

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP TESTIMONI PALSU DALAM BERTRANSAKSI DI E-COMMERCE****CONSUMER PROTECTION AGAINST FAKE TESTIMONIALS IN E-COMMERCE TRANSACTIONS****Nadya Zuleika¹, Nisa Amelia Juninda², Yoga Aditya Darwin³, Anas Malik⁴**

Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Email: nadyazuleikha19@gmail.com¹, jeonninda22@gmail.com², yogaadt05@gmail.com³,anasmalik@radenintan.ac.id⁴

Article history :

Received : 10-12-2024

Revised : 12-12-2024

Accepted: 14-12-2024

Published: 17-12-2024

Abstract

The purpose of this study is to analyze consumer protection against fake testimonials in e-commerce transactions, which often mislead buyers and harm consumers. This research employs a normative juridical method with a statutory approach and case studies on several e-commerce platforms in Indonesia. The findings indicate that although consumer protection regulations are stipulated in Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection, their implementation in addressing fake testimonials still faces numerous challenges. Stricter law enforcement, platform supervision, and consumer education are key factors in preventing consumer losses due to fake testimonials. This study recommends strengthening specific regulations related to testimonials in e-commerce and fostering collaboration between the government, platforms, and society to create a safer transaction ecosystem.

Keywords: *Consumer Protection, Fake Testimonials, E-Commerce Transactions, Law Enforcement, Consumer Education*

Abstrak

Tujuan studi ini adalah untuk menganalisis perlindungan konsumen terhadap testimoni palsu dalam transaksi e-commerce, yang kerap menyesatkan pembeli dan merugikan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan peraturan perundang-undangan dan studi kasus terhadap beberapa platform e-commerce di Indonesia. Hasil studi menunjukkan bahwa meskipun regulasi mengenai perlindungan konsumen telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, implementasinya dalam menangani testimoni palsu masih menghadapi banyak tantangan. Penegakan hukum yang lebih ketat, pengawasan platform, dan edukasi konsumen menjadi faktor penting dalam mencegah kerugian konsumen akibat testimoni palsu. Penelitian ini merekomendasikan penguatan regulasi khusus terkait testimoni di e-commerce serta kerja sama antara pemerintah, platform, dan masyarakat untuk menciptakan ekosistem transaksi yang lebih aman.

Kata Kunci: **Perlindungan Konsumen, Testimoni Palsu, Transaksi E-Commerce, Penegakan Hukum, Edukasi Konsumen**

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital telah mendorong transformasi besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk cara konsumen berbelanja. E-commerce muncul sebagai salah satu bentuk perdagangan modern yang semakin diminati karena menawarkan kemudahan, efisiensi, dan akses yang luas. Di Indonesia, perkembangan ini terjadi dengan sangat pesat, didukung oleh meningkatnya akses internet, penggunaan perangkat mobile, serta infrastruktur pembayaran digital yang semakin canggih. Konsumen kini dapat dengan mudah melakukan pembelian melalui platform



e-commerce tanpa dibatasi oleh waktu dan lokasi, menjadikan e-commerce sebagai bagian penting dalam gaya hidup masyarakat modern (Rambe, 2021).

Namun, di balik pesatnya pertumbuhan e-commerce, muncul berbagai tantangan yang memengaruhi kepercayaan konsumen. Salah satu tantangan utama adalah maraknya penggunaan testimoni palsu. Testimoni palsu mengacu pada ulasan atau penilaian yang dibuat secara tidak jujur untuk memanipulasi citra produk atau layanan tertentu. Praktik ini sering kali digunakan oleh penjual yang ingin meningkatkan daya tarik produk mereka secara cepat, meskipun informasi yang disampaikan tidak sesuai dengan kenyataan.

