

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS HUKUM

Terakreditasi Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi

Nomor : 2193/SK/BAN-PT/AK-BK/IV/2023

Analisis Perlindungan Konsumen Terhadap Ulasan Palsu di
Electronic Commerce

OLEH :

Yooka Young Hardianto

NPM : 6052001010

PEMBIMBING :

Prof. Dr. Bernadette M. Waluyo, S.H., M.H., CN.



Penulisan Hukum

Disusun Sebagai Salah Satu Kelengkapan
Untuk Menyelesaikan Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Ilmu Hukum

2024

LEMBAR PENGESAHAN

Penulisan Hukum dengan judul

Analisis Perlindungan Konsumen Terhadap Ulasan Palsu di *Electronic Commerce*

yang ditulis oleh:

Nama: Yooka Young Hardianto.

NPM: 602001010

Pada tanggal: 28/06/2024

Telah disidangkan pada

Ujian Penulisan Hukum Program Studi Hukum Program Sarjana

Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan

Pembimbing



Prof. Dr. Bernadette M. Waluyo. S.H., M.H., CN.

Dekan,



Dr. Robertus Bambang Budi Prastowo, S.H., M.Hum.



PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK

Dalam rangka mewujudkan nilai-nilai ideal dan standar mutu akademik yang setinggi-tingginya, maka Saya, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan yang beranda tangan di bawah ini :

Nama : Yooka Young Hardianto

NPM : 6052001010

Dengan ini menyatakan dengan penuh kejujuran dan dengan kesungguhan hati dan pikiran, bahwa karya ilmiah / karya penulisan hukum yang berjudul:

“Analisis Perlindungan Konsumen Terhadap Ulasan Palsu di *Electronic Commerce*”

Adalah sungguh-sungguh merupakan karya ilmiah /Karya Penulisan Hukum yang telah saya susun dan selesaikan atas dasar upaya, kemampuan dan pengetahuan akademik Saya pribadi, dan sekurang-kurangnya tidak dibuat melalui dan atau mengandung hasil dari tindakan-tindakan yang :

- Secara tidak jujur dan secara langsung atau tidak langsung melanggar hak-hak atas kekayaan intelektual orang lain, dan atau
- Dari segi akademik dapat dianggap tidak jujur dan melanggar nilai-nilai integritas akademik dan itikad baik;

Seandainya di kemudian hari ternyata bahwa Saya telah menyalahi dan atau melanggar pernyataan Saya di atas, maka Saya sanggup untuk menerima akibat-akibat dan atau sanksi-sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku di lingkungan Universitas Katolik Parahyangan dan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pernyataan ini Saya buat dengan penuh kesadaran dan kesukarelaan, tanpa paksaan dalam bentuk apapun juga.

Bandung, 4 Juli 2024

Mahasiswa penyusun Karya Ilmiah/ Karya Penulisan Hukum



Yooka Young Hardianto
6052001010

ABSTRAK

Dalam dunia yang modern ini, transaksi jual-beli dilaksanakan secara online melalui situs-situs e-commerce. Transaksi yang dilaksanakan secara online menjadi ramai digunakan dikarenakan kemudahan yang ditawarkan seperti dapat melakukan transaksi tanpa harus meninggalkan kediaman. Oleh karena itu e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada banyak digemari oleh para penjual dan juga oleh para pembeli untuk melakukan transaksi. Pada e-commerce umumnya barang/jasa yang ditawarkan oleh penjual dipamerkan pada sebuah etalase, dimana pada etalase tersebut terdapat gambar produk yang ditawarkan, deskripsi produk, harga produk, toko online sang penjual, dan juga bagian ulasan pembeli. Ulasan pembeli umumnya terdiri dari rating produk yang dibeli dimana penilaian berdasarkan satu (1) hingga lima (5) bintang dan juga deskripsi keterangan produk yang didapatkan melalui pembelian oleh pihak pembeli. Namun ada saja penjual yang kurang bertanggung jawab dan menggunakan ulasan palsu yang dimanipulasi untuk menjual barang miliknya agar menarik perhatian pembeli lainnya yang ingin membeli barang serupa. Hal ini menjadi sangat berbahaya apabila kualitas produk yang ditawarkan ternyata tidak sesuai dengan apa yang terdapat dan dideskripsikan pada bagian ulasan barang tersebut. Apakah peraturan perundang-undangan yang ada pada Indonesia melindungi konsumen yang terdampak pada ulasan palsu ? Bagaimana perlindungan hukumnya ? Dalam menjawab permasalahan tersebut penulis menggunakan metode yuridis-normatif untuk mengetahui perlindungan konsumen terhadap ulasan palsu di e-commerce dengan mengkaji beberapa peraturan perundang-undangan seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Kata kunci : ulasan palsu, e-commerce, perlindungan konsumen

