BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

1. Praktik *black campaign* dalam kegiatan usaha di Indonesia pada dasarnya telah memiliki dasar pengaturan hukum yang tersebar dalam pasal 33 ayat (1) dan (4) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, pasal 19 huruf a, b, dan c Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, pasal 9 huruf i Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, serta Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang secara substansi melarang tindakan yang merugikan pelaku usaha lain. Praktik tersebut dapat dikualifikasikan sebagai bentuk persaingan usaha tidak sehat dan perbuatan melawan hukum karena bertentangan dengan prinsip kejujuran, itikad baik, dan keadilan dalam berusaha. Namun demikian, dari perspektif teori negara hukum, pengaturannya belum sepenuhnya memberikan kepastian hukum karena belum diatur secara eksplisit, sehingga penegakannya masih bergantung pada penafsiran norma yang ada. Oleh karena itu, diperlukan pengaturan yang lebih spesifik agar tercipta kepastian hukum serta menjamin persaingan usaha yang sehat, adil, dan berkeadilan.
2. Pertanggugjawaban hukum terhadap pelaku usaha yang melakukan praktik black campaign dapat berupa ganti rugi, pemulihan keadaan melalui klarifikasi atau penarikan informasi menyesatkan, serta penghentian perbuatan yang merugikan. Namun, pertanggungjawaban pada praktik *black campaign* dalam industri *skincare* di Indonesia belum berjalan secara optimal. Meskipun telah tersedia berbagai regulasi hukum, baik melalui Undang-Undang Persaingan Usaha, Perlindungan Konsumen, maupun Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Praktik *black campaign* masih terus terjadi terutama melalui media digital. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengaturan hukum yang bersifat normatif dengan implementasinya di

lapangan. Berdasarkan teori tanggung jawab hukum, kondisi ini mencerminkan bahwa hukum belum sepenuhnya efektif dalam mengatur dan mengendalikan perilaku pelaku usaha, sehingga diperlukan penguatan dalam aspek pembuktian, pengawasan, serta peningkatan kesadaran hukum agar penegakan hukum dapat berjalan lebih efektif dan mampu menciptakan persaingan usaha yang sehat dan adil.

B. Saran

1. Perlu adanya langkah dari Pemerintah dan lembaga pembentuk undang-undang untuk merevisi peraturan perundang-undangan dengan mengatur secara lebih spesifik, tegas, dan komprehensif mengenai praktik *black campaign*. Pengaturan tersebut perlu dilengkapi dengan ketentuan mengenai definisi, unsur-unsur, bentuk perbuatan, mekanisme penegakan hukum, serta bentuk pertanggungjawaban hukum terhadap pelaku *black campaign*, sehingga dapat memberikan kepastian hukum, mencegah multitafsir, dan mewujudkan perlindungan hukum yang efektif bagi pelaku usaha maupun konsumen.
2. Perlu peningkatan pengawasan dan penegakan hukum, terutama dalam pembuktian digital serta pengendalian konten promosi, disertai optimalisasi peran lembaga seperti Komisi Pengawas Persaingan Usaha dan Badan Perlindungan Konsumen Nasional dalam mencegah praktik *black campaign.* Pelaku usaha harus menjunjung tinggi kejujuran dan itikad baik, sedangkan masyarakat dituntut lebih selektif dan kritis dalam menyikapi informasi guna mewujudkan persaingan usaha yang sehat dan berkeadilan.