

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian dan pembahasan diatas, maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hak konsumen untuk menyampaikan ulasan dan kritik terhadap suatu produk di platform *e-commerce* merupakan bagian dari kebebasan berpendapat yang dijamin oleh Pasal 28 UUD NKRI 1945 dan Pasal 23 ayat (2) UU Nomor 39 Tahun 1999 tentang HAM, namun hak tersebut bukanlah hak mutlak melainkan hak yang dibatasi secara ketat oleh instrumen hukum nasional. Batasan hukum yang harus dipatuhi konsumen dalam melayangkan kritik elektronik mencakup kewajiban untuk bertindak dengan itikad baik (Pasal 5 UUPK), menyampaikan ulasan berdasarkan kejujuran yang objektif tanpa muatan hoaks, serta menggunakan tutur bahasa yang patut dan sesuai norma kesopanan agar tidak menimbulkan pemahaman multitafsir. Melalui analisis kasus Es Teh Indonesia, ketika konsumen melompati batasan etis tersebut dengan menggunakan diksi makian yang kasar, kritik substansial atas produk otomatis kehilangan perlindungan hukum dan beralih menjadi potensi risiko hukum yang serius bagi konsumen. Risiko hukum utama yang dihadapi konsumen jika menyampaikan kritik di luar batas kewajaran adalah tuntutan pidana atas dugaan penyerangan kehormatan atau nama

baik melalui sistem elektronik berdasarkan Pasal 27A UU ITE Nomor 1 Tahun 2024 (yang memperbarui ketentuan Pasal 27 ayat 3 UU ITE sebelumnya mengenai pencemaran nama baik). Selain risiko pidana siber, tindakan konsumen yang memberikan ulasan negatif secara tidak jujur atau tanpa justifikasi memadai juga dikualifikasikan sebagai pelanggaran asas itikad baik yang dapat memicu risiko gugatan perdata Perbuatan Melawan Hukum (PMH) berdasarkan Pasal 1365 KUHPerdata demi mengganti kerugian reputasi bisnis yang dialami pelaku usaha. Oleh karena itu, batasan terhadap hak berpendapat konsumen ini sengaja diwujudkan melalui sinkronisasi undang-undang (termasuk Pasal 73 UU HAM) dengan tujuan menjaga keseimbangan yang adil antara hak berekspresi individu dan hak pelaku usaha atas perlindungan iklim bisnis yang aman, sehat, serta bebas dari serangan digital yang merugikan.

2. Bahwa perlindungan hukum bagi konsumen yang rentan dapat diwujudkan melalui sarana preventif dan represif, di mana hak digital konsumen untuk mengkritik produk dijamin oleh Pasal 28F UUD 1945, Pasal 4 huruf d UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), dan Pasal 23 ayat (2) UU HAM. Meskipun demikian, kebebasan tersebut dibatasi oleh kewajiban beritikad baik dan norma kesopanan agar tidak menimbulkan risiko pidana Pasal 28 ayat (1) *jo.* Pasal 45 ayat (2) UU ITE akibat penyebaran hoaks, atau risiko perdata Perbuatan Melawan Hukum (PMH) Pasal 1365 hingga Pasal 1380 KUHPerdata, khususnya ketentuan pencemaran nama baik dalam Pasal 1372 KUHPerdata. Berkaca pada

kasus somasi PT Es Teh Indonesia Makmur terhadap akun @Ghandhoyy, tindakan sepihak pelaku usaha dinilai berlebihan karena UU Nomor 1 Tahun 2024 kini memperketat beban pembuktian unsur kerugian dan ketidaksesuaian fakta sebelum pelaku usaha dapat menuntut konsumen. Oleh karena itu, bagi konsumen yang dirugikan atas ketidaksesuaian produk berdasarkan Pasal 4 huruf b dan h UUPK, ditekankan pentingnya mengoptimalkan tuntutan ganti rugi materiil maupun immateriil secara bertanggung jawab. Konsumen dapat menempuh jalur non-litigasi melalui mediasi dialogis yang persuasif atau mengajukan penyelesaian ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), dan apabila upaya damai tersebut gagal, Pasal 45 ayat (1) dan (2) UUPK memberikan hak sepenuhnya bagi konsumen untuk melayangkan gugatan hukum formal melalui lingkungan peradilan umum demi menegakkan hak-hak dasarnya secara adil dan seimbang.

## **4.2 Saran**

1. Konsumen dalam memberikan kritik di media sosial sebaiknya selalu memberikan ulasan dengan jujur dan bertanggungjawab sehingga dapat meminimalisir terganggunya hak asasi manusia yang lain terutama pelaku usaha. Dalam menyampaikan kritik, konsumen harus selalu memperhatikan etika bisnis, norma kesusilaan, dan norma hukum yang berlaku. Pelaku usaha sebaiknya bersikap terbuka dan menerima kritik dari konsumen sebagai bagian dari upaya peningkatan kualitas produk atau jasa karena kritik yang konstruktif dapat menjadi masukan berharga bagi

pelaku usaha untuk memperbaiki kekurangan dan meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Perlindungan hukum yang ditujukan kepada konsumen seharusnya dapat memberi kepastian hukum sehingga dapat memberikan jaminan keamanan konsumen dalam melakukan ulasan/review produk di media sosial.