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Pengasih dan Penyayang karena penulis dapat menyelesaikan penulisan hukum yang berjudul “Analisis Perlindungan Konsumen Terhadap Ulasan Palsu di Electronic Commerce” Penulisan hukum ini tidak terlepas dari doa, dukungan, bimbingan, serta kritik dan saran dari berbagai pihak. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Orang tua penulis, yakni Bapak dan Ibu dari penulis yang selalu mendukung penulis dalam segala kegiatan yang dilaksanakan
2. Prof. Dr. Bernadette M. Waluyo, S.H., M.H., CN. selaku dosen penulisan hukum yang sudah memberikan bimbingan kepada penulis. Prof Bernadette selalu memberikan ilmu, dukungan, nasihat, arahan, bimbingan, menguatkan penulis, serta berbagi pengalaman hidup kepada penulis selama menyusun penulisan hukum ini.
3. Bapak Karolus E. Lature S.H., M.H.. selaku pembimbing penulis selama masa Seminar proposal dan juga sebagai dosen penguji dalam seminar proposal dan penulisan hukum penulis yang telah memberikan ilmu, arahan, nasihat, serta kritik dan saran kepada penulis selama menyusun penulisan hukum ini.
4. Dr. Aluisius Dwi Rachmanto, S.H., M.Hum. selaku dosen penguji dalam seminar proposal dan penulisan hukum penulis yang telah memberikan ilmu, arahan, nasihat, serta kritik dan saran kepada penulis selama menyusun penulisan hukum ini.
5. Bapak Tanius Sebastian selaku dosen di Fakultas Hukum Universitas Katolik.Pak Tanius seringkali memberikan ilmu, dukungan, nasihat, arahan, bimbingan, serta berbagi pengalaman hidup kepada penulis.
6. Seluruh tenaga pengajar, tenaga kependidikan, serta pegawai dan pekarya Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan ilmu dan nilai-nilai kehidupan bagi penulis. .
7. Laboratorium Hukum beserta para staff sebagai Lembaga Independen Hukum di Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan yang telah mewadahi penulis dalam mengembangkan kemampuan softskill dan hardskill selama magang

8. Grup ‘Bahagia Selalu’, yakni Adinda Maharani (Nda), Aqila Adila, Felicia Sitepu, Felix Vincent, Gracia Kharismawati (Cia), Maria Yohana, Melinda Beatrix (Mel), Michelle Abigail, Nivina Maqomi, Putri Kristina (Klaryces), Tabita Denes, serta Maria Kembang Pagi selaku sahabat penulis yang telah memberikan kebahagiaan dalam kehidupan perkuliahan penulis.
9. Rekan-rekan seperbimbingan Prof Bernadette
10. Grup ‘Happy Holy Kids’ yang terdiri dari sahabat-sahabat penulis dari SD-Kini yang senantiasa memberikan kebahagiaan dan hiburan bagi penulis selama melaksanakan Penulisan Hukum
11. Seluruh keluarga, rekan, dan sahabat dari penulis maupun dari orang tua penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Dengan segala kekurangan penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih sangatlah jauh dari kata sempurna. Untuk itu segala kritik dan saran dari pembaca sangat diharapkan demi kesempurnaan dan menambah wawasan penulis, semoga karya ini dapat bermanfaat dengan baik bagi para pembaca.

Bandung, 4 Juli 2024

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	13
1.4 Metode Penelitian.....	14
1.5 Sistematika Penelitian	16
BAB II : TINJAUAN KEPUSTAKAAN	17
2.1 Pengertian Perlindungan Konsumen	17
2.2 Pengertian e-commerce, ulasan, dan ulasan palsu	21
BAB III : ANALISIS TENTANG JAWABAN DARI RUMUSAN MASALAH ...	
.....	24
3.1 Bagaimana pengaturan perlindungan hukum kepada konsumen mengenai ulasan palsu di dunia jual-beli online?	24
3.1.1 Perlindungan Hukum Preventif.....	29
3.1.2 Perlindungan Hukum Pasca Pembelian	40
3.2 Bagaimana Upaya Perlindungan perlindungan hukum kepada konsumen terhadap ulasan palsu di dunia jual-beli <i>online</i> ?	43
BAB IV : PENUTUP	46
4.1 Kesimpulan	46
4.2 Saran.....	46

DAFTAR PUSTAKA48

Judul Skripsi :
Analisis Perlindungan Konsumen Terhadap Ulasan Palsu di *Electronic Commerce*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern ini, cara untuk berbelanja produk menjadi lebih bervariasi. Dahulu, jika seorang ingin melakukan transaksi jual-beli, maka transaksi tersebut harus dilakukan secara langsung. Sebagai contoh, apabila seorang konsumen ingin mendapatkan produk sesuai dengan kualitas yang ia inginkan, maka ia harus mengunjungi sebuah tempat khusus atau tempat spesifik yang menjual produk tersebut secara langsung. Kemudian, konsumen melakukan transaksi jual-beli secara langsung dengan penjual di tempat khusus tersebut.

