

Bimbingan Bu Fatimah

Skripsi

20%
Suspicious texts



2% Similarities

< 1% similarities between quotation marks
0% among the sources mentioned

2% Unrecognized languages

17% Texts potentially generated by AI

Document name: Skripsi fix 22 laila.docx
Document ID: dfc156b8a1233460f381abef5f3a70756cb07e7e
Original document size: 1.11 MB
Author: Lailatul Uswatun Khasanah

Submitter: Lailatul Uswatun Khasanah
Submission date: 2/3/2026
Upload type: url_submission
analysis end date: 2/3/2026

Number of words: 7,171
Number of characters: 57,025

Location of similarities in the document:



Sources of similarities

Main source detected

No.	Description	Similarities	Locations	Additional information
1	doi.org https://doi.org/10.61104/alz.v3i3.1519	< 1%		Identical words: < 1% (40 words)

Sources with incidental similarities

No.	Description	Similarities	Locations	Additional information
1	doi.org Pelindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Menyampaikan Ulasan Atas... https://doi.org/10.21143/jhp.vol55.no.1.1813	< 1%		Identical words: < 1% (29 words)
2	doi.org Analisis Yuridis Tanggung Jawab Perdata Terhadap Peredaran Produk Re... https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4614	< 1%		Identical words: < 1% (22 words)
3	doi.org Legal Protection for Consumers in E-commerce Expeditions https://doi.org/10.21070/ijler.v19i1.989	< 1%		Identical words: < 1% (22 words)
4	jurnal.prestasiku.org https://jurnal.prestasiku.org/index.php/jrh/article/download/2/8/87	< 1%		Identical words: < 1% (22 words)
5	ejournal.brin.go.id https://ejournal.brin.go.id/jmi/article/download/8534/6568/22898	< 1%		Identical words: < 1% (21 words)

Referenced sources (without similarities detected) These sources were cited in the paper without finding any similarities.

- <https://s.lemon8-app.com/al/GgUZeRdrQS>
- <https://www.bangbara.com/gaya-hidup/36914356516/waspada-penipuan-jual-beli-review-online-palsu>
- <https://www.antaraneews.com/berita/4764057/cara-kenali-fake-review-di-e-commerce>
- <https://help.shopee.co.id/portal/4/article/73507-Peraturan-Komunitas>
- https://helpcenter.lazada.co.id/s/faq/knowledge?categoryId=101399397&m_station=faq&questionId=k02000000000000000000000000000a5r

Points of interest

Marketplace Responsibility for Fake Reviews as a Form of Legal Protection

[Tanggungjawab Marketplace Terhadap Review Palsu Sebagai Bentuk Perlindungan Hukum]

Lailatul Uswatun Khasanah¹⁾, Noor Fatimah Mediawati²⁾
1)Program Studi Ilmu Hukum,



artikel ilmiah lathifatul.docx | artikel ilmiah lathifatul
Comes from my group

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

2)Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

lailauswatun86@gmail.com (dosenpembimbing) @umsida.ac.id

Abstract.



The rapid development of marketplaces has made reviews and testimonials an important reference for consumers in making purchasing decisions. However, in electronic transactions, fake reviews are still common, potentially misleading and detrimental to consumers. This study aims to analyze the forms of legal protection for consumers harmed by fake reviews in marketplaces, while also examining the legal responsibilities of sellers and marketplace organizers. The method used is normative legal research with a statutory and conceptual approach. Primary legal materials include



doi.org | Regulatory Barriers to Consumer Protection in Digital Marketplaces
<https://doi.org/10.53955/jhcls.v5i3.782>

[the Consumer Protection Law, the Electronic Information and Transactions Law,](#)

[the Government Regulation on Commerce Through Electronic Systems, and the Civil Code.](#) The results show that fake reviews are classified as misleading information that violates consumers' rights to true and honest information. However, the implementation of legal protection is not optimal, particularly regarding the clarity of marketplace responsibilities in overseeing review systems.

Therefore, it is necessary to strengthen the role of marketplaces to improve the effectiveness of consumer protection in electronic transactions.

Keywords: fake reviews, marketplace, consumer protection, electronic transactions.



Abstrak. Pesatnya perkembangan marketplace menjadikan ulasan dan testimoni sebagai rujukan penting bagi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Namun demikian, dalam praktik transaksi elektronik masih sering dijumpai keberadaan review palsu yang berpotensi menyesatkan serta menimbulkan kerugian bagi konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan akibat praktik review palsu di marketplace, sekaligus mengkaji tanggung jawab hukum penjual dan penyelenggara marketplace. Metode



doi.org | Analisis Yuridis Tanggung Jawab Perdata Terhadap Peredaran Produk Re-Branding di Indonesia
<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4614>

[yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan peraturan perundang-undangan dan](#)

[konseptual.](#) Bahan hukum primer meliputi Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, serta Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa review palsu tergolong sebagai informasi menyesatkan yang melanggar hak konsumen atas informasi yang benar dan jujur. Namun, pelaksanaan perlindungan hukum belum optimal, khususnya terkait kejelasan tanggung jawab marketplace dalam pengawasan sistem ulasan. Oleh karena itu, diperlukan penguatan peran marketplace guna meningkatkan efektivitas perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik.

Kata kunci: review palsu, marketplace, perlindungan konsumen, transaksi elektronik.

PENDAHULUAN

Perkembangan marketplace dalam beberapa tahun terakhir benar-benar mengubah cara masyarakat membeli barang. Jika dulu orang harus datang ke toko untuk menilai kualitas produk, sekarang cukup melihat katalog, membaca review, lalu memutuskan [1]. Karena itu, ulasan dari pengguna menjadi hal yang sangat penting dalam proses belanja daring. Banyak orang merasa lebih yakin membeli suatu barang ketika ulasannya bagus, apalagi jika disertai foto atau komentar yang terlihat meyakinkan. Masalahnya, tidak semua ulasan yang muncul di halaman produk benar-benar berasal dari pengalaman asli pembeli. Ada ulasan yang dibuat hanya untuk menaikkan rating, ada juga yang sengaja dibeli oleh penjual agar produk terlihat lebih menarik. Situasi inilah yang menimbulkan persoalan baru dalam transaksi digital [2].

Di banyak marketplace besar, praktik manipulasi ulasan ini semakin mudah ditemui. Ada penjual yang membuat beberapa akun palsu untuk menulis review positif, ada yang membayar orang untuk memberikan testimoni, bahkan ada juga yang memanfaatkan bot untuk menambah jumlah bintang [3]. Bagi konsumen, ulasan seperti ini terlihat wajar, sehingga mereka menganggap produk tersebut benar-benar berkualitas. Ketika barang datang dan tidak sesuai ekspektasi, barulah mereka sadar bahwa ulasan tersebut tidak benar. Kondisi ini tentu merugikan konsumen, baik secara ekonomi maupun secara emosional, karena mereka merasa tertipu oleh informasi yang seharusnya bisa diandalkan [3].

Fenomena ulasan palsu sebenarnya bukan hal baru, tetapi semakin sering terjadi karena persaingan antar penjual yang makin ketat. Bagi sebagian pelaku usaha, review positif dianggap sebagai modal utama untuk menaikkan penjualan. Masalahnya, tindakan manipulatif ini pada akhirnya menyulitkan konsumen untuk membedakan mana informasi yang jujur dan mana yang hanya dibuat demi menarik perhatian [4]. Media massa pun beberapa kali menyoroti kasus ulasan palsu yang menyebabkan pembeli merasa dirugikan. Banyak laporan yang menyebutkan bahwa rating produk di marketplace sering kali tidak mencerminkan kualitas barang yang sebenarnya [5].

Dari sisi hukum, Indonesia sebenarnya sudah memiliki aturan yang menekankan



doi.org | Pelindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Menyampaikan Ulasan Atas Suatu Produk Melalui Platform Media Sosial
<https://doi.org/10.21143/jhp.vol55.no.1.1813>

[bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas, dan](#)

[tidak menyesatkan.](#) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, UU ITE, serta aturan terkait transaksi elektronik sudah mengatur standar yang harus dipenuhi oleh penjual maupun platform marketplace [5]. Namun, dalam praktiknya, penegakan aturan mengenai ulasan palsu masih belum optimal. Marketplace memang menyediakan fitur laporan atau komplain, tetapi tidak semua kasus terselesaikan dengan baik. Bahkan, sebagian konsumen tidak tahu bahwa mereka berhak mendapat perlindungan hukum ketika dirugikan oleh

informasi yang tidak benar [6].

