



## Perlindungan Hukum Untuk Pelaku Usaha Terhadap Tindakan Konsumen Yang Melakukan *Fake Review* Negatif Dalam Transaksi *E-Commerce*

Olivia Syalsabela Purnama<sup>1</sup>, Anjar Sri Ciptorukmi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

### Article Info

#### Article history:

Received April 10, 2024  
Revised Mei 1, 2024  
Accepted Mei 1, 2024

#### Kata Kunci:

*E-commerce*,  
*Fake review* negatif,  
Perlindungan Hukum Untuk  
Pelaku Usaha,  
Upaya Hukum.

#### Keywords:

*E-commerce*,  
*Fake negative reviews*,  
*Legal Protection for Business*  
*Actors*,  
*Legal Remedies*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis perlindungan hukum pelaku usaha terhadap tindakan konsumen yang melakukan fake review, mengkaji upaya hukum yang dapat dilakukan pelaku usaha terhadap tindakan konsumen yang merugikan pelaku usaha dan menganalisis upaya yang dapat diambil untuk mengatasi tindakan fake review oleh konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode hukum normatif yang bersifat preskriptif. Penelitian ini menggunakan pendekatan Perundang-undangan. Bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Teknik pengumpulan bahan hukum menggunakan studi pustaka (library research). Kemudian, teknik analisis bahan hukum yang digunakan adalah teknik analisis bahan hukum kualitatif dengan logika deduksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum untuk pelaku usaha terhadap perbuatan fake review negatif dapat dibagi menjadi perlindungan hukum internal dan perlindungan hukum eksternal. Perlindungan hukum internal terdapat pada syarat dan ketentuan layanan platform. Perlindungan hukum eksternal terdapat pada KUH Perdata, UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU No 1 Tahun 2024 tentang ITE dan PP No 80 Tahun 2019 tentang PMSE. Upaya hukum yang dilakukan oleh pelaku usaha dapat melalui jalur litigasi dan non litigasi. Upaya penyedia platform e-commerce untuk menghentikan tindakan fake review negatif adalah dengan memberlakukan perjanjian yang mengikat antara platform dan konsumen terkait pemberian ulasan yang mengacu pada sebuah kejujuran.

### ABSTRACT

This research aims to analyze the protection of business legal actors against the actions of consumers who carry out fake reviews, examine the legal remedies that business actors can take against consumer actions that are detrimental to business actors and analyze the efforts that can be taken to overcome acts of fake reviews by consumers. The research method used is a normative legal method which is prescriptive in nature. This research uses a statutory approach. The legal materials used in this research are primary legal materials and secondary legal materials. The technique for collecting legal materials uses library research (library research). Then the legal material analysis technique used is a qualitative legal material analysis technique using deduction logic. The research results show that legal protection for business actors against false negative reviews can be divided into internal legal protection and external legal protection. Internal legal protection is contained in the platform's terms and conditions of service. External legal protection is found in the Civil Code, Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection, Law No. 1 of 2024 concerning ITE and PP No. 80 of 2019 concerning PMSE. Legal efforts taken by

---

*business actors can be through litigation and non-litigation. E-commerce platform providers' efforts to stop the act of false negative reviews is by enacting a binding agreement between the platform and consumers regarding providing reviews that refer to honesty..*

---

*This is an open access article under the [CC BY](#) license.*



---

**Corresponding Author:**

**Olivia Syalsabela Purnama**  
Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret,  
Surakarta, Indonesia  
Email: bellaolivia81@gmail.com

