BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam pola interaksi sosial dan ekonomi masyarakat. Digitalisasi dalam bidang perdagangan melahirkan fenomena baru berupa *e-commerce* yang mempertemukan penjual dan pembeli dalam ruang virtual tanpa batas waktu dan wilayah. Platform digital seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, Bukalapak, dan berbagai media sosial kini menjadi medium utama bagi transaksi ekonomi di Indonesia. Salah satu elemen penting dalam ekosistem digital ini adalah sistem *review* atau ulasan pengguna yang berfungsi sebagai alat evaluasi, referensi, dan pembentuk reputasi bagi pelaku usaha. Namun, sistem yang seharusnya menjadi instrumen kepercayaan tersebut justru sering disalahgunakan melalui praktik *fake review* dan *fake buyer*, yaitu ulasan dan pembeli palsu yang dibuat untuk memanipulasi persepsi publik terhadap suatu produk atau penjual. Fenomena ini menimbulkan persoalan serius dalam aspek hukum maupun sosial, karena menyangkut kejujuran, keadilan, dan kepercayaan dalam transaksi elektronik (*electronic commerce*).

Praktik *fake review* dapat diartikan sebagai pemberian ulasan palsu oleh seseorang yang tidak memiliki pengalaman nyata terhadap produk atau layanan yang diulas, baik dalam bentuk ulasan positif untuk menaikkan reputasi maupun ulasan negatif untuk menjatuhkan pesaing. Sedangkan *fake buyer* mengacu pada pembeli fiktif atau akun yang dibuat hanya untuk memberikan kesan transaksi nyata, tanpa tujuan konsumsi sebenarnya. Modusnya antara lain berupa pemberian rating palsu, penggunaan akun *bot*, hingga perekrutan individu yang dibayar untuk menulis ulasan tertentu. Praktik ini termasuk dalam kategori penipuan digital (*cyber fraud*), karena mengandung unsur manipulasi informasi yang menyesatkan konsumen dan mengganggu keadilan pasar (*market fairness*) (Hayati, Marzuki, & Firmanditya, 2023).

Dalam perspektif hukum, praktik *fake review* dan *fake buyer* dapat dikategorikan sebagai bentuk pelanggaran terhadap beberapa ketentuan perundang-undangan di Indonesia. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang atau jasa, serta dilarang memproduksi atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji atau keterangan yang ditawarkan. Oleh karena itu, ulasan palsu yang menyesatkan konsumen dapat dianggap sebagai pelanggaran terhadap hak konsumen atas informasi yang benar dan melanggar prinsip *fair trade* (Purnama & Ciptorukmi, 2024).

Di dalam konteks hukum siber, praktik tersebut juga relevan dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. Pasal 28 ayat (1) UU ITE menyatakan bahwa setiap orang yang dengan sengaja menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik dapat dipidana. Ulasan palsu yang memberikan informasi tidak benar dan menimbulkan kerugian ekonomi bagi konsumen jelas memenuhi unsur pasal ini. Dengan demikian, pelaku yang menyebarkan atau memfasilitasi *fake review* dan *fake buyer* dapat dijerat dengan ketentuan pidana UU ITE (Sutrisno, 2023).

Di sisi lain, tanggung jawab hukum juga dapat dibebankan kepada platform digital sebagai penyelenggara sistem elektronik. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), penyelenggara sistem elektronik wajib menyediakan sistem yang aman, transparan, dan bertanggung jawab dalam menjamin transaksi elektronik. Platform memiliki kewajiban untuk memastikan bahwa seluruh aktivitas di dalam sistemnya tidak merugikan pihak lain, serta wajib menindak konten atau aktivitas yang melanggar hukum. Dengan demikian, platform yang tidak melakukan pengawasan terhadap aktivitas *fake review* dan *fake buyer* dapat dianggap lalai dan turut bertanggung jawab secara hukum atas kerugian yang timbul (UNNES Journal of Media Law Review, 2021).