Testimoni palsu sering kali memberikan gambaran yang terlalu positif atau bahkan tidak realistis tentang produk tertentu. Konsumen yang mengandalkan ulasan ini untuk membuat keputusan pembelian sering kali merasa kecewa ketika produk yang diterima tidak sesuai harapan. Kerugian yang dialami tidak hanya bersifat material, seperti hilangnya uang karena membeli produk yang tidak berkualitas, tetapi juga bersifat immaterial, seperti hilangnya waktu dan kepercayaan terhadap platform e-commerce. Praktik ini juga berisiko merusak reputasi platform e-commerce itu sendiri. Jika konsumen merasa sering ditipu oleh ulasan palsu, mereka akan kehilangan kepercayaan terhadap platform tersebut dan beralih ke alternatif lain. Hal ini dapat memengaruhi keberlanjutan bisnis e-commerce dalam jangka panjang.

Indonesia memiliki kerangka hukum yang jelas terkait perlindungan konsumen, salah satunya melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini dirancang untuk menjamin hak-hak konsumen, termasuk hak atas informasi yang benar, perlakuan yang adil, dan perlindungan dari praktik-praktik yang merugikan. Dalam konteks e-commerce, aturan ini dapat digunakan sebagai dasar hukum untuk menindak penjual yang melakukan tindakan tidak etis seperti memberikan testimoni palsu. Penegakan hukum terhadap pelanggaran hak konsumen di platform e-commerce cenderung belum optimal. Pelaku yang melakukan praktik tidak etis seperti testimoni palsu sering kali sulit dilacak karena sifat transaksi digital yang anonim dan melibatkan banyak pihak, termasuk penjual, platform, dan pihak ketiga.

Dalam lingkungan digital, ulasan atau testimoni sering dianggap sebagai bukti sosial yang membantu konsumen memvalidasi keputusan pembelian. Ketika melihat ulasan positif, konsumen cenderung mempercayai informasi tersebut sebagai panduan, terutama jika mereka belum familiar dengan produk atau merek tertentu. Platform e-commerce dirancang untuk mendorong keputusan pembelian dengan cepat. Elemen seperti ulasan yang ditampilkan secara mencolok, peringkat bintang, dan komentar positif mendorong kepercayaan konsumen. Dalam tekanan untuk membeli sebelum promo habis atau stok menipis, konsumen sering tidak memiliki waktu untuk memeriksa keaslian ulasan. Tidak semua konsumen memiliki kemampuan untuk mengenali tanda-tanda testimoni palsu, seperti pola bahasa yang seragam atau akun pengulas yang baru dibuat. Rendahnya literasi digital ini membuat konsumen lebih mudah dimanipulasi oleh ulasan yang tampak meyakinkan namun sebenarnya tidak autentik. Secara psikologis, konsumen cenderung mencari konfirmasi terhadap keputusan mereka melalui pengalaman positif orang lain. Ulasan palsu sering kali dirancang untuk menargetkan bias ini, dengan menyajikan narasi yang terlalu bagus untuk diabaikan. Hal ini menciptakan persepsi yang tidak sesuai dengan kenyataan.

Di banyak platform e-commerce, mekanisme untuk memverifikasi keaslian ulasan masih lemah. Kurangnya regulasi yang spesifik terhadap praktik ulasan palsu, ditambah dengan minimnya



pengawasan dari pihak berwenang, memberikan ruang bagi pelaku untuk terus menggunakan strategi ini. Jumlah produk yang sangat banyak di e-commerce sering kali membingungkan konsumen. Dalam situasi ini, ulasan dan testimoni menjadi alat bantu utama untuk memilih produk. Ketika ulasan ini palsu, konsumen cenderung terjebak dalam keputusan yang tidak berdasarkan informasi yang benar. Penjual atau pelaku di e-commerce sering kali memiliki akses ke strategi manipulasi yang lebih canggih dibandingkan konsumen. Penggunaan teknologi, seperti bot untuk membuat ulasan palsu, menciptakan ketidakseimbangan informasi yang merugikan konsumen (Pratama et al, 2023).

