ARIYAH
JURNAL HUKUM EKONOMI BISNIS
DOI: 10.61930/ariyah
Diterbitkan oleh: Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri

Perlindungan Konsumen terhadap Rating dan Review Palsu pada Platform E-Commerce: Analisis Hukum Praktik Perdagangan Digital di Indonesia

Afi Nadya[1], Tiyas Vika Widyastuti[2], Muhammad Wildan[3]
[1, 2, 3] Fakultas Hukum, Universitas Pancasakti Tegal
Email: afinadya0@gmail.com, tyasvika_widyastuti@upstegal.ac.id, wildanmuhammad46@gmail.com

Abstract

The expansion of e-commerce platforms has significantly altered consumer purchasing behavior, particularly through the use of rating and review systems as primary decision-making tools. However, the manipulation of ratings and the use of fake reviews have become legal issues that mislead consumers and threaten fairness in digital trade. This study analyzes consumer legal protection against fake rating and review practices under Indonesian law and examines the legal responsibilities of business actors and e-commerce platforms. Using by applying a normative legal research method with statutory and conceptual perspectives, the study indicates that fake rating and review practices constitute unlawful acts and/or contractual violations that give rise to civil liability. These practices fulfill the elements of unlawful conduct and may result in compensation obligations for business actors and/or e-commerce platforms. Furthermore, e-commerce platforms are not merely passive intermediaries but have legal obligations to ensure the reliability of information within their systems. Accordingly, stronger regulatory frameworks and enhanced platform accountability are necessary to ensure effective consumer protection in digital commerce.

Keywords: *Consumer Prtection, E-Commerce, Manipulation Of Ratings And Reviews, Unlawful Acts, Civil Liability.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji perlindungan hukum konsumen terhadap praktik rating dan review palsu berdasarkan hukum positif Indonesia, serta menganalisis tanggung jawab hukum pelaku usaha dan platform e-commerce. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Temuan penelitian menunjukkan bahwa praktik manipulasi rating dan review palsu dapat dikategorikan sebagai perbuatan melawan hukum dan/atau wanprestasi yang menimbulkan tanggung jawab perdata. Praktik tersebut memenuhi unsur perbuatan melawan hukum dan mengakibatkan kewajiban ganti rugi bagi pelaku usaha dan/atau platform e-commerce. Di samping itu, platform e-commerce berkewajiban menjamin keandalan informasi dalam sistemnya guna memberikan perlindungan kepada konsumen.dan menimbulkan tanggungjawab perdata berupa kewajiban ganti rugi bagi pelaku usaha dan platform e-commerce sekaligus. Selain itu,, platform e-commerce memiliki kewajiban untuk menjamin

keandalan informasi dalam sistemnya guna memberikan perlindungan konsumen yang efektif dan menciptakan kepastian hukum dalam transaksi elektronik.

Kata Kunci: *Perlindungan Konsumen, E-Commerce, Rating Dan Review Palsu, Perbuatan Melawan Hukum, Tanggung Jawab Perdata.*

Pendahuluan

Internet pada mulanya dimanfaatkan untuk pertukaran informasi dan pengetahuan antarlembaga, pusat-pusat penelitian, serta institusi budaya. Fungsi awal tersebut kemudian berkembang menjadi sarana utama pendukung kegiatan bisnis antarnegara melalui pertukaran aset atau jasa, baik berwujud maupun tidak berwujud. Perkembangan teknologi yang pesat turut memengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan masyarakat modern. Contoh aplikatifnya tampak pada praktik perdagangan yang berlangsung melalui medium daring, lazim disebut *e-commerce* atau aplikasi belanja online (Zuleika et al., 2024).

Aktivitas ekonomi sebelum hadirnya teknologi internet dijalankan secara manual. Transaksi jual beli umumnya menuntut pertemuan langsung antara penjual dan pembeli. Perkembangan internet dan teknologi yang pesat mengubah pola tersebut, sehingga interaksi tatap muka berangsur menurun dan digantikan oleh transaksi daring melalui *e-commerce* (Tama, 2018). Perilaku transaksi online tidak terbatas pada Indonesia, melainkan terjadi secara global karena konsumen merasa lebih nyaman dan hemat waktu dibandingkan berbelanja secara luring.

