atau tidak dibatalkan pengadilan, maka perjanjian yang bersangkutan masih terus berlaku.

Berikut ini merupakan penjelasan lebih detail mengenai syarat sahnya perjanjian:

#### 1. Kata Sepakat

Kata sepakat didalam perjanjian pada dasarnya adalah pertemuan atau persesuaian kehendak antara para pihak didalam perjanjian. Seseorang dikatakan memberikan persetujuannya atau kesepakatannya (*Toestemming*) jika ia memang menghendaki apa yang disepakati. suatu perjanjian dapat mengandung cacat hukum atau kata sepakat dianggap tidak ada jika terjadi hal-hal yang disebut di bawah ini, yaitu: Pertama, Paksaan (*dwang*). Setiap tindakan yang tidak adil atau ancaman yang menghalangi kebebasan kehendak para termasuk dalam tindakan pemaksaan. Di dalam hal ini, setiap perbuatan atau ancaman melanggar undang-undang jika perbuatan tersebut merupakan penyalahgunaan kewenangan salah satu pihak dengan membuat suatu ancaman, yaitu setiap ancaman yang bertujuan agar pada akhirnya pihaklain



memberikan hak kewenangan ataupun hak istimewanya. Paksaan dapat berupa kejahatan atau ancaman kejahatan, hukuman penjara atau ancaman hukuman penjara, penyitaan dan kepemilikan yang tidak sah, atau ancaman penyitaan atau kepemilikan suatu benda atau tanah yang dilakukan secara tidak sah, dan tindakan-tindakan lain yang melanggar undang-undang, seperti tekanan ekonomi, penderitaan fisik dan mental, membuat seseorang dalam keadaan takut, dan lain-lain. Kedua, Penipuan (*bedrog*). Penipuan adalah tindakan tipu muslihat. Menurut Pasal 1328 KUHPerdara dengan tegas menyatakan bahwa penipuan merupakan alasan pembatalan perjanjian. Dalam hal ada penipuan, pihak yang ditipu, memang memberikan pernyataan yang sesuai dengan kehendaknya, tetapi kehendaknya itu, karena adanya daya tipu, sengaja diarahkan ke suatu yang bertentangan dengan kehendak yang sebenarnya, yang seandainya tidak ada penipuan, merupakan tindakan yang benar. Dalam hal penipuan gambaran yang keliru sengaja ditanamkan oleh pihak yang satu kepada pihak yang lain. Jadi, elemen penipuan tidak hanya pernyataan yang bohong, melainkan harus ada serangkain kebohongan (*samenweefsel van verdichtselen*), serangkain cerita yang tidak benar, dan setiap tindakan/sikap yang bersifat menipu. Dengan kata lain, penipuan adalah tindakan yang bermaksud jahat yang dilakukan oleh satu pihak sebelum perjanjian itu dibuat. Perjanjian tersebut mempunyai maksud untuk menipu

pihak lain dan membuat menandatangani perjanjian itu. Pernyataan yang salah itu sendiri bukan merupakan penipuan, tetapi hal ini disertai dengan tindakan yang menipu. Tindakan penipuan tersebut harus dilakukan oleh atau atas nama pihak dalam kontrak. Seseorang yang melakukan tindakan tersebut haruslah mempunyai maksud atau niat untuk menipu. Ketiga, Kesesatan atau Kekeliruan (*dwaling*). Dalam hal ini, salah satu pihak atau beberapa pihak memiliki persepsi yang salah terhadap objek atau subjek yang terdapat dalam perjanjian. Keempat, Penyalahgunaan keadaan (*misbruik van omstandigheden*). Penyalahgunaan keadaan terjadi manakala seseorang di dalam suatu perjanjian dipengaruhi oleh suatu hal yang menghalanginya untuk melakukan penilaian (*judgment*) yang bebas dari pihak lainnya, sehingga ia tidak dapat mengambil putusan yang independen. Penekanan tersebut dapat dilakukan karena salah satu pihak memiliki kedudukan khusus (misalnya kedudukan yang dominan atau memiliki yang bersifat *fiduciary* dan *confidence*).