Pengawasan terhadap praktik perdagangan digital masih lemah. Banyak platform e-commerce belum memiliki sistem yang memadai untuk memverifikasi keaslian ulasan produk, sehingga memberikan celah bagi pelaku untuk memanfaatkan testimoni palsu sebagai strategi pemasaran. Sebagian besar konsumen di Indonesia masih memiliki tingkat literasi digital yang rendah. Hal ini membuat mereka kurang kritis dalam mengevaluasi informasi di platform e-commerce, termasuk membedakan antara ulasan asli dan palsu. Konsumen yang tidak memahami risiko testimoni palsu lebih rentan menjadi korban praktik ini.

Perkembangan teknologi sering kali melampaui kemampuan regulasi untuk beradaptasi. Dalam konteks e-commerce, praktik manipulatif seperti testimoni palsu dapat dengan mudah menggunakan teknologi untuk menciptakan ulasan yang tampak asli, seperti dengan memanfaatkan kecerdasan buatan atau bot.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana implementasi perlindungan hukum bagi konsumen dalam menghadapi testimoni palsu di platform e-commerce?
2. Bagaimana kelemahan regulasi yang ada serta menawarkan rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas perlindungan konsumen di era digital.

Tujuan Penulisan

Tujuan dari kajian ini adalah:

1. Menganalisis implementasi perlindungan hukum bagi konsumen dalam menghadapi testimoni palsu di platform e-commerce.
2. Meninjau kelemahan regulasi yang ada serta menawarkan rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas perlindungan konsumen di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian hukum normatif yang bertujuan mengkaji kejelasan, kekosongan, atau pertentangan norma dalam peraturan perundang-undangan terkait perlindungan konsumen dari testimoni palsu di e-commerce. Pendekatan yang digunakan adalah *statute approach* untuk menganalisis regulasi yang berlaku, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Data dikumpulkan melalui studi pustaka (*library research*), mencakup bahan hukum primer (undang-undang), sekunder (literatur hukum), dan tersier (kamus dan ensiklopedia hukum). Analisis dilakukan secara kualitatif untuk mengevaluasi kekaburan,



pertentangan, atau kekosongan norma, serta memberikan rekomendasi penguatan regulasi agar melindungi konsumen secara efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Implementasi Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Menghadapi Testimoni Palsu Di Platform *E-Commerce*

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), Pasal 4 mengatur bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang atau jasa. Testimoni palsu melanggar hak ini karena memberikan informasi yang tidak akurat dan dapat menyesatkan konsumen. Pasal 8 UUPK melarang pelaku usaha memproduksi atau menyebarluaskan barang atau jasa yang tidak sesuai dengan klaim atau informasi yang disampaikan, termasuk melalui testimoni palsu. Sanksi terhadap pelanggaran ini diatur dalam Pasal 62, yang memberikan dasar hukum bagi konsumen untuk menuntut ganti rugi atas kerugian yang diderita. Dalam konteks digital, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang telah diubah melalui UU Nomor 19 Tahun 2016, Pasal 28 ayat (1) mengatur larangan penyebaran informasi yang menyesatkan yang dapat merugikan konsumen dalam transaksi elektronik. Pelanggaran terhadap ketentuan ini dapat dikenai sanksi pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 45A ayat (1), berupa hukuman penjara atau denda. Hal ini menunjukkan bahwa testimoni palsu tidak hanya melanggar hak konsumen tetapi juga merupakan tindak pidana (Mandala Star, 2019).

