



REGULASI HUKUM BISNIS DALAM PRAKTIK ENDORSEMENT JUDI ONLINE DI MEDIA SOSIAL OLEH INFLUENCER INDONESIA: A REVIEW

Hengki Irawan¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Alifa Pringsewu

E-mail: hengkiyamin21@gmail.com

Received: 1 Juni 2024 date; Accepted: 14 Juni 2024

Abstract: *In the digital era, product promotion via influencers on social media has become a very effective marketing method. However, promotions carried out by influencers often involve illegal products or services, such as online gambling, which can have a negative impact on society. In Indonesia, although there are regulations governing gambling through the Information and Electronic Transactions Law and the Criminal Code, digital promotion by influencers has not been specifically regulated, thus creating legal loopholes that are exploited by gambling actors. on line. Law enforcement against illegal promotions on social media also faces various technical challenges, such as identifying and tracking influencers involved in illegal product promotions. Therefore, this research aims to analyze the role of business law in regulating the ethics of endorsement by influencers, as well as legal challenges in enforcing regulations related to the promotion of illegal products in Indonesia. The research method used is a literature study which analyzes existing regulations, as well as exploring ethical principles in business law that are relevant to digital promotion. The research results show that even though gambling regulations already exist, there are still loopholes that allow influencers to be involved in the promotion of online gambling sites without clear legal sanctions. In addition, the involvement of influencers in promoting illegal products has the potential to have legal consequences, both criminal and civil, and can damage their reputation. This research recommends the need for a more comprehensive revision of regulations, as well as the preparation of a special code of ethics that regulates promotion by influencers to ensure protection of the public and maintain ethics in marketing activities in the digital era.*

Keywords: *Business Law, Endorsements, Online Gambling Social Media, Influencers*

Absktrak: Di era digital, promosi produk melalui influencer di media sosial telah menjadi metode pemasaran yang sangat efektif. Namun, promosi yang dilakukan oleh influencer sering kali melibatkan produk atau layanan ilegal, seperti perjudian online, yang dapat memberikan dampak negatif bagi masyarakat. Di Indonesia, meskipun telah ada regulasi yang mengatur tentang perjudian melalui Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dan KUHP, namun promosi digital yang dilakukan oleh influencer belum diatur secara khusus, sehingga menimbulkan celah hukum yang dimanfaatkan oleh para pelaku perjudian online. Penegakan hukum terhadap promosi ilegal di media sosial juga menghadapi berbagai tantangan teknis, seperti mengidentifikasi dan melacak influencer yang terlibat dalam promosi produk ilegal. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran hukum bisnis dalam mengatur etika endorsement oleh influencer, serta tantangan hukum dalam menegakkan peraturan terkait promosi produk ilegal di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur yang menganalisis regulasi yang ada, serta menggali prinsip-prinsip etika dalam hukum bisnis yang relevan dengan promosi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun regulasi perjudian telah ada, masih terdapat celah yang memungkinkan influencer untuk terlibat dalam promosi situs perjudian online tanpa adanya sanksi hukum yang jelas. Selain itu, keterlibatan influencer dalam mempromosikan produk ilegal berpotensi menimbulkan konsekuensi hukum,

baik pidana maupun perdata, dan dapat merusak reputasi mereka. Penelitian ini merekomendasikan perlunya revisi regulasi yang lebih komprehensif, serta penyusunan kode etik khusus yang mengatur promosi oleh influencer untuk menjamin perlindungan kepada masyarakat dan menjaga etika dalam kegiatan pemasaran di era digital.

Kata-kata Kunci: Hukum Bisnis, Endorsement, Media Sosial Perjudian Online, Influencer

INTRODUCTION

Di era digital yang semakin berkembang, media sosial telah berubah menjadi platform yang sangat berpengaruh dalam membentuk perilaku dan preferensi konsumen. Tidak hanya sebagai alat komunikasi dan hiburan, media sosial saat ini juga berfungsi sebagai instrumen pemasaran yang sangat efektif, dengan pengaruh yang meluas ke berbagai sektor, dari produk konsumen hingga layanan. Salah satu aktor utama yang memanfaatkan kekuatan media sosial di dunia pemasaran adalah *influencer* individu dengan banyak pengikut di *platform* seperti *Instagram*, *YouTube*, *TikTok*, dan *Twitter*. Keberadaan mereka telah mengubah dinamika pemasaran tradisional, di mana mereka tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi kepada audiens, tetapi juga sebagai pendorong keputusan pembelian, membentuk opini publik, dan membangun kepercayaan terhadap produk atau layanan tertentu. Pengaruh mereka terhadap perilaku konsumen tidak bisa dianggap remeh, karena melalui *endorsement* yang mereka lakukan, mereka memiliki kemampuan untuk mengubah pandangan dan kebiasaan konsumsi audiens mereka dalam waktu yang relatif singkat (Ebu et al., 2024).