## 2. Kecakapan untuk Mengadakan Perikatan

Syarat sahnya perjanjian yang kedua menurut Pasal 1320 KUHPerdara adalah kecakapan untuk membuat perikatan (*om eene verbintenis aan te gaan*). Di sini terjadi percampuradukan penggunaan istilah perikatan dan perjanjian. Dari kata “membuat” perikatan dan perjanjian dapat disimpulkan adanya unsur “niat”

(sengaja). Hal yang demikian itu dapat disimpulkan cocok untuk perjanjian yang merupakan tindakan hukum. Apalagi karena unsur tersebut dicantumkan sebagai unsur sah nya perjanjian, maka tidak mungkin tertuju kepada perikatan yang timbul karena undang-undang. asal 1329 KUHperdata menyatakan bahwa setiap orang adalah cakap. Kemudian Pasal 1330 menyatakan bahwa ada beberapa orang tidak cakap untuk membuat perjanjian, yakni: Pertama, orang yang belum dewasa; Kedua, mereka yang ditaruh di bawah pengampuan; dan Ketiga, orang-orang perempuan dalam pernikahan, (setelah diundangkannya Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 Pasal 31 Ayat 2 maka perempuan dalam perkawinan dianggap cakap hukum). Seseorang di katakan belum dewasa menurut pasal 330 KUHPperdata jika belum mencapai umur 21 tahun. Seseorang dikatakan dewasa jika telah berumur 21 tahun atau berumur kurang dari 21 tahun, tetapi telah menikah. Dalam perkembangannya, berdasar Pasal 47 dan 50 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 kedewasaan seseorang ditentukan bahwa anak berada di bawah kekuasaan orang tua atau wali sampai umur 18 tahun. Selanjutnya Mahkamah Agung melalui Putusan No. 447/Sip/1976 tanggal 13 Oktober 1976 menyatakan bahwa dengan berlakunya Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974, maka batas seseorang berada di bawah kekuasaan perwalian adalah 18 tahun, bukan 21 tahun. Seseorang yang telah dewasa dapat tidak cakap

melakukan perjanjian, jika yang bersangkutan diletakan di bawah pengampuan (*curatele* atau *conservatorship*). Seseorang dapat diletakan di bawah pengampuan jika yang bersangkutan gila, dungu (*onnoozelheid*), mata gelap (*razernij*), lemah akal (*zwakheid van vermogens*) atau juga pemboros. Orang yang demikian itu tidak menggunakan akal sehatnya, dan oleh karenanya dapat merugikan dirinya sendiri. Seseorang yang telah dinyatakan pailit juga tidak cakap untuk melakukan perikatan tertentu. Seseorang yang telah dinyatakan pailit untuk membuat suatu perikatan yang menyangkut harta kekayaannya. Ia hanya boleh melakukan perikatan yang mengungkapkan budel pailit, dan itupun harus sepengetahuan kuratornya.

### 3. Suatu Hal Tertentu

Syarat sahnya perjanjian yang ketiga adalah adanya suatu hal tertentu (*een bepaald onderwerp*). Pasal 1333 KUHPerdara menentukan bahwa suatu perjanjian harus mempunyai pokok suatu benda (*zaak*) yang paling sedikit dapat ditentukan jenisnya. Suatu perjanjian harus memiliki objek tertentu. Suatu perjanjian haruslah mengenai suatu hal tertentu (*certainty of terms*), berarti bahwa apa yang diperjanjikan, yakni hak dan kewajiban kedua belah pihak. Barang yang dimaksudkan dalam perjanjian paling sedikit dapat ditentukan jenisnya. Istilah barang dimaksud di sini apa yang dalam bahasa Belanda disebut sebagai *zaak*. *Zaak* dalam bahasa belanda

tidak hanya berarti barang dalam arti sempit, tetapi juga berarti yang lebih luas lagi, yakni pokok persoalan. Oleh karena itu, objek perjanjian tidak hanya berupa benda, tetapi juga bisa berupa jasa. KUHPerdara menentukan bahwa barang yang dimaksud tidak harus disebutkan, asalkan nanti dapat dihitung atau ditentukan. Misalnya mengenai perjanjian “panen tembakau dari suatu ladang dalam tahun berikutnya” adalah sah. Perjanjian jual beli “teh untuk seribu rupiah” tanpa penjelasan lebih lanjut, harus dianggap tidak cukup jelas.