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE) memperjelas tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi e-commerce. Pasal 21 mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang akurat, jelas, dan tidak menyesatkan kepada konsumen. Pelanggaran terhadap ketentuan ini dapat dikenai sanksi administratif sebagaimana diatur dalam Pasal 77, termasuk pencabutan izin usaha, pembatasan akses, atau penghentian sementara layanan. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Pengawasan, dan Pengendalian Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik juga menekankan pentingnya transparansi informasi. Dalam hal ini, pelaku usaha yang menggunakan testimoni palsu melanggar ketentuan tentang etika bisnis dan praktik perdagangan yang sehat. Pasal 19 UUPK mengatur bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi jika barang atau jasa yang diberikan tidak sesuai dengan perjanjian atau informasi yang disampaikan. Testimoni palsu dapat menjadi dasar bagi konsumen untuk mengajukan klaim ganti rugi karena menyebabkan keputusan pembelian yang salah (Wulandari, 2018).

Dalam konteks transaksi e-commerce, perlindungan hukum terhadap konsumen yang menghadapi testimoni palsu mencakup beberapa aspek penting yang didasarkan pada peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Implementasi perlindungan ini melibatkan berbagai pihak, mulai dari pemerintah, platform e-commerce, hingga masyarakat konsumen. Implementasi perlindungan konsumen terhadap testimoni palsu dilakukan dengan merujuk pada Pasal 4 UUPK, yang menjamin hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan tidak menyesatkan. Ketentuan ini mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi



yang sesuai dengan kondisi barang atau jasa yang ditawarkan. Pelaku usaha yang melanggar, termasuk melalui penggunaan testimoni Platform dapat mengimplementasikan sistem verifikasi testimoni, seperti memastikan bahwa ulasan atau testimoni berasal dari pembeli yang sah. Hal ini bertujuan untuk mencegah manipulasi ulasan yang dapat merugikan konsumen (Kathleen, 2021).

Kementerian Perdagangan dan lembaga terkait, seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) jika menyangkut transaksi finansial, bertanggung jawab dalam mengawasi praktik perdagangan elektronik. Berdasarkan Pasal 28 ayat (1) UU ITE, penyebaran informasi menyesatkan melalui testimoni palsu dapat dikenakan sanksi pidana. Penegakan hukum ini penting untuk memberikan efek jera kepada pelaku usaha yang melanggar. Rendahnya literasi digital masyarakat sering kali membuat konsumen rentan terhadap testimoni palsu. Pemerintah, organisasi konsumen, dan platform e-commerce dapat berperan dalam meningkatkan literasi digital dengan memberikan edukasi mengenai cara mengenali ulasan palsu, memahami hak-hak konsumen, dan langkah yang harus diambil jika merasa dirugikan. Bagi konsumen yang merasa dirugikan oleh testimoni palsu, UUPK Pasal 45 memberikan opsi penyelesaian sengketa melalui jalur non-litigasi, seperti mediasi atau melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Jalur ini memberikan akses yang lebih cepat dan biaya yang lebih terjangkau dibandingkan pengadilan (Aminuddin, 2018).

Pelaku usaha yang terbukti menggunakan testimoni palsu dapat dikenai berbagai sanksi, baik administratif maupun pidana. Sesuai PP PMSE Pasal 77, sanksi administratif dapat berupa pencabutan izin usaha atau pembatasan akses terhadap platform. Selain itu, berdasarkan Pasal 19 UUPK, pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi kepada konsumen yang dirugikan. Implementasi perlindungan hukum yang efektif memerlukan kerja sama antara pemerintah, pelaku usaha, platform e-commerce, dan konsumen. Sinergi ini dapat memastikan bahwa mekanisme pengawasan, pengaduan, dan penegakan hukum berjalan dengan baik untuk melindungi hak konsumen.

