



Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Yang Mengalami Kerugian Akibat Ulasan Negatif di Media Sosial

Paulinus Rolansa Dawa¹, Ernesta Uba Wohon², Benediktus Peter lay³

Sarjana Hukum, Universitas Katolik Widya Mandira

Email Korespondensi: paulinusrholanddawa@gmail.com

Article received: 15 September 2025, Review process: 25 September 2025

Article Accepted: 10 Oktober 2025, Article published: 10 November 2025

ABSTRACT

This study analyzes the implementation of marriage dispensation in the Kupang Religious Court. The rapid development of information technology has transformed social media into an open space for consumers to share reviews of MSME products. However, negative and non-objective reviews often harm business owners. This study analyzes the forms and effectiveness of legal protection for entrepreneurs who suffer losses due to negative reviews on social media. Using a normative juridical method, the research examines relevant regulations, court decisions, and legal literature. The results indicate that although preventive and repressive legal protections exist, their implementation remains ineffective due to legal gaps, difficulties in proving violations, and low digital legal literacy. Adaptive regulations and collaboration between the government and digital platforms are needed to ensure legal certainty in cyberspace.

Keywords: *Legal Protection, Negative Reviews, Social Media, MSMEs*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi menjadikan media sosial sebagai ruang terbuka bagi konsumen untuk memberi ulasan terhadap produk UMKM. Namun, ulasan negatif yang tidak objektif seringkali merugikan pelaku usaha. Penelitian ini menganalisis bentuk dan efektivitas perlindungan hukum bagi pelaku usaha yang dirugikan akibat ulasan negatif di media sosial dengan metode yuridis normatif melalui kajian peraturan, putusan pengadilan, dan literatur hukum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun perlindungan hukum tersedia secara preventif dan represif, penerapannya belum optimal karena kekosongan hukum, kesulitan pembuktian, serta rendahnya literasi hukum digital. Diperlukan regulasi yang adaptif dan kolaborasi antara pemerintah serta platform digital guna menjamin kepastian hukum di ruang siber.

Kata Kunci: *Perlindungan Hukum, Ulasan Negatif, Media Sosial, UMKM*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah Memberikan dampak besar terhadap berbagai bidang kehidupan juga mempengaruhi hukum di Indonesia. Dalam konteks hukum, kemajuan teknologi turut menghadirkan berbagai isu dan tantangan baru yang belum pernah dihadapi sebelumnya. Inovasi di bidang digital telah melahirkan bentuk bentuk interaksi sosial yang berbeda, terutama melalui platform media sosial yang saat ini telah menyatu dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Media sosial memungkinkan setiap individu untuk menyampaikan pendapat, membagikan informasi, bahkan mempengaruhi opini publik dalam skala yang sangat luas dan cepat. Namun, kebebasan berekspresi yang difasilitasi oleh media sosial juga membuka ruang munculnya berbagai persoalan hukum baru. Isu seperti penyebaran informasi palsu, pencemaran nama baik, pelanggaran privasi, ujaran kebencian, pelanggaran hak kekayaan intelektual, penyalahgunaan data pribadi, dan transaksi elektronik tanpa perlindungan hukum yang memadai menjadi semakin relevan.

Di tengah kemajuan pesat zaman digital, platform media sosial telah bertransformasi menjadi salah satu alat yang memiliki dampak besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pada sektor kewirausahaan dan bisnis. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai medium untuk berinteraksi secara sosial, tetapi juga memiliki peran penting dalam aktivitas pemasaran, penciptaan citra merek, dan pengembangan usaha. Banyak pelaku usaha yang berhasil memanfaatkan potensi media sosial untuk mendorong pertumbuhan dan meningkatkan kesuksesan bisnis mereka. (Adawiyah, 2024)