#### 4. Kausa Hukum yang Halal

Syarat sahnya perjanjian yang keempat adalah adanya kausa hukum yang halal. Kata kausa yang diterjemahkan dari kata *oorzaak* (Belanda) atau *causa* (Latin) bukan berarti sesuatu yang menyebabkan seseorang membuat perjanjian, tetapi mengacu kepada isi dan tujuan perjanjian itu sendiri. Misalnya dalam perjanjian jual beli, isi dan tujuan atau kausanya adalah pihak yang satu menghendaki hak milik suatu barang, sedangkan pihak lainnya menghendaki uang. Berdasarkan penjelasan di atas, maka apabila seseorang membeli pisau di suatu toko dengan maksud membunuh orang, maka jual beli tersebut mempunyai kausa yang halal. Apabila maksud membunuh tersebut dituangkan di dalam perjanjian, misalnya penjual pisau menyatakan hanya bersedia menjual pisaunya jika pembeli membeli membunuh orang dengan pisaunya,

disini tidak ada kausa hukum yang halal. Menurut Pasal 1335 jo 1337 KUHPerdara bahwa suatu kausa dinyatakan terlarang jika bertentangan dengan Undang-Undang, kesusilaan, dan ketertiban umum. Suatu kausa dikatakan bertentangan dengan Undang-Undang, jika kausa di dalam perjanjian yang bersangkutan isinya bertentangan dengan undang-undang, jika kausa di dalam perjanjian yang bersangkutan isinya bertentangan dengan Undang-Undang yang berlaku. Untuk menentukan apakah suatu kausa perjanjian bertentangan dengan kesusilaan (*goede zeden*) bukanlah masalah yang mudah, karena istilah kesusilaan ini sangat abstrak, yang isinya bisa berbeda-beda antara daerah yang satu dan daerah atau antara kelompok masyarakat yang satu dan lainnya. Selain itu penilaian orang terhadap kesusilaan dapat pula berubah-ubah sesuai dengan perkembangan zaman. Kausa hukum dalam perjanjian yang terlarang juga apabila bertentangan ketertiban umum, keamanan Negara, keresahan dalam masyarakat, dan karenanya dikatakan mengenai masalah ketatanegaraan. Didalam konteks Hukum Perdata International (HPI), ketertiban umum dapat dimaknai sebagai sendi-sendi atau asas-asas hukum suatu negara. Kuasa hukum yang halal ini di dalam sistem *common law* dikenal dengan istilah legaliti yang dikaitkan dengan public policy. Suatu kontrak dapat menjadi tidak sah (illegal) jika bertentangan dengan *public policy*. Walaupun sampai sekarang belum ada definisi *public policy*

jika berdampak negatif pada masyarakat atau mengganggu keamanan dan kesejahteraan masyarakat (*public's safety and welfare*)<sup>16</sup>

Para pihak dalam suatu perikatan adalah subjek perikatan, biasanya terdiri dari dua pihak atau lebih. Pihak yang berhak atas prestasi dan pihak yang berkewajiban memenuhi atas prestasi (pihak yang berutang). Sedangkan objek perikatan adalah segala sesuatu yang diperjanjikan oleh kedua belah pihak yang bersangkutan. Pasal 1234 KUHPerdara, Prestasi dapat berupa:

- a. Kewajiban untuk memberikan sesuatu;
- b. Kewajiban untuk berbuat sesuatu;
- c. Kewajiban untuk tidak berbuat sesuatu

Kewajiban untuk memberikan sesuatu ialah kewajiban untuk memberikan hak milik/hak penguasaan atau hak memiliki sesuatu. Kewajiban untuk berbuat sesuatu adalah segala perbuatan yang bukan memberikan sesuatu, misalnya membangun gedung. Kewajiban untuk tidak berbuat sesuatu adalah kewajiban yang menjanjikan untuk tidak berbuat sesuatu yang telah diperjanjikan.