Tanggung jawab pelaku usaha terhadap penggunaan testimoni palsu dalam bertransaksi di e-commerce sangat penting untuk memastikan perlindungan konsumen dan menjaga integritas platform. Untuk itu, pelaku usaha harus mengambil beberapa langkah konkret yang tidak hanya mencegah praktik testimoni palsu tetapi juga mengedepankan transparansi dan kepercayaan konsumen. Pertama, pelaku usaha perlu menerapkan sistem verifikasi ulasan yang ketat. Ulasan atau testimoni yang diberikan oleh konsumen harus diverifikasi untuk memastikan bahwa ulasan tersebut datang dari konsumen yang benar-benar membeli produk atau menggunakan layanan. Proses verifikasi ini bisa menggunakan berbagai teknologi atau algoritma untuk mendeteksi ulasan yang mencurigakan, seperti ulasan yang datang dalam jumlah besar dalam waktu singkat atau yang tidak memiliki keaslian.

Selain itu, pelaku usaha perlu menyusun kebijakan yang jelas mengenai penggunaan testimoni dan ulasan. Kebijakan ini harus mencakup larangan terhadap pembuatan testimoni palsu, baik oleh pihak internal, agen pemasaran, maupun pihak ketiga yang bekerja sama dengan mereka. Untuk memperkuat kebijakan tersebut, pelaku usaha perlu menegakkan sanksi yang tegas apabila ditemukan adanya testimoni palsu yang dibuat oleh pihak internal perusahaan. Langkah lain yang harus diambil adalah menyediakan fasilitas pelaporan bagi konsumen yang



merasa ada ulasan yang menyesatkan atau palsu. Konsumen harus diberi kesempatan untuk melaporkan testimoni yang mereka anggap tidak jujur atau tidak mencerminkan kenyataan. Setiap laporan yang masuk harus segera diselidiki, dan jika terbukti adanya testimoni palsu, ulasan tersebut harus dihapus, serta pelaku usaha harus memberikan tindakan tegas terhadap pihak yang bertanggung jawab. Selain itu, pelaku usaha dapat meningkatkan literasi konsumen terkait testimoni palsu. Mereka dapat mengedukasi konsumen tentang cara mengenali ulasan palsu dan mendorong konsumen untuk lebih kritis dalam menilai informasi yang disajikan. Di samping itu, transparansi dalam memberikan informasi produk juga sangat penting. Pelaku usaha dapat menyediakan deskripsi produk yang jelas dan mendetail, serta gambar atau video yang otentik, guna mengurangi ketergantungan konsumen pada testimoni (Gusdarnelis Dkk, 2024).

Pelaku usaha juga perlu melakukan kolaborasi dengan pihak ketiga yang dapat membantu memverifikasi keaslian ulasan (Rafi'ani, 2023). Misalnya, bekerjasama dengan platform verifikasi ulasan atau lembaga yang dapat menilai keabsahan testimoni yang diterima. Hal ini akan membantu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap ulasan yang diberikan oleh pengguna lain. Pengawasan internal juga sangat penting untuk mencegah praktik testimoni palsu. Pelaku usaha harus melakukan audit secara berkala terhadap ulasan yang ada di platform mereka, untuk memastikan tidak ada ulasan yang dibuat secara manipulatif. Selain itu, memberikan pelatihan kepada karyawan dan mitra yang terlibat dalam pemasaran produk mengenai pentingnya menjaga kejujuran dalam memberikan ulasan sangatlah krusial. Pelaku usaha juga harus memastikan bahwa mereka mematuhi peraturan dan regulasi yang ada, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang mencakup larangan terhadap penggunaan testimoni palsu untuk menyesatkan konsumen. Dalam hal ini, pelaku usaha harus siap menerima sanksi hukum apabila terbukti melakukan praktik yang merugikan konsumen (Wijaya, 2022).

Terakhir, untuk menanggulangi kerugian yang dialami oleh konsumen akibat testimoni palsu, pelaku usaha dapat memberikan ganti rugi atau pengembalian produk. Konsumen yang merasa dirugikan oleh informasi palsu yang terkandung dalam testimoni harus diberi kesempatan untuk mendapatkan kompensasi. Selain itu, saluran komunikasi yang efektif juga perlu disediakan agar konsumen dapat dengan mudah menyampaikan keluhan mereka. Dengan langkah-langkah tersebut, pelaku usaha dapat menunjukkan tanggung jawab mereka terhadap penggunaan testimoni palsu, meningkatkan transparansi, serta menjaga kepercayaan dan kepuasan konsumen dalam bertransaksi di platform e-commerce (Yaqin et al, 2022).