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sutrisno (2025) yang berjudul "Tinjauan



doi.org

<https://doi.org/10.61104/alz.v3i3.1519>

Hukum atas Penyalahgunaan Ulasan Konsumen (Fake Reviews) dalam Platform Perdagangan

Elektronik"lebih fokus melihat persoalan ini dari sisi hukum. Ia menjelaskan bahwa meski istilah "fake review" tidak tertulis secara langsung dalam undang-undang, praktik memberi informasi palsu seperti itu sebenarnya sudah termasuk tindakan yang dilarang. Masalahnya, membuktikan bahwa ulasan itu palsu tidak gampang, dan belum banyak konsumen yang mau atau tahu cara mengadakan kasus seperti ini [7].

Lalu, penelitian dari Suharto, Hasibuan & Yanuriansyah (2026) yang berjudul "Legal Protection for Consumers Against Fake Reviews on E-Commerce Platforms" mencoba melihat apakah aturan perlindungan konsumen yang ada sekarang benar-benar bekerja untuk menghadapi review palsu. Mereka menemukan kalau di atas kertas aturannya cukup lengkap, tapi di lapangan sering kali konsumen tetap kesulitan membela diri. Banyak yang tidak tahu harus melapor ke mana, sementara platform marketplace cenderung menyelesaikan masalah secara internal tanpa memberi dampak hukum kepada pelaku. Akhirnya, konsumen tetap berada pada posisi yang lemah ketika menjadi korban ulasan palsu [6].

□

□

Gambar 1. Produk Review Palsu

Sumber : <https://s.lemon8-app.com/al/GgUZeRdrQS>

Dari gambar di atas terdapat indikasi review palsu yang dapat ditemui di marketplace Shopee, khususnya terkait penilaian produk kecantikan, di mana ulasan positif diberikan oleh akun dengan identitas mencurigakan atau tidak jelas, serta terdapat perbedaan antara klaim keaslian produk dalam ulasan dengan pengalaman konsumen lain yang menyatakan produk tersebut tidak asli atau tidak sesuai. Salah satu masalah yang sering muncul dalam transaksi di marketplace adalah sulitnya membedakan mana ulasan yang benar-benar ditulis oleh pembeli asli dan mana yang sengaja dibuat untuk menaikkan rating toko [8]. Secara umum, ulasan palsu biasanya punya pola yang mirip dan cukup mudah dikenali kalau diperhatikan dengan teliti. Misalnya, dari nama akun yang terlihat aneh atau acak, yang biasanya berisi gabungan huruf dan angka yang tidak wajar. Akun-akun seperti ini sering kali bukan akun pengguna nyata, melainkan akun yang dibuat hanya untuk memberikan review positif. Selain itu, cara penulisannya pun sering terasa terlalu berlebihan [8], misalnya memakai bahasa yang sangat memuji, emoji berlebihan, atau kalimat yang hampir sama antara satu review dengan review lainnya. Pembeli asli biasanya menuliskan pengalaman yang lebih realistis dan tidak selalu sempurna [9].

Dari sisi foto yang diunggah, review palsu kadang memakai gambar yang tidak natural, tidak relevan, atau seolah-olah diambil dari internet. Ada juga yang sengaja ditutup stiker atau diedit agar terlihat meyakinkan. Hal lain yang sering menjadi tanda adalah pola munculnya ulasan: misalnya banyak ulasan bintang lima yang muncul dalam waktu berdekatan, seolah-olah dibuat secara massal [10]. Di sisi lain, ulasan negatif yang ditulis oleh akun dengan nama normal dan foto asli justru terlihat lebih jujur dan masuk akal. Perbedaan mencolok antara ulasan yang "terlalu bagus" dengan ulasan buruk yang terdengar lebih realistis ini sering menjadi indikator bahwa sebagian review memang tidak murni. Dengan melihat pola-pola seperti ini, konsumen sebenarnya bisa lebih waspada dan mulai mengenali mana ulasan yang kemungkinan asli dan mana yang hanya dibuat untuk memanipulasi persepsi pembeli [11]. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini dianggap penting untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan akibat ulasan palsu di marketplace. Dalam penelitian ini peneliti akan berfokus untuk membandingkan marketplace mana yang banyak terjadi ulasan palsu serta perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan. Konsumen yang berinteraksi pada ketiga marketplace tersebut dapat saling memberikan rekomendasi sebagai bentuk upaya memilih transaksi yang aman dan terpercaya. Selain itu, perlindungan hukum bagi konsumen juga dapat ditinjau melalui kajian mengenai tanggung jawab marketplace dalam menjamin keaslian produk yang diperdagangkan di dalam platformnya. Penelitian ini juga berupaya mengkaji peran dan tanggung jawab marketplace serta penjual dalam menjaga keaslian informasi yang muncul di platform mereka. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan konsumen bisa lebih memahami hak-haknya, sementara pelaku usaha dan marketplace dapat lebih berhati-hati dalam menyediakan informasi agar tidak menyesatkan pembeli. Sehingga rumuan masalah difokuskan tanggung jawab marketplace [4].

Pertanyaan Penelitian

Apa saja perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan akibat praktik review palsu di marketplace?

Tanggungjawab marketplace terhadap review palsu (studi perbandingan Shopee, Lazada, dan Tokopedia)

METODE



Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian hukum normatif, yaitu penelitian yang menitikberatkan pada pengkajian terhadap bahan hukum tertulis sebagai dasar utama analisis. Pendekatan ini digunakan untuk menelaah ketentuan hukum yang berlaku, asas-asas hukum, serta doktrin hukum yang berkaitan dengan permasalahan ulasan palsu dalam marketplace. Fokus penelitian diarahkan pada pengaturan hukum mengenai penyampaian informasi dalam transaksi digital serta tanggung jawab pelaku usaha atas pemberian informasi yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan (statute approach) dan pendekatan konseptual (conceptual approach).

Pendekatan perundang-undangan digunakan untuk menelaah aturan hukum terkait, seperti:

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK),

Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE),



doi.org | Legal Protection for Consumers in E-commerce Expeditions

<https://doi.org/10.21070/ijler.v19i1.989>

Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

(PMSE), dan



Kitab Undang-Undang Hukum Perdata mengenai perbuatan melawan hukum.

Pendekatan konseptual digunakan untuk mengkaji dan memahami berbagai konsep yang relevan, seperti ulasan palsu, informasi menyesatkan, perlindungan konsumen, serta tanggung jawab pelaku usaha dalam lingkungan digital. Pendekatan ini berperan dalam menjelaskan kriteria suatu ulasan dapat dianggap menyesatkan sekaligus menempatkan fenomena tersebut dalam kerangka sistem hukum Indonesia.