Seiring dengan perkembangan zaman, transaksi jual beli tidak harus dilakukan secara langsung. Dewasa ini, konsumen dapat mengakses internet bila ia ingin mendapatkan sebuah produk sesuai dengan kualitas yang ia inginkan. Dalam internet, pengguna dapat mengakses *website* yang menjual produk yang sedang dicari. Adapun, *website* tersebut biasa disebut sebagai *Electronic Commerce (e-commerce)*. *E-commerce* adalah sebuah *website* yang dibentuk agar pengunjungnya bisa menemukan barang yang sedang dicari, di mana konsumen hanya tinggal mencari produk yang ingin dipilih dan kemudian melakukan proses pembayaran terhadap produk tersebut. Setelah konsumen melakukan proses pembayaran, produk yang dipilih akan masuk ke dalam proses pengemasan dan akan dikirim sesuai dengan kurir pilihan.

Dalam keseharian berbelanja di *e-commerce*, ada sebuah kebiasaan dari seorang konsumen untuk memeriksa ulasan terlebih dahulu sebelum

melakukan pembelian di *e-commerce*. Ulasan biasanya berupa bintang dan kalimat yang merupakan ulasan dari pembeli yang sudah membeli produk tersebut sebelumnya. Meskipun demikian, masih ada pihak yang melakukan praktik ilegal dalam melaksanakan bisnisnya. Salah satu praktik ilegal yang dilakukan adalah dengan cara menyewa jasa pihak ketiga untuk meninggalkan sebuah ulasan palsu atas produk yang dijual tanpa memperhatikan kualitas dari produk tersebut.

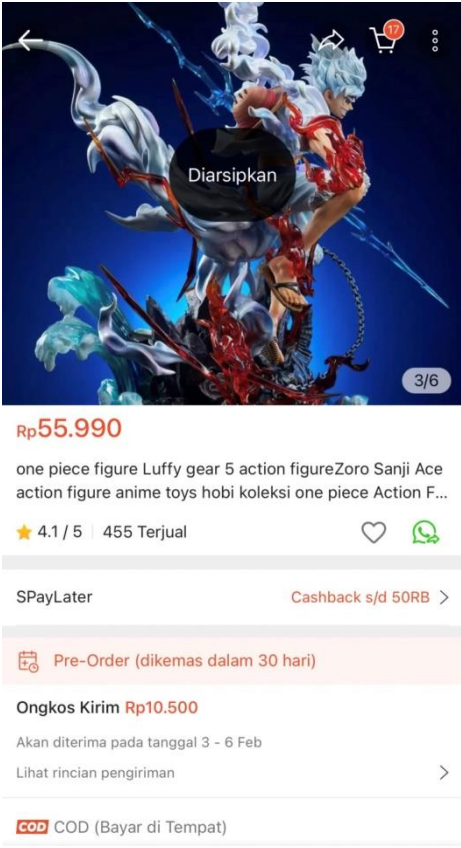
Dalam praktiknya, selain praktik ilegal berupa menyewa ulasan palsu, sering kali para pelaku usaha yaitu sang penjual yang menjual produk di *e-commerce* juga melakukan praktik ilegal lain yang sangat merugikan konsumen. Adapun praktik ilegal tersebut berupa : mengadakan promosi atau iklan yang tidak sesuai dengan barang dan jasa yang akan dan sedang diperjual-belikan atau diperdagangkan; iklan atau promosi yang dilebih-lebihkan; menjual produk yang tidak sesuai dengan gambar yang ditampilkan di toko online (*online store*); melakukan promosi atau iklan besar-besaran tanpa memikirkan keaslian dan legalitas dari produk yang ditawarkan; tidak memberikan informasi yang lengkap perihal manfaat dari produk tersebut; pelaku usaha yang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar dan berbagai hal lainnya. Selain itu, tidak sedikit juga pelaku usaha yang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, *e-tiket*, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan jasa tersebut sehingga sangat merugikan konsumen.




Berdasarkan penjelasan tersebut, kedudukan konsumen sangat lemah dalam transaksi jual-beli di *e-commerce*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada tahun 2019 **88%** dari orang yang berbelanja secara online mempercayai ulasan konsumen selayaknya ulasan rekomendasi dari teman atau bahkan keluarga mereka sendiri.¹ Sehingga dapat disimpulkan bahwa










¹ Barnes, W.R. (2019). *'The Good, The Bad, and The Ugly of Online Reviews: The Trouble With Trolls and A Role of Contract Law After The Consumer Review Fairness Act'*, Georgia Law Review, hlm 560


konsumen yang membeli produk di *e-commerce* seringkali melihat ulasan atas produk tersebut sebelum memutuskan untuk membeli produk tersebut. Lantas apabila ada ulasan-ulasan palsu yang tidak sesuai dengan kondisi dan spesifikasi produk yang dijual maka kerugian tentu saja akan dialami oleh pihak konsumen yang membeli produk tersebut.