Platform digital tidak hanya memfasilitasi pembelian barang, melainkan juga mencakup transfer dana ke akun lain, pembelian layanan tertentu, serta berbagai aktivitas ekonomi lain yang dapat dilakukan secara online atau digital (Ferenanda & Prastyanti, 2024). Peningkatan signifikan dalam penggunaan internet telah mendorong perubahan pasar digital global, di mana Indonesia menempati posisi sebagai salah satu pusat pasar *e-commerce* utama di Asia Tenggara. Pada tahun 2025, tercatat sebanyak 229,43 juta pengguna internet di Indonesia dengan tingkat penetrasi nasional mencapai 80,66%, yang mencerminkan besarnya basis konsumen digital yang siap memanfaatkan layanan berbasis daring (APJII, 2025).

Ekosistem ini menghadirkan beragam nilai tambah berupa kemudahan, kecepatan, dan efisiensi, yang memperpendek jarak antara produsen dan konsumen sekaligus memangkas biaya transaksi. Praktik jual beli online dalam konteks tersebut menempatkan “rating” dan “review” sebagai indikator reputasi yang menentukan persepsi kualitas produk, sehingga pelaku usaha berkepentingan untuk memperoleh penilaian terbaik guna memperkuat daya saing toko mereka.

Dalam praktik perdagangan elektronik, review konsumen memiliki posisi strategis sebagai sumber informasi utama sebelum konsumen mengambil keputusan pembelian. Informasi yang bersumber dari pengalaman pengguna lain dipersepsikan lebih objektif dibandingkan iklan konvensional. Kondisi ini menyebab kan review dan rating tidak lagi bersifat pelengkap, melainkan faktor determinan yang membentuk

kepercayaan konsumen terhadap produk dan pelaku usaha (Solomon, 2017).

Ketidakmampuan konsumen untuk memeriksa barang atau jasa secara langsung dalam transaksi *e-commerce,* informasi yang disampaikan pelaku usaha dan review serta rating konsumen menjadi rujukan penting. lain sebagai sumber utama dalam pengambilan keputusan.

Dalam praktiknya, rating dan review palsu berpotensi menciptakan persepsi kualitas yang keliru terhadap suatu produk atau jasa. Konsumen cenderung mengandalkan informasi tersebut sebagai dasar pengambilan keputusan, sehingga manipulasi informasi tidak hanya melanggar hak kosnumen atas informasi yang benar, tetapi juga merusak prinsip keadilan dalam transaksi elektronik (Halipah et al., 2023).

Rating dan review berperan sebagai *user generated content* yang dinilai lebih objektif dibandingkan iklan konvensional karena berasal dari pengalaman konsumen lain. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa review daring berpengaruh besar terhadap keputusan konsumen saat melakukan pembelian, di mana review dan rating positif meningkatkan minat beli konsumen, sedangkan review negatif berdampak sebaliknya (Zhang et al., 2020). Namun, tingginya ketergantungan terhadap review dan rating ini juga membuka ruang terjadinya praktik manipulasi rating dan review palsu yang bertujuan menciptakan persepsi kualitas semu demi keuntungan ekonomi. Praktik ini berpotensi menyesatkan konsumen dan merusak kepercayaan publik terhadap ekosistem perdagangan digital (Hayati et al., 2023).

Mayoritas konsumen menelaah review, review, atau rating toko sebelum memutuskan pembelian, dengan perkiraan sekitar 60% pembeli melakukan langkah ini terlebih dahulu. Review positif berfungsi sebagai pendorong utama pertumbuhan toko karena membentuk persepsi kualitas dan meningkatkan kepercayaan pembeli. Praktik pemalsuan rating dan review tetap muncul sebagai persoalan serius yang sulit dihindari dalam ekosistem digital. Motif umumnya berkisar pada upaya menipu calon pembeli demi membangun citra merek yang tampak unggul di mata pasar, meskipun tidak selaras dengan kualitas sebenarnya. (Hayati et al., 2023).