Media sosial turut menyediakan wadah yang luas dan ekonomis bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam mempromosikan produk maupun jasa mereka secara langsung serta membangun interaksi dengan konsumen. Strategi konten kreatif dan cerita dapat menarik perhatian audiens, Di sisi lain, pemanfaatan data yang diperoleh dari aktivitas media sosial memungkinkan pelaku usaha memahami perkembangan pasar serta preferensi konsumen secara langsung dan cepat. Komunikasi yang terjalin secara instan dengan pelanggan melalui media sosial tidak hanya memperkuat keterikatan emosional, tetapi juga menjadi sumber masukan yang signifikan dalam upaya penyempurnaan produk dan pelayanan. Dengan dukungan teknologi canggih seperti *big data* dan *artificial intelligence*, UKM memiliki peluang untuk mengembangkan solusi yang lebih tepat sasaran serta meningkatkan daya saing di tengah pasar global yang terintegrasi secara digital. Namun, di sisi lain, media sosial juga membuka ruang bagi konsumen untuk menyampaikan pendapat dan pengalaman mereka terhadap suatu produk atau layanan. Ulasan yang diberikan oleh konsumen dapat memberikan dampak positif atau negatif terhadap reputasi serta kelangsungan usaha suatu perusahaan atau usaha lainnya.

Ulasan produk merupakan bentuk evaluasi atau penilaian yang diberikan oleh seseorang atau suatu pihak setelah menggunakan atau meneliti suatu produk secara menyeluruh. Memberikan ulasan oleh konsumen adalah salah satu wujud dari hak kebebasan berpendapat, yang dijamin dan diakui oleh Pasal 28E ayat (3)

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD 1945). Pasal ini menegaskan bahwa setiap individu memiliki hak untuk berkumpul, berserikat, dan menyampaikan pendapatnya. Melalui ulasan produk, mencerminkan pelaksanaan hak untuk menyampaikan pendapat oleh konsumen sebagaimana diamanatkan UUD 1945. Dengan demikian, memberikan ulasan atau menyampaikan pendapat adalah hak yang dijamin oleh UUD 1945. Selain diamanatkan oleh UUD 1945, kebebasan berpendapat juga tercantum pada Undang - Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia (UU HAM No. 39/1999) dimana kebebasan berpendapat adalah salah satu hak asasi manusia yang diuraikan pada Pasal 23 ayat (2).

Selain itu, berdasarkan Pasal 4 huruf d dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK No. 8/1999), konsumen mempunyai hak untuk didengarkan dalam hal menyampaikan keluhan dan pendapatnya terhadap produk maupun layanan yang sudah mereka pakai. Dari perspektif pelaku usaha, pelaku usaha memiliki kewajiban seperti yang ada pada Pasal 7 huruf e UUPK No. 8/1999. Pasal ini menetapkan bahwa pelaku usaha harus memberikan peluang kepada konsumen untuk mencoba produk atau layanan yang mereka jual, sambil menawarkan jaminan atau garansi atas produk yang dihasilkan atau diperdagangkan. (Putri et al. 2024)

Walaupun kebebasan berpendapat di Indonesia diakui sebagai hak fundamental yang dilindungi, pelaksanaannya tetap harus mengikuti aturan yang berlaku. Hak ini tidak bersifat mutlak, melainkan dibatasi oleh berbagai faktor, seperti norma agama, etika, ketertiban, kepentingan publik, serta stabilitas negara. Pembatasan ini sesuai dengan ketentuan dalam Pasal 28J ayat (2) UUD 1945 : *"Dalam menjalankan hak dan kebebasannya, setiap orang wajib tunduk kepada pembatasan yang ditetapkan dengan undang-undang dengan maksud untuk menjamin pengakuan serta penghormatan atas hak kebebasan orang lain dan untuk memenuhi tuntutan yang adil sesuai dengan pertimbangan moral, nilai-nilai agama, keamanan, dan ketertiban umum dalam suatu masyarakat demokratis."*

Meskipun kebebasan berpendapat memiliki peran penting, konsumen tetap bertanggung jawab untuk memberikan ulasan yang jujur, objektif, dan berdasarkan pengalaman nyata. Selain itu, mereka juga wajib bertindak dengan niat baik dalam setiap proses pembelian produk maupun jasa, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) No.8 tahun 1999. Dengan begitu, keseimbangan antara hak berbicara dan tanggung jawab sebagai konsumen dapat terjaga.