Dari aspek perdata, tanggung jawab hukum dapat pula muncul berdasarkan prinsip *onrechtmatige daad* atau perbuatan melawan hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Apabila tindakan *fake review* menyebabkan kerugian kepada konsumen atau pelaku usaha lain, maka pihak yang merasa dirugikan dapat mengajukan gugatan ganti rugi. Hal ini diperkuat oleh asas bahwa setiap orang bertanggung jawab atas kerugian yang timbul akibat kesalahannya sendiri, termasuk dalam ranah transaksi elektronik (*civil liability in e-commerce*). Dengan demikian, baik pelaku individu maupun platform digital dapat dimintai pertanggungjawaban apabila terbukti lalai atau secara sengaja membiarkan terjadinya praktik manipulatif tersebut (Joane & Suraji, 2024).

Namun, implementasi hukum dalam menangani praktik *fake review* dan *fake buyer* di Indonesia masih menghadapi berbagai kendala. Salah satu hambatan utamanya terletak pada aspek pembuktian. Menentukan apakah suatu ulasan benar-benar palsu membutuhkan verifikasi teknis yang kompleks, termasuk analisis akun, jejak digital, hingga hubungan antara penjual dan pemberi ulasan. Selain itu, banyaknya akun anonim dan identitas digital palsu membuat pelacakan pelaku menjadi sulit. Dalam banyak kasus, platform digital hanya bertindak setelah ada laporan (mekanisme *notice and takedown*), bukan melalui pengawasan proaktif (Hayati et al., 2023).

Kelemahan lain adalah ketiadaan aturan yang secara spesifik mengatur tentang *fake review* atau *fake buyer*. Regulasi yang ada masih bersifat umum dan belum memberikan mekanisme sanksi yang tegas terhadap tindakan manipulasi ulasan. Akibatnya, banyak kasus berakhir tanpa penyelesaian hukum yang efektif. Dalam praktik internasional, seperti di Uni Eropa dan Amerika Serikat, *fake review* telah dikategorikan sebagai bentuk *deceptive commercial practice* yang dapat dijatuhi sanksi administratif dan pidana terhadap pelaku maupun platform yang lalai melakukan pengawasan. Kondisi ini menunjukkan perlunya pembaruan hukum nasional agar mampu merespons perkembangan perilaku penipuan digital di Indonesia (Purnama & Ciptorukmi, 2024).

Selain aspek hukum, fenomena *fake review* dan *fake buyer* juga dapat dianalisis dari perspektif sosiologis. Secara sosial, praktik tersebut berakar pada dorongan ekonomi dan kompetisi pasar yang semakin ketat di ruang digital. Banyak pelaku usaha tergoda untuk meningkatkan reputasi produk dengan cara instan melalui manipulasi ulasan karena sistem algoritma platform sering kali menempatkan produk dengan rating tinggi di posisi lebih strategis. Dalam konteks ini, *fake review* menjadi alat pemasaran ilegal untuk memperoleh keuntungan ekonomi, meskipun secara moral dan hukum bertentangan dengan prinsip kejujuran dan keadilan dalam perdagangan (Sutrisno, 2023).

Motivasi lainnya berasal dari konsumen sendiri. Beberapa konsumen rela menulis ulasan palsu karena mendapatkan imbalan, potongan harga, atau produk gratis dari penjual. Fenomena ini menunjukkan adanya aspek moral hazard dalam perilaku digital masyarakat. Rendahnya literasi digital juga berperan penting dalam suburnya praktik *fake review* di Indonesia. Banyak pengguna internet belum mampu membedakan antara ulasan asli dan ulasan palsu, sehingga mudah dipengaruhi oleh manipulasi persepsi daring. Hal ini menunjukkan bahwa penegakan hukum tidak cukup dilakukan dengan pendekatan represif semata, tetapi juga harus diimbangi dengan edukasi dan peningkatan kesadaran masyarakat mengenai etika digital (*digital ethics*) (Hayati et al., 2023).