Fenomena ini tidak bisa lepas ari karakteristek konsumen digital. Dalam konteks ini, review berfungsi sebagai *social proff* yang membentuk persepsi kualitas dan kepercayaan terhadap suatu produk. Ketika informasi tersebut dimanipulasi, maka proses pengambilan keputusan konsumen menjadi tidak rasional dan berpotensi menimbulkan kerugian secara ekonomis maupun psikologis (Kotler & Keller, 2016).

Apabila hak konsumen atas informasi yang akurat dan jujur dilanggar, hal ini berseberangan pada Pasal 4 huruf c dan Pasal 10 UUPK, serta memenuhi unsur pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 28 ayat (1) UU ITE dan sanksinya dikelola pada Pasal 45A ayat (1). Meskipun ada kerangka hukum yang tersedia, praktik pengendalian rating dan review terus marak dalam e-commerce, menunjukkan perbedaan antara peraturan dan implementasinya. Kajian perlindungan hukum konsumen sangat penting untuk menilai efektivitas regulasi dan memperkuat tanggung jawab pelaku usaha dan platform karena konsumen menghadapi kesulitan membedakan review asli dan palsu.

Penelitian ini berkonsentrasi pada pengaturan hukum dan mekanisme perlindungan konsumen di platform *e-commerce* karena manipulasi rating dan review palsu tidak hanya melanggar etika bisnis, tetapi juga memiliki konsekuensi hukum karena melanggar hak konsumen dan dapat dianggap yang mewakili unsur tindakan menyalahi hukum sesuai yang tertera pada Pasal 1365 KUH Perdata.

Metode Penelitian

Berdasarkan hukum primer dan sekunder dalam menganalisis ketentuan peraturan perundang-undangan dan konsep hukum secara kualitatif.

Pembahasan

1. Pengaturan perlindungan hukum konsumen terhadap praktik manipulasi rating dan review palsu sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia.

Dengan perkembangan e-commerce, review dan rating menjadi sumber utama informasi konsumen untuk pengambilan keputusan. Oleh karena itu, manipulasi terhadap rating dan review menimbulkan risiko hukum karena tidak mewakili kondisi barang atau jasa yang sebenarnya dan melanggar prinsip kejujuran dan transparansi.

Dalam sistem hukum positif Indonesia, pengaturan mengenai perlindungan konsumen terhadap praktik manipulasi rating dan review palsu telah dituangkan dalam berbagai peraturan perundang-undangan, baik yang bersifat umum maupun khusus. Ketentuan tersebut mencakup Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, serta Peraturan Pemerintah yang mengatur Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Regulasi ini menegaskan hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur, sekaligus menetapkan kewajiban serta tanggung jawab bagi pelaku usaha dan penyelenggara platform digital.

Pasal 1 angka 1 UU ITE menggambarkan bahwa informasi elektronik mencakup satu atau beberapa data elektronik, mencakup tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, serta data *electronic data interchange* (EDI), yang sudah dikelola sehingga mempunyai makna dan mampu dimengerti oleh individu yang kompeten.

Berdasarkan ketentuan tersebut, rating dan review dapat dikualifikasikan termasuk informasi elektronik karena data digital yang disusun secara sistematis, diproses, dan disajikan melalui sistem elektronik serta memiliki makna tertentu bagi penggunanya. Rating umumnya diwujudkan dalam bentuk simbol numerik atau bintang, sedangkan review merupakan narasi pengalaman yang disampaikan oleh konsumen. Keduanya merupakan representasi informasi yang berpengaruh terhadap penilaian dan persepsi konsumen terhadap suatu produk atau jasa.

Sebagai informasi elektronik, rating dan review mempunyai keunggulan pembuktian hukum Pasal 5 ayat (1) UU ITE menjelaskan bahwa informasi elektronik serta dokumen elektronik beserta salinannya

dapat digunakan sebagai alat bukti yang sah. Oleh karena itu, rating dan review memiliki peran ganda, yakni sebagai informasi pendukung sekaligus sebagai alat pembuktian dalam penuntasan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha.Jika rating dan review bersifat menyesatkan, maka hal tersebut dapat menimbulkan implikasi hukum yang signifikan. Informasi yang menyesatkan dapat mengakibatkan konsumen mengambil keputusan yang tidak rasional dan merugikan dirinya sendiri. Dalam hal ini informasi yang menyesatkan merupakan perbuatan melawan hukum.