Dengan berkembangnya platform media social pada saat ini seperti youtube, Instagram, facebook, Tiktok, google maps yang menyediakan kemudahan akses bagi konsumen untuk memberikan ulasan-ulasan konsumen semakin leluasa menyampaikan pendapat mereka terhadap suatu produk atau layanan. Namun, kemudahan ini juga membuka peluang bagi munculnya ulasan negatif, baik yang bersifat konstruktif maupun yang didasarkan pada ketidakpuasan pribadi tanpa pertimbangan objektif. Ulasan negatif yang disampaikan di media sosial sering kali berpengaruh besar terhadap

kepercayaan publik terhadap suatu usaha. Dalam beberapa kasus, ulasan negatif dapat menyebabkan penurunan jumlah pelanggan, hilangnya mitra bisnis, bahkan berujung pada kerugian finansial yang signifikan.

Seperti yang terjadi pada salah satu usahawan kuliner yaitu “Nyak Kopsah”. Pemilik warung makan oseng tersebut mendapatkan kehancuran bisnisnya setelah diriview oleh salah seorang *food vlogger*. Dimana, *food vlogger* tersebut dalam vidionya menjelek-jelekan makanan dari warung tersebut sehingga dampak dari riview tersebut membuat usaha yang berdiri sudah 25 tahun lebih tersebut sepi pengunjung sehingga ia harus merumahkan 9 dari 13 karyawan yang bekerja di warungnya dan bangkrut. (Rachmawati, 2025)

Kasus lainnya, seperti yang terjadi pada seorang usahawan kuliner, yang bangkrut dan mengalami kerugian setelah seorang conten creator meriview makanannya dan menilai bahwa usahanya itu kawe/ palsu dan menjiplak usaha salah satu anak pejabat. Kondisi ini menunjukkan adanya kerugian yang dialami pelaku usaha. (Gemilang, 2025).

Dalam konteks perlindungan hukum, hal ini menunjukkan bahwa negara memiliki kewajiban untuk memberikan perlindungan melalui instrumen hukum yang berlaku terhadap pelaku usaha, khususnya dalam menjamin kepastian dan keadilan hukum di tengah praktik yang berpotensi merugikan usaha mereka. Tapi pada faktanya, sebagaimana dijelaskan pada kasus sebelumnya mencerminkan bahwa pelaku usaha tidak memperoleh perlindungan hukum secara optimal sebagaimana yang seharusnya dijamin oleh negara. Padahal, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) secara eksplisit telah mengatur dalam Pasal 6 bahwa pelaku usaha memiliki sejumlah hak, antara lain: (a) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, (b) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik, (c) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen, (d) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, (e) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan

Akan tetapi, penerapannya di Indonesia saat ini menghadapi sejumlah tantangan, terlebih pada konteks perkembangan teknologi dan digitalisasi. Meskipun UUPK memberikan hak-hak yang jelas kepada pelaku usaha seperti jaminan hukum terhadap perilaku konsumen yang merugikan, hak untuk membela diri dalam perselisihan, serta pemulihan reputasi, kenyataannya implementasi di lapangan masih jauh dari kata maksimal/optimal. Keadaan tersebut diperparah dengan adanya kekosongan hukum (*legal vacuum*) dalam mengatur secara spesifik perlindungan terhadap pelaku usaha dari ulasan negatif di media sosial. Peraturan yang ada belum secara tegas dan rinci mengatur mekanisme perlindungan dan penyelesaian sengketa yang timbul akibat konten digital, khususnya ulasan atau komentar yang dapat merusak reputasi dan keberlangsungan usaha.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif yang berfokus pada kajian hukum sebagai norma dan asas yang mengatur perilaku Masyarakat (Soekanto, 2021). Pendekatan ini dilakukan melalui studi kepustakaan dengan menelaah bahan hukum primer dan sekunder yang berkaitan dengan perlindungan hukum bagi pelaku usaha yang dirugikan akibat ulasan negatif di media sosial. Penelitian ini memadukan tiga metode pendekatan, yaitu pendekatan perundang-undangan untuk menganalisis ketentuan hukum yang berlaku, pendekatan konseptual untuk mengkaji teori dan doktrin hukum yang relevan, serta pendekatan perbandingan untuk melihat perbedaan dan kesamaan antara sistem hukum Indonesia dan negara lain yang memiliki regulasi lebih maju terkait perlindungan reputasi pelaku usaha di ruang digital.