Sementara itu, metode penafsiran induktif merupakan cara penafsiran hukum yang dilakukan dengan menarik kesimpulan yang bersifat umum berdasarkan fakta, peristiwa, atau praktik nyata yang berkembang di masyarakat. Dalam hal ini penulis menggunakan platform perbandingan marketplace Shopee, Lazada, dan Tokopedia. Penelitian ini juga menggunakan bahan hukum sekunder seperti jurnal, artikel ilmiah, serta hasil penelitian terdahulu yang membahas misleading information dan e-commerce. Sedangkan bahan hukum primer dalam penelitian ini meliputi Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya, Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, serta Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

HASIL dan PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum Represif pada Konsumen atas Review palsu

Perlindungan hukum represif terhadap konsumen dalam praktik review palsu berperan sebagai mekanisme penegakan hukum setelah terjadinya pelanggaran yang menimbulkan kerugian. Dalam transaksi e-commerce, konsumen kerap mengambil keputusan pembelian berdasarkan informasi ulasan yang tersedia di marketplace. Apabila ulasan tersebut ternyata tidak mencerminkan kondisi produk yang sebenarnya, maka konsumen berada pada posisi dirugikan akibat informasi yang menyesatkan. Dalam situasi ini, pendekatan represif menjadi penting sebagai cara untuk mengembalikan hak konsumen dan memberikan hukuman kepada orang yang melakukan pelanggaran. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan dasar hukum utama untuk perlindungan represif terhadap praktik penipuan dalam ulasan. UUPK juga menyatakan bahwa para pelaku usaha dilarang memproduksi atau menyebarkan informasi yang salah atau membingungkan mengenai kondisi, kualitas, atau manfaat suatu barang atau jasa. Review palsu yang digunakan untuk membangun citra produk secara tidak jujur dapat dikualifikasikan sebagai bentuk penyampaian informasi yang menyesatkan, sehingga membuka ruang pertanggungjawaban hukum bagi pelaku usaha. Dalam hal ini, konsumen yang dirugikan berhak menuntut ganti kerugian melalui mekanisme yang telah disediakan oleh peraturan perundang-undangan. [12]. Perlindungan represif selanjutnya dapat ditempuh melalui mekanisme penyelesaian sengketa, baik di luar pengadilan maupun melalui jalur peradilan. Konsumen pada prinsipnya dapat menempuh mekanisme pengaduan kepada pihak marketplace sebagai langkah awal penyelesaian sengketa. Apabila upaya tersebut tidak menghasilkan penyelesaian yang adil, konsumen memiliki pilihan untuk mengajukan sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau menempuh jalur gugatan perdata di pengadilan. Dalam hal ini, Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak hanya menjamin hak konsumen untuk memperoleh ganti rugi, tetapi juga membuka kemungkinan penerapan sanksi administratif maupun pidana terhadap pelaku usaha yang terbukti melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan. Selain UUPK, perlindungan hukum represif terhadap review palsu juga berkaitan erat dengan



doi.org

<https://doi.org/10.61104/alz.v3i3.1519>

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik



doi.org | Pelindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Menyampaikan Ulasan Atas Suatu Produk Melalui Platform Media Sosial

<https://doi.org/10.21143/jhp.vol55.no.1.1813>

sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016

(UU ITE), Perubahan kedua Nomor 1 Tahun 2024 Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Praktik penyebaran review palsu melalui sistem elektronik dapat dikualifikasikan sebagai bentuk informasi elektronik yang bersifat menyesatkan dan berpotensi menimbulkan kerugian bagi pihak lain. Apabila perbuatan tersebut dilakukan secara terorganisasi atau menyebabkan kerugian nyata bagi konsumen, maka ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dapat diberlakukan. Dengan demikian, keberadaan review palsu tidak dapat dipandang semata-mata sebagai persoalan hubungan kontraktual antara pelaku usaha dan konsumen, melainkan juga sebagai pelanggaran hukum dalam penggunaan dan pemanfaatan teknologi informasi [13].
Lebih lanjut,



doi.org | Analisis Yuridis Tanggung Jawab Perdata Terhadap Peredaran Produk Re-Branding di Indonesia

<https://doi.org/10.311004/jerkin.v4i3.4614>

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik



jurnal.prestasiku.org

<https://jurnal.prestasiku.org/index.php/jrh/article/download/2/8/87>

(PMSE)

juga memberikandasar bagi perlindungan represif konsumen. PP PMSE mengatur tugas para pelaku bisnis dan penyelenggara sistem elektronik agar bisa menjamin keandalan, keamanan, serta kebenaran informasi dalam usaha jual beli secara online. Jika terjadi kesalahan, seperti penyampaian informasi yang mengelabui masyarakat melalui ulasan palsu, maka PP PMSE memungkinkan penerapan hukuman administratif.



Dengan berlakunya ketentuan tersebut, konsumen memiliki landasan hukum yang lebih kuat untuk menempuh upaya hukum atas kerugian yang timbul akibat keberadaan ulasan palsu. Meskipun demikian, penegakan hukum terhadap praktik tersebut belum sepenuhnya berjalan efektif. Hambatan utama terletak pada aspek pembuktian, khususnya karena konsumen umumnya tidak memiliki akses terhadap data internal marketplace yang dapat mengungkap adanya rekayasa atau manipulasi dalam sistem ulasan.

Selain itu, peran marketplace yang sering dilihat sebagai penyedia alat juga menyebabkan debat mengenai sejauh mana tanggung jawab hukum mereka ketika terjadi ulasan palsu di sistem yang mereka kelola. Kondisi ini membuat perlindungan hukum yang sudah diatur secara normatif belum sepenuhnya berjalan efektif dalam praktik sehari-hari [14]. Selain itu, perlindungan hukum represif terhadap konsumen dalam praktik review palsu juga berfungsi sebagai instrumen pembentukan efek jera (deterrent effect) bagi pelaku usaha. Pembebanan tanggung jawab hukum melalui mekanisme ganti kerugian, sanksi administratif, hingga ancaman pidana menunjukkan bahwa manipulasi informasi dalam perdagangan elektronik merupakan tindakan yang melampaui batas etika bisnis dan masuk dalam ranah pelanggaran hukum. Pendekatan hukum yang bersifat represif dalam hal ini tidak hanya berorientasi pada pemulihan kerugian konsumen secara perseorangan, tetapi juga mempertimbangkan kepentingan kolektif, yaitu terpeliharanya kepercayaan publik terhadap penyelenggaraan sistem perdagangan daring. Jika tindakan ulasan palsu tidak ditangani dengan hukuman yang tegas, kepercayaan konsumen terhadap marketplace akan berkurang, yang pada akhirnya akan mengganggu berjalannya perdagangan elektronik itu sendiri [14]. Lebih jauh, keberadaan mekanisme represif juga mencerminkan pengakuan hukum terhadap posisi konsumen sebagai pihak yang secara struktural lebih lemah dalam transaksi digital. Ketimpangan informasi antara pelaku usaha dan konsumen menjadi semakin tajam dalam sistem perdagangan berbasis elektronik, terutama ketika ulasan produk dimanfaatkan sebagai alat pemasaran yang tidak jujur. Oleh karena itu, penerapan perlindungan hukum represif dapat dipandang sebagai upaya negara untuk menyeimbangkan kembali posisi para pihak melalui intervensi hukum setelah terjadinya pelanggaran. Oleh karena itu, perlindungan represif tidak berdiri sendiri, tetapi merupakan bagian dari upaya yang lebih luas untuk memastikan kepastian hukum, keadilan, dan perlindungan konsumen di masa digital [14]. Selain itu, praktik memberi ulasan palsu juga bisa dianggap sebagai tindakan melanggar hukum dalam bidang perdata, karena bertentangan dengan prinsip kesopanan dan kewajiban untuk tidak merugikan pihak lain. Ulasan yang tidak mencerminkan kondisi sebenarnya berpotensi menimbulkan kerugian bagi konsumen, baik kerugian yang bersifat materiil berupa kerugian ekonomi, maupun kerugian immateriil seperti menurunnya tingkat kepercayaan serta munculnya kekecewaan karena produk yang diterima tidak sesuai dengan ekspektasi. Dalam keadaan demikian, konsumen memiliki dasar hukum untuk mengajukan gugatan perdata atas dasar perbuatan melawan hukum, baik terhadap pelaku usaha yang secara langsung memanfaatkan ulasan palsu maupun pihak lain yang dapat dibuktikan turut serta dalam praktik tersebut. Pendekatan tersebut memperluas bentuk perlindungan hukum yang tersedia, karena tidak hanya bergantung pada rezim perlindungan konsumen, tetapi juga mengacu pada prinsip-prinsip umum hukum perdata dalam menuntut pertanggungjawaban atas kerugian yang diderita. Meskipun demikian, keberadaan berbagai instrumen hukum tersebut menunjukkan bahwa sistem hukum Indonesia telah menyediakan jalur pertanggungjawaban bagi praktik review palsu. Perlindungan represif berfungsi sebagai penegasan bahwa pelanggaran terhadap kejujuran informasi dalam perdagangan elektronik bukanlah hal yang dapat ditoleransi. Akan tetapi, mengingat sifatnya yang reaktif, perlindungan represif memiliki keterbatasan dalam mencegah terulangnya praktik serupa. Oleh karena itu, pembahasan mengenai upaya perlindungan hukum preventif, khususnya peran marketplace dalam mencegah kepalsuan review sejak awal, akan dibahas lebih lanjut dalam subbab berikutnya sebagai pelengkap dari pendekatan represif ini [14].