Pasal 4 huruf c dan Pasal 7 huruf b Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha diwajibkan menyediakan informasi yang benar dan sesuai dengan fakta yang ada.mudah dipahami, dan disampaikan secara jujur kepada konsumen. Selain itu, informasi yang menyesatkan dapat dikualifikasikan sebagai perbuatan mengabaikan asas itikad baik sesuai dengan ketentuan Pasal 1338ayat (3) KUHPerdata.

Berdasarkan Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang disertai dengan ketentuan sanksi sebagaimana diatur dalam Pasal 45A ayat (1), setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen dalam transaksi elektronik dapat dikenai pidana penjara paling lama enam tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah). Praktik tersebut juga memenuhi unsur penyebaran informasi palsu sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) UU ITE, yang melarang setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan yang bersifat tidak benar sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen dalam transaksi elektronik.Dengan ini bahwa manipulasi rating dan review merupakan perbuatan melawan hukum karena memiliki unsur kesengajaan, penyebaran informasi yang tidak benar, serta adanya akibat kerugian konsumen.

Menurut PP Nomor 80 Tahun 2019 berkaitan dengan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE) menghasilkan kewajiban khusus kepada platform sebagai penyelenggara sistem elektronik. Dalm regulasi ini, penyelenggara platfom perdagangan elektronik tidak diposisikan semata-mata sebagai perantara teknologi, melainkan sebagai subjek hukum yang memiliki kewajiban normatif untuk menjamin terselenggaranya perdagangan elektronik yang trasnsparan, akuntabel, dan melindungi kepentingan konsumen. Pasal 14-16 PP PMSE mewajibkan platform menjaga akurasi informasi, memverifikasi pelaku usaha, menyediakan mekanisme pengaduan, serta mencegah penyalahgunaan sistem, termasuk praktik review dan rating palsu.

Dari perspektif perdata, Sutrisno (2025) menyatakan bahwa manipulasi rating dan review palsu memenuhi unsur kesalahan, kerugian, dan hubungan kausalitas, sehingga dapat dianggap sebagai wanprestasi maupun perbuatan yang bertentangan dengan hukum menurut Pasal 1365 KUH Perdata.

Dalam KUHPerdata perilaku yang berseberangan pada hukum dalam transaksi digital tidak hanya mencakup kegiatan akibat kelalaian fisik, tetapi juga karena kerugian yang timbul dari informasi digital yang menyesatkan, karena informasi tersebut merupakan bagian dari mekanisme pertukaran kehendak dalam kontrak elektronik. Dalam Pasal

1365 KUHPerdata menjelaskan perilaku menyalahi hukum yang mencakup kesalahan, kerugian, dan keterkaitan kausal dapat langsung diterapkan, misalnya ketika konsumen mengalami kerugian akibat informasi palsu atau manipulatif dari pelaku usaha.Hal ini menunjukkan bahwa kebenaran dan kejujuran informasi tersebut memengaruhi tindakan hukum konsumen *(legal act of consent)*.

Informasi menyesatkan mencakup seluruh konten elektronik yang memengaruhi persepsi konsumen, termasuk rating dan review otomatis maupun berbayar, sehingga bertentangan dengan prinsip itikad baik sebagaimana Pasal 1338 KUH Perdata yang menuntut kejujuran, terbuka, dan tidak melakukan apapun yang merugikan pihak lain.

Oktarindini et al (2023), menjelaskan bahwa keterbukaan dan kejujuran informasi merupakn unsur penting dalam menciptakan perjanjian yang adil "kurangnya keterbukaan informasi dapat menyebabkan pelanggaran asas itikad baik".

Manipulasi ini juga dipandang sebagai wanprestasi *(breach of contract)*. Dimana barang yang diterima tidak sesuai dengan review dan rating yang ada, hal ini memenuhi tindakan perbuatan melawan hukum (*tort*/delik perdata).