Di Indonesia, perkembangan *influencer marketing* semakin cepat, sejalan dengan bertambahnya jumlah pengguna media sosial dan internet yang hampir merata di berbagai lapisan masyarakat, terutama di kalangan generasi muda. Ini memberikan peluang besar bagi perusahaan dan merek untuk mempromosikan produk mereka dengan cara yang lebih personal dan mendetail, yang bisa menjangkau audiens secara langsung dan lebih spesifik. Namun, kemajuan ini juga menghadirkan tantangan baru dalam *realm* hukum, terutama terkait dengan regulasi dan pengawasan terhadap promosi yang dilakukan oleh *influencer*. Salah satu fenomena yang mengkhawatirkan dalam konteks ini adalah meningkatnya promosi situs judi online yang dilakukan oleh beberapa *influencer*, meskipun perjudian *online* secara eksplisit dilarang dan dianggap ilegal berdasarkan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) serta Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP). Situs judi *online*, yang menawarkan berbagai jenis permainan taruhan dan judi, telah menjadi salah satu bentuk konten yang secara aktif dipromosikan oleh *influencer* untuk meraih keuntungan finansial, meskipun secara hukum hal tersebut sangat jelas melanggar aturan yang berlaku (Affan, Saefudin, 2023).

Praktik *endorsement* judi *online* oleh *influencer* ini tidak hanya melanggar regulasi yang ada, tetapi juga menimbulkan permasalahan etika yang lebih dalam, karena judi *online* berpotensi menghasilkan dampak sosial yang merugikan. Dampak tersebut tidak hanya mencakup kerugian finansial, tetapi juga efek psikologis dan sosial, terutama bagi kelompok masyarakat yang rentan, seperti remaja dan pemuda. Banyak *influencer* yang dengan kesadaran terbatas mengenai akibat jangka panjang dari promosi mereka, berfokus pada keuntungan pribadi dari *endorsement* tanpa mempertimbangkan tanggung jawab sosial mereka terhadap *audiens*. Hal ini semakin memperparah masalah, karena promosi yang dilakukan sering kali terselubung dan tidak langsung mendorong *audiens* untuk berjudi, tetapi hanya memberikan gambaran atau panduan yang sangat halus, yang secara tidak langsung tetap mengarah audiens ke situs judi tersebut (Sachio and Saptanti, 2024).

Dari sudut pandang hukum bisnis, fenomena ini menimbulkan beragam persoalan yang lebih rumit. *Endorsement* terhadap produk atau layanan ilegal seperti situs judi *online* membawa konsekuensi hukum yang tidak hanya berisiko bagi *influencer* yang melakukan

promosi, tetapi juga bagi *platform* media sosial yang mengizinkan atau tidak mengambil tindakan tegas terhadap promosi tersebut. *Influencer*, sebagai individu yang memiliki pengaruh besar terhadap perilaku konsumsi audiens mereka, berpotensi dikenakan sanksi pidana karena terlibat dalam aktivitas ilegal. Di sisi lain, pemilik *platform* media sosial juga bisa dikenakan sanksi karena dianggap gagal mengawasi dan mengatur konten yang dipromosikan di *platform* mereka. Kondisi ini menciptakan dilema besar, karena meskipun *influencer* mempunyai kekuatan untuk menggerakkan penjualan dan memperkenalkan produk, regulasi yang ada tidak cukup jelas dalam mengatur secara khusus konten yang diperbolehkan untuk dipromosikan melalui saluran digital (Gabriela et al., 2023).

Kurangnya regulasi yang secara jelas mengatur promosi produk ilegal, termasuk perjudian *online*, di ranah media sosial, telah menciptakan celah hukum yang sulit dijangkau. Situasi ini diperburuk oleh pesatnya perkembangan teknologi dan metode promosi digital yang semakin rumit, sehingga menyulitkan usaha penegakan hukum. Oleh karena itu, perlu ada pembaruan dalam regulasi yang mengatur promosi digital, agar dapat menghadapi tantangan baru ini secara lebih efektif, dengan tujuan untuk melindungi masyarakat dari dampak negatif yang ditimbulkan oleh promosi produk ilegal, seperti perjudian *online*, yang dilakukan melalui *influencer* di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara hukum bisnis dan praktik *endorsement* yang dilakukan oleh *influencer*, khususnya dalam konteks promosi situs judi online. Dengan menelaah literatur yang relevan, penelitian ini berusaha untuk memahami lebih dalam bagaimana peraturan hukum bisnis dapat diterapkan untuk mengatur aktivitas digital yang berkaitan dengan produk atau layanan yang dilarang.

