

Urgensi Pengembangan Regulasi Perlindungan Konsumen Terhadap Praktik Fake Review dalam Platform E-Commerce di Era Digital

Hadi Nur Ikhwan¹, Fendi Setyawan², Ermanto Fahamsyah³

^{1,2,3}Magister Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Jember, Indonesia

Email : ikhwanman4@gmail.com¹, fendisetyawan.fh@unej.ac.id², ermanto.fh@unej.ac.id³

Article History:

Received: 05 April 2026

Revised: 16 Mei 2026

Accepted: 30 Mei 2026

Keywords: *Perlindungan Konsumen, Fake Review, E-Commerce, Regulasi Digital, Tanggung Jawab Platform.*

Abstract: *Perkembangan perdagangan berbasis digital melalui platform e-commerce telah mengubah cara konsumen memperoleh informasi sebelum melakukan transaksi. Ulasan konsumen (review) menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian. Namun, praktik fake review yang semakin marak justru menimbulkan persoalan baru, karena informasi yang disajikan tidak lagi mencerminkan kondisi yang sebenarnya. Hal ini berpotensi merugikan konsumen sekaligus mengganggu persaingan usaha yang sehat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji urgensi pengembangan regulasi perlindungan konsumen terhadap praktik fake review dalam platform e-commerce. Metode yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Hasil kajian menunjukkan bahwa pengaturan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik masih bersifat umum dan belum mampu menjangkau secara spesifik praktik fake review. Kondisi ini menimbulkan kesulitan dalam penegakan hukum serta ketidakjelasan tanggung jawab para pihak, khususnya platform digital. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan regulasi yang lebih adaptif melalui penegasan definisi fake review, penguatan tanggung jawab platform, serta mekanisme pengawasan dan penegakan hukum yang efektif. Upaya tersebut diharapkan mampu memberikan perlindungan hukum yang lebih optimal bagi konsumen dalam ekosistem perdagangan digital.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola interaksi ekonomi masyarakat, khususnya dalam kegiatan perdagangan melalui platform *e-commerce*. Transformasi ini ditandai dengan meningkatnya kemudahan akses, efisiensi transaksi, serta perluasan jangkauan pasar tanpa batas geografis. Dalam ekosistem *e-*

commerce, informasi menjadi elemen yang sangat krusial, karena konsumen tidak lagi berinteraksi secara langsung dengan produk maupun penjual. Oleh karena itu, konsumen sangat bergantung pada informasi yang tersedia secara digital, salah satunya melalui ulasan atau *review* dari pengguna lain.¹

Ulasan konsumen (*consumer review*) pada platform *e-commerce* pada dasarnya berfungsi sebagai sarana berbagi pengalaman sekaligus menjadi referensi bagi calon pembeli dalam mengambil keputusan. Dalam praktiknya, *review* sering kali menjadi indikator utama dalam menilai kualitas produk maupun reputasi pelaku usaha. Namun demikian, perkembangan ini juga diiringi dengan munculnya fenomena *fake review*, yaitu ulasan palsu yang dibuat secara sengaja untuk memanipulasi persepsi konsumen. *Fake review* dapat berupa ulasan positif yang dibuat untuk meningkatkan citra produk secara tidak wajar, maupun ulasan negatif yang bertujuan menjatuhkan pesaing.²

Praktik *fake review* tidak hanya mencederai prinsip kejujuran dalam perdagangan, tetapi juga berpotensi menimbulkan kerugian bagi konsumen. Konsumen yang mengandalkan informasi yang tidak akurat dapat mengambil keputusan yang keliru, sehingga mengalami kerugian baik secara finansial maupun non-finansial. Selain itu, praktik ini juga menciptakan distorsi dalam persaingan usaha yang sehat, karena pelaku usaha yang jujur menjadi dirugikan oleh praktik manipulatif tersebut. Dengan demikian, *fake review* tidak hanya menjadi persoalan etika bisnis, tetapi juga merupakan isu hukum yang memerlukan perhatian serius.³

Dalam perspektif hukum positif di Indonesia, perlindungan terhadap konsumen pada dasarnya telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menegaskan bahwa konsumen berhak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Di samping itu, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik juga memberikan landasan hukum terkait penggunaan dan penyebaran informasi dalam media elektronik. Kedua regulasi tersebut secara normatif telah memberikan dasar perlindungan terhadap informasi yang menyesatkan.