Dengan demikian, manipulasi rating dan review palsu menimbulkan pertanggungjawaban perdata, baik sebagai wanprestasi maupun perbuatan melawan hukum, karena Kewajiban pelaku usaha untuk menyediakan informasi yang tepat sebagaimana tercantum dalam perjanjian tidak dipenuhi.

Kualifikasi praktik manipulasi rating dan review palsu sebagai perbuatan melawan hukum menjadi relevan apabila dikaitkan dengan terpenuhinya unsur Tindakan, kesalahan, kerugian, beserta keterkaitan hubungan dari tindakan hukum dan kemalangan yang dialami konsumen. Informasi yang keliru tentang kualitas barang dan/atau jasa secara langsung memengaruhi kehendak konsumen dalam menentukan pilihan transaksi, sehingga menimbulkan kerugian yang secara yuridis dapat dimintakan pertanggungjawaban kepada pihak yang melakukan manipulasi tersebut (Gunawan & Sembiring, 2024).

Secara konseptual instrumen-instrumen ini membentuk kerangka hukum perlindungan yang berlapis, akan tetapi dalam tantangannya perlu adanya sinkronisasi dan komprehensivitasnyakarena belum terdapat aturan dengan tegas mengelola tentang ini sehingga menimbulkan kekosongan dan ruang abu-abu.

Penelitian yuridis mengidikasikan bahwa regulasi konsumsi digital di Indonesia belum mengatasi kompleksitas transaksi online, sehingga konsumen masih mudah terkena praktik manipulasi dan informasi menyesatkan (Yuwono & Israhadi, 2025).

2. Mekanisme Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Praktik Manipulasi Rating Dan Review Palsu Pada Platform *E-Commerce* Dalam Konteks Era Digital.

Perlindungan hukum konsumen terhadap manipulasi rating dan review palsu tidak hanya dilakukan melalui pengaturan normatif, tetapi juga melalui mekanisme penegakan hukum. Dalam transaksi *e-commerce,* perlindungan tersebut dapat ditempuh melalui upaya preventif, represif,

dan kuratif yang melibatkan pelaku usaha, penyelenggara platform *e-commerce,* serta lembaga penyelesaian sengketa.

Upaya perlindungan hukum yang bersifat preventif diarahkan pada pencegahan terjadinya pelanggaran. Bentuk perlindungan ini antara lain diwujudkan melalui kewajiban pelaku usaha untuk menyediakan informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta penerapan sistem verifikasi dan moderasi review oleh platform e-commerce sesuai dengan tanggung jawab normatif yang ditetapkan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Mekanisme preventif tersebut bertujuan agar konsumen mampu membentuk kehendak secara sadar dan bebas dari pengaruh informasi yang menyesatkan maupun manipulatif (Suharto et al., 2025).

Perlindungan represif berfungsi ketika pelanggaran hukum telah terjadi, yaitu melalui penerapan hukuman untuk pelaku usaha yang menyalahi peraturan perundang-undangan. Dalam hal tersebut, penyebaran informasi elektronik yang bohong dan menyesatkan dapat dikenai pelanggaran pidana yang tertera pada Pasal 28 ayat (1) UU ITE, sedangkan pelanggaran terhadap UUPK mengakibatkan timbulnya kewajiban ganti rugi kepada konsumen

Perlindungan kuratif yaitu menekankan pada pemulihan kedaaan atau kompensasi bagi konsumen yang dirugikan. Melalui mekanisme gugatan perdata (wanprestasi, dan perbuatan melawam hukum) serta penyelesaian melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BSPK), konsumen dapat memperoleh pemulihan hak, penggantian kerugian, atau kompensasi lain yang proporsional. Mekanisme ini penting karena konsumen dalam transaksi ini tidak bisa melihat barang dan/atau jasa secara langsung sehingga membutuhkan hukum untuk memulihkan hak mereka jika terjadi manipulasi informasi seperti manipulasi rating dan review.