Perlindungan Hukum Preventif Marketplace dalam Mencegah Praktik Review Palsu

Marketplace sebagai penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik memiliki posisi strategis dalam membentuk ekosistem transaksi yang adil dan transparan. Keberadaan fitur ulasan atau review produk merupakan salah satu instrumen utama yang memengaruhi keputusan konsumen. Oleh karena itu, ketika terjadi praktik review palsu, tanggung jawab tidak hanya melekat pada penjual sebagai pelaku langsung, tetapi juga pada marketplace sebagai pihak yang mengelola sistem, memfasilitasi interaksi, serta memperoleh manfaat ekonomi dari aktivitas tersebut. Secara normatif, tanggung jawab marketplace dalam mencegah kepalsuan review berakar pada kewajiban umum penyelenggara sistem elektronik untuk menjamin keandalan, keamanan, dan kejujuran informasi yang ditampilkan kepada publik. Prinsip ini sejalan dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), serta Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE), yang secara tidak langsung menempatkan

marketplace sebagai pihak yang wajib menjalankan kehati-hatian dalam mengelola konten yang berdampak pada kepentingan konsumen [15]. Berikut diuraikan tanggungjawab Shopee, Tokopedia, dan Lazada dalam mencegah terjadinya review palsu sebagai bagian dari upaya perlindungan hukum preventif terhadap konsumen.

Tanggungjawab Shopee melalui Kebijakan Peraturan Komunitas yang Tercantum di Peraturan Komunitas

Shopee membangun ekosistem perdagangan elektronik yang menekankan terciptanya interaksi yang aman, nyaman, dan berorientasi pada transaksi yang sehat. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, Shopee menetapkan Peraturan Komunitas sebagai pedoman perilaku bagi seluruh pengguna, baik penjual maupun pembeli. Dengan menggunakan platform Shopee, setiap pengguna dianggap telah memahami dan menyetujui seluruh ketentuan yang diatur dalam Syarat dan Ketentuan Layanan. Keberlangsungan lingkungan digital yang positif ini sangat bergantung pada partisipasi dan kepatuhan seluruh pihak [16].

Prinsip Perilaku yang Dianjurkan

Shopee pada dasarnya diperuntukkan sebagai sarana jual beli, sehingga setiap produk yang ditampilkan harus benar-benar ditujukan untuk diperjualbelikan. Platform ini tidak dimaksudkan sebagai media periklanan eksternal. Oleh karena itu, penjual diharapkan tidak mengarahkan pembeli ke situs lain atau saluran komunikasi di luar sistem Shopee, mengingat Shopee telah menyediakan fitur internal untuk mendukung komunikasi antara pembeli dan penjual. Dalam rangka meningkatkan kepercayaan konsumen, penjual dianjurkan untuk menyajikan tampilan toko dan produk secara profesional. Penggunaan foto berkualitas baik dan deskripsi produk yang akurat menjadi faktor penting dalam membantu pembeli mengambil keputusan [16].



Penyampaian informasi yang lengkap dan jujur berkontribusi dalam menekan potensi terjadinya sengketa serta meningkatkan tingkat kepuasan pembeli. Selain itu, Shopee menekankan pentingnya penerapan etika dalam setiap bentuk interaksi antar pengguna. Pengguna marketplace diharapkan menjaga kesopanan dalam berkomunikasi, serta menghindari penggunaan bahasa yang tidak pantas, bersifat spam, atau bertentangan dengan norma sosial. Sikap saling menghormati antara penjual dan pembeli menjadi fondasi utama dalam mewujudkan pengalaman berbelanja yang aman dan positif.

Di sisi lain, penjual memiliki kewajiban untuk menjaga reputasi tokonya melalui pelayanan yang berkualitas, yang dapat dilihat dari respons yang cepat terhadap pertanyaan pembeli, kesiapan barang, serta ketepatan waktu pengiriman. Shopee dapat memberikan peringatan atau sanksi administratif kepada toko yang memiliki performa buruk, termasuk pembatasan fitur tertentu, penurunan visibilitas produk, hingga pembatasan akses akun dalam kondisi tertentu [16].

Prinsip Perilaku yang Dianjurkan

Shopee pada dasarnya diperuntukkan sebagai sarana jual beli, sehingga setiap produk yang ditampilkan harus benar-benar ditujukan untuk diperjualbelikan. Platform ini tidak dimaksudkan sebagai media periklanan eksternal. Dengan mempertimbangkan hal tersebut, penjual tidak diperkenankan mengalihkan komunikasi pembeli ke situs lain maupun media komunikasi di luar sistem Shopee, karena platform ini telah menyediakan sarana komunikasi internal bagi penjual dan pembeli. Untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, penjual disarankan menampilkan toko dan produk secara profesional. Penggunaan foto produk yang berkualitas serta deskripsi yang jelas dan sesuai dengan kondisi faktual produk menjadi faktor penting dalam mendukung pengambilan keputusan pembelian. Penyampaian informasi yang lengkap dan jujur juga berkontribusi dalam mengurangi potensi terjadinya sengketa serta meningkatkan kepuasan konsumen.



Selain itu, Shopee menekankan penerapan etika dalam setiap interaksi yang terjadi di dalam platform. Pengguna diwajibkan menjaga kesantunan dalam berkomunikasi dengan menghindari penggunaan bahasa yang tidak pantas, bersifat spam, atau bertentangan dengan norma sosial yang berlaku. Hubungan yang dibangun atas dasar saling menghormati antara penjual dan pembeli dipandang sebagai unsur penting dalam menciptakan pengalaman transaksi yang aman dan nyaman.

Selain itu, reputasi toko merupakan aspek krusial yang perlu diperhatikan oleh penjual, yang tercermin dari kecepatan dalam merespons pesan pembeli, ketersediaan stok, serta ketepatan waktu dalam proses pengiriman sebagai indikator mutu layanan. Shopee dapat memberikan peringatan atau sanksi administratif kepada toko yang memiliki performa buruk, termasuk pembatasan fitur tertentu, penurunan visibilitas produk, hingga pembatasan akses akun dalam kondisi tertentu [16].

Larangan dalam Aktivitas Jual Beli

Shopee memberlakukan sejumlah ketentuan dan pembatasan guna memastikan terciptanya rasa keadilan dan kenyamanan bagi seluruh pengguna platform. Setiap produk yang diperdagangkan wajib memenuhi aturan umum yang telah ditetapkan Shopee, termasuk ketentuan mengenai jenis barang yang diperbolehkan untuk dijual. Informasi produk harus disajikan secara jelas, mudah dipahami, serta sesuai dengan kondisi dan karakteristik barang yang ditawarkan. Penggunaan nama, gambar, atau deskripsi produk yang tidak relevan atau berpotensi menimbulkan kesalahpahaman tidak diperkenankan. Selain itu, satu halaman produk hanya dapat digunakan untuk satu jenis barang dan satu merek, kecuali dalam hal penjualan produk dalam bentuk paket. Menggunakan halaman produk lama untuk menjual barang berbeda dinilai mempermainkan konsumen karena mengandalkan ulasan yang tidak sesuai dengan produk sebenarnya. Shopee juga melarang penggunaan konten visual yang mengandung tindakan tidak sopan atau pornografi, karena platform ini bisa diakses oleh berbagai kalangan. Selain itu, memanipulasi kata kunci atau menggunakan istilah spam agar produk lebih terlihat dianggap merugikan sistem pencarian dan bisa menyebabkan produk dihapus. Penerbitan produk yang sama secara berulang, baik menggunakan satu akun maupun beberapa akun, dilarang karena dapat mengganggu keteraturan sistem marketplace. Pengaturan harga yang dilakukan dengan maksud tertentu, misalnya mencantumkan harga tidak wajar tanpa niat melakukan transaksi, dipandang sebagai pelanggaran berat. Selain itu, Shopee melarang segala bentuk pengalihan transaksi ke luar platform, termasuk penyertaan informasi kontak pribadi atau tautan ke platform lain, karena tindakan tersebut dapat menghilangkan perlindungan sistem Shopee dan berpotensi merugikan pengguna [16].