Berikut terdapat contoh dari produk dengan ulasan palsu

PRODUK YANG DIJUAL	
	<p>Berikut merupakan gambar detail sebuah pigura kartun yang diberikan oleh pihak penjual dalam salah satu e-commerce di Indonesia, yakni Shopee. Pigura tersebut terlihat sangat detail dan baik, terutama mengingat harganya yang cukup terjangkau, yakni sebesar Rp 55.990.- (lima puluh lima ribu sembilan ratus sembilan puluh rupiah). Pigura tersebut sudah terjual sebanyak 455 (empat ratus lima puluh lima) buah dengan mendapatkan penilaian sebesar 4,1 bintang dari 5 bintang. Walaupun produk ini memiliki banyak ulasan yang memuaskan sebagaimana terlihat pada bagian ulasan produk ini, namun terdapat juga beberapa ulasan yang menunjukkan ketidakpuasan dari pembeli.</p>

<p>Ini adalah petualangan yang penuh keberanian dan kegembiraan! Ide hadiah liburan terbaik untuk keluarga dan teman-teman, atau untuk membuat diri Anda terkejut.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Semua item adalah baru. • Nikmati kegembiraan membuka kejutan. <p>Setiap kotak misterius memiliki patung tangan karakter anime dengan ukuran acak. Jika Anda membuka kotak dan tidak mendapatkan karakter yang Anda sukai, Anda dapat membeli lebih banyak kali untuk meningkatkan peluang menang.</p> <p>Buka 100% untuk mendapatkan barang-barang :Roronoa Zoro.luffy.Sanji.Ace.Nami.Franky.Brook...</p> <p>Selalu ingat bahwa preferensi adalah hal yang personal. Anda mungkin merasa puas dengan barang yang diterima. Ini tergantung pada sudut pandang Anda, dan hanya Anda yang bertanggung jawab atas risiko yang Anda ambil.</p> <p>Permainan ini tidak dapat dikembalikan.</p>	<p>Berikut keterangan deskripsi dari produk yang dijual oleh pihak penjual, bisa dilihat bahwa deskripsi produk tersebut terlihat ditulis dengan bahasa yang sangat baku. Dalam deskripsi produk tersebut tertulis bahwa pigura yang diberikan merupakan pigura yang akan diberikan adalah karakter secara acak.</p>
<p> h7jfsbm1_u  Membantu(13) ...</p> <p>★★★★★</p> <p>Naga di sekitar Zoro memang meninggalkan kesan yang mendalam, dengan tinggi patung mencapai 38 sentimeter, ini benar-benar luar biasa!</p> <div data-bbox="389 1406 879 1563">  </div> <p>24-09-2023 14:46</p>	<p>Berikut salah satu contoh ulasan palsu yang berada di dalam kolom ulasan produk pigura tersebut. Terlihat produk yang didapatkan terlihat sangat detail dan sesuai dengan kualitas yang terdapat pada gambar produk yang diberikan oleh pihak penjual pada halaman produknya. Ulasan ini ditulis dengan Bahasa Indonesia yang sangat baku sesuai dengan bahasa yang digunakan oleh pihak penjual pada bagian deskripsi produk miliknya.</p>

<p>  y9qlsgssou  Membantu(3) ... </p> <p> ★★★★★ Sampai saat ini! Saya telah mendapatkan figur Zoro dan Luffy yang saya inginkan dari penjual ini. Saya membuka 9 kotak dan melakukan 9 pesanan, yang pasti sepadan dengan itu. </p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">  </div> <p>01-10-2023 16:20</p>	<p>Berikut contoh lain dari ulasan pada produk di atas, dimana produk yang di dapat juga terlihat sangat baik sesuai dengan kualitas yang terdapat pada gambar yang diberikan oleh pihak penjual, namun dapat dilihat kembali bahwa ulasan ini kembali ditulis dengan Bahasa Indonesia yang sangat baku.</p>
<p>  cz9cvv0u02  Membantu(3) ... </p> <p> ★★★★★ Saya melakukan 5 pesanan dan mendapatkan 4 figur One Piece berukuran kecil dan figur Zoro yang besar ketika membuka kotak. Anak saya terus bermain dengannya, haha! </p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">  </div> <p>30-09-2023 16:03</p>	<p>Ulasan palsu lagi yang ditulis dengan bahasa yang sangat baku dan produk yang terlihat memuaskan dan sesuai dengan keterangan gambar dari pihak penjual.</p>
<p>  zakkicemot  Membantu(7) ... </p> <p> ★☆☆☆☆ Kualitas:buruk Tampilan:burik Kirain keren ternyatalh ini lah hasilnya wk </p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>15-12-2023 17:39</p>	<p>Namun, terdapat sebuah ulasan juga yang menunjukkan ketidakpuasan seorang pembeli dimana pigura yang didapatkan tidak sesuai dengan produk yang dipajang dan di ulas oleh pembeli-pembeli lainnya. Ulasan ini juga berbeda dengan ulasan-ulasan lainnya terhadap produk ini yang terlihat puas dengan produk yang didapatkan, seperti dari pigura yang didapat terlihat sangat berbeda dengan apa yang didapatkan oleh pembeli lainnya yang memberikan ulasan yang puas. Selain itu terdapat perbedaan yang jelas dalam penggunaan bahasa</p>