Selain mekanisme perlindungan hukum yang bersifat preventif dan represif, penyebab lain yang sama krusialnya agar diperhatikan adalah kedudukan serta tanggung jawab platform e-commerce dalam menjamin keandalan informasi digital (Hidayat, 2019). Dalam transaksi elektronik, platform platform tidak hanya berfungsi sebagai perantara, tetapi juga menjalankan peran sebagai penyelenggara sistem elektronik dengan kendali penuh atas pengelolaan konten., algoritma, serta penyajian informasi kepada konsumen (Chaffey, 2020). Oleh karena itu, platform berkewajiban memastikan bahwa informasi yang disediakan, termasuk rating dan review, tidak bersifat menyesatkan dan dapat dipertanggungjawabkan.

Untuk mencegah penyebaran informasi palsu, PP Nomor 80 Tahun 2019 mewajibkan platform *e-commerce* untuk menyediakan sistem yang andal, aman, dan mekanisme pengaduan konsumen, seperti moderasi konten dan pengelolaan rating dan review.

Pengawasan dan moderasi terhadap rating dan review dapat dipandang sebagai bentuk perlindungan preventif yang menjadi bagian dari tanggung jawab penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik. Pasal 16 PP Nomor 80 Tahun 2019 tentang PMSE menegaskan

bahwa penyelenggara sistem elektronik memiliki kewajiban untuk menjamin keamanan, keandalan, dan tanggung jawab atas berjalannya sistem elektronik yang digunakan dalam aktivitas perdagangan. Tanggung jawab tersebut tidak terbatas pada aspek teknis sistem semata, tetapi juga pengelolaan informasi yang ditampilkan kepada pengguna, termasuk konten rating dan review sebagai bagian dari fitur utama transaksi elektornik. Oleh karena itu, platform berkewajiban secara normatif untuk menjamin bahwa informasi yang disampaikan akurat dan dapat dipercaya oleh konsumen.

Mekanisme pengaduan dan penanganan internal oleh platform *e-commerce* merupakan instrumen penting dalam perlindungan hukum konsumen. Dalam konteks ini sebagai jalur awal bagi kosnumen untuk memperloeh pemulihan tanpa harus langsung menempuh jalur hukum formal. Sistem ini dibuat untuk menampung laporan kosnumen terkait dugaan informasi menyesatkan, review palsu, atau aktivitas lain yang tidak wajar dan mempengaruhi keputusan pembelian. Keberadaan mekanisme pengaduan ini merupakan upaya platfrom dalam mengelola risiko sengketa sekaligus menjaga kepercayaan konsumen dalam transaksi digital.

Dalam hal upaya pengaduan internal pada *e-commerce* tidak membuahkan hasil dan konsumen menderita kerugian, konsumen memiliki hak untuk menempuh jalur perlindungan hukum formal. Upaya tersebut dapat melalui jalur perdata, baik di Pengadilan Umum maupun melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dengan prosedur mediasi, konsiliasi, dan arbitrase. hal diantaranya :

1. Terdapat perjanjian yang sah antara pihak-pihak terkait.
2. Pelaku usaha tidak melaksanakan kewajibannya sesuai ketentuan dalam perjanjian yang disepakati.

BPSK sendiri dianggap efektif dalam menangani sengketa konsumen digital. Putusannya dapat mencakup ganti rugi atau perintah penghentian tindakan, yang merupakan keputusan final dan mengikat yang dapat dieksekusi di pengadilan.

Simatupang (2018) menegaskan bahwa BPSK merupakan dipandang sebagai lembaga yang tepat untuk menyelesaikan sengketa konsumen digital, mengingat mekanisme penyelesaiannya yang sederhana dan kewenangannya dalam menjatuhkan putusan berupa ganti rugi, perbaikan informasi, atau penghentian tindakan tertentu. Prosesnya dimulai dari pengajuan gugatan oleh konsumen, pemanggilan pihak pelaku usaha atau platform, pemeriksaan bukti digital yang diperiksan oleh majelis BPSK.

Proses pemeriksaan BPSK harus selesai dalam jangka waktu 21 hari sejak sidang pertama sebagaiman tercantum dalam Pasal 29 Kepmenperindag No. 350/2001. Putusan BPSK bersifat final dan mengikat akan tetapi jika akan dilakukan eksekusi maka perlu pengajuan permohonan penentapan eksekusi kepada Pengadilan Negeri.