Dampak sosial dari *fake review* dan *fake buyer* sangat signifikan terhadap kepercayaan publik. Sistem ulasan seharusnya menjadi ruang partisipatif yang memperkuat transparansi antara konsumen dan pelaku usaha. Namun, ketika sistem tersebut disalahgunakan, kepercayaan terhadap platform dan mekanisme *review* itu sendiri akan menurun. Konsumen menjadi skeptis terhadap keaslian ulasan, sementara pelaku usaha yang jujur menjadi dirugikan karena kalah bersaing dengan pesaing yang menggunakan cara curang. Akibatnya, muncul distorsi pasar di mana produk yang sebenarnya berkualitas rendah dapat terlihat unggul karena ulasan palsu, dan sebaliknya produk yang baik bisa kehilangan daya saing (Ahnan, Maghfur, & Lestari, 2024).

Fenomena ini menunjukkan bahwa tanggung jawab hukum tidak hanya berhenti pada pelaku individual, tetapi juga harus mencakup tanggung jawab sosial

dari platform digital sebagai pengelola ruang interaksi daring. Platform memiliki kekuasaan besar dalam menentukan eksposur produk, visibilitas penjual, dan sistem rating. Oleh karena itu, secara moral dan hukum, mereka berkewajiban untuk menjaga integritas sistem dengan menerapkan kebijakan yang ketat terhadap *fake review* dan *fake buyer*. Bentuk tanggung jawab ini dapat berupa verifikasi identitas pengguna, penggunaan algoritma pendeteksi pola ulasan tidak wajar, serta transparansi dalam pengelolaan data ulasan (UNNES Journal of Media Law Review, 2021).

Dari perspektif hukum pidana, praktik *fake review* dapat dikategorikan sebagai bagian dari kejahatan siber (*cybercrime*) dalam bentuk *cyber fraud*, karena mengandung unsur penipuan, pemalsuan, dan manipulasi informasi elektronik yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan ekonomi. *Cyber fraud* didefinisikan sebagai tindakan curang yang dilakukan melalui sarana elektronik atau jaringan internet untuk menipu pihak lain dan mendapatkan keuntungan secara melawan hukum (Elena Journal of Humaniorum, 2023). Dengan demikian, *fake review* dan *fake buyer* merupakan manifestasi baru dari bentuk penipuan siber yang harus ditangani melalui kebijakan hukum yang komprehensif.

Dalam konteks penegakan hukum, tantangan lain yang dihadapi adalah lemahnya koordinasi antarinstansi. Penanganan kasus *fake review* melibatkan lintas yurisdiksi antara Kementerian Perdagangan, Kementerian Komunikasi dan Informatika, dan lembaga penegak hukum seperti Kepolisian RI. Sementara itu, platform digital sering kali beroperasi secara transnasional, sehingga yurisdiksi hukum nasional menjadi terbatas. Kondisi ini memperkuat urgensi pembentukan regulasi khusus yang dapat mengatur tanggung jawab lintas pihak secara tegas dan efektif (Joane & Suraji, 2024).

Dari sisi sosiologis, fenomena *fake review* juga berkaitan dengan budaya konsumtif masyarakat dan meningkatnya ketergantungan terhadap opini publik dalam pengambilan keputusan pembelian. Masyarakat digital Indonesia dikenal memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap testimoni dan ulasan daring, bahkan lebih tinggi daripada informasi iklan resmi. Hal ini menyebabkan ulasan produk memiliki kekuatan persuasi yang sangat besar. Ketika ulasan tersebut dipalsukan,

maka masyarakat menjadi korban manipulasi opini publik. Secara sosiologis, praktik ini dapat dianggap sebagai bentuk kejahatan terhadap kepercayaan sosial (*social trust crime*), karena merusak nilai-nilai integritas yang menjadi dasar interaksi dalam masyarakat digital (Ahnan et al., 2024).