Namun demikian, jika ditelaah lebih lanjut, pengaturan yang ada masih bersifat umum dan belum secara spesifik mengakomodasi fenomena *fake review* dalam platform *e-commerce*. Tidak adanya definisi yang jelas mengenai *fake review*, serta belum diaturnya secara tegas mengenai bentuk-bentuk perbuatan yang termasuk dalam kategori tersebut, menyebabkan kesulitan dalam penegakan hukum. Selain itu, mekanisme pembuktian terhadap praktik *fake review* juga masih menjadi tantangan, mengingat sifatnya yang dilakukan secara digital dan sering kali melibatkan akun anonim atau pihak ketiga.⁴

Kelemahan lainnya terletak pada belum optimalnya pengaturan mengenai tanggung jawab platform *e-commerce* sebagai penyelenggara sistem elektronik. Dalam praktiknya, platform memiliki peran strategis dalam mengelola, menampilkan, dan bahkan memoderasi konten ulasan konsumen. Namun, tanggung jawab hukum platform dalam mencegah dan menanggulangi *fake review* masih belum diatur secara tegas. Hal ini menimbulkan kekosongan norma yang berpotensi melemahkan perlindungan konsumen di era digital.⁵

Di sisi lain, perkembangan ekonomi digital yang semakin pesat menuntut adanya regulasi yang adaptif dan responsif terhadap dinamika teknologi. Ketidaksesuaian antara perkembangan

¹ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia*, (Bandung: Nusa Media, 2017), hlm. 45.

² OECD, *Consumer Policy and Enforcement in the Digital Marketplace*, (Paris: OECD Publishing, 2016), hlm. 23.

³ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: Grasindo, 2014), hlm. 78.

⁴ Edmon Makarim, *Pengantar Hukum Telematika*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013), hlm. 112.

⁵ Budi Agus Riswandi, *Hukum dan Internet di Indonesia*, (Yogyakarta: UII Press, 2016), hlm. 89.

praktik di lapangan dengan regulasi yang ada menunjukkan adanya *legal gap* yang perlu segera diatasi. Tanpa adanya pembaruan regulasi, praktik *fake review* berpotensi semakin meluas dan sulit dikendalikan, sehingga dapat mengurangi tingkat kepercayaan konsumen terhadap platform *e-commerce* secara keseluruhan.⁶

Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengaturan hukum yang ada saat ini belum memadai dalam memberikan perlindungan yang efektif terhadap konsumen dari praktik *fake review*. Oleh karena itu, diperlukan adanya pengembangan regulasi hukum perlindungan konsumen yang lebih komprehensif dan spesifik. Pengembangan tersebut dapat mencakup perumusan definisi *fake review*, pengaturan mengenai tanggung jawab pelaku usaha dan platform digital, mekanisme pengawasan dan verifikasi ulasan, serta penegakan hukum yang efektif melalui pemberian sanksi yang tegas.

Dengan demikian, urgensi pengembangan regulasi perlindungan konsumen terhadap praktik *fake review* dalam platform *e-commerce* di era digital menjadi suatu keniscayaan. Upaya ini tidak hanya bertujuan untuk melindungi konsumen dari informasi yang menyesatkan, tetapi juga untuk menciptakan ekosistem perdagangan digital yang adil, transparan, dan berkeadilan. Selain itu, pengembangan regulasi yang tepat diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap transaksi elektronik serta mendorong pertumbuhan ekonomi digital yang berkelanjutan.