Selain BPSK, konsumen memiliki akses ke peradilan umum Berdasarkan Pasal 1365 KUH Perdata, konsumen dapat menempuh upaya hukum perdata atas dasar perbuatan melawan hukum. Di sisi lain, pemerintah menjalankan peran pengawasan dan pembinaan sebagaimana diatur dalam UUPK dan PP Nomor 80 Tahun 2019. Oleh karena itu, kerja

sama antara pemerintah, pelaku usaha, dan platform *e-commerce* menjadi penting untuk menjamin perlindungan konsumen.

Akan tetapi penyelesaian sengketa melalui BPSK memiliki kendala, terutama terkait keterbatasan kapasitas kelembagaan dan kompleksitas pembuktian digital (Gea, 2022). Oleh karena itu, penguatan peran BPSK serta peningkatan literasi hukum dan perlindungan hukum yang efektif tidak terlepas dari peran penting literasi digital konsumen. (Saputra, 2023).

Pasal 5 UU ITE mengakui alat bukti elektronik, termasuk rating dan review, riwayat transaksi, serta rekaman sistem elektronik, sehingga memperkuat posisi konsumen dalam pembuktian sengketa transaksi elektronik.

Pengakuan alat bukti elektronik dalam sistem hukum Indonesia memberikan posisi yang lebih kuat bagi konsumen dalam membutkikan adanya praktik manipulasi rating dan review palsu. Bukti seperti screenshoot, riwayat transaksi, data elektronik lainnya dapat digunakan untuk menunjukkan adanya informasi yang menyesatkan serta hubungan antara informasi tersebut dengan kerugian yang dialami konsumen (Galuh & Wiraguna, 2025).

Meskipun berbagai mekanisme perlindungan hukum telah tersedia, efektivitasnya dalam praktik masih menghadapi sejumlah kendala. Konsumen sering mengalami kesulitan dalam membuktikan bahwa rating dan review yang dijadikan dasar pengambilan keputusan merupakan review palsu. Selain itu, pengawasan terhadap konten review pada platform *e-commerce* belum sepenuhnya berjalan optimal, sehingga praktik manipulasi masih kerap ditemukan. Hal tersebut menandakan adanya ketidaksesuaian antara norma hukum dan pelaksanaan perlindungan konsumen di lapangan. (Marzuki, 2017).

Dalam lingkungan digital, literasi digital konsumen menjadi faktor penentu efektivitas perlindungan hukum. Konsumen yang memahami hak-haknya dan mekanisme pengaduan akan lebih mampu melindungi diri dari praktik manipulasi, sehingga perlindungan hukum perlu didukung oleh pendekatan edukatif melalui peningkatan kesadaran hukum dan literasi digital masyarakat (Wahyudi, 2022).

Berdasarkan uraian tersebut, perlindungan hukum konsumen terhadap manipulasi rating dan review palsu tersedia melalui upaya preventif dan represif yang melibatkan pelaku usaha, platform e-*commerce,* dan lembaga penyelesaian sengketa. Namun, diperlukan penguatan pengawasan dan penegakan hukum agar perlindungan tersebut memberikan perlindungan yang menjamin kepastian hukum dan rasa keadilan bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce*.

Kesimpulan :

Karena UUPK, UU ITE, dan peraturan perdagangan elektronik melindungi konsumen dari rating dan review palsu dalam *e-commerce,* Praktik ini menyalahi hak konsumen atas informasi yang benar dan tanggung jawab pelaku usaha untuk menyediakannya bertindak dengan itikad baik. dan dapat dianggap sebagai pelanggaran hukum dan informasi menyesatkan.

Upaya preventif dan represif, seperti kewajiban platform untuk menjaga keandalan sistem dan keaslian informasi, serta mekanisme pengaduan, BPSK, atau gugatan perdata, melindungi hukum. Namun, kurangnya pengawasan, kurangnya pengetahuan digital konsumen, dan penegasan tanggung jawab platform yang buruk membuat implementasi dan penegakan hukum diperlukan.