Kajian ini juga berfokus pada potensi risiko hukum yang dihadapi oleh *influencer*, yang sering kali mengabaikan dampak hukum dan sosial dari promosi mereka demi keuntungan finansial. Dalam konteks ini, hukum bisnis diharapkan dapat memberikan pedoman yang jelas dan tegas bagi para *influencer* dalam melaksanakan kegiatan komersial mereka secara etis dan sesuai dengan hukum yang berlaku. Melalui kajian literatur ini, artikel ini diharapkan dapat berkontribusi dalam memperkaya literatur hukum bisnis dan media sosial, khususnya dalam menangani promosi produk ilegal di ranah digital. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pemangku kepentingan hukum, regulator, dan pembuat kebijakan dalam merumuskan regulasi yang lebih efektif, responsif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Selain itu, penelitian ini menyoroti pentingnya kerjasama antara *platform* media sosial dan pihak berwenang dalam mencegah penyebaran konten ilegal yang dapat berdampak negatif bagi masyarakat.

Topik ini masih jarang dibahas secara mendalam dalam literatur hukum bisnis di Indonesia, meskipun isu promosi digital terhadap layanan ilegal menjadi semakin penting. Dengan demikian, studi ini tidak hanya memberikan kontribusi baru dalam analisis hukum bisnis di era digital, tetapi juga menawarkan perspektif yang lebih luas tentang pentingnya regulasi yang mampu mengikuti dinamika teknologi. Artikel ini diharapkan dapat memperkuat pemahaman tentang hubungan antara hukum bisnis dan fenomena *endorsement* di media sosial, sehingga membuka jalan bagi pengembangan regulasi yang lebih adaptif di masa mendatang.

METHOD

Penelitian ini menerapkan pendekatan studi literatur untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antara hukum bisnis dan fenomena *endorsement* produk atau layanan ilegal, seperti perjudian *online* oleh *influencer* di media sosial. Metode studi literatur ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan, mengevaluasi, dan menyintesis informasi dari penelitian yang telah ada, serta analisis hukum terkait regulasi bisnis dan promosi di ranah digital. Proses pencarian literatur dilakukan melalui berbagai *database* jurnal

REGULASI HUKUM BISNIS DALAM PRAKTIK ENDORSEMENT JUDI ONLINE DI MEDIA SOSIAL OLEH INFLUENCER INDONESIA: A REVIEW

ilmiah yang terpercaya, seperti JSTOR (*Journal Storage*), *Science Direct*, dan *Google Scholar*, yang menyediakan artikel dan jurnal mengenai hukum bisnis, kebijakan digital, serta etika dalam promosi digital di Indonesia. Selain itu, referensi tambahan berupa peraturan perundang-undangan Indonesia terkait perjudian *online* dan promosi digital oleh *influencer* juga disertakan untuk memberikan konteks hukum lokal yang lebih baik.

Analisis pustaka dilakukan secara terstruktur dengan menitikberatkan pada tiga aspek utama yaitu landasan hukum usaha yang mengatur kegiatan perdagangan di *platform* media sosial, regulasi yang berkaitan dengan promosi digital oleh *influencer*, dan kerangka hukum yang berhubungan dengan aktivitas perjudian *online* di Indonesia. Literatur yang dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan pendekatan deskriptif untuk memahami bagaimana hukum bisnis saat ini menangani promosi produk ilegal oleh *influencer*, serta tantangan yang dihadapi dalam pengaturannya. Hasil dari setiap literatur dikelompokkan berdasarkan relevansinya terhadap topik utama, sehingga dapat menunjukkan hubungan antara hukum bisnis dan tantangan dalam pengelolaan promosi ilegal oleh *influencer*.

Melalui pendekatan studi pustaka ini, penelitian ini berusaha untuk membangun pemahaman teoretis dan empiris yang menyeluruh. Dengan membandingkan hasil dari berbagai literatur yang diteliti, penelitian ini juga mengevaluasi kekuatan dan kelemahan pendekatan hukum yang ada, serta mempertimbangkan implikasi hukum jangka panjang bagi *influencer* dan pemilik *platform* media sosial di Indonesia. Analisis ini mendukung dalam mengidentifikasi potensi reformasi regulasi yang dapat diterapkan dalam hukum bisnis digital agar dapat mengikuti perkembangan promosi produk ilegal dalam ranah digital, sekaligus melindungi konsumen dari konsekuensi negatif aktivitas tersebut.

RESEARCH RESULTS AND DISCUSSION

Hubungan antara *influencer* dan penyedia jasa judi *online* dalam praktik *endorsement* biasanya diatur melalui perjanjian. Namun, sering kali ada ketidakseimbangan dalam relasi kekuasaan, dimana *influencer* berada dalam posisi yang lebih lemah. Klausul-klausul dalam perjanjian sering kali menguntungkan penyedia jasa, seperti adanya klausul pembebasan tanggungjawab yang luas bagi penyedia jasa. Hal ini berpotensi menciptakan pelanggaran terhadap prinsip-prinsip kontrak yang adil dan wajar sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 KUHPerdata (Anzward et al., 2023). Di samping itu, praktik *endorsement* judi *online* juga mengandung aspek perlindungan konsumen. *Influencer*, sebagai figur publik yang terpercaya bagi pengikutnya, memiliki tanggung jawab untuk memberikan informasi yang akurat dan jelas. Namun, dalam banyak kasus, *influencer* lebih mengutamakan keuntungan materi daripada kepentingan konsumen. Hal ini berpotensi melanggar ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, khususnya terkait praktik perdagangan yang tidak sehat (Garaika, 2020).