Dalam perjanjian ketentuan dan syarat yang meliputi hak dan kewajiban para pihak perlu dirumuskan. Rincian hak dan kewajiban

---

<sup>16</sup> Gumanti, Retna. "Syarat Sahnnya Perjanjian (Ditinjau dari KUHPERDATA)". Jurnal Pelangi Ilmu 5.01. 2012

para pihak adalah bagian yang merupakan perumusan yang sesungguhnya dari suatu transaksi bisnis. Penyusunan ketentuan hak dan kewajiban para pihak ini memerlukan kejelian dan kecermatan yang terlatih. Dalam perancangan perjanjian dituntut untuk memahami transaksi bisnis tidak hanya dari aspek teoritis normatif akan tetapi dari sisi empiris dengan melakukan kunjungan lapangan (*site visit*) sehingga dapat memahami secara utuh pangkal pokok dan rincian transaksi bisnis tersebut. Hubungan antara hak dan kewajiban serta perangkat hak dan kewajiban di antara para pihak sejogyanya merupakan hubungan yang logis. Karena itu pada dasarnya dapat dikatakan bahwa seharusnya perangkat hak adalah berbanding terbalik dengan perangkat kewajiban. Misalkan, dalam perjanjian pinjam meminjam, berdasarkan kesepakatan maka apabila pinjaman telah diperoleh dengan jangka waktu, maka pihak yang menerima pinjaman berkewajiban untuk mengembalikan pinjaman tersebut kepada yang memberi pinjaman sesuai dengan waktu yang ditentukan. Contoh Perumusan hak dan kewajiban dalam kesepakatan yang dicapai antara peminjam dengan pihak yang meminjamkan adalah sebagai berikut: Peminjam berhak memperoleh dana pinjaman yang dijanjikan, dan pada saat yang sama peminjam berkewajiban untuk menyediakan agunan kepada yang meminjamkan untuk menjamin pembayaran kembali dana pinjaman tersebut.

Apabila dikaitkan dengan definisi perikatan adalah hubungan yang terjadi diantara dua orang atau lebih, yang terletak dalam harta



kekayaan, dengan pihak yang satu berhak atas prestasi dan pihak yang lainnya wajib memenuhi prestasi itu. Dari rumus diatas kita lihat bahwa unsur- unsur perikatan ada empat, yaitu: 1. hubungan hukum; 2. kekayaan; 3. pihak-pihak, dan 4. prestasi. Terhadap hubungan yang terjadi dalam lalu lintas masyarakat, hukum meletakkan “hak” pada satu pihak dan meletakkan “kewajiban” pada pihak lainnya. Apabila satu pihak tidak mengindahkan atau melanggar hubungan tadi, lalu hukum memaksakan supaya hubungan tersebut dipenuhi atau dipulihkan. Untuk menilai suatu hubungan hukum perikatan atau bukan, maka hukum mempunyai ukuran-ukuran (kriteria) tertentu.

Apabila salah satu pihak tidak melaksanakan kewajibannya sesuai yang diperjanjikan, maka pihak yang satu berhak untuk menempuh jalur hukum untuk mendapatkan haknya. Wujud dari tidak memenuhi perjanjian itu ada tiga macam, yaitu: Debitur sama sekali tidak memenuhi perikatan; Debitur terlambat memenuhi perikatan; Debitur keliru atau tidak pantas memenuhi perikatan. “Debitur wajib membayar ganti rugi, setelah dinyatakan lalai ia tetap tidak memenuhi perikatan itu”. (Pasal 1243 KUH Perdata). “ganti rugi terdiri dari biaya rugi dan bunga” (Pasal 1244 s.d. 1246 KUH Perdata). “ganti rugi itu harus mempunyai hubungan langsung (hubungan kausal) dengan ingkar janji” (Pasal 1248 KUH Perdata). Ada kemungkinan bahwa ingkar janji itu bukan kesalahan debitur, tetapi keadaan memaksa bagaimana ganti rugi itu diselesaikan oleh ajaran resiko. Dengan dernikian, secara sempit

dapat disimpulkan bahwa prestasi adalah pemenuhan kewajiban-kewajiban yang timbul dari hubungan perjanjian. Kewajiban itu adalah kewajiban kontraktual. Kemudian kewajiban kontraktual tersebut dapat berasal dari peraturan perundang-undangan, kontrak atau perjanjian yang dibuat para pihak, kepatutan dan kebiasaan.<sup>17</sup>

