

**PENERAPAN ASAS ITIKAD BAIK DAN UPAYA PENYELESAIAN
WANPRESTASI DALAM PERJANJIAN JASA PROMOSI
TEMPAT KULINER MELALUI AKUN
INSTAGRAM @javafoodie**

INTISARI

Oleh:

Desi Wulansari¹, Sa'ida Rusdiana²

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis mengenai penerapan asas itikad baik dalam perjanjian jasa promosi tempat kuliner melalui Instagram. Penulisan hukum ini menjelaskan mengenai bagaimana penerapan asas itikad baik dalam perjanjian jasa promosi tempat kuliner melalui Instagram pada tahap pra kontraktual, kontraktual, dan post kontraktual. Penulisan hukum ini juga bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis upaya penyelesaian sengketa ketika terjadi wanprestasi yang dilakukan oleh pengguna jasa promosi tempat kuliner melalui Instagram.

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan hukum ini adalah bersifat normatif empiris. Penelitian ini dilakukan melalui penelitian kepustakaan terlebih dahulu dengan cara mencari bahan-bahan penulisan hukum dengan memahami konsep dan teori hukum untuk memperoleh data sekunder, selanjutnya untuk melengkapi data yang diperoleh dari penelitian kepustakaan dilakukan penelitian lapangan untuk memperoleh data primer.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa penerapan asas itikad baik di dalam tahap pra kontraktual dan kontraktual sudah dipenuhi oleh para pihak, namun di dalam tahap post kontraktual terdapat permasalahan dalam penerapan asas itikad baik. Perjanjian jasa promosi tempat kuliner melalui Instagram tidak dilaksanakan dengan baik. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya sikap ketidakpatutan dan ketidakwajaran pengguna jasa untuk meminta izin terlebih dahulu kepada pihak penyedia jasa ketika akan memakai foto kuliner hasil karya penyedia jasa. Bentuk wanprestasi tersebut diselesaikan dengan melalui musyawarah untuk mufakat oleh para pihak.

Kata Kunci: perjanjian jasa promosi, asas itikad baik, wanprestasi

¹Mahasiswa Program Sarjana, Fakultas Hukum, Universitas Gadjah Mada.

²Dosen Pembimbing Penulisan Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Gadjah Mada.

***THE APPLICATION OF THE GOOD FAITH PRINCIPLE AND
EFFORTS TO RESELOVE DEFAULT IN THE AGREEMENT
FOR THE PROMOTION OF CULINARY PLACES
THROUGH THE @javafoodie
INSTAGRAM ACCOUNT***

ABSTRACT

By:

Desi Wulansari³, Sa'ida Rusdiana⁴

This research is aimed to know and analyze the application of the good faith principle in the agreement for the promotion of culinary places through an Instagram. This legal writing explains how the application of the good faith principle in the agreement for the promotion of culinary places through Instagram in the pre-contractual, contractual and post-contractual stages. This legal writing also aims to know and analyze efforts to resolve disputes when defaults occur by user of culinary promotion services through Instagram.

The research method used in this legal writing is normative empirical. This research was conducted through library research first by searching for legal writing materials by understanding legal concepts and theories to obtain secondary data, then to complete the data obtained from library research field research was conducted to obtain primary data.

Based on the results of the research, it is known that the application of the good faith principle in the pre-contractual and contractual stages has been fulfilled by the parties, but in the post-contractual stage there is problem in the application of the good faith principle. The agreement for the promotion of culinary places through Instagram was not implemented properly. This is evidenced by the attitude of disobedience and irregularity of service users to ask permission from the service provider when they will use culinary photos produced by service provider. This form of default is resolved through deliberation to reach consensus by the parties.

Keywords: agreement for the promotion, good faith principle, default

³Undergraduate student, Faculty of Law, Universitas Gadjah Mada.

⁴Legal writing supervisor, Faculty of Law, Universitas Gadjah Mada.