Lebih jauh, fenomena *endorsement* judi *online* oleh *influencer* juga mengangkat isu etika bisnis. *Influencer* sebagai figur publik mempunyai pengaruh yang besar terhadap pengikutnya, terutama di kalangan generasi muda. Ketika *influencer* mempromosikan produk atau jasa yang berpotensi merugikan, seperti judi *online*, maka tindakan ini dapat dianggap sebagai pelanggaran terhadap etika profesi. Prinsip-prinsip etika bisnis yang seharusnya dijunjung tinggi oleh *influencer* mencakup kejujuran, transparansi, dan tanggungjawab sosial (Laras et al., 2024). Aspek hukum lainnya yang harus diperhatikan berkaitan dengan tanggung jawab produk. Meskipun *influencer* tidak secara langsung memproduksi barang atau layanan yang mereka *endorse*, mereka dapat dianggap bertanggung jawab secara tidak langsung atas kerugian yang dialami konsumen karena mengikuti ajakan mereka. Hal ini sejalan dengan prinsip tanggung jawab produk yang semakin diakui dalam hukum bisnis. Dalam konteks *endorsement*

judi *online*, *influencer* dapat dianggap turut bertanggungjawab atas kerugian finansial yang dialami pengikutnya akibat kecanduan judi (Silalahi et al., 2024).

Selain itu, praktik *endorsement* judi *online* juga bisa melanggar peraturan periklanan yang berlaku. Iklan yang menyesatkan, tidak jujur, atau bertentangan dengan norma kesusilaan dapat dikenakan sanksi administratif maupun pidana. *Influencer* yang terlibat dalam praktik *endorsement* yang melanggar peraturan periklanan dapat menghadapi sanksi dari lembaga pengawas periklanan seperti Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) atau Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (BAPPEBTI) (Kurniawan et al., 2024). Praktik *endorsement* judi *online* juga bisa berdampak negatif pada citra industri *influencer* secara keseluruhan. Jika praktik ini terus berjalan tanpa adanya pengawasan yang efektif, maka kepercayaan publik terhadap *influencer* akan semakin menurun. Hal ini tentu saja akan merugikan industri *influencer* secara keseluruhan (Majid and Maskur, 2023).

Selain Pasal 27 ayat (3) UU ITE dan Pasal 10 UU Perlindungan Konsumen, serta pemahaman lebih dalam mengenai relevansi Pasal 1338 KUHPdata terkait prinsip kebebasan berkontrak juga dapat dilakukan. Analisis bisa difokuskan pada bagaimana klausul-klausul dalam perjanjian *endorsement* dapat dianggap melanggar prinsip kebebasan berkontrak jika merugikan salah satu pihak secara sewenang-wenang. Selain itu, juga dapat dibahas potensi penerapan Pasal 1367 KUHPdata terkait perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh *influencer* dan penyedia jasa judi *online* (Anzward et al., 2023).

Selain Singapura dan Australia, maka dalam penelitian studi literatur ini dapat memperluas perbandingan ke negara-negara lain seperti Inggris, Amerika Serikat, atau negara-negara di Eropa yang memiliki regulasi yang lebih baik terkait *influencer marketing*. Analisis komparatif ini dapat memberikan gambaran mengenai praktik terbaik dan tantangan yang dihadapi oleh negara-negara lain dalam mengatur praktik *endorsement* (Purnawinata, 2021). Selain membahas algoritma dan moderasi konten, maka selanjutnya dapat menganalisis lebih lanjut mengenai tanggungjawab *platform* media sosial dalam pengawasan iklan yang ditampilkan. *Platform* media sosial seperti *Instagram* dan *TikTok* seringkali memiliki pedoman komunitas yang melarang promosi perjudian online, namun implementasinya masih perlu ditingkatkan. Selain itu juga dapat membahas peran *Artificial Intelligence* (AI) dalam mendeteksi dan menghapus konten yang melanggar aturan (Ebu et al., 2024).

Dampak sosial dari praktik *endorsement* judi *online* dapat dibagi menjadi beberapa aspek, seperti (Sachio dan Saptanti, 2024):

1. Dampak terhadap kesehatan mental yaitu kecanduan judi dapat mengakibatkan sejumlah masalah kesehatan mental seperti depresi, kecemasan, dan gangguan tidur.
2. Dampak terhadap hubungan sosial yaitu kecanduan judi dapat merusak hubungan dengan keluarga dan teman.
3. Dampak terhadap ekonomi yaitu kecanduan judi dapat menyebabkan kerugian finansial yang besar bagi individu dan keluarga.
4. Dampak terhadap kriminalitas yaitu dalam usaha untuk mendapatkan uang untuk berjudi, individu dapat melakukan tindakan kriminal.