2. Kelemahan Regulasi Yang Ada Serta Menawarkan Rekomendasi Untuk Meningkatkan Efektivitas Perlindungan Konsumen Di Era Digital.

Salah satu kelemahan utama regulasi perlindungan konsumen di Indonesia adalah kurangnya perhatian khusus terhadap platform digital dalam peraturan yang ada. Undang-Undang Perlindungan Konsumen, meskipun menjadi landasan hukum utama, belum sepenuhnya menyesuaikan dengan dinamika perdagangan modern berbasis elektronik. Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik telah hadir sebagai pelengkap, tetapi cakupan dan detailnya masih terbatas dalam menangani masalah spesifik seperti testimoni palsu. Penegakan hukum di sektor e-commerce juga menghadapi tantangan besar. Kasus-kasus pelanggaran hak konsumen, termasuk manipulasi informasi melalui testimoni palsu, sering kali tidak diselesaikan secara tuntas. Hal ini diperburuk oleh kurangnya pengawasan yang efektif



terhadap pelaku usaha maupun platform tempat mereka beroperasi. Banyak platform digital belum memiliki sistem yang mampu mendeteksi dan menghapus ulasan palsu secara konsisten (Irianti, 2021).

Selain itu, tingkat literasi digital masyarakat Indonesia yang bervariasi menyebabkan banyak konsumen rentan terhadap informasi yang menyesatkan. Regulasi yang ada belum cukup menekankan pentingnya edukasi konsumen untuk meningkatkan kesadaran akan hak-hak mereka dalam transaksi digital. Regulasi perlindungan konsumen perlu direvisi untuk menyesuaikan dengan perkembangan teknologi digital. Pembaruan undang-undang sebaiknya mencakup tanggung jawab platform e-commerce dalam memverifikasi keaslian testimoni dan melindungi data konsumen. Aturan ini harus disertai dengan mekanisme pengawasan yang ketat untuk memastikan kepatuhan pelaku usaha. Penegakan hukum harus diperkuat melalui pembentukan tim pengawas khusus di sektor perdagangan elektronik. Mekanisme penanganan pelanggaran dapat ditingkatkan dengan mempercepat proses penyelesaian sengketa dan memberikan sanksi yang tegas kepada pelaku pelanggaran, baik berupa denda administratif maupun hukuman pidana (Zuchroh, 2024). Peningkatan literasi digital konsumen juga menjadi langkah penting. Kampanye edukasi harus dilakukan secara masif untuk membantu konsumen mengenali tanda-tanda ulasan palsu, memahami hak mereka, dan mengambil langkah yang tepat jika dirugikan dalam transaksi. Edukasi ini bisa dilakukan oleh pemerintah, organisasi perlindungan konsumen, maupun platform e-commerce itu sendiri. Platform digital harus meningkatkan sistem pengawasannya dengan memanfaatkan teknologi seperti algoritma pendeteksi ulasan palsu. Selain itu, sistem pelaporan yang mudah digunakan oleh konsumen harus disediakan untuk mempercepat penanganan pelanggaran. Kerja sama antar pemangku kepentingan sangat penting untuk menciptakan lingkungan digital yang aman. Pemerintah, platform e-commerce, pelaku usaha, dan masyarakat perlu bersinergi dalam membangun regulasi yang efektif dan memastikan penerapannya berjalan dengan baik (Pramesuari, 2024.)