## 2. Tinjauan Umum Tentang *Wanprestasi*

Menurut Professor R. Soebekti yang merupakan ahli hukum perdata berpendapat *wanprestasi* berarti apabila si berhutang tidak melakukan apa yang dijanjikannya, maka dikatakan ia melakukan *wanprestasi*. Selanjutnya tidak dipenuhinya prestasi terdapat dua kemungkinan yaitu kesalahan debitur yang dapat berupa suatu kesengajaan atau kelalaian dan karena suatu keadaan memaksa.<sup>18</sup>

Munculnya *wanprestasi* sudah dapat dipastikan diawali dengan adanya perikatan atas perjanjian yang dibuat oleh para pihak debitur maupun kreditur. Dalam hal ini seorang debitur melakukan *wanprestasi* dapat dikategorikan dalam empat hal berupa:

1. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya
2. Melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sebagaimana yang dijanjikannya.
3. Melakukan apa yang dijanjikannya tetapi terlambat.

---

<sup>17</sup> Sinaga, N. A. *Implementasi Hak Dan Kewajiban Para Pihak Dalam Hukum Perjanjian*. Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara. 10(1). 2020

<sup>18</sup> Erick Makmur. *Wanprestasi Menurut Para Ahli* (<https://lbhpayoman.unpar.ac.id/sanksi-pelaku-wanprestasi/>, Diakses pada tanggal 20 Mei 2023 pukul 21.30)

4. Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.

Dari keempat hal tersebut dapat dikatakan bahwa *wanprestasi* tidak selalu dimaksudkan tidak dapat memenuhi sama sekali prestasi yang diperjanjikan, namun dapat juga terjadi dalam hal debitur tidak tepat waktu dalam memenuhi prestasi, serta dengan tidak sebagaimana yang dikehendaki oleh kreditur.

Tidak terpenuhi kewajiban melaksanakan prestasi dapat disebabkan oleh dua kemungkinan yakni:

1). Karena kesalahan debitur sendiri baik dengan sengaja maupun karena kelalaian.

*Wanprestasi* yang disebabkan adanya kesalahan debitur itu sendiri, dimaksudkan debitur tidak melaksanakan kewajiban bukan dikarenakan oleh hal-hal yang diluar kemampuannya, melainkan karena perbuatan yang disengaja atau kelalaian. Untuk menentukan apakah seorang debitur bersalah melakukan *wanprestasi* dalam keadaan bagaimana debitur sengaja atau lalai tidak memenuhi prestasi. Maka untuk menyatakan seorang debitur melakukan *wanprestasi*, diperlukan surat peringatan tertulis dari kreditur yang diberikan kepada debitur. Surat peringatan tersebut disebut dengan somasi. Surat somasi tersebut dapat dijadikan sebagai bukti bahwa debitur telah melakukan

*wanprestasi*. Penjelasan lebih lanjut mengenai peringatan atau somasi diatur dalam Pasal 1238 KUHPerdara.

2). Karena keadaan memaksa/*force majeure* yang terjadi diluar kemampuan debitur.