Kondisi tersebut menunjukkan perlunya pendekatan hukum yang lebih adaptif dan responsif terhadap perkembangan teknologi dan perilaku sosial masyarakat digital. Pembentuk undang-undang harus memperhatikan aspek sosiologis dalam perumusan kebijakan agar peraturan yang dibuat tidak hanya menekankan sanksi, tetapi juga mampu mengedukasi dan mendorong etika dalam bertransaksi daring. Selain itu, penguatan literasi digital dan budaya kejujuran dalam bisnis online menjadi elemen penting dalam membangun ketahanan ekosistem digital yang sehat.

Fenomena *fake review* dan *fake buyer* menggambarkan dilema antara kemajuan teknologi dan integritas moral dalam ekonomi digital. Kecepatan dan kemudahan transaksi elektronik membawa manfaat besar, tetapi juga membuka peluang baru bagi praktik manipulatif. Oleh karena itu, tanggung jawab hukum platform digital harus diarahkan tidak hanya pada kepatuhan formal terhadap peraturan, tetapi juga pada komitmen substantif untuk melindungi konsumen dan menjaga keadilan pasar. Tanpa adanya langkah konkret dari semua pihak—pemerintah, platform, pelaku usaha, dan masyarakatmaka ekosistem digital akan terus dibayangi oleh ketidakpercayaan dan kecurangan sistematis.

Dengan demikian, analisis terhadap tanggung jawab hukum platform digital terhadap tindakan *fake review* dan *fake buyer* sebagai bentuk tindak pidana *cyber fraud* tidak hanya penting secara akademik, tetapi juga memiliki nilai strategis bagi pembaruan hukum nasional dan perlindungan masyarakat di era digital. Hukum harus hadir sebagai instrumen yang tidak hanya menindak pelaku kejahatan, tetapi juga mendorong budaya digital yang berkeadilan dan berintegritas.

Dari sudut pandang aspek yuridis, keberadaan *fake review* dan *fake buyer* di platform digital menimbulkan persoalan hukum yang kompleks, karena berkaitan dengan pembuktian niat jahat (*mens rea*) serta akibat yang timbul di ranah siber. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi

Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 (UU ITE) merupakan dasar utama dalam menilai keabsahan informasi elektronik, termasuk ulasan dan transaksi daring. Pasal 28 ayat (1) UU ITE secara eksplisit melarang penyebaran berita bohong dan menyesatkan yang merugikan konsumen dalam transaksi elektronik. Dengan demikian, tindakan membuat atau menyebarkan *fake review* dan *fake buyer* dapat dikualifikasikan sebagai pelanggaran terhadap ketentuan tersebut karena mengandung unsur penipuan (*fraud*) secara digital (Sibuea, 2022).

Selain itu, tanggung jawab hukum tidak hanya dibebankan kepada individu pelaku, tetapi juga kepada platform digital sebagai penyelenggara sistem elektronik (*PSE*). Berdasarkan Pasal 15 ayat (1) UU ITE, setiap penyelenggara sistem elektronik wajib menyelenggarakan sistem secara andal, aman, dan bertanggung jawab terhadap berfungsinya sistem tersebut. Dengan demikian, platform seperti *e-commerce marketplace* (misalnya Tokopedia, Shopee, atau Lazada) memiliki kewajiban hukum untuk memastikan bahwa sistem mereka tidak digunakan untuk tujuan melanggar hukum seperti *fake review* atau *fake buyer* (Siregar, 2023). Kegagalan dalam melakukan pengawasan dan moderasi konten dapat menimbulkan tanggung jawab hukum secara perdata maupun administratif terhadap platform digital tersebut.