Selain saran yang sudah disebutkan, maka selanjutnya dapat ditambahkan beberapa pilihan lain, seperti (Meisyadina, 2023):

1. Sertifikasi untuk *influencer*: memberikan sertifikasi kepada *influencer* yang telah memenuhi standar etika tertentu.
2. Kemitraan dengan Organisasi Non-Pemerintah (NGO): bekerja sama dengan NGO yang fokus pada isu perjudian untuk meningkatkan kesadaran masyarakat.
3. Pendidikan Keuangan: meningkatkan literasi keuangan masyarakat, terutama generasi muda, untuk mencegah mereka terjerat dalam praktik judi *online*.

4. Penelitian lebih lanjut: melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai dampak sosial dan ekonomi dari praktik *endorsement* judi *online*.

Regulasi yang berkaitan dengan perjudian *online* di Indonesia masih bersifat sektoral dan belum sepenuhnya menyeluruh. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) memang melarang perjudian *online*, tetapi pelaksanaannya masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah kemajuan teknologi yang sangat cepat, sehingga menyulitkan regulator untuk terus mengikuti perkembangan cara kerja para pelaku perjudian *online*. Metode kerja yang semakin canggih, seperti penggunaan *cryptocurrency* dan VPN, membuat penegakan hukum menjadi semakin rumit (Jainah et al., 2023).

Selain UU ITE, terdapat pula peraturan perundang-undangan sektoral lainnya yang relevan, seperti Peraturan Pemerintah tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Namun, peraturan-peraturan tersebut seringkali saling tumpang tindih dan belum memberikan definisi yang jelas mengenai perjudian *online*. Definisi perjudian *online* yang masih tidak jelas ini menyulitkan penegak hukum dalam mengidentifikasi dan menindak praktik-praktik yang termasuk dalam kategori perjudian. Akibatnya, banyak pelaku judi *online* yang dapat menghindari dari jerat hukum (Sachio and Saptanti, 2024).

Kelemahan lain dalam regulasi perjudian *online* di Indonesia adalah minimnya koordinasi antar lembaga penegak hukum. Setiap lembaga memiliki kewenangan dan fokus yang berbeda dalam menangani kasus perjudian *online*. Kurangnya koordinasi ini membuat penanganan kasus menjadi lambat dan tidak efisien. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia dan anggaran juga menjadi hambatan dalam penegakan hukum terhadap perjudian *online* (Meisyadina, 2023).

Perkembangan industri perjudian *online* yang cepat juga menghadirkan tantangan baru dalam penegakan hukum. Banyak penyedia layanan judi *online* yang berbasis di luar negeri, sehingga sulit untuk dilakukan penuntutan. Selain itu, adanya perjanjian kerjasama antara penyedia layanan judi *online* dengan bank-bank lokal juga menyulitkan upaya untuk memblokir akses ke situs judi *online* (Himawan and Zulfiani, 2024).

Rendahnya kesadaran hukum masyarakat mengenai bahaya perjudian *online* juga menjadi tantangan dalam penegakan hukum. Banyak masyarakat yang belum memahami risiko yang ditimbulkan oleh perjudian *online*, sehingga mereka mudah terjebak dalam praktik ini. Rendahnya kesadaran hukum ini juga menyulitkan untuk mendapatkan dukungan masyarakat dalam upaya pemberantasan perjudian *online* (Raihan et al., 2023).

Penegakan hukum terhadap praktik *endorsement* judi *online* menghadapi sejumlah tantangan yang kompleks. Salah satu tantangan utama adalah keberadaan bukti digital. Bukti digital yang sering kali bersifat sementara dan mudah diubah mempersulit proses penyelidikan serta pembuktian di pengadilan. Para pelaku judi *online* sering menggunakan teknik-teknik canggih untuk menyembunyikan jejak digital mereka, seperti penggunaan server *proxy*, enkripsi, dan *dark web*. Di samping itu, bukti digital yang didapatkan sering kali tidak diterima sebagai alat bukti yang sah di pengadilan akibat kurangnya autentikasi dan verifikasi (Fahrul, 2024).

Selain tantangan bukti digital, para pelaku judi *online* sering kali beroperasi lintas negara, sehingga penuntutan menjadi sulit dilakukan. Banyak penyedia layanan judi *online* yang berlokasi di luar negeri, di mana hukum dan regulasi yang berlaku berbeda. Hal ini menyulitkan kerjasama antara penegak hukum di berbagai negara dalam pelaksanaan penyelidikan dan penuntutan. Selain itu, ketidaklengkapan perjanjian ekstradisi juga menjadi hambatan dalam usaha membawa pelaku judi *online* ke pengadilan (Suhendar and Yusuf, 2024).

Kurangnya kesadaran hukum di kalangan masyarakat juga menjadi tantangan yang signifikan. Banyak individu, terutama di kalangan generasi muda, yang belum memahami risiko yang terkait dengan perjudian *online*. Mereka sering tertarik oleh tawaran keuntungan yang cepat dan mudah tanpa menyadari dampak negatif yang mungkin timbul. Rendahnya kesadaran hukum ini membuat masyarakat kesulitan untuk menjadi saksi dalam kasus perjudian *online* dan juga sulit untuk mendapatkan dukungan publik dalam upaya pemberantasan judi *online* (Marhasak et al., 2024).