Data penelitian sepenuhnya berasal dari sumber sekunder yang diperoleh melalui studi pustaka, meliputi bahan hukum primer seperti Undang-Undang Dasar 1945, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Bahan hukum sekunder terdiri atas buku, artikel ilmiah, hasil penelitian, dan pendapat para ahli hukum, sedangkan bahan hukum tersier digunakan sebagai pelengkap, seperti kamus hukum dan ensiklopedia. Seluruh bahan hukum yang terkumpul dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu dengan mendeskripsikan, menafsirkan, dan menghubungkan data secara sistematis untuk menemukan kesimpulan mengenai bentuk perlindungan hukum dan hambatan-hambatan yang dihadapi pelaku usaha dalam konteks ulasan negatif di media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa data sekunder diperoleh melalui studi Penelitian ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum bagi pelaku usaha yang mengalami kerugian akibat ulasan negatif di media sosial dapat dilakukan secara preventif dan represif. Perlindungan preventif diwujudkan melalui ketentuan peraturan perundang-undangan seperti Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang mengatur kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik, memberikan informasi benar, dan menjamin mutu produk. Sementara itu, perlindungan represif diberikan melalui penegakan hukum setelah kerugian terjadi, sebagaimana diatur dalam Pasal 1365 KUHPerdata tentang perbuatan melawan hukum serta Pasal 27 ayat (3) UU ITE juncto Pasal 45 ayat (3) UU Nomor 19 Tahun 2016 yang melarang penyebaran konten bermuatan pencemaran nama baik di dunia digital.

Meskipun ketentuan hukum tersebut sudah ada, penelitian ini menemukan bahwa belum terdapat regulasi yang secara khusus mengatur perlindungan hukum bagi pelaku usaha terhadap ulasan negatif di media sosial. Kekosongan hukum ini menyebabkan perlindungan yang tersedia belum efektif, sehingga penyelesaian sering kali dilakukan melalui klarifikasi atau mediasi non-litigasi. Kasus "Nyak Kopsah" menjadi contoh nyata lemahnya perlindungan hukum

represif karena kerugian besar yang dialami pelaku usaha tidak diimbangi dengan penegakan hukum yang tegas.

Menurut teori Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum dapat berbentuk preventif dan represif. Dalam konteks media sosial, perlindungan preventif dapat diwujudkan melalui kebijakan yang menekankan etika bermedia dan kewajiban beretikad baik, sedangkan perlindungan represif mencakup upaya hukum perdata maupun pidana, termasuk mediasi melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Namun, kewenangan BPSK dalam ranah digital masih terbatas sehingga efektivitasnya belum maksimal.

Dibandingkan dengan negara lain seperti Amerika Serikat, Inggris, dan Australia, Indonesia masih tertinggal dalam memberikan perlindungan hukum terhadap reputasi pelaku usaha di ruang digital. Negara-negara tersebut telah memiliki regulasi yang lebih jelas, seperti *Defamation Act 2013* di Inggris dan peran aktif *Australian Competition and Consumer Commission (ACCC)* dalam menindak ulasan palsu atau menyesatkan. Hal ini menunjukkan perlunya pembaruan hukum di Indonesia agar dapat menyeimbangkan kebebasan berpendapat dengan perlindungan reputasi bisnis.