---

## 1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi yang berkembang begitu pesat pada era sekarang memiliki dampak yang begitu besar terhadap berbagai bidang kehidupan tak terkecuali pada bidang ekonomi. Kemudahan bertransaksi jual beli online tanpa memerlukan sistem tatap muka (*face to face*) sangat memberi kemudahan terhadap pelaku usaha dan pembeli. Platform yang digunakan untuk kemudahan bertransaksi ini disebut dengan *e-commerce*. *E-Commerce* sendiri merupakan suatu perdagangan elektronik yang berupa penjualan, pembelian dan pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik. Dalam transaksi ini pelaku usaha dimudahkan dalam hal pemasaran barang tanpa perlu membangun toko atau mencari tempat usaha secara konvensional [1]. Dalam *e-commerce* terdapat beberapa pihak yaitu pelaku usaha, konsumen dan platform itu sendiri. Pelaku usaha berperan dalam penyediaan barang maupun jasa yang menjadi objek jual toko di dalam *e-commerce*. Peran konsumen adalah sebagai pihak yang membeli atau menggunakan suatu produk yang dijual oleh pelaku usaha dengan menggunakan alat tukar. Kemudian, peran platform adalah sebagai tempat atau sarana bagi pelaku usaha dan pembeli untuk dapat saling berinteraksi dan melakukan jual beli suatu barang dan jasa.

Berdasarkan data *Statista Market Insights*, jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2022 mencapai 178,94 juta orang. Jumlah ini mengalami peningkatan sebesar 12,79% apabila dibandingkan dengan tahun sebelumnya dengan jumlah 158,65 juta orang. Pada akhir tahun 2023 pengguna *e-commerce* di Indonesia diproyeksikan akan terus mengalami peningkatan hingga mencapai 196,47 juta orang. Selain data tersebut, berdasarkan hasil survei *We Are Social* pada April 2021, Indonesia merupakan negara dengan jumlah pengguna layanan *e-commerce* terbanyak di dunia yaitu sebanyak 88,1% yang kemudian disusul dengan negara Inggris dan Filipina. Jumlah presentase tersebut menunjukkan bahwa perkembangan *e-commerce* ini semakin lama semakin tumbuh begitu pesat.

Membahas mengenai *e-commerce*, kepercayaan konsumen merupakan hal yang sangat penting dan patut diperhatikan karena memiliki pengaruh terhadap performa toko. Tingkat kepercayaan ini dapat dianalisis melalui penilaian toko yang tercantum pada setiap toko online. Penilaian toko ini dipengaruhi oleh ulasan atau *review* konsumen terhadap barang yang konsumen beli. Semakin baik ulasan toko maka kepercayaan pembeli terhadap toko

tersebut juga akan semakin tinggi. Ulasan produk adalah tulisan yang ditulis konsumen pada kolom yang sudah disiapkan pada *e-commerce* yang mencerminkan kualitas barang yang sebenarnya, seperti masalah warna, spesifikasi tidak konsisten, masalah penggunaan atau kualitas tinggi dan pengalaman yang baik [2]. Pengaruh ulasan sendiri dapat diukur dengan memperhatikan beberapa yaitu Intensitas, Valensi Opini, Konten [3].

Ulasan atau *review* sendiri dapat dibagi menjadi 2 (dua) jenis yaitu *review* positif dan *review* negatif. *Review* positif dapat memberikan keuntungan bagi pelaku usaha karena dapat meningkatkan *brand awareness* atau kesadaran suatu merek di tengah masyarakat. Berbanding terbalik dengan *review* positif, *review* negatif justru dapat memberikan kerugian serta dapat menurunkan atau menjatuhkan citra toko pelaku usaha. *Review* negatif yang dibuat dengan kejujuran sesuai apa yang diterima oleh konsumen merupakan hal yang sangat wajar, tetapi apabila *review* negatif diberikan dengan kebohongan dan bertujuan ingin menjatuhkan toko maka disini diperlukan upaya penegakan hukum untuk melindungi kepentingan pelaku usaha.

Dilansir dari laman merdeka.com menurut data laporan setidaknya terdapat 31% ulasan palsu yang ditemukan dalam situs perbelanjaan online terkenal dunia seperti Amazon, Walmart dan Best Buy. Selain itu, pada beberapa kasus lain di Indonesia seperti pada kasus brand kecantikan Carasun yang dikabarkan telah melakukan penyewaan buzzer untuk melakukan *review* negatif terhadap brand kecantikan lainya yaitu Skin Game [4]. Hal tersebut membuat masyarakat berfikir bahwa Carasun telah menggunakan trik marketing kotor. Pada kasus lainya [5] seorang youtuber bernama Rius Vernandes membuat *review* terhadap maskapai penerbangan Garuda Indonesia. Pada awalnya youtuber tersebut mengunggah gambar pada akun instagramnya berisi kartu menu maskapai penerbangan pada kelas *business*, menu tersebut hanya ditulis menggunakan tulisan tangan yang membuat youtuber tersebut menulis keterangan pada gambar yang telah diunggah dengan kalimat “Menunya masih dalam percetakan Pak”. Atas perbuatan tersebut youtuber dilaporkan ke kepolisian dengan tuduhan pencemaran nama baik.