Selain itu, adanya celah hukum dalam regulasi yang ada turut memperumit upaya penegakan hukum. Definisi perjudian online yang masih samar, tumpang tindihnya kewenangan antar lembaga, dan kurangnya sanksi yang tegas terhadap pelaku judi online adalah beberapa contoh celah hukum yang dapat dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang berbuat jahat (Nono et al., 2021). Perkembangan teknologi yang sangat cepat juga memberikan tantangan tersendiri. Munculnya teknologi baru seperti *cryptocurrency* dan *smart contract* membuat praktik perjudian *online* semakin canggih dan sulit untuk dilacak. Selain itu, penggunaan media sosial dan influencer dalam mempromosikan judi *online* juga semakin meluas, sehingga semakin sulit untuk menahan pengaruh tersebut (Himawan and Zulfiani, 2024).

Influencer yang terlibat dalam *endorsement* judi *online* bisa menghadapi berbagai risiko hukum yang signifikan. Selain ancaman pidana berdasarkan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) serta Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), influencer juga dapat dituntut secara perdata oleh pihak yang dirugikan, seperti konsumen yang mengalami kerugian finansial akibat mengikuti ajakan influencer. Gugatan perdata ini dapat dialamatkan berdasarkan prinsip tanggung jawab produk, di mana *influencer* dapat dianggap turut bertanggungjawab atas kerugian yang ditimbulkan oleh produk atau layanan yang mereka dukung (Garaika, 2020).

Selain risiko pidana dan perdata, reputasi influencer juga dapat tercemar akibat keterlibatan dalam praktik ilegal. Hal ini dapat berdampak pada penurunan jumlah pengikut, hilangnya kepercayaan publik, dan kesulitan dalam menjalin kerjasama dengan merek-merek besar. Kerusakan reputasi ini dapat memberikan dampak jangka panjang pada karir *influencer* (Majid and Maskur, 2023). Lebih lanjut, *influencer* juga bisa dikenakan sanksi administratif oleh lembaga pengawas periklanan seperti Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Sanksi administratif tersebut dapat berupa teguran, peringatan, atau bahkan pencabutan izin siaran. Selain itu, *platform* media sosial tempat influencer mengadakan promosi juga bisa mengambil tindakan, seperti menghapus konten promosi judi online atau memblokir akun influencer yang terkait (Raihan et al., 2023).

Dalam konteks yang lebih luas, praktik *endorsement* judi *online* oleh *influencer* juga dapat merusak reputasi industri *influencer* secara keseluruhan. Hal ini bisa menyebabkan masyarakat menjadi lebih skeptis terhadap informasi yang diberikan oleh *influencer* serta mengurangi kepercayaan terhadap industri *influencer* (Meisyadina, 2023). *Influencer* juga mungkin menghadapi tekanan dari pihak penyedia jasa judi online untuk terus mempromosikan produk mereka. Tekanan ini bisa berupa ancaman, intimidasi, atau bahkan tawaran keuntungan finansial yang lebih besar. Hal ini dapat membuat influencer merasa terjebak dalam situasi yang sulit dan menghadapi kesulitan untuk menolak tawaran *endorsement* judi *online* (Kesuma, 2023). Hukum bisnis memiliki peran penting dalam mengatur etika *endorsement*, khususnya dalam konteks promosi judi *online*. Pertama, melalui perlindungan hukum konsumen, hukum bisnis dapat menjamin bahwa informasi yang disampaikan oleh *influencer* mengenai judi *online* adalah benar, tidak menyesatkan, dan tidak melanggar ketentuan undang-undang. Konsumen berhak mendapatkan informasi yang lengkap dan akurat sebelum memutuskan untuk terlibat dalam kegiatan judi *online* (Jainah et al., 2023). Kedua,

REGULASI HUKUM BISNIS DALAM PRAKTIK ENDORSEMENT JUDI ONLINE DI MEDIA SOSIAL OLEH INFLUENCER INDONESIA: A REVIEW

hukum bisnis dapat mendorong penyusunan standar etika profesi bagi *influencer*. Kode etik yang jelas dapat mengatur perilaku *influencer* dalam mempromosikan produk atau jasa, termasuk judi *online*. Kode etik ini dapat mencakup ketentuan mengenai transparansi, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Dengan adanya kode etik, *influencer* dapat diminta pertanggungjawaban secara profesional atas tindakan mereka (Utami and Antari, 2024).