Kelemahan regulasi perlindungan konsumen di era digital terletak pada kurangnya spesifikasi untuk platform digital, lemahnya penegakan hukum, rendahnya literasi digital, dan pengawasan yang belum memadai. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan pembaruan regulasi, penguatan edukasi konsumen, penegakan hukum yang lebih tegas, dan pengawasan ketat oleh platform e-commerce. Sinergi antara semua pihak yang terlibat akan menjadi kunci untuk meningkatkan perlindungan konsumen di era digital (Rambe Dkk, 2022). Upaya untuk melindungi konsumen dari testimoni palsu dalam transaksi e-commerce memerlukan pendekatan komprehensif yang melibatkan berbagai pihak. Berikut adalah beberapa langkah strategis yang dapat dilakukan:

- a. Mengadaptasi undang-undang seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen agar sesuai dengan dinamika perdagangan digital. Perlu ditambahkan klausul khusus mengenai sanksi terhadap penggunaan testimoni palsu.
- b. Mengoptimalkan peran lembaga pengawas seperti Badan Perlindungan Konsumen Nasional untuk menindak tegas pelanggaran terkait.
- c. Memastikan transparansi dengan menyediakan fitur verifikasi testimoni atau ulasan yang diunggah pengguna.



- d. Membangun mekanisme pelaporan yang mudah bagi konsumen untuk melaporkan testimoni mencurigakan.
- e. Mengedukasi masyarakat tentang cara mengidentifikasi testimoni palsu dan memahami hak-hak konsumen dalam e-commerce.
- f. Melibatkan pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, dan platform untuk mengadakan kampanye perlindungan konsumen di era digital.
- g. Meningkatkan komunikasi antara regulator, platform, dan pelaku usaha untuk membangun ekosistem perdagangan yang lebih sehat.
- h. Memperkuat komunitas pengguna platform e-commerce untuk saling berbagi informasi terpercaya tentang pengalaman berbelanja.
- i. Memberikan pemahaman kepada pelaku usaha tentang dampak hukum dan reputasi dari penggunaan testimoni palsu.
- j. Memberikan penghargaan kepada pelaku usaha yang menerapkan praktik pemasaran yang jujur dan transparan (Ferenanda, 2024).

KESIMPULAN

Perlindungan konsumen terhadap testimoni palsu dalam transaksi e-commerce menjadi isu penting dalam ekosistem perdagangan digital di Indonesia. Berdasarkan kajian, meskipun Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan landasan hukum yang jelas, implementasi di lapangan masih menghadapi berbagai kendala, seperti minimnya pengawasan, lemahnya penegakan hukum, dan rendahnya literasi digital konsumen. Testimoni palsu sering digunakan untuk memanipulasi persepsi konsumen, yang dapat mengakibatkan kerugian material dan immaterial. Untuk meningkatkan efektivitas perlindungan konsumen, diperlukan langkah-langkah seperti pembaruan regulasi yang menyesuaikan dengan perkembangan teknologi, peningkatan literasi digital, penguatan pengawasan terhadap praktik tidak etis, serta kerja sama yang lebih baik antara pemerintah, pelaku usaha, dan platform digital. Sinergi ini diharapkan dapat menciptakan ekosistem e-commerce yang lebih aman dan terpercaya bagi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminuddin, H. Moh. "Pemanfaatan Lembaga Hukum Dalam Penyelesaian Sengketa Perdata." *Media Bina Ilmiah* 13, no. 6 (2018): 1303–12.
- Ferenanda, Monica Sandra, and Rina Arum Prastyanti. "Perlindungan Konsumen Terhadap Bahayanya Ulasan Palsu Pada Produk Penjualan E-Commerce." *Jurnal Ilmu Hukum* 1, no. 2 (2024): 301–6.
- Gusdarnelis, Dwi, Iyah Faniyah, and Bisma Putra Pratama. "Peran Otoritas Jasa Keuangan Dalam Penyelesaian Sengketa Penolakan Klaim Asuransi Kerugian Oleh Perusahaan Asuransi Terhadap Nasabahnya." *Unes Journal of Swara Justisia* 7, no. 4 (2024): 1321–31. <https://doi.org/10.31933/ujsj.v7i4.445>.
- Haqkiki Bintang Pratama, Zainudin Hasan, Adelya Putri Utami, and Figo Putra Ranenda. "Akibat