Saran

Untuk meningkatkan perlindungan hukum bagi konsumen, pemerintah dan pembentuk undang-undang perlu menyusun regulasi yang lebih spesifik terkait praktik manipulasi rating dan review palsu. Di sisi lain, platform *e-commerce* harus secara konsisten menerapkan sanksi internal serta meningkatkan mekanisme pengawasan dan verifikasi review. Selain itu, guna menjamin perlindungan hukum yang adil dalam transaksi e-commerce, diperlukan penguatan peran Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) serta peningkatan literasi hukum dan digital konsumen.

Daftar Pustaka

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2025). Survei Internet APJII 2025: Pengguna internet di Indonesia mencapai 229.428.417 jiwa.

Chaffey, D. (2020). *Digital business and e-commerce management* (8th ed.). Pearson.

Ferenanda, M. S., & Prastyanti, R. A. (2024). *Perlindungan konsumen terhadap bahayanya review palsu pada produk penjualan e-commerce. Jurnal Ilmu Hukum, 1*, 301–306.

Galuh & Wiraguna. (2025). *Pembuktian dokumen elektronik dalam sengketa perdata di era digital.* Referendum: Jurnal Hukum Perdata dan Pidana, 2(4), 211–226.

Gea, N. T. (2022). *Efektivitas Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kota Medan (Fulltext).* Repositori Universitas Medan Area.

Gunawan & Sembiring (2024). *Analisis yuridis terhadap perbuatan melawan hukum dalam transaksi online berdasarkan Pasal 1365 KUHPerdata*. InLaw: Jurnal Ilmu Hukum, 8(1), 45–58.

Halipah, et al., (2023). *Tinjauan yuridis konsep perbuatan melawan hukum dalam konteks hukum perdata*. Serambi Hukum, 16(1).

Hayati, A. N., et al. (2023). *Review palsu di platform digital: Perlindungan hukum bagi konsumen dan pelaku usaha. Masyarakat Indonesia,* 49(1), 123–134.

Hidayat, A. (2019). *Hukum perlindungan konsumen di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.

Marzuki, P. M. (2017). *Penelitian hukum*. Kencana Prenada Media Group.

Oktarindini et al., (2023). *Keterbukaan informasi dalam perjanjian perdata: Implikasi hukum terhadap hak dan kewajiban para pihak*. Innovative: Journal of Social Science Research, 5(4), 20580.

Saputra, I. W. (2023). *Penyelesaian Sengketa Konsumen melalui Mediasi sebagai Alternatif Penyelesaian Sengketa Terkait Masalah E-Commerce oleh BPSK (PDF)*. Universitas Ibnu Chaldun.

Simatupang, Penyelesaian Sengketa Konsumen melalui BPSK (2018)

Suryani, T. (2013). *Perilaku konsumen di era internet: Implikasinya pada strategi pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sutrisno. (2025). Tinjauan hukum atas penyalahgunaan review konsumen (fake reviews) dalam platform perdagangan elektronik. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 3(3), 1748–1749.

Tama, B. W. (2018). *Perlindungan konsumen atas pemenuhan hak informasi iklan diskon Hari Belanja Online Nasional di situs jual beli online* (Skripsi, Universitas Islam Indonesia).

Wahyudi, M. A. (2022). *Memahami perilaku konsumen di era digital*. Jakarta: Universitas MH Thamrin Press.

Yuwono, M. S., & Israhadi, E. (2025). *Optimization of Legal Protection for Consumers in Online Buying and Selling Transactions based on Consumer Protection Law*. Pemuliaan Keadilan.

Zhang, J., Zheng, W., & Wang, S. (2020). *The study of the effect of online review on purchase behavior: Comparing the two research methods. International Journal of Crowd Science,* 4(1), 73–86.

Zuleika, et al. (2024). Perlindungan konsumen terhadap testimoni palsu dalam bertransaksi di e-commerce. *Jurnal Intelek dan Cendikiawan Nusantara, 1(6),* 10160–10168.

Badan Pembinaan Hukum Nasional. (1848). Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata). Pemerintah Republik Indonesia.

Badan Pembinaan Hukum Nasional. (2001). Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang BPSK.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.