Ketiga, hukum bisnis dapat berperan dalam menciptakan mekanisme pengawasan yang efektif terhadap praktik *endorsement* judi *online*. Pengawasan bisa dilakukan oleh lembaga pemerintah terkait, seperti Komisi Perlindungan Konsumen atau Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi. Selain itu, *platform* media sosial juga dapat berperan dalam mengawasi konten yang diunggah oleh pengguna, termasuk konten promosi judi *online* (Kuasa and Jaya, 2022). Lebih lanjut, hukum bisnis dapat mengatur hubungan kontraktual antara *influencer* dan penyedia jasa judi *online*. Perjanjian yang adil dan transparan dapat membantu mengurangi kemungkinan terjadinya pelanggaran hukum. Perjanjian harus memuat ketentuan-ketentuan yang jelas mengenai tanggung jawab masing-masing pihak, kompensasi, dan sanksi jika terjadi pelanggaran. Selain itu, perjanjian juga harus merujuk pada peraturan perundang-undangan yang berlaku, seperti UU Perlindungan Konsumen (Handoko and Marlina, 2023). Terakhir, hukum bisnis dapat memberikan dasar hukum bagi tindakan hukum yang dapat diambil terhadap *influencer* yang melanggar etika dan peraturan perundang-undangan. Baik tindakan pidana maupun perdata dapat dilakukan terhadap *influencer* yang terbukti melakukan pelanggaran. Tindakan hukum ini bertujuan untuk memberikan efek jera dan melindungi kepentingan masyarakat (Raihan et al., 2023).

CONCLUSION

Studi literatur ini telah mengindikasikan adanya hubungan antara hukum bisnis dan praktik *endorsement* yang dilakukan oleh *influencer* Indonesia dalam mempromosikan situs judi *online*. Aktivitas ini menimbulkan permasalahan hukum yang rumit, mengingat *endorsement* ini bertentangan dengan peraturan yang berlaku di Indonesia yang melarang segala jenis perjudian, termasuk yang dipromosikan melalui media sosial. Meskipun *influencer* mendapatkan keuntungan finansial dari promosi ini, mereka juga menghadapi potensi risiko hukum dan sanksi moral. Studi ini juga menekankan bahwa penegakan hukum bisnis dalam kasus ini mengalami tantangan, terutama dalam aspek yurisdiksi dan peraturan yang belum sepenuhnya disesuaikan dengan perkembangan di bidang digital. Selain itu, kode etik dan regulasi terkait promosi di media sosial perlu diperbaharui agar dapat lebih efektif dalam mengawasi kegiatan yang berpotensi merugikan masyarakat.

Prinsip-prinsip hukum bisnis yang mengatur etika komersial sebaiknya diperluas, sehingga *influencer* dapat memahami batasan etis dalam aktivitas promosi mereka. Pemerintah dan pihak terkait perlu menyusun regulasi yang lebih spesifik untuk mengatur kegiatan promosi oleh *influencer*, terutama yang melibatkan pelanggaran promosi produk atau layanan yang ilegal. Selain itu, penyusunan kode etik promosi bagi *influencer* sangat penting agar mereka dapat melaksanakan kegiatan komersial dengan cara yang etis dan tidak merugikan publik. Peningkatan pengawasan atas aktivitas digital *influencer* juga diperlukan, terutama dalam hal promosi produk yang melanggar hukum, untuk mencegah penyalahgunaan pengaruh sosial mereka. Di samping itu, memberikan edukasi kepada para *influencer* mengenai tanggungjawab promosi yang mereka lakukan serta meningkatkan kesadaran masyarakat akan risiko dari promosi ilegal perlu menjadi perhatian utama. Penegakan hukum pun harus lebih adaptif dan responsif terhadap kemajuan teknologi dan bisnis digital untuk dapat menghadapi tantangan baru yang muncul dalam aktivitas promosi oleh *influencer*.