Hambatan utama dalam penerapan perlindungan hukum di Indonesia meliputi kekosongan norma hukum, kesulitan pembuktian, penyalahgunaan kebebasan berpendapat, serta rendahnya literasi hukum digital. Kesulitan pembuktian muncul karena ulasan negatif sering kali berupa opini yang sulit dibedakan dari fakta, serta sulitnya membuktikan hubungan kausal antara ulasan dan kerugian usaha. Selain itu, banyak pelaku ulasan menggunakan akun anonim, sementara keterbatasan kemampuan forensik digital aparat penegak hukum menyulitkan proses identifikasi pelaku.

Rendahnya literasi hukum dan digital masyarakat juga menjadi kendala serius. Banyak konsumen tidak memahami bahwa ulasan yang tidak benar atau merugikan dapat menimbulkan akibat hukum, sementara pelaku usaha tidak mengetahui mekanisme hukum yang dapat ditempuh untuk melindungi reputasinya. Oleh karena itu, diperlukan pembaruan regulasi yang adaptif, sistem pembuktian yang efisien, serta peningkatan kesadaran hukum digital agar tercipta keseimbangan antara hak berekspresi dan hak perlindungan reputasi di ruang digital

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, perlindungan hukum bagi pelaku usaha yang mengalami kerugian akibat ulasan negatif di media sosial terbagi menjadi dua bentuk, yaitu preventif dan represif. Perlindungan preventif dilakukan melalui regulasi seperti UUPK No. 8 Tahun 1999 Pasal 7, yang menekankan etika, transparansi, dan tanggung jawab pelaku usaha dalam interaksi digital, serta melalui edukasi dan kebijakan platform media sosial untuk mencegah penyebaran konten yang merugikan. Adapun perlindungan represif ditempuh ketika kerugian telah terjadi, misalnya melalui gugatan perdata Pasal 1365 KUHPerdata, ketentuan pidana Pasal 27 ayat (3) jo. Pasal 45 ayat (3) UU ITE, serta Pasal 310-311 KUHP

tentang pencemaran nama baik. Jalur non-litigasi, seperti BPSK, juga dapat dimanfaatkan meski efektivitasnya masih terbatas. Namun, penerapan perlindungan hukum ini belum optimal karena ketiadaan regulasi khusus terkait ulasan digital, kesulitan pembuktian kerugian, rendahnya literasi hukum digital, dan belum adaptifnya sistem hukum terhadap dinamika ruang siber.

DAFTAR RUJUKAN

- Adawiyah, J. V. Q. 2024. "Analisis Pengaruh Media Sosial terhadap Keberhasilan Usaha Menggunakan Metode Systematic Literature Review." *Digitech* 4, no. 1.
- Gemilang, Arifah Chandra Putri. 2025. "Gegara Direview Tasyi Athasyia, UMKM Pisang Nugget Ini Sampai Bangkrut Usai Dituding Plagiat Bisnis Kaesang." Hops.id. <https://www.hops.id/unik/29414723398/gegara-direview-tasyi-athasyia-umkm-pisang-nugget-ini-sampai-bangkrut-usai-dituding-plagiat-bisnis-kaesang>.
- Kompas.com. Rachmawati. 2025. "Warung 25 Tahun Bangkrut Setelah Review Food Vlogger, Bang Madun: Gue Masih Punya Utang." Kompas.com, 24 Maret. Terakhir diubah 2025. Diakses 26 Maret 2025. <https://www.kompas.com/jawa-timur/read/2025/03/24/055500388/warung-25-tahun-bangkrut-setelah-review-food-vlogger-bang-madun--gue>.
- Putri, Nanda Pratiwi, Aliesa Amanita, dan R. Ardini Rakhmania Ardan. 2024. "Perlindungan Hukum bagi Pelaku Usaha atas Kerugian yang Diderita Akibat Ulasan Negatif di Media Sosial oleh Konsumen." *Jurnal Rechtswetenschap: Jurnal Mahasiswa Hukum* 1, no. 1.
- Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji. 2021. *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.