Perlindungan Identitas dan Keaslian Produk

Segala bentuk pemalsuan identitas maupun penyalahgunaan data pribadi pengguna lain dikategorikan sebagai pelanggaran serius dalam ketentuan Shopee. Oleh sebab itu, platform ini menekankan prinsip transparansi dan kejujuran dalam penggunaan identitas, termasuk terkait foto dan informasi pribadi. Selain itu, penjual diwajibkan memperdagangkan produk yang asli, mengingat produksi dan peredaran barang palsu atau tiruan tidak hanya melanggar kebijakan Shopee, tetapi juga bertentangan dengan ketentuan hukum yang berlaku di Indonesia. Selain itu, penggunaan logo, merek, maupun atribut Shopee tanpa persetujuan resmi tidak diperkenankan. Penjual dilarang menampilkan gambar atau identitas yang bisa membuat pembeli percaya bahwa toko tersebut resmi di Shopee atau memberikan informasi yang salah mengenai status toko. [16].

Penegakan Aturan dan Tanggung Jawab Pengguna

Shopee tidak mengizinkan penjualan jasa dalam bentuk apa pun melalui platformnya. Kebijakan pengembalian barang yang ditetapkan oleh penjual harus tetap sejalan dengan ketentuan pengembalian barang yang berlaku di Shopee. Penyalahgunaan voucher, fasilitas gratis ongkir, maupun praktik manipulasi transaksi dikualifikasikan sebagai bentuk tindakan penipuan. Apabila terjadi pelanggaran terhadap Peraturan Komunitas atau tindakan yang mengganggu aktivitas berjualan pengguna lain, Shopee memiliki kewenangan untuk menjatuhkan sanksi kepada pihak yang bersangkutan. Bentuk sanksi tersebut dapat berupa penghapusan produk, pembekuan akun, penahanan dana untuk kepentingan proses investigasi, hingga penerapan langkah hukum sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pada akhirnya, Shopee menegaskan bahwa terciptanya lingkungan marketplace yang aman dan terpercaya hanya dapat diwujudkan melalui kesadaran dan kepatuhan bersama dari seluruh pengguna. Shopee membuka ruang bagi pelaporan pelanggaran dan masukan dari pengguna sebagai bagian dari upaya perbaikan berkelanjutan, dengan tetap menegakkan proses evaluasi sesuai kebijakan internal platform [16].

Dari uraian di atas Shopee memiliki tanggungjawab yang tercantum pada peraturan. Berikut adalah laman Shopee:

□ Sebuah gambar berisi teks, cuplikan layar, software, Ikon komputer

Konten yang dihasilkan AI mungkin salah.

Gambar 2. Peraturan Komunitas Shopee

B. Tanggungjawab Lazada melalui Kebijakan Peraturan Komunitas yang Tercantum di Peraturan Komunitas

Lazada menyatakan komitmennya untuk menciptakan ekosistem platform yang aman, terpercaya, dan dapat diandalkan bagi seluruh penggunanya. Dalam rangka mencapai tujuan tersebut, Lazada menetapkan Pedoman Komunitas yang harus dipahami dan diterapkan bersamaan dengan Kebijakan Komunitas Lazada yang berlaku. Pedoman ini bersifat dinamis dan dapat diperbarui dari waktu ke waktu sebagai respons terhadap perkembangan perilaku pengguna serta potensi risiko baru yang muncul di dalam platform. Setiap perubahan akan diberlakukan sejak dipublikasikan, sehingga pengguna tetap memiliki kewajiban untuk secara berkala meninjau ketentuan yang berlaku. Apabila konten yang diunggah oleh pengguna tidak sesuai dengan Ketentuan Layanan Konten, Kebijakan Komunitas, maupun Pedoman Komunitas, Lazada berwenang mengambil langkah penegakan sebagaimana diatur dalam ketentuan internal platform. Selain itu, Lazada juga menyediakan mekanisme pelaporan melalui fitur penandaan bagi pengguna yang menemukan konten yang diduga melanggar aturan, agar dapat dilakukan peninjauan lebih lanjut oleh pihak Lazada. Istilah-istilah tertentu yang digunakan dalam Pedoman Komunitas ini memiliki makna yang sama dengan definisi yang

tercantum dalam Ketentuan Layanan Konten Lazada, kecuali ditentukan lain dalam Kebijakan Komunitas atau Pedoman Komunitas [17].

Prinsip Saling Menghormati Antar Pengguna

Lazada menekankan pentingnya interaksi yang menjunjung rasa saling menghormati. Oleh karena itu, platform melarang penyebaran konten yang secara sosial tidak pantas, menyinggung pihak tertentu, baik individu maupun kelompok, termasuk organisasi, agama, dan institusi pemerintahan, serta konten yang berpotensi menimbulkan polarisasi atau perpecahan di tengah masyarakat. Larangan ini bertujuan menjaga ruang digital yang kondusif dan inklusif bagi seluruh pengguna [17].

Penindasan dan Pelecehan

Segala bentuk intimidasi, perundungan, atau pelecehan terhadap pengguna lain tidak diperkenankan di dalam platform Lazada. Larangan tersebut mencakup penggunaan bahasa kasar, istilah merendahkan, atau ekspresi lain yang dimaksudkan untuk mengejek, memermalukan, atau menyerang individu, toko, maupun pihak yang ditampilkan dalam konten visual. Bentuk pelecehan dapat terjadi melalui berbagai media, termasuk teks, gambar, video, siaran langsung, maupun simbol digital lainnya. Tindakan pelecehan yang dilakukan secara berulang, bersifat seksual, atau mengarah pada penguntitan juga dikategorikan sebagai pelanggaran serius [17].

Spam, Phishing, dan Keamanan Siber

Lazada melarang aktivitas spam dan phishing yang bertujuan mengganggu kenyamanan pengguna atau mencuri data. Konten yang dihasilkan secara otomatis dalam jumlah besar, tautan mencurigakan, atau upaya pengalihan pengguna ke situs tidak relevan termasuk dalam kategori pelanggaran. Selain itu, platform juga melarang distribusi kredensial akun, malware, atau kode berbahaya yang dapat mengancam keamanan sistem dan pengguna [17].

Produk Terlarang dan Hak Kekayaan Intelektual

Konten yang berkaitan dengan perdagangan barang yang dilarang atau dikendalikan oleh peraturan perundang-undangan tidak diperbolehkan. Selain itu, Lazada melarang penyebaran konten yang melanggar hak kekayaan intelektual, termasuk penggunaan produk, gambar, atau materi yang tidak asli atau tanpa izin dari pemilik hak [17].

Aktivitas Penipuan dan Misinformasi

Segala bentuk konten yang berpotensi menimbulkan kerugian finansial, reputasi, atau operasional, baik melalui penipuan, penyalahgunaan fitur platform, maupun penyebaran informasi palsu, dilarang. Konten yang menyerupai komunikasi resmi Lazada secara menyesatkan juga dipandang sebagai pelanggaran serius [17].

□

Gambar 3. Peraturan Komunitas Lazada

Tanggungjawab Lazada melalui Kebijakan Peraturan Komunitas yang Tercantum di Peraturan Komunitas

Tokopedia merupakan PT Tokopedia yang berperan sebagai penyelenggara marketplace berbasis elektronik melalui situs dan aplikasi yang mempertemukan penjual dan pembeli.

Pengguna dalam platform ini mencakup pembeli, penjual, serta pihak lain yang mengakses layanan Tokopedia. Barang yang diperdagangkan adalah benda berwujud yang dapat dikirim melalui jasa pengiriman. Dalam mendukung transaksi, Tokopedia menyediakan fasilitas Saldo Refund sebagai penampungan sementara dana pengembalian milik pembeli dan Saldo Penghasilan sebagai penampungan sementara hasil penjualan milik penjual. Seluruh transaksi dilakukan melalui Rekening Resmi Tokopedia dan dinyatakan selesai setelah adanya konfirmasi penerimaan barang. Selain itu, Tokopedia menyediakan Pusat Resolusi, Ketentuan Situs, serta fitur Shop (TikTok) dan Integrasi Akun guna mendukung pengelolaan toko lintas platform [18].

