

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis uraikan sebelumnya dapat di simpulkan sebagai berikut :

1. Tanggung jawab *influencer* yang melakukan kelalaian dalam praktik usahanya sesuai dengan apa yang telah ditetapkan dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yakni berupa tanggung jawab secara perdata dan secara pidana, di mana konsumen yang merasa dirugikan dapat meminta ganti rugi dalam bentuk pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan. Selain itu, diatur juga mengenai bentuk tanggung jawab berdasarkan UU ITE, yaitu pada Pasal 28 ayat 1 UU ITE yang bertujuan untuk memberikan perlindungan terhadap hak dan kepentingan konsumen dan penyebaran hoaks, Mereka yang melanggar Pasal 28 ayat 1 UU ITE dapat diancam pidana, sebagaimana diatur dalam Pasal 45A ayat 1 UU 19/2016.
2. Seperti yang tercantum dalam pasal 45 Ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatakan “Penyelesaian Sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa”. Dengan demikian berdasarkan ketentuan Pasal 45 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen dengan penjelasannya, maka dapat disimpulkan penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan melalui cara-cara sebagai berikut:
 - a. Penyelesaian damai oleh para pihak yang bersengketa (pelaku usaha dan konsumen) tanpa melibatkan pengadilan atau pihak ketiga yang netral;
 - b. Penyelesaian melalui pengadilan. Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu kepada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku;
 - c. Penyelesaian di luar pengadilan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis uraikan sebelumnya penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi *Influencer* (Pelaku Usaha Periklanan)

Sebagai pihak yang mempromosikan produk di sosial medianya, sebaiknya *influencer* lebih berhati-hati dan teliti dalam menerima *endorsement* serta lebih selektif tidak hanya asal dalam menerima *endorsement* dan sebelum melakukan promosi harus memperhatikan informasi yang akan disampaikan mengenai produk tersebut dan harus berpedoman pada etika periklanan dan peraturan Perundang-Undangan, bukan hanya sekedar menerima tawaran *endorsement* dan memperoleh keuntungan dari promosi tersebut sehingga mengabaikan akibat hukum dan dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen.

2. Bagi Konsumen

Konsumen juga harus berhati-hati terhadap iklan yang disampaikan oleh *influencer*, jangan mudah percaya dengan promosi atau iklan yang ditampilkan tersebut, sebelum tergiur dengan promosi yang dilakukan oleh *influencer*, ada baiknya konsumen mencari tahu terlebih dahulu mengenai produk yang dipromosikan itu apakah asli atau palsu, dan apakah produk yang di promosikan tersebut merupakan barang yang aman atau berbahaya.

3. Bagi Pemerintah

Pemerintah sebaiknya perlu memperhatikan dan mengkaji kembali beberapa peraturan-peraturan atau memperbaharui peraturan yang lama dengan digantikan peraturan yang baru agar sejalan dengan perkembangan zaman dan mengikuti perkembangan permasalahan yang semakin rumit, misalnya mengenai periklanan dengan sistem *endorsement* yang saat ini sedang menjadi kiblat promosi yang dianggap lebih menguntungkan, namun sistem *endorsement* sebagai media promosi tidak semata-mata aman dan tidak menimbulkan masalah belum ada perlindungan konsumen dalam sistem *endorsement* ini, untuk menangani permasalahan ini pemerintah bergerak cukup lambat, karena belum menemukan solusi yaitu berupa

pengaturan yang mengatur secara khusus dengan permasalahan terkait.