Dalam konteks hukum perlindungan konsumen, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menegaskan bahwa setiap pelaku usaha dilarang memproduksi atau memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji dalam label, keterangan, atau iklan (Pasal 8 UUPK). *Fake review* secara langsung menyesatkan konsumen karena menciptakan persepsi palsu terhadap kualitas barang atau jasa yang ditawarkan. Dalam hal ini, *fake review* merupakan bentuk pelanggaran terhadap prinsip *kejujuran berusaha* sebagaimana diatur dalam Pasal 7 huruf b UUPK yang mengharuskan pelaku usaha beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya (Astuti, 2021).

Dari perspektif hukum pidana, tindakan *fake buyer* dapat dikategorikan sebagai tindak pidana *cyber fraud* karena mengandung unsur penipuan sebagaimana diatur dalam Pasal 378 KUHP, yakni perbuatan dengan maksud untuk

menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum dengan menggunakan tipu muslihat atau kebohongan. Namun, dalam konteks digital, bentuk-bentuk penipuan ini menjadi lebih kompleks karena melibatkan sistem elektronik dan algoritma yang beroperasi otomatis. Oleh karena itu, perlu adanya *legal reconstruction* agar hukum pidana mampu mengakomodasi karakteristik khusus dunia siber (Sutanto, 2023).

Sementara itu, secara aspek sosiologis, praktik *fake review* dan *fake buyer* memberikan dampak signifikan terhadap kepercayaan publik dalam ekosistem digital. Konsumen modern cenderung bergantung pada ulasan pengguna sebelum memutuskan untuk membeli produk atau menggunakan jasa. Apabila ulasan tersebut ternyata palsu, maka konsumen menjadi korban misinformasi dan kehilangan rasa percaya terhadap sistem transaksi digital. Fenomena ini dapat menurunkan kualitas interaksi ekonomi digital dan memperlambat pertumbuhan ekonomi berbasis kepercayaan (*trust-based economy*) (Nugroho, 2022).

Dampak lainnya adalah munculnya ketimpangan kompetisi antar pelaku usaha. Pelaku usaha yang jujur dan berintegritas menjadi kalah bersaing karena pelaku lain menggunakan cara-cara curang dengan membeli ulasan palsu untuk meningkatkan reputasi produk. Hal ini bukan hanya merugikan konsumen, tetapi juga merusak prinsip keadilan dalam pasar digital. Platform digital yang tidak melakukan pengawasan yang efektif terhadap ulasan dan transaksi palsu secara tidak langsung turut memperkuat praktik curang tersebut (Hartono, 2023).

Lebih jauh lagi, aspek sosiologis hukum memperlihatkan bahwa hukum tidak dapat berjalan efektif hanya melalui norma tertulis, melainkan juga harus diterima oleh masyarakat. Jika masyarakat pengguna platform digital tidak memiliki kesadaran hukum yang tinggi untuk melaporkan atau menolak *fake review* dan *fake buyer*, maka upaya penegakan hukum menjadi tidak efektif. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan hukum yang tidak hanya represif (penegakan dan sanksi), tetapi juga preventif dan edukatif melalui literasi digital serta kerja sama antara pemerintah, platform, dan masyarakat sipil (Rahmawati, 2024).

Lebih lanjut, konsep tanggung jawab hukum platform digital dapat dianalisis berdasarkan teori *strict liability* dan *vicarious liability*. Teori *strict*

liability menempatkan platform sebagai pihak yang tetap bertanggung jawab atas kerugian konsumen meskipun tanpa kesalahan langsung, sepanjang sistem yang mereka kelola menyebabkan kerugian. Sedangkan *vicarious liability* menekankan tanggung jawab tidak langsung akibat kelalaian dalam pengawasan terhadap aktivitas pengguna. Dalam konteks *fake review* dan *fake buyer*, kedua teori ini menjadi relevan karena platform memiliki kemampuan teknis dan sumber daya untuk mendeteksi serta mencegah perilaku curang di dalam sistem mereka (Suhartono, 2023).