Akun, Saldo, Password, dan Keamanan

Pengguna Tokopedia wajib memiliki kecakapan hukum, yaitu telah berusia minimal 18 tahun atau telah menikah. Pendaftaran akun tidak dipungut biaya, dengan ketentuan satu nomor telepon hanya dapat digunakan untuk satu akun. Setiap pengguna dapat berperan sebagai pembeli dan/atau penjual dengan membuka toko serta berkewajiban mengunggah produk dalam jangka waktu yang ditentukan. Tokopedia memiliki kewenangan melakukan pengawasan, moderasi, penutupan akun atau toko, serta pembekuan saldo apabila ditemukan pelanggaran ketentuan, kecurangan, maupun manipulasi transaksi dan ulasan. Pengguna tidak diperbolehkan mengakses sistem secara tidak sah, seperti menggunakan alat otomatis, mengumpulkan data tanpa izin, mengirim spam, membuat toko yang sama berulang kali, atau melakukan tindakan persaingan yang tidak sehat. Saldo Refund hanya berasal dari pengembalian dana dan bisa digunakan lagi untuk berbelanja atau ditarik ke rekening bank, sedangkan Saldo Penghasilan hanya berasal dari hasil penjualan dan hanya bisa dicairkan ke rekening penjual. Keamanan akun sepenuhnya menjadi tanggung jawab pengguna, termasuk melindungi kata sandi, PIN, dan kode OTP. Tokopedia tidak bertanggung jawab atas kerugian yang timbul akibat kelalaian pengguna. Penjual juga dilarang melakukan promosi secara mengganggu. Selain itu, pengguna wajib mematuhi ketentuan Anti Pencucian Uang, termasuk kewajiban kerja sama dalam proses audit dan pelaporan, dengan sanksi yang dapat dikenakan apabila terjadi pelanggaran [18].

Ketentuan Konten

Dalam menggunakan layanan Tokopedia, Pengguna dilarang mengunggah atau menyebarkan konten yang mengandung unsur diskriminatif,



pornografi, kekerasan, ujaran kebencian,

ancaman, maupun promosi ke luar platform Tokopedia. Pelanggaran terhadap ketentuan ini dapat berakibat pada penghapusan konten, pembatasan aktivitas toko, hingga pemblokiran akun. Penggunaan foto atau gambar yang memiliki tanda kepemilikan pihak lain tanpa izin tidak diperkenankan. Pengguna bertanggung jawab penuh atas setiap penyalahgunaan konten yang diunggah ke dalam platform. Penjual dilarang menggunakan foto, logo, atau deskripsi produk untuk kepentingan promosi eksternal maupun melakukan promosi langsung kepada pembeli tanpa persetujuan. Melalui pengunggahan konten ke platform Tokopedia, pengguna memberikan hak kepada Tokopedia untuk memanfaatkan, menayangkan, dan mengelola konten tersebut secara non-eksklusif, berlaku tanpa batasan wilayah dan waktu, sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Pengguna menjamin bahwa konten yang diunggah tidak melanggar hak kekayaan intelektual pihak lain dan bertanggung jawab penuh atas segala akibat hukum yang timbul.



Tokopedia berhak menurunkan, memoderasi,

atau menghapus konten tertentu, termasuk produk tembakau, obat-obatan, maupun produk digital, guna menyesuaikan kebijakan internal dan ketentuan pihak ketiga seperti Google Play Store [18].

Jenis Barang dan Jasa yang Dilarang atau Dibatasi



Tokopedia memberlakukan ketentuan yang melarang penjual memperdagangkan barang atau jasa yang bertentangan dengan hukum, keselamatan publik, maupun norma sosial. Larangan tersebut meliputi peredaran narkotika, obat-obatan tanpa izin edar, kosmetik dan makanan berbahaya, barang palsu, senjata, minuman beralkohol, dokumen resmi, organ tubuh manusia, satwa yang dilindungi, serta barang yang berasal dari tindak pidana. Selain itu, produk yang melanggar hak cipta, merek dagang, dan bentuk hak kekayaan intelektual lainnya juga tidak diperkenankan untuk diperdagangkan di platform Tokopedia.

Tokopedia memiliki kewenangan untuk mengambil langkah penegakan, seperti penghapusan daftar produk, pembekuan akun penjual, serta penerapan sanksi lain sesuai dengan ketentuan yang berlaku. [18].

Penarikan Dana

Proses penarikan dana mengikuti jangka waktu yang telah ditetapkan, baik untuk penarikan sesama bank maupun antar bank. Namun demikian, Tokopedia berwenang melakukan pemeriksaan, penundaan, pembekuan, atau pembatalan penarikan dana apabila terdapat dugaan pelanggaran, kecurangan, manipulasi, atau tindak pidana lainnya. Tindakan tersebut dapat dilakukan selama jangka waktu yang dianggap perlu oleh Tokopedia [18].

Pusat Resolusi

Pusat Resolusi merupakan fasilitas penyelesaian sengketa transaksi yang berfungsi menahan dana pembayaran hingga permasalahan diselesaikan, khususnya bagi Penjual yang belum

melakukan integrasi akun. Dalam proses ini, Pembeli dan Penjual wajib menyampaikan bukti-bukti pendukung yang relevan. Penyelesaian sengketa dapat dilakukan melalui kesepakatan bersama.



Apabila salah satu pihak tidak memberikan respons dalam batas waktu yang telah ditetapkan, sistem Tokopedia akan melakukan penyelesaian sengketa secara otomatis. Dalam hal para pihak tidak mencapai kesepakatan, Tokopedia berwenang melakukan proses mediasi dan menetapkan keputusan berdasarkan bukti yang tersedia. Keputusan tersebut masih dapat diajukan keberatan dengan melampirkan bukti baru, dan hasil dari proses keberatan tersebut bersifat final serta mengikat para pihak.

Namun demikian, mekanisme Pusat Resolusi tidak berlaku terhadap jenis barang tertentu, seperti pakaian dalam bekas, barang yang dilarang, serta permasalahan yang bersifat subjektif, misalnya terkait rasa atau aroma. Biaya pengiriman dalam proses penyelesaian sengketa ditentukan berdasarkan kesepakatan atau keputusan Tokopedia [18].

□

Gambar 4. Peraturan Komunitas Tokopedia

Dari ketiga marketplace tersebut, dapat dilakukan perbandingan mengenai tanggung jawab platform dalam menjaga keandalan transaksi dan melindungi konsumen dari praktik yang merugikan, termasuk penyebaran ulasan palsu. Dalam sistem pengawasannya, Shopee mengacu pada Peraturan Komunitas yang menitikberatkan pada keaslian interaksi serta penindakan terhadap konten menyesatkan. Lazada, di sisi lain, menjalankan fungsinya berdasarkan Pedoman Komunitas yang memuat larangan terhadap tindakan penipuan dan penyebaran informasi yang menyesatkan, serta memberikan hak kepada platform untuk mengawasi konten dan menerapkan sanksi. Adapun Tokopedia menetapkan bentuk tanggung jawab yang lebih spesifik melalui kebijakan yang melarang manipulasi ulasan, mengawasi aktivitas akun pengguna, serta memiliki kewenangan untuk melakukan pengembalian dana atau penutupan toko apabila terdeteksi adanya praktik kecurangan. Perbedaan pengaturan tersebut menunjukkan bahwa meskipun ketiga marketplace memiliki pendekatan yang berbeda, pada prinsipnya seluruh platform memiliki tujuan yang sama, yaitu menciptakan ekosistem perdagangan elektronik yang aman, transparan, dan melindungi kepentingan konsumen. Agar perbedaan pengaturan dan bentuk tanggung jawab masing-masing marketplace dapat terlihat secara jelas, diperlukan penyajian perbandingan yang disusun secara ringkas. Oleh karena itu, tabel berikut memuat analisis pengaturan ulasan serta indikasi munculnya review palsu pada Shopee, Lazada, dan Tokopedia [19].