Kasus serupa juga terjadi dengan youtuber bernama Dian Widiyanarko, ia mengulas produk berupa kacamata bermerek Eiger dengan tipe kerato pada akun youtubenyanya. Dian memuji kacamata tersebut dengan kalimat kacamata berkualitas dan harga murah. Sayangnya, Eiger merasa keberatan dengan ulasan tersebut dikarenakan kualitas video yang diunggah dianggap kurang bagus atau beresolusi rendah yang mengakibatkan produk terlihat berbeda. Namun, dalam kasus ini pihak Eigerlah yang bersalah dikarenakan Dian sudah melakukan *review* secara jujur dan *review* yang dilakukan bukan merupakan iklan yang dibayar oleh pihak Eiger. Atas kasus tersebut pihak Eiger telah meminta maaf terhadap Dian Widiyanarko [6].

Permasalahan hukum mengenai *e-commerce* masih menjadi tantangan utama dalam lingkup online. Meskipun, sudah sangat banyak tulisan akademik mengenai topik ini, tetapi pada kenyataanya permasalahan ini belum dapat diatasi secara optimal. Oleh sebab itu, perlindungan hukum bagi pelaku usaha sangat diperlukan untuk melindungi kepentingan pelaku usaha itu sendiri. Menurut pendapat Mochammad Isnaeni [7], berdasarkan sumbernya perlindungan hukum perdata dibagi menjadi dua jenis yaitu perlindungan hukum internal dan perlindungan hukum eksternal.

## 2. METODE

Metode penelitian adalah suatu prosedur, tata cara atau langkah-langkah ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data yang digunakan dalam memecahkan permasalahan yang terdapat dalam suatu penelitian atau agar tujuan penelitian dapat tercapai.

### 2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian hukum ini adalah penelitian hukum normatif atau doktrinal. Jenis penelitian hukum normatif atau doktrinal ini adalah penelitian yang mendasarkan analisisnya melalui peraturan perundang-undangan yang berlaku dan relevan terhadap topik permasalahan hukum yang diangkat oleh peneliti yang menjadi fokus penelitian.

### 2.2 Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian hukum ini adalah preskriptif yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk memberikan saran-saran mengenai apa yang harus dilakukan untuk mengatasi suatu permasalahan dalam penelitian.

### 2.3 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian hukum ini adalah pendekatan Undang-Undang atau Perundang-undangan. Pendekatan ini memiliki arti sebagai pendekatan penelitian yang dilakukan dengan melakukan telaah terhadap semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani oleh peneliti.

### 2.4 Jenis Bahan Hukum

#### a. Bahan hukum primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang utama, yang merupakan bahan hukum yang berasal dari dokumen-dokumen bersifat resmi seperti peraturan perundang-undangan. Berikut beberapa bahan hukum primer yang digunakan peneliti:

- 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- 3) Undang-Undang No 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- 4) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik
- 5) Syarat dan Ketentuan Layanan Shopee
- 6) Syarat dan Ketentuan Layanan Tokopedia
- 7) Syarat dan Ketentuan Layanan Lazada

#### b. Bahan hukum sekunder

Bahan hukum sekunder adalah dokumen atau bahan hukum yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer, seperti buku-buku, artikel, jurnal, hasil penelitian dan makalah.

### 2.5 Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Teknik pengumpulan bahan hukum adalah metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data (Riduwan, 2010). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik studi pustaka (*library research*), yaitu kegiatan menelaah bahan hukum yang diperoleh serta

mencari berbagai teori-teori yang relevan dengan permasalahan yang diteliti sebagai bahan rujukan dalam memecahkan topik permasalahan yang dibahas.

## 2.6 Teknik Analisis Bahan Hukum