*Wanprestasi* terjadi karena keadaan memaksa (*overmacht*)/*force majeure*, yang dimana debitur tidak dapat memenuhi prestasinya kepada kreditur, yangmana keadaan itu timbul diluar kemampuan debitur itu sendiri dan keadaan yang timbul itu juga berupa suatu keadaan yang tidak dapat diketahui pada waktu perjanjian dibuat. Atau dengan kata lain *force majeure* terjadi bukan atas kehendak debitur. Keadaan *overmacht/force majeure* mengakibatkan hal-hal sebagai berikut:

- a. Kreditur tidak bisa meminta pemenuhan prestasi dari debitur
- b. Debitur tidak dapat dinyatakan lalai. Oleh karena itu, debitur tidak dapat dituntut untuk mengganti kerugian
- c. Resiko tidak berahli kepada debitur.<sup>19</sup>

### **3. *Wanprestasi* dalam Perjanjian Antara Oriflame dengan Member**

Sangat penting bagi konsultan/member membaca kode etik oriflame dan aturan perilaku yang di buat perusahaan. Karena aturan perilaku tersebut adalah satu kesatuan yang tidak terpisahkan dari persyaratan dalam formulir aplikasi konsultan.

---

<sup>19</sup> ''Ulya, Rifqathin. Penyelesaian Sengketa dan Akibat Hukum *Wanprestasi* pada Kasus antara PT Metro Batavia dengan PT Garuda Maintenance Facility (Gmf) Aero Asia, *Privat Law*, no. 7, 2015

Konsultan oriflame wajib setiap saat mematuhi kode etik dan aturan perilaku dimaksud serta segala perubahan atas kode etik dan aturan perilaku tersebut yang kemudian dipublikasikan dalam *Newsletter* atau yang dikomunikasikan lebih lanjut kepada konsultan oriflame.

Oriflame berhak untuk memberikan sanksi disiplin dan/atau mengakhiri setiap saat dan dengan berlaku efektif segera, seorang konsultan oriflame yang telah memberikan informasi yang tidak sesuai pada dan/atau mengubah nomor identitas atau informasi lainnya pada copy atau salinan kartu tanda pengenal (KTP) yang disertakan pada pendaftaran offline atau online. Formulir aplikasi konsultan tersebut atau yang melanggar kode etik peraturan ini. Konsultan oriflame diakhiri keanggotaannya akan hilang semua hak istimewa yang menyertai keanggotaannya tersebut, termasuk jaringan mereka, sejak tanggal pengakhiran keanggotaannya yang diberitahukan secara tertulis oleh oriflame.

Kode etik ini untuk melindungi para konsultan/member, untuk menjamin bahwa semua dan sesama konsultan Oriflame mempertahankan standar tinggi yang sama. Sejalan dengan kode etik oriflame, maka konsultan diharapkan untuk dan wajib mematuhi segala ketentuan hukum serta peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia atau hukum negeri tempat mereka menjalankan bisnis

orilame, sekalipun kewajiban tersebut tidak dinyatakan kembali dalam kode etik atau aturan perilaku ini.<sup>20</sup>

Sebagai seorang konsultan oriflame, maka sepakat untuk melakukan bisnis oriflame sesuai dengan prinsip-prinsip yang tertera pada kode etik sebagai berikut:

- 1.1 Saya akan menjunjung tinggi serta mematuhi dan mengikuti seluruh aturan perilaku yang ditetapkan dalam Manual kebijakan oriflame ini, termasuk literatur oriflame lainnya. Saya akan melaksanakan tidak hanya kata-kata yang terdapat dalam aturan ini namun juga makna atau semangat yang terkandung dalam aturan ini.
- 1.2 Pedoman saya untuk melaksanakan bisnis dengan orang lain yang saya temui dalam kapasitas saya sebagai seorang konsultan oriflame adalah memperlakukan mereka seadil-adilnya sebagaimana saya inginkan diri saya memperlakukan mereka seadil-adilnya sebagaimana saya inginkan diri saya diperlakukan.
- 1.3 Saya akan mempresentasikan produk-produk oriflame, kesempatan untuk memperoleh pendapatan dari oriflame, pelatihan yang berkaitan serta kesempatan dan manfaat lain yang ditawarkan oleh oriflame kepada pelanggan dan para konsultan dengan cara jujur dan benar. Baik secara lisan maupun tertulis, saya hanya akan membuat

---

<sup>20</sup> Kode Etik Oriflame (<https://id.oriflame.com/terms-and-conditions/-/media>, Diakses pada 2 Juni 2023 pukul 07.30)

klaim yang berkaitan dengan produk, pendapatan, serta kesempatan sebagaimana disebutkan dalam literatur resmi oriflame.