BIBLIOGRAPHY

- Affan. V.. & Saefudin. Y. 2023. *Tinjauan Kriminologis Terhadap Influencer yang Mengiklankan Judi Online*. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora. 31. 13-20.
- Anzward. B.. Endang. S.. Wulan. R.. & Utami. N. L. 2023. *Penegakan Hukum terhadap Admin Judi Online berdasarkan Pasal 27 Ayat 2 Undang-Undang Republik Indonesia No. 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. UNES LAW REVIEW. 61. 131-140.
- Billy Sachio. & Noor Saptanti. 2024. *Pertanggungjawaban Hukum Influencer Judi Online Terhadap Masyarakat Yang Rugi Ditinjau Dari Hukum Perdata*. Aliansi: Jurnal Hukum. Pendidikan dan Sosial Humaniora. 13. 172-185.
- Davin Gerald Parsaoran Silalahi. Ismunarno Ismunarno. & Diana Lukitasari. 2024. *Pengaturan Hukum Positif Di Indonesia Terkait Promosi Judi Online Di Media Sosial*. Aliansi: Jurnal Hukum. Pendidikan Dan Sosial Humaniora. 12. 317-330.
- Delfi Aurelia Kuasa. & Jaya. F. 2022. *Fenomena Judi Online: Hukum & Masyarakat*. Widya Yuridika: Jurnal Hukum. 52. 345-362.
- Ebu. C. P.. Handayati. N.. & Soekorini. N. 2024. *The Responbility Of Online Gaming Sites By Influencer On The Instagram Platform In Terms Of The Ite Law*. Innovative: Journal Of Social Science Research. 42. 5128-5140.
- Fahrul. F. 2024. *Penegakan Hukum Terhadap Pelaku Tindak Pidana Judi Online Studi Kasus Proses Tindak Pidana Kasus Judi Online Di Wilayah Hukum Kepolisian Daerah Jawa Timur*. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan. 106. 298-308.
- Gabriela. F.. Effendi. I. A.. & Dewi. R. 2023. *Analysis of the Influence of Endorsement by Influencers/ Artists on the Use of Online Gambling among Millennials or Generation Z on Social Media*. Journal of Education. Humaniora and Social Sciences JEHS. 62.
- Garaika. G. 2020. *Hukum Bisnis dan Perannya dalam Transaksi E-commerce*. Jurnal Hukum Doctrinal. 52. 235-244
- .Handoko. D.. & Marlina. T. 2023. *Perjudian Berdasarkan Hukum Pidana Positif Indonesia dan Hukum Pidana Islam*. El-Dusturie: Jurnal Hukum Dan Perundang-Undangan. 21. 1–13. <https://doi.org/10.21154/el-dusturie.v2i1.5130>.
- Himawan. N. R.. & Zulfiani. A. 2024. *Analisis Tindak Pidana Pencucian Uang Melalui Judi Online: Studi Putusan Nomor 1018/Pid/ 2023/Pt Mdn*. Jurnal Res Justitia: Jurnal Ilmu Hukum. 42. 364-380.
- Jainah. Z. O.. Meidiansyah. D.. Dermawan. A.. Ferhan. D. T.. & Weliyansyah. G. 2023. *Penegakan Hukum Terhadap Selebgram Yang Mempromosikan Situs Judi Online Berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*. Jurnal Ilmu Hukum Prima. 61. 123-129.
- Kesuma. R. D. 2023. *Penegakan Hukum Perjudian Online di Indonesia: Tantangan dan Solusi*. Journal Exact: Journal of Excellent Academic Community. 11. 34-52.
- Kurniawan. I.. Farahwati. & Imron. 2024. *Penerapan Sanksi Pidana Terhadap Selebgram Yang Mempromosikan Situs Judi Online*. Legalitas. 91. 1-14.
- Laras. A.. Salvabillah. N.. Caroline. C.. Delas. J.. Dinda. F.. & Finanto. M. 2024. *Analisis Dampak Judi Online di Indonesia*. Concept: Journal of Social Humanities and Education. 32. 320-331.
- Marhasak. S.. Siburian. P.. & Sari. R. 2024. *Efektivitas Hukum Positif Terhadap Tindak Pidana Judi Online Slot dan Kaitannya dengan Perspektif Kriminologi Studi Kasus Putusan Nomor 1449 / Pid / 2023 / PT. SBY*. Jurnal Ilmu Hukum. Humaniora dan Politik JIHP. 46. 2573–2585.
- Meisyadina. D. A. 2023. *Pertanggungjawaban Hukum Dalam Dugaan Tindak Pidana Perjudian Yang Berkedok Trading Binomo Dalam Perspektif Un Ite*. Bureaucracy Journal: Indonesia Journal

REGULASI HUKUM BISNIS DALAM PRAKTIK ENDORSEMENT JUDI ONLINE DI
MEDIA SOSIAL OLEH INFLUENCER INDONESIA: A REVIEW

- of Law and Social-Political Governance. 32. 1251-1261.
- Nono. I. Y., Dewi. A. A. S. L., & Seputra. I. P. G. 2021. *Penegakan Hukum Terhadap Selebgram yang Mempromosikan Situs Judi Online*. Jurnal Analogi Hukum. 32. 235239.
- Nur Kholis Majid. & Ali Maskur. 2023. *Tinjauan Terhadap Legalitas Dan Tanggung Jawab Hukum Selebgram Dalam Promosi Judi Online*. LEX et ORDO Jurnal Hukum Dan Kebijakan. 11. 68-74.
- Purnawinata. D. T. 2021. *Aspek Hukum Pidana Dalam Perjudian Secara Online*. Solusi. 192. 252-271.
- Raihan. A. Q., Maghfira. N., Hauzaan. A. F. M., Octaviani. C., & Zaky. M. A. 2023. *Tinjauan dan Analisis dari Aspek Hukum Terhadap Unsur Judi dan Legalitas Gacha Game Online*. Jurnal Ilmu Hukum. Sosial dan Humaniora. 14. 108-116.
- Suhendar. U., & Yusuf. H. 2024. *Business Ethics On Business Sustainability Of Trading Companies From A Business Law Perspective*. JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA. 15. 1324-1336.
- Utami. P. A. N., & Antari. P. E. D. 2024. *Tindak Pidana Promosi Judi Online Melalui Media Sosial Putu*. Legal Spirit. 82. 251-260.



© 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution, ShareAlike (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).