	<p>dalam ulasan ini, dimana bahasa yang digunakan adalah bahasa sehari-hari dibandingkan dengan bahasa baku yang digunakan oleh ulasan-ulasan lainnya yang “puas” akan produk yang di dapatkan</p>
<p>  sakutro Membantu(5) ... ★★☆☆☆ Beda jauh bos gambar sama yg dikirim 18-11-2023 11:47 </p>	<p>Sebuah ulasan lainnya yang menunjukkan ketidakpuasan atas produk yang didapat, ulasan ini tidak mengandung gambar seperti ulasan lainnya, namun penggunaan bahasa yang digunakan dalam ulasan ini tidak baku dan kaku seperti ulasan lainnya.</p>

Bisa dilihat ciri-ciri dari produk dengan ulasan palsu memiliki ciri-ciri yang cukup mirip di antara satu sama lain, dimana ulasan tersebut menggunakan bahasa yang sangat baku beserta penggunaan kosakata yang mirip, diduga sang penjual produk tersebut mengeksploitasi fitur ulasan dari *e-commerce* dengan menuliskan ulasan palsu untuk menarik pembeli agar membeli produk miliknya. Produk yang akhirnya diberikan pada akhirnya berbeda dengan produk yang dipajang dan di ulas oleh ulasan yang menuliskan kepuasannya terhadap produk yang didapat. Tentu saja motif seperti ini sangat merugikan pembeli karena produk yang didapat oleh sang pembeli akan berbeda dengan gambar produk yang dipajang dan yang diulas oleh “pembeli” lainnya yang merupakan ulasan palsu.

Meskipun terdapat banyak keunggulan, menjual produk di *e-commerce* masih sangat amat berpotensi untuk menyebabkan kerugian terhadap konsumen. Perlindungan terhadap konsumen bersifat preventif meskipun demikian juga bersifat represif dalam berbagai bidang perlindungan konsumen. Bisa dilihat dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang

Perlindungan Konsumen yang tegas mengatur sanksi administratif dan juga sanksi pidana terhadap perilaku Perbuatan Melawan Hukum yang berkaitan dengan Perlindungan Konsumen. Perlindungan terhadap Konsumen di dalam dunia perdagangan *online* tidak hanya diatur di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen yang juga masih berlaku di dalam dunia perdagangan *online*, melainkan juga terdapat Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Perlindungan konsumen sendiri merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen, dengan cakupan yang luas meliputi dari tahap untuk mendapatkan produk dan/atau jasa hingga sampai akibat-akibat pemakaian barang dan/atau jasa tersebut. Perlindungan tersebut dibagi menjadi 2 (dua) kelompok, yaitu perlindungan terhadap barang dan perlindungan terhadap syarat-syarat. Perlindungan Konsumen pertama kali lahir di barat melalui adanya pergerakan konsumen. Amerika Serikat banyak memberikan sumbangan dalam perkara Perlindungan Konsumen. Gerakan Perlindungan Konsumen pada awalnya dimulai dari abad ke-19 dan pada tahun 1891 dibentuk Liga Konsumen pertama kali di Amerika Serikat, begitulah kira-kira awal dari terbentuknya Perlindungan Konsumen.²

Hingga seiring berjalannya waktu, terbentuklah Undang-Undang mengenai Perlindungan Konsumen di Indonesia dalam bentuk Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Dimana salah satu faktor terbentuknya Undang-Undang ini adalah dorongan dari WTO (*World Trade Organization*), IMF (*International Monetary Fund*) dan juga World Bank untuk mengharmonisasikan Hukum Nasional Indonesia di bidang perdagangan, dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang

² Zulham, 2013, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kharisma Putra Utama, Jakarta, hlm. 27.

Perlindungan Konsumen ini merupakan salah satu bentuk dari harmonisasi tersebut.³

Di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tersebut diatur mengenai perjanjian baku. Perjanjian baku adalah sebuah perjanjian yang berisikan klausula-klausula Baku, dimana menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Klausula Baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen. Salah satu bentuk perjanjian baku ini adalah *Terms and Condition* dalam melakukan sebuah transaksi di dalam *electronic commerce (e-commerce)* dimana sang pembeli harus menyetujui ketentuan yang ditentukan oleh *e-commerce* secara sepihak sesuai dengan definisi dari perjanjian baku.