Permasalahan

1. Bagaimana pengaturan hukum perlindungan konsumen terhadap praktik *fake review* dalam platform *e-commerce* di Indonesia?
2. Mengapa diperlukan pengembangan regulasi perlindungan konsumen terhadap praktik *fake review* dalam platform *e-commerce* di era digital?

METODE PENULISAN

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif yang berfokus pada analisis terhadap norma hukum yang mengatur perlindungan konsumen dalam konteks praktik *fake review* pada platform *e-commerce*. Pendekatan yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah berbagai ketentuan hukum yang relevan, khususnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.⁷

Bahan hukum yang digunakan terdiri atas bahan hukum primer, yaitu peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan transaksi elektronik, serta bahan hukum sekunder berupa buku, jurnal ilmiah, dan hasil penelitian yang relevan dengan topik *fake review*.⁸ Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*), sedangkan analisis bahan hukum dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan metode penafsiran hukum untuk mengidentifikasi kelemahan pengaturan yang ada serta merumuskan pengembangan regulasi yang diperlukan.⁹

⁶ UNCTAD, *Manual on Consumer Protection*, (New York: United Nations, 2017), hlm. 56

⁷ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 133.

⁸ Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015), hlm. 13.

⁹ Johnny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, (Malang: Bayumedia, 2013), hlm. 57.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaturan hukum perlindungan konsumen terhadap praktik *fake review* dalam platform *e-commerce* di Indonesia

Pengaturan hukum perlindungan konsumen terhadap praktik *fake review* dalam platform *e-commerce* di Indonesia pada dasarnya belum diatur secara khusus dalam satu ketentuan yang eksplisit. Namun demikian, beberapa peraturan perundang-undangan telah memberikan dasar normatif yang dapat digunakan untuk menilai dan menindak praktik tersebut.¹⁰

Secara fundamental, *fake review* melanggar Pasal 4 huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang menjamin hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa. Pelaku usaha dilarang memproduksi atau mengedarkan pernyataan yang menyesatkan. Tindakan mengunggah ulasan palsu dapat dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap Pasal 9 ayat (1) huruf k UUPK, yang melarang pelaku usaha menawarkan barang/jasa dengan cara menjanjikan sesuatu yang tidak benar.

Selain UUPK, praktik ini bersinggungan erat dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah terakhir kali dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 (UU ITE). Penyebaran ulasan palsu yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik dapat dijerat dengan Pasal 28 ayat (1) UU ITE yang menyatakan:

"Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik."

Pelanggaran terhadap pasal ini diancam dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

Platform *e-commerce* sebagai PPMSE memiliki tanggung jawab untuk memastikan keandalan sistem elektronik mereka. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, penyelenggara wajib mengoperasikan sistem elektronik secara andal, aman, dan bertanggung jawab. Jika platform membiarkan adanya manipulasi ulasan secara masif tanpa upaya moderasi, platform tersebut dapat dianggap lalai dalam menyediakan informasi yang akurat bagi pengguna, yang secara spesifik diatur pula dalam PP Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Meskipun demikian, pengaturan yang ada masih bersifat umum dan belum secara tegas mengatur mengenai definisi, bentuk, maupun mekanisme penanganan *fake review*. Kondisi ini menimbulkan kesulitan dalam penegakan hukum, terutama dalam pembuktian dan penentuan pihak yang bertanggung jawab. Selain itu, belum terdapat pengaturan yang jelas mengenai tanggung jawab platform *e-commerce* dalam mengawasi dan mengendalikan konten ulasan yang beredar.¹¹

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengaturan hukum perlindungan konsumen terhadap praktik *fake review* di Indonesia masih bersifat parsial dan belum memadai, sehingga diperlukan pengaturan yang lebih spesifik untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan yang efektif bagi konsumen.

Pengembangan regulasi perlindungan konsumen terhadap praktik *fake review* dalam platform *e-commerce* di era digital

Transformasi digital dalam sektor perdagangan telah menempatkan sistem ulasan (review system) sebagai instrumen sentral dalam pembentukan kepercayaan konsumen. Dalam transaksi

¹⁰ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: Grasindo, 2014), hlm. 45.