Tabel 1.



Tabulasi Analisis Pengaturan Review dan Indikasi Review Palsu pada Marketplace:

Marketplace Pengaturan Review dalam Kebijakan Platform Bentuk Pengawasan dan Tindakan Pola Review Palsu yang Paling Sering Ditemukan

Shopee Shopee mengatur ulasan sebagai bagian penting dari interaksi antara penjual dan pembeli. Review hanya dapat diberikan oleh konsumen yang telah menyelesaikan transaksi, serta dilarang memuat informasi yang menyesatkan, manipulatif, atau tidak mencerminkan kondisi barang sebenarnya. Pengawasan dilakukan melalui sistem internal dan laporan pengguna. Tindakan yang dapat diberikan antara lain penghapusan ulasan, pembatasan fitur toko, hingga penangguhan akun apabila ditemukan pelanggaran berulang. Ulasan dengan rating tinggi dalam jumlah besar pada waktu singkat, komentar singkat yang seragam, serta ulasan yang diduga diberikan sebagai bagian dari imbalan atau promosi tertentu.

Lazada Dalam ketentuan Lazada, ulasan dipandang sebagai konten yang dibuat oleh pengguna dan dituntut untuk merepresentasikan pengalaman nyata pengguna. Oleh karena itu, segala bentuk konten yang menyesatkan maupun manipulatif, termasuk ulasan produk yang tidak sesuai dengan fakta, tidak diperkenankan. Evaluasi terhadap konten ulasan dilaksanakan melalui sistem moderasi dan prosedur pelaporan. Dalam hal terbukti terjadi pelanggaran, Lazada dapat mengambil langkah penegakan berupa penghapusan ulasan, pembatasan aktivitas akun, maupun penerapan sanksi administratif lain sesuai ketentuan. Ulasan dengan narasi promosi berlebihan, pengulangan pola bahasa yang sama, serta komentar yang kurang menunjukkan pengalaman penggunaan barang secara nyata.

Tokopedia Tokopedia menghubungkan ulasan langsung dengan transaksi yang benar-benar terjadi, jadi hanya pembeli yang sudah melakukan pembelian yang bisa memberi ulasan. Jika ulasan tidak sesuai dengan kondisi barang atau hasil pembelian, maka ulasan tersebut bisa dianggap sebagai pelanggaran. Pengawasan dilakukan melalui sistem transaksi, Pusat Resolusi, serta evaluasi internal. Tindakan dapat berupa penghapusan ulasan, penahanan dana, hingga penutupan toko apabila pelanggaran dilakukan secara sistematis. Ulasan yang tidak sebanding dengan kualitas barang, serta dugaan transaksi semu yang bertujuan meningkatkan reputasi toko. Berdasarkan tabulasi tersebut, terlihat bahwa ketiga marketplace pada dasarnya telah memiliki pengaturan internal yang mengatur keberadaan ulasan produk sebagai sumber informasi bagi konsumen.



Meskipun demikian, terdapat perbedaan dalam tingkat ketegasan serta aspek teknis pengaturan di antara masing-masing marketplace. Shopee dan Tokopedia cenderung menerapkan ketentuan yang lebih rinci karena sistem ulasan memiliki peran strategis dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap penjual. Sebaliknya, Lazada menempatkan pengaturan ulasan sebagai bagian dari konten pengguna secara umum, sehingga mekanisme pengawasannya lebih banyak bertumpu pada proses administratif dan laporan dari pengguna. Dalam praktiknya, potensi terjadinya review palsu tidak dapat dipisahkan dari karakteristik sistem yang diterapkan oleh masing-masing marketplace. Pada platform dengan volume transaksi yang tinggi serta program promosi yang intensif, ulasan sering dimanfaatkan sebagai sarana untuk meningkatkan daya tarik produk. Kondisi tersebut membuka peluang terjadinya manipulasi ulasan, meskipun secara normatif praktik tersebut telah dilarang dalam kebijakan platform.

Hasil perbandingan yang disajikan dalam tabel menunjukkan adanya perbedaan pendekatan antar marketplace dalam mengelola dan mengawasi sistem ulasan produk. Untuk melengkapi analisis tersebut, selanjutnya disajikan diagram yang menggambarkan kecenderungan terjadinya review palsu serta jenis produk yang paling sering terlibat pada masing-masing platform [19].

□

Berdasarkan bagan tersebut dapat diketahui adanya perbedaan tingkat intensitas kemunculan review palsu pada masing-masing marketplace. Shopee menunjukkan nilai indeks paling tinggi, diikuti oleh Lazada, sementara Tokopedia berada pada posisi terendah. Susunan ini menggambarkan bahwa praktik atau indikasi ulasan yang tidak autentik lebih sering ditemukan pada Shopee dibandingkan dua marketplace lainnya. Kondisi tersebut tidak dapat dimaknai secara sederhana sebagai lemahnya tanggung jawab hukum salah satu platform, melainkan perlu dilihat dalam konteks yang lebih luas. Marketplace dengan jumlah pengguna dan transaksi yang lebih besar cenderung memiliki peluang lebih tinggi terhadap penyalahgunaan fitur ulasan, termasuk pembuatan review palsu. Sebaliknya, indeks yang lebih rendah pada Tokopedia dapat dipengaruhi oleh perbedaan sistem moderasi, karakteristik pengguna, maupun mekanisme evaluasi ulasan yang diterapkan. Dengan demikian, bagan ini menunjukkan bahwa review palsu merupakan risiko yang melekat dalam seluruh ekosistem marketplace, meskipun tingkat kemunculannya tidak sama. Temuan ini sekaligus menegaskan pentingnya peran aktif marketplace dalam mengelola sistem ulasan secara bertanggung jawab, agar informasi yang diterima konsumen tetap mencerminkan kondisi produk yang sebenarnya dan tidak menimbulkan kerugian dalam proses transaksi [20].



□

Berdasarkan bagan tersebut, dapat dipahami bahwa praktik review palsu tidak terjadi secara proporsional pada seluruh kategori produk. Produk fashion menempati posisi paling menonjol, yang mengindikasikan bahwa kategori ini paling sering dikaitkan dengan ulasan yang tidak sepenuhnya menggambarkan kondisi barang yang sebenarnya. Fenomena ini dapat

dijelaskan karena produk fashion sangat dipengaruhi oleh aspek visual, tren yang berkembang, serta penilaian subjektif konsumen. Akibatnya, ulasan bernada positif memiliki daya pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian, sehingga tidak jarang dimanfaatkan sebagai strategi untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar. Kategori produk murah atau tanpa merek berada pada tingkat yang juga cukup tinggi, diikuti oleh kosmetik/skincare dan elektronik berukuran kecil. Produk-produk tersebut umumnya memiliki perputaran transaksi yang cepat dan nilai risiko yang relatif rendah bagi pembeli, sehingga konsumen cenderung kurang kritis terhadap keaslian ulasan. Kondisi ini membuka ruang bagi penjual untuk memanipulasi penilaian demi meningkatkan daya saing produk. Sebaliknya, produk rumah tangga menunjukkan tingkat yang lebih rendah, yang dapat dikaitkan dengan karakter produknya yang lebih mengutamakan fungsi dan kegunaan jangka panjang, sehingga konsumen biasanya lebih selektif dan berhati-hati dalam menilai ulasan. Secara keseluruhan, bagan ini memperlihatkan bahwa tingginya potensi review palsu sangat dipengaruhi oleh karakteristik produk dan cara konsumen menilai kualitas barang.

Produk yang bersifat trend-driven dan mudah dipasarkan secara visual cenderung lebih rentan terhadap penyalahgunaan ulasan dibandingkan produk yang menitikberatkan pada aspek fungsional dan kebutuhan praktis [20].

Dengan demikian, diagram tersebut memperkuat temuan bahwa praktik review palsu tidak hanya bergantung pada platform marketplace, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh jenis produk yang diperdagangkan. Produk dengan harga terjangkau, mudah dijual, dan memiliki standar kualitas yang subjektif cenderung menjadi sasaran utama manipulasi ulasan, sehingga memerlukan pengawasan yang lebih ketat serta perlindungan konsumen yang lebih efektif [21].