Perkembangan teknologi yang membuat cikal bakal terbentuknya *e-commerce* yang dapat diartikan sebagai aktivitas komersial *online*. Di zaman perkembangan teknologi ini, bertransaksi di dalam *e-commerce* sangatlah diminati oleh masyarakat dikarenakan sistemnya yang sangat mudah dan sangat praktis untuk digunakan, di mana masyarakat sebagai pembeli tidaklah perlu bertemu bertatap muka secara langsung dengan sang penjual dari produk yang ingin dibeli, cukup mencari produk yang diinginkan di laman yang dipilih lalu tinggal dibeli dan melakukan pembayaran melalui metode yang diinginkan secara *online* dan *mobile* sehingga transaksi di *e-commerce* dilaksanakan secara *mobile* dan *online* dan merupakan salah satu bentuk dari *paperless trading*.⁴

³ *Ibid.* hlm. 37.

⁴Yanly Gandawidjaja, "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Terkait dengan Pembelian Barang (dan/atau Jasa) secara E-Commerce" dipublikasikan dalam Prof. Dr. Johannes Gunawan, S.H., LL.M. : Karya Ilmiah Akademis dan Praktisi Hukum, Cet. 2. Bandung:Yrma Widya, 2022, hlm 205

Terkait dengan jual beli barang (jasa) secara *e-commerce*, sebenarnya sudah diatur dalam Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang mengatur mengenai hak dan kewajiban konsumen serta hak dan kewajiban pelaku usaha di Indonesia serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Dengan adanya peraturan tersebut, diharapkan konsumen di Indonesia dapat mempertahankan hak-haknya dan lebih aktif dalam membela hak-hak mereka yang telah dilanggar serta untuk memberikan perlindungan hukum yang berkepastian hukum terkait penyelenggaraan sistem dan transaksi secara elektronik. Salah satu keunggulan dari menggunakan *e-commerce* adalah sistem keamanan dari *e-commerce* yang cukup ketat dan kuat sehingga transaksi di dalam *e-commerce* memiliki kelebihan daripada transaksi yang dilakukan secara konvensional. Namun hal tersebut tidaklah menjamin keamanan dari transaksi sepenuhnya. Transaksi barang dan jasa di dalam *e-commerce* tetaplah berpotensi untuk terjadi, di mana oknum atau *merchant* penjual dapat saja melakukan sebuah cara yang curang untuk mengelabui pembelinya. Salah satu bentuk kecurangan di dalam dunia jual-beli secara *online* adalah dengan memanipulasi fitur ulasan yang terdapat di dalam *e-commerce* yang bersangkutan. Ulasan di dalam *e-commerce* dapat dimanipulasi dengan beberapa cara. Dengan memberikan ulasan palsu, melebih-lebihkan ulasan, dan dimanipulasi sendiri.

Ulasan palsu dapat dilakukan melalui beberapa cara yang terus-menerus menjadi masalah terus menerus lainnya adalah proliferasi ulasan berbayar palsu, menyesatkan, atau terselubung yang diposting oleh *influencer* yang menyesatkan dan ribuan *scammer* yang tidak dikenal. Lantas, seberapa sering dan mengganggu kasus ulasan palsu ini? Otoritas Persaingan Inggris telah melakukan riset mengenai ulasan palsu ini dan menurut beberapa situs lama *e-commerce* seperti Amazon mengklaim bahwa Amazon telah menghapus lebih dari 200 juta ulasan palsu yang dicurigai di web pada tahun 2020, sementara Google mengklaim Google memblokir 55 juta komentar yang muncul karena kesalahan kebijakan di tahun yang sama.

Walaupun demikian hal ini bukanlah berdampak positif melainkan hanya menunjukkan seberapa marak dan umumnya ulasan palsu yang terdapat dan tersebar dalam situs-situs laman web *e-commerce* di Internet. Di Indonesia berdasarkan data yang terdapat pada *website statistica*, jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia mencapai 93,4 juta pengguna di tahun 2018 dan diprediksikan akan naik lebih dua kali lipat di tahun 2024 menjadi 208,5 juta pengguna. Indonesia juga pasar terbesar kesembilan yang menguntungkan bisnis *e-commerce* sebesar 28,597 juta dollar AS. Peringkat teratas diduduki China, Amerika Serikat, dan Jepang.⁵

Banyaknya Jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia bisa dilihat dari kebudayaan modern Indonesia dalam menggunakan Internet dimana hampir seluruh pengguna ponsel di Indonesia pasti memiliki suatu aplikasi *e-commerce*. Hal tersebut juga dapat dilihat dengan banyaknya aplikasi *e-commerce* yang aktif di Indonesia. Berdasarkan data yang dikumpulkan dari SimiliarWeb berikut *list e-commerce* di Indonesia berdasarkan jumlah pengguna aktif pada Januari-Maret 2023:

1. Shopee - 157,9 Juta
2. Tokopedia - 117 Juta
3. Lazada - 83,2 Juta
4. Blibli - 25,4 Juta
5. Bukalapak - 18,1 Juta⁶

Berbeda dengan *e-commerce* yang beroperasi di luar Indonesia seperti Amazon yang sudah secara aktif mencari dan menghukum melalui *legal lawsuit* penjual di situsnya yang menggunakan ulasan palsu dan memiliki sistem A.I untuk merangkum sebuah ulasan produk yang secara jelas bukan merupakan ulasan palsu, situs *e-commerce* di Indonesia masih belum