¹¹ Edmon Makarim, *Pengantar Hukum Telematika*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013), hlm. 120.

elektronik, konsumen tidak memiliki akses fisik terhadap barang yang diperjualbelikan, sehingga ketergantungan terhadap informasi digital menjadi sangat dominan. Ulasan konsumen berfungsi sebagai representasi reputasi pelaku usaha sekaligus indikator kualitas produk. Dalam kondisi demikian, praktik fake review tidak hanya melanggar etika bisnis, tetapi juga berimplikasi pada pelanggaran hak konsumen atas informasi yang benar dan jujur.

Hak tersebut secara tegas dijamin dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Ketentuan ini menegaskan bahwa informasi merupakan elemen fundamental dalam perlindungan konsumen. Celina Tri Siwi Kristiyanti menekankan bahwa hak atas informasi merupakan instrumen korektif terhadap ketimpangan posisi tawar antara pelaku usaha dan konsumen.¹² Namun, konstruksi normatif UUPK masih disusun dalam kerangka transaksi konvensional, sehingga belum sepenuhnya menjawab persoalan manipulasi informasi berbasis algoritma.

Dalam konteks transaksi elektronik, larangan penyebaran informasi bohong memang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua UU ITE. Akan tetapi, norma tersebut masih bersifat umum dan belum secara eksplisit mengatur manipulasi sistem ulasan yang dilakukan secara sistemik dalam platform e-commerce.

Dalam literatur internasional, praktik ulasan palsu dikualifikasikan sebagai bentuk *misleading commercial practice*. Geraint Howells dan Stephen Weatherill menjelaskan bahwa distorsi informasi dalam pasar digital berpotensi merusak mekanisme kompetisi dan menciptakan ketidakadilan pasar.¹³ Sejalan dengan itu, penelitian terbaru dalam *Journal of Consumer Policy* menunjukkan bahwa paparan terhadap ulasan palsu secara signifikan memengaruhi persepsi kualitas dan niat beli konsumen.¹⁴

Persoalan berikutnya berkaitan dengan posisi platform e-commerce. Dalam praktiknya, platform memiliki kontrol terhadap algoritma, sistem pemeringkatan, dan kebijakan moderasi konten. Christoph Busch berpendapat bahwa dalam ekonomi platform, batas antara perantara pasif dan pelaku usaha aktif menjadi semakin kabur, sehingga diperlukan perluasan konsep *intermediary liability*.¹⁵ Dalam konteks hukum nasional, definisi pelaku usaha dalam UUPK memiliki cakupan luas yang memungkinkan platform dikualifikasikan sebagai subjek yang bertanggung jawab. Oleh karena itu, pengembangan regulasi ke depan perlu menegaskan kewajiban kehati-hatian (*duty of care*) bagi platform dalam menjaga integritas sistem ulasan.

Perkembangan regulasi di Uni Eropa melalui Digital Services Act menunjukkan pendekatan yang lebih progresif, dengan menekankan kewajiban *due diligence*, transparansi algoritma, dan manajemen risiko sistemik.¹⁶ Model ini dapat menjadi rujukan dalam merumuskan pembaruan hukum nasional. Dari perspektif teori hukum, Satjipto Rahardjo menegaskan bahwa hukum harus berfungsi melindungi pihak yang lemah dalam struktur sosial.¹⁷ Dalam transaksi digital, konsumen berada pada posisi asimetris akibat keterbatasan akses terhadap sistem internal platform. Dengan demikian, intervensi regulatif menjadi instrumen untuk memulihkan keseimbangan tersebut.

¹² Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2022), 32–35.

¹³ Geraint Howells dan Stephen Weatherill, *Consumer Protection Law*, 3rd ed. (London: Routledge, 2023), 412–415.