Selain teori tanggung jawab, penting pula memperhatikan pendekatan teori sistem hukum Lawrence Friedman yang meliputi substansi hukum (*legal substance*), struktur hukum (*legal structure*), dan budaya hukum (*legal culture*). Dalam hal ini, substansi hukum telah tersedia melalui UU ITE dan UUPK; struktur hukum melibatkan aparat penegak hukum serta lembaga pengawas transaksi elektronik; sementara budaya hukum mencerminkan kesadaran masyarakat terhadap etika digital. Ketidakseimbangan di antara ketiga elemen ini menyebabkan penegakan hukum terhadap *fake review* dan *fake buyer* belum efektif (Friedman, 1975).

Dalam praktiknya, banyak platform digital masih bersikap ambigu terhadap *fake review*. Beberapa di antaranya menganggap ulasan palsu sebagai bagian dari strategi pemasaran pengguna, bukan pelanggaran hukum. Sikap permisif seperti ini justru memperlemah integritas ekosistem digital dan mengabaikan tanggung jawab sosial korporasi (*corporate social responsibility*). Oleh karena itu, peraturan turunan yang lebih tegas, seperti Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE), perlu diperkuat dengan mekanisme pengawasan dan sanksi administratif terhadap platform yang lalai (Kominfo, 2023).

Terlihat bahwa tanggung jawab hukum platform digital terhadap tindakan *fake review* dan *fake buyer* tidak hanya merupakan persoalan hukum positif semata, tetapi juga persoalan etika, sosial, dan budaya hukum masyarakat. Pendekatan interdisipliner yang menggabungkan analisis normatif dan sosiologis diperlukan untuk membangun sistem hukum yang adaptif terhadap perkembangan teknologi

informasi. Dengan demikian, hukum tidak sekadar menjadi alat represif, tetapi juga sarana untuk menumbuhkan kepercayaan dan keadilan dalam ekosistem ekonomi digital Indonesia. Oleh sebab itu penulis mengambil judul Analisis Tanggung Jawab Hukum Platform Digital terhadap Tindakan Fake Review dan Fake Buyer sebagai Bentuk Tindak Pidana Cyber Fraud.

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, dapat diambil rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaturan hukum terhadap praktik fake review dan fake buyer sebagai bentuk cyber fraud dalam UU ITE?
2. Bagaimana efektivitas penerapan UU ITE dalam penanggulangan praktik fake review dan fake buyer di Indonesia?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis dan memahami secara mendalam pengaturan hukum terhadap praktik fake review dan fake buyer dalam perspektif Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya.
2. Mengkaji efektivitas penerapan UU ITE dalam menanggulangi tindakan fake review dan fake buyer, baik dari sisi regulasi, penegakan hukum, maupun peran lembaga yang berwenang.

1.3.2. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Secara teoretis, penelitian ini memperkaya ilmu hukum, khususnya di bidang Cyber Law dan Hukum Perlindungan Konsumen dalam ekonomi digital. Kajian ini memberikan kontribusi akademik melalui pemahaman baru tentang tanggung jawab hukum platform digital terhadap praktik fake review dan fake buyer sebagai bentuk cyber fraud. Penelitian ini juga menegaskan pentingnya kolaborasi antara hukum, teknologi, dan etika bisnis, serta memperkuat relevansi UU ITE dalam menghadapi tantangan hukum di era digital.

2. Manfaat Praktis

   Secara praktis, penelitian ini memberikan masukan bagi pemerintah dalam penyusunan kebijakan yang lebih efektif, serta bagi aparat penegak hukum dalam penerapan UU ITE terhadap kasus penipuan digital. Bagi platform digital, hasil penelitian ini menekankan pentingnya penerapan prinsip kehati-hatian dan sistem pengawasan yang transparan. Sementara bagi masyarakat dan pelaku usaha, penelitian ini mendorong peningkatan kesadaran hukum demi menciptakan ekosistem perdagangan elektronik yang aman, jujur, dan terpercaya.