⁵ Egi Radiansyah, "Pengaruh Ulasan Palsu Pada Konsumen: Tinjauan Literatur Arah Penelitian Masa Depan," *Kalianda Halok Gagas*, Vol. 5, No. 1 (2022), hlm.2

⁶ Dilansir dari <https://www.similarweb.com/top-websites/indonesia/e-commerce-and-shopping/>, *Most Visited e-commerce and shopping in Indonesia*, diakses pada tanggal 2 Januari 2024, pukul 14.00

bekerja secara aktif dalam menghadapi ulasan-ulasan palsu di *e-commerce* yang dibuat oleh penjual dan pembeli yang tidak bertanggung jawab di mana situs seperti Tokopedia dan Shopee di Indonesia hanya memiliki sistem laporan di mana pembeli dapat melaporkan apabila sekiranya ada ulasan yang sekiranya mencurigakan untuk para admin dari *e-commerce* tersebut tindak lanjuti. Melihat kurangnya tindakan dari situ-situs *e-commerce* di Indonesia, terdapat beberapa peraturan di Indonesia yang dapat menyinggung dan menindaklanjuti para pihak di *e-commerce* yang menggunakan ulasan palsu.

Berdasarkan jumlah pengunjung di atas dan keresahan atas kurangnya tindak lanjut dari pihak *e-commerce* di Indonesia, dapat dibayangkan seberapa krusial dan bahayanya efek atau dampak dari adanya ulasan palsu yang bisa mengelabui pengguna *e-commerce* sebanyak itu, dimana konsumen dapat dirugikan karena kualitas barang yang didapat sama sekali tidak sesuai dengan ulasan yang diberikan pada produk tersebut dikarenakan ulasan tersebut adalah palsu. Misalkan seorang ibu membeli sebuah mainan untuk anaknya yang masih bayi, pada saat membeli mainan tersebut terdapat ulasan pada produk mainan tersebut bahwa mainan tersebut memiliki kualitas bahan yang tebal dan tahan banting. Namun pada saat produk tersebut datang ternyata produk tersebut memiliki kualitas bahan yang tipis dan mudah pecah sehingga pada saat anak dari Ibu tersebut memainkan mainan yang dibeli mainan tersebut rusak dan kemudian malah melukai sang anak pada saat memainkan mainan tersebut.

Lantas ada beberapa peraturan perundang-undangan yang melindungi terhadap transaksi-transaksi yang dilakukan di dalam *e-commerce*. Dalam beberapa regulasi seperti Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen masih berlaku terhadap transaksi yang dilakukan dalam *e-commerce*, dan juga Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik atau biasa dikenal dengan UU

ITE. Pasal-Pasal seperti Pasal 4, Pasal 5, Pasal 6, dan Pasal 7 dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai hak dan kewajiban pelaku usaha dan juga hak dan kewajiban dari konsumen, dimana menggunakan ulasan palsu sudah sangat jelas melanggar ketentuan kewajiban dan hak yang diatur di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut. Selain ke empat pasal di atas, ulasan palsu juga melanggar Pasal 9 dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi

"Pelaku usaha dilarang menawarkan, memproduksi, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung resiko atau efek samping tanpa keterangan yang lengkap."

Praktik memberikan sebuah ulasan palsu di *e-commerce* merupakan salah satu bentuk iklan yang menyesatkan, dimana iklan atau promosi yang dilakukan tidak sesuai dengan fakta dan ciri-ciri atas produk yang diiklankan atau kebenarannya tidak dapat dipertanggungjawabkan sehingga hal tersebut melanggar ketentuan yang terdapat pada Pasal 9 dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Bagi pelanggar dari ketentuan-ketentuan diatas, dapat dikenakan sanksi berdasarkan Pasal 19 dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi :

“Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan dan pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu tujuh hari setelah tanggal transaksi. Dalam hal ini tidak menutup kemungkinan bahwa adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.”

Bagi yang melakukan ulasan palsu dan ada pelaku usaha yang terbukti melakukan ulasan palsu melalui metode apapun dapat dituntut untuk melakukan pertanggungjawaban berdasarkan Pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen yang meliputi :

- a. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan
- b. Tanggung jawab atas pencemaran
- c. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen. Berarti bahwa tanggung jawab pelaku usaha seperti penjual yang berjualan barang di etalase *e-commerce* meliputi segala bentuk kerugian yang dialami oleh konsumen.