IV KESIMPULAN

Dari uraian mengenai perlindungan hukum represif terhadap konsumen akibat praktik review palsu, dapat dipahami bahwa hukum positif di Indonesia sebenarnya telah menyediakan dasar yang memadai untuk menindak pelanggaran setelah kerugian terjadi. Ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, serta prinsip perbuatan melawan hukum dalam hukum perdata membuka ruang bagi konsumen untuk menuntut pemulihan haknya.



Konsumen yang mengalami kerugian tidak hanya berhak menuntut kompensasi atas kerugian yang diderita, tetapi juga memiliki dasar hukum untuk mendorong penjatihan sanksi terhadap pelaku usaha yang terbukti menyebarkan informasi menyesatkan melalui ulasan palsu. Walaupun secara normatif instrumen perlindungan tersebut telah diatur, implementasinya dalam praktik masih menemui sejumlah kendala, terutama dalam hal pembuktian serta penentuan subjek hukum yang bertanggung jawab. Situasi ini mencerminkan bahwa mekanisme perlindungan hukum yang bersifat represif belum sepenuhnya mampu mewujudkan keadilan secara optimal bagi konsumen.

Dalam kerangka perlindungan hukum yang bersifat preventif, marketplace memegang peran strategis dalam mengantisipasi munculnya review palsu sebelum menimbulkan kerugian bagi konsumen. Shopee, Lazada, dan Tokopedia pada prinsipnya telah menetapkan ketentuan internal yang melarang penyusunan ulasan yang tidak sesuai dengan fakta, serta menyediakan mekanisme pengawasan dan pelaporan terhadap konten ulasan.

Meskipun demikian, variasi kebijakan dan intensitas pengawasan yang diterapkan oleh masing-masing platform menunjukkan bahwa langkah pencegahan tersebut belum dilaksanakan secara konsisten dan merata. Selain itu, kecenderungan review palsu juga dipengaruhi oleh jenis produk tertentu yang lebih mudah dimanipulasi melalui ulasan. Oleh karena itu, perlindungan preventif melalui penguatan kebijakan internal marketplace menjadi sangat penting sebagai langkah awal untuk menjaga kepercayaan konsumen. Dengan adanya upaya pencegahan yang efektif, perlindungan hukum terhadap konsumen tidak hanya bergantung pada penegakan hukum setelah terjadi pelanggaran, tetapi juga mampu meminimalkan potensi kerugian sejak awal transaksi.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan karya ilmiah ini dengan baik. Tanpa izin dan pertolongan-Nya, proses penyusunan penelitian ini tidak akan berjalan sebagaimana mestinya. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada orang tua tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral, serta motivasi tanpa henti. Dukungan dan pengorbanan yang diberikan menjadi sumber kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan setiap tahapan penulisan karya ilmiah ini. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Sidoarjo beserta seluruh civitas akademika yang telah memberikan fasilitas, ilmu pengetahuan, serta lingkungan akademik yang kondusif. Bimbingan dan arahan yang diberikan selama masa studi sangat berarti dan berperan penting dalam menunjang penyelesaian karya ilmiah ini.

Referensi Jurnal Ilmiah Dan Berita

[1]M.



Ahnan,

“Rekayasa Penilaian di Online Shop : Studi Perbandingan Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Positif Indonesia,” vol. 4, no. 2, 2024.

[2]A. N. Hayati,



PALSU DI PLATFORM DIGITAL: PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DAN PELAKU

USAHA".

[3]Y. Wardiyanti, "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia".

[4]P. R. Dawa dan E. U. Wohon, "Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Yang Mengalami Kerugian Akibat Ulasan Negatif di Media Sosial," vol. 3, no. 5, 2025.

[5]M. M. Haikal, S. Refina, dan A. A. Faizy, "PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP TESTIMONI PALSU DALAM TRANSAKSI DI E-COMMERCE," vol. 2, 2024.

[6]A. H. H. Hasibuan dan Y. A. Rasyid, "Legal Protection for Consumers Against Fake Reviews on E-Commerce Platforms: The Perspective of Consumer Protection Laws".

[7]Sutrisno, "Tinjauan



Hukum Atas Penyalahgunaan Ulasan Konsumen (Fake Reviews) Dalam Platform Perdagangan

Elektronik,"



Al-Zayn J. Ilmu Sos. Huk., vol. 3, no. 3, hlm. 1740–1749, Jun 2025, doi: 10.61104/alz.v3i3.1519.

[8]A. Kholilulloh, "Waspada! Penipuan Jual Beli Review Online Palsu - Bangbara," Waspada! Penipuan Jual Beli Review Online Palsu - Bangbara. Diakses: 10 Desember 2025. [Daring].

Tersedia pada: <https://www.bangbara.com/gaya-hidup/36914356516/waspada-penipuan-jual-beli-review-online-palsu>

[9]Sutrisno, "Tinjauan



Hukum Atas Penyalahgunaan Ulasan Konsumen (Fake Reviews) Dalam Platform Perdagangan

Elektronik,"

Al-Zayn J. Ilmu Sos. Huk., vol. 3, no. 3, hlm. 1740–1749, Jun 2025, doi: 10.61104/alz.v3i3.1519.

[10]antaranews.com,

"Cara kenali 'fake review' di e-commerce," Antara News. Diakses: 10 Desember 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.antaranews.com/berita/4764057/cara-kenali-fake-review-di-e-commerce>

[11]E. Radiansyah, "PENGARUH ULASAN PALSU PADA KONSUMEN: TINJAUAN LITERATUR DAN ARAH PENELITIAN MASA DEPAN,"



KALIANDA HALOK GAGAS, vol. 5, no. 1, hlm. 42–49, Jul 2022, doi: 10.52655/khg.v5i1.47.

[12]"e39ab-uu-nomor-8-tahun-1999.

"

[13]S. K. Harahap, "Analisis Kewenangan Pengadilan Terhadap Putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Dalam Perlindungan Konsumen,"



J. USM LAW Rev., vol. 7, no. 2, hlm. 1018–1034, Jul 2024, doi: 10.26623/julr.v7i2.9262.

[14]M. Y. S. Mewu dan K. J. Mahadewi,

"Perlindungan



Konsumen

Dalam Pembelian Produk Online: Analisis Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen di



Indonesia,"

vol. 7, no. 1, 2023.

[15]H. Khatimah, "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE DI APLIKASI LAZADA DAN SHOPEE,"



Lex LATA, vol. 4, no. 3, Feb 2023, doi: 10.28946/lexl.v4i3.1757.

[16]"Peraturan Komunitas | Pusat Bantuan Shopee ID." Diakses: 20 Januari 2026. [Daring]. Tersedia pada: <https://help.shopee.co.id/portal/4/article/73507-Peraturan-Komunitas>[17]"Help Center." Diakses: 20 Januari 2026. [Daring]. Tersedia pada: https://helpcenter.lazada.co.id/s/faq/knowledge?categoryId=101399397&m_station=faq&questionId=k020000000000000000000000000000a5r[18]"Term & Condition | Tokopedia." Diakses: 19 Januari 2026. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.tokopedia.com/terms?lang=id#ketentuan-lain>

[19]A. H. H. Hasibuan dan Y. A. Rasyid, "Legal Protection for Consumers Against Fake Reviews on E-Commerce Platforms: The Perspective of Consumer Protection Laws".
[20]Y. Wu, E. W. T. Ngai, P. Wu, dan C. Wu, "Fake online reviews: Literature review, synthesis, and directions for future research," Decis. Support Syst., vol. 132,



hlm. 113280, Mei 2020, doi: 10.1016/j.dss.2020.113280.
[21]K. Purifyregalia, K. Umam, N. C. H. Wibowo, dan M. R. Handayani,

"Detecting Fake Reviews in E-Commerce:



doi.org | Implementasi Model BERT dalam Deteksi Ulasan Palsu Pada Platform TikTok Shop Produk Fashion
<https://doi.org/10.70248/jrsit.v3i2.3202>

A Case Study on Shopee Using Support Vector Machine and Random

Forest," vol. 9, no. 3.