¹⁴ Olga Lobel, “The Law of Online Ratings and Reviews,” *Journal of Consumer Policy* 46, no. 2 (2023): 245–247.

¹⁵ Christoph Busch, “Regulating Digital Platforms in the Interest of Consumers,” *Journal of European Consumer and Market Law* 11, no. 3 (2022): 95–99.

¹⁶ Digital Services Act, Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022, art. 34–35.

¹⁷ Christoph Busch, “Regulating Digital Platforms in the Interest of Consumers,” *Journal of European Consumer and Market Law* 11, no. 3 (2022): 95–99.

Berdasarkan analisis tersebut, pembaruan regulasi terhadap praktik *fake review* perlu diarahkan pada pengaturan yang lebih eksplisit, sistematis, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi, guna menjamin kepastian hukum sekaligus menjaga integritas ekosistem perdagangan digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan, pengaturan hukum perlindungan konsumen terhadap praktik *fake review* dalam platform e-commerce di Indonesia pada dasarnya belum diatur secara eksplisit dalam satu norma khusus, melainkan masih tersebar dalam beberapa ketentuan umum. Perlindungan terhadap hak konsumen atas informasi yang benar dan jujur telah dijamin dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, khususnya terkait hak atas informasi dan kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik. Selain itu, larangan penyebaran informasi bohong dan menyesatkan dalam transaksi elektronik diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua UU ITE. Namun demikian, pengaturan tersebut masih bersifat umum dan belum secara spesifik menjangkau praktik manipulasi sistem ulasan digital yang dilakukan secara terstruktur dalam platform e-commerce. Kondisi ini menimbulkan kekosongan norma pada tataran teknis-operasional serta berpotensi menimbulkan ketidakpastian hukum dalam aspek penegakan dan pertanggungjawaban platform.

Pengembangan regulasi perlindungan konsumen terhadap praktik *fake review* menjadi kebutuhan mendesak karena karakter transaksi digital yang berbasis reputasi dan algoritma menciptakan ketergantungan tinggi konsumen terhadap informasi ulasan. Praktik manipulasi ulasan tidak hanya merugikan konsumen secara individual, tetapi juga merusak mekanisme persaingan usaha yang sehat dan menurunkan tingkat kepercayaan publik terhadap ekosistem perdagangan elektronik. Oleh karena itu, diperlukan pembaruan regulasi yang lebih adaptif melalui perumusan norma khusus mengenai manipulasi ulasan digital, penegasan kewajiban kehati-hatian (*duty of care*) bagi platform e-commerce, penerapan mekanisme verifikasi ulasan, serta penguatan pengawasan oleh otoritas terkait. Dengan demikian, hukum tidak hanya berfungsi represif, tetapi juga preventif dalam menjaga integritas sistem perdagangan digital dan memberikan kepastian serta perlindungan hukum yang efektif bagi konsumen di era ekonomi digital.

DAFTAR REFERENSI

- Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia*, (Bandung: Nusa Media, 2017)
- OECD, *Consumer Policy and Enforcement in the Digital Marketplace*, (Paris: OECD Publishing, 2016)
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: Grasindo, 2014)
- Edmon Makarim, *Pengantar Hukum Telematika*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013)
- Budi Agus Riswandi, *Hukum dan Internet di Indonesia*, (Yogyakarta: UII Press, 2016)
- UNCTAD, *Manual on Consumer Protection*, (New York: United Nations, 2017)
- Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Kencana, 2017)
- Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015)
- Johnny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, (Malang: Bayumedia, 2013)
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2022),

-
- Geraint Howells dan Stephen Weatherill, *Consumer Protection Law*, 3rd ed. (London: Routledge, 2023)
- Olga Lobel, “The Law of Online Ratings and Reviews,” *Journal of Consumer Policy* 46, no. 2 (2023)
- Christoph Busch, “Regulating Digital Platforms in the Interest of Consumers,” *Journal of European Consumer and Market Law* 11, no. 3 (2022)
- Digital Services Act, Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022