Dengan berdasarkan latar belakang yang diberikan penulis, penulis akan meneliti peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan Ulasan palsu yang beredar di *e-commerce*, Bagaimana regulasi perlindungan Konsumen terhadap konsumen yang terkena dampak terhadap adanya ulasan palsu, dan Apakah perlindungan yang diberikan oleh Peraturan Perundang-undangan Indonesia khususnya di bidang Perlindungan Konsumen sudah cukup dalam menjamin keamanan konsumen dalam berbelanja di *e-commerce* terhadap ulasan-ulasan palsu yang diberikan di *e-commerce* berdasarkan latar belakang yang dijabarkan oleh penulis. Oleh karena itu menurut penulis diperlukanlah Penulisan Hukum yang berjudul Analisis Mengenai Perlindungan Konsumen Terhadap Ulasan Palsu di *Electronic Commerce*.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah pengaturan perlindungan hukum kepada konsumen mengenai ulasan palsu di dunia jual-beli *online* ?
2. Bagaimana upaya perlindungan hukum kepada konsumen terhadap ulasan palsu di dunia jual-beli *online* ?

1.3 Tujuan

Berdasarkan apa yang disebutkan di dalam rumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui Peraturan Perundang-Undangan khususnya Undang-Undang mengenai Perlindungan Konsumen dalam mengatur pelanggaran yang sering terjadi di *e-commerce* yaitu ulasan palsu.
2. Mengetahui upaya perlindungan hukum kepada konsumen terhadap ulasan palsu yang berada di dunia jual-beli *online*.

1.4 Manfaat

Manfaat dari penelitian ini adalah agar bisa mengetahui sejauh mana Peraturan Perundang-Undangan mengatur mengenai problematika maraknya ulasan palsu di Internet atas produk-produk yang dijual disana dan kaitannya dengan Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia.

1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah dilakukan dengan metode yuridis-normatif, sebuah metode penelitian yang meneliti bahan kepustakaan atau hanya data sekunder dengan cara berpikir yang bersifat deduktif dengan teori kebenaran koherensi. Penelitian dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder sebagai dasar untuk diteliti dengan mengadakan penelusuran terhadap teori, konsep, asas-asas hukum, peraturan perundang-undangan, serta literatur lainnya yang berkaitan dengan penelitian. Dengan ini penulis akan melihat peraturan perundang-undangan yang terkait dengan penelitian penulis terutama peraturan perundang-undangan yang terkait dengan *e-commerce* dan perlindungan konsumen. data sekunder yang digunakan oleh penulis meliputi tiga bahan sumber hukum, yaitu:

- **Bahan Hukum Primer**

Bahan Hukum Primer adalah bahan-bahan hukum yang mengikat dan berkaitan dengan topik penelitian, yang biasanya berupa peraturan perundang-undangan maupun segala ketentuan hukum yang berkaitan dengan penelitian.

- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, terutama Pasal 7 dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengenai kewajiban pelaku usaha dimana pelaku usaha harus memberi informasi yang benar, jelas, dan jujur, Pasal 9 dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang memberikan beberapa larangan bagi pelaku usaha untuk menawarkan barang/jasa, Pasal 10 dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengenai larangan lebih lanjut terhadap pelaku usaha dalam menawarkan barang/jasa miliknya, dan Pasal 19 dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai bentuk tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian yang dialami oleh konsumen
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, yang menjelaskan tentang *e-commerce*
- Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) , khususnya Pasal 28 Ayat (1) dari UU ITE dan Pasal 45 Ayat (2) UU ITE yang melindungi konsumen atas transaksi elektronik atas berita yang bohong dan menyesatkan, serta hukumannya

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan Hukum Sekunder, yaitu bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, buku-buku karangan para ahli, jurnal, karya ilmiah, artikel, media cetak, berita, serta dokumen-dokumen lain yang berasal dari internet, yang relevan dengan topik penelitian.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan Hukum Tersier, yaitu bahan yang memberikan penjelasan dan petunjuk terhadap bahan hukum primer dan sekunder. Bahan

hukum tersier yang akan penulis gunakan dalam penelitian ini adalah Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), *Oxford Dictionary*, dan *Thesaurus* untuk membantu mencari definisi yang berkaitan dengan topik penelitian.⁷

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab yang terdiri dari Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan, dan Manfaat. Pada Latar Belakang ini akan dijelaskan permasalahan yang dikaji dan menjadi latar belakang atas Rumusan Masalah

BAB II : TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Bab ini akan berisi tinjauan kepustakaan mengenai pengertian Perlindungan konsumen, e-commerce, ulasan, dan ulasan palsu menurut Peraturan perundang-undangan dan beberapa sumber lainnya

BAB III : ANALISIS TENTANG JAWABAN DARI RUMUSAN MASALAH

Bab ini akan mengkaji mengenai perlindungan hukum kepada konsumen yang berbelanja secara online yang dimana dipenuhi oleh ulasan-ulasan palsu yang akan mengganggu serta membahayakan konsumen, penyebab adanya ulasan palsu, dan bahaya dari ulasan palsu

BAB IV : PENUTUP

Bab ini akan berisi kesimpulan dan saran, yakni membuat ringkasan atas jawaban pokok permasalahan yang sudah diuraikan di bab sebelumnya, serta saran dan masukan dari penulis tentang permasalahan yang sedang diteliti

⁷ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, 2019, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta, Raja Grafindo Perkasa, Cetakan ke-19, hlm. 12-14.