1.4 Saya akan berlaku sopan dan cepat dalam melayani dan menerima pesanan dari pelanggan saya, dan juga dalam menangani keluhan. Saya akan mengikuti dan mematuhi prosedur yang ditetapkan oriflame dalam literatur resmi oriflame untuk penggantian produk

1.5 Saya akan menerima dan melanjutkan sebagai tanggung jawab yang diuraikan tentang seorang konsultan oriflame, serta tanggung jawab seorang sponsor dan director (Level yang lebih tinggi diatasnya), bila saya melanjutkan ke berbagai level tanggung jawab dimaksud sebagaimana yang ditetapkan dalam literatur resmi oriflame.

1.6 Saya akan membimbing diri saya sedemikian rupa untuk mereleksikan dan memberlakukan standar tertinggi dari integritas, kejujuran dan tanggung jawab.

1.7 Saya tidak akan dalam keadaan apapun menggunakan jaringan oriflame untuk memasarkan produk-produk lain selain yang disetujui oriflame. Saya wajib menghormati metode distribusi langsung kepada konsumen, dan oleh karenanya saya tidak akan menjual melalui outlet ritel atau lokasi eceran tetap manapun, dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun. Termasuk dalam hal ini adalah menjual kepada seorang pelanggan yang diketahui memasarkan kembali produk-produk yang dibeli dari konsultan oriflame melalui outlet ritel atau lokasi eceran tetap. Termasuk juga

dalam pengertian outlet ritel atau lokasi eceran tetap adalah penjualan melalui suatu website, atau media elektronik seperti ritel elektronik, iklan baris online, toko online, marketplace, yang dimiliki oleh pihak ketiga.

1.8 Saya akan mematuhi dan melaksanakan segala ketentuan hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Atau di negara dimana saya melaksanakan bisnis oriflame saya dan negara tuan rumah saya jika saya membangun grup International.<sup>21</sup>

Adapun hal-hal yang boleh dilakukan dan tidak boleh dilakukan sebagai seorang konsultan oriflame.

Hal-hal yang diperbolehkan sebagai konsultan oriflame sebagai berikut:

1. Nyatakan dengan jelas harga katalog, periode berlaku harga tersebut dan siapa anda. Anda harus memperkenalkan diri sebagai konsultan independent oriflame
2. Tanyakan pesanan dari konsumen potensial setelah ditanyakan kembali apakah mereka membutuhkan informasi lebih lanjut dari anda.

Sedangkan, yang tidak boleh dilakukan seorang *konsultan Independent* oriflame sebagai berikut:

1. Dilarang menggunakan nama oriflame dan/atau oriflame Indonesia sebagai nama profil diri di media sosial pribadi, sendiri seperti *blog, Instagram, facebook* dan *twitter*.

---

<sup>21</sup> *ibid*



2. Dilarang menawarkan produk-produk oriflame dengan harga berbeda dari harga katalog berjalan
3. Dilarang menjual dan/atau memasok produk oriflame melalui *platform e-commerce* yang dimiliki dan/atau dikelola pihak ketiga termasuk namun tidak terbatas pada:
  - a. *Platform Marketplace* seperti contohnya: *Shopee, Tokopedia, Bukalapak* dan lain-lain.
  - b. Platform iklan baris seperti contohnya: *Kaskus, Berniaga* dan *Olx*
  - c. Platform transaksi harian seperti contohnya *Groupon, LivingSocial* dan *LaKupon*
  - d. Platform toko ritel online seperti *blibli* dan *Lazada*
4. Dilarang posting *Persentase Immediate Profit*
5. Dilarang melakukan tag massal pada postingan produk tentang kegiatan promosi atau kegiatan rekrutmen. Pihak Oriflame akan menganggap hal ini sebagai *spamming*.

Seluruh peraturan diatas mengacu pada manual kebijakan konsultan yang terdapat di *Consultant Application Form*<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> *ibid*