- Hukum Penyalahgunaan Pemakaian Kosmetik Berbahan Kimia Dengan Edar Palsu Dan Tidak Mencantumkan Nomor Badan Pengawas Obat Dan Makanan (BPOM) (Studi Di Pasar Simpur Bandar Lampung).” *Jurnal Hukum Dan Sosial Politik* 1, no. 2 (2023): 140–52. <https://doi.org/10.59581/jhsp-widyakarya.v1i2.289>.
- Irianti, Natasya Milenizha. “Perlindungan Informasi Palsu Dalam Jual Beli Melalui E-Commerce.” *Jurnal Kertha Semaya* 10, no. 1 (2021): 64–74.
- Kathleen, Gabriella Aurel. “Perlindungan Hukum Terhadap Tertanggung Atas Penolakan Klaim Asuransi Jiwa Dengan Alasan Klaim Dalam Masa Tunggu.” *Jurnal Ilmu Hukum Dan Humaniora* 8, no. 5 (2021): 919–30.
- Pramesuari, Florentina Dewi. “Analisis Kebijakan Negara Indonesia Dalam Penyelesaian Sengketa Hukum.” *Jurnal Hukum Dan HAM Wara Sains* 3, no. 1 (2024): 1–8.
- Rafi’ani, Kharisma. “Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen Mengenai Diskon Palsu Dalam Bertransaksi Elektronik.” *Sapientia Et Virtus* 8, no. 2 (2023): 261–76. <https://doi.org/10.37477/sev.v8i2.436>.
- Rambe, R F A, S I Bayu, and S Sagala. “Penerapan UU ITE (Informasi Dan Transaksi Elektronik) Dan UU Perlindungan Konsumen Pada Kasus Jual Beli Jasa Review Palsu.” *Journal on Education* 06, no. 01 (2023): 10030–40. <https://jonedu.org/index.php/joe/article/view/4682%0Ahttps://jonedu.org/index.php/joe/article/download/4682/3716>.
- Rambe, Soraya Hafidzah, and Paramitha Sekarayu. “Perlindungan Hukum Nasabah Atas Gagal Klaim Asuransi Akibat Ketidaktransparanan Informasi Polis Asuransi.” *Jurnal Usm Law Review* 5, no. 1 (2022): 93. <https://doi.org/10.26623/julr.v5i1.4073>.
- Star, Mandala. “Perlindungan Hukum Konsumen Pada Permasalahan Transaksi Cash On Delivery (Cod) Dalam E-Commerce.” *Universitas Cokroaminoto Yogyakarta* 2, no. 1 (2019): 1–19.
- Wijaya, Santy. “Analisa Penerapan Yang Efektif Atas Sistem Teknologi Informasi Akuntansi Pada Koperasi Di Indonesia.” *Jurnal Akuntansi & Keuangan* 13, no. 1 (2022): 34–49.
- Wulandari, Yudha Sri. “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce.” *Ajudikasi: Jurnal Ilmu Hukum* 2, no. 2 (2018): 199. <https://doi.org/10.30656/ajudikasi.v2i2.687>.
- Yaqin, Muhammad Ainul, Agung Purwanto, Hanif Fadli Yanuar, Jodi Wahyudi, Putra Febtiar Prasetya, Roby Perdiansyah Putra, Masduki Asbari, and Sekolah Tinggi. “Peran Masyarakat Dalam Perkembangan Iptek Yang Semakin Maju.” *Journal of Community Service and Engagement* 2, no. 6 (2022): 44–52.
- Zuchroh, Imama. “Transformasi Keuangan Syariah Di Era Digital.” *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, no. 1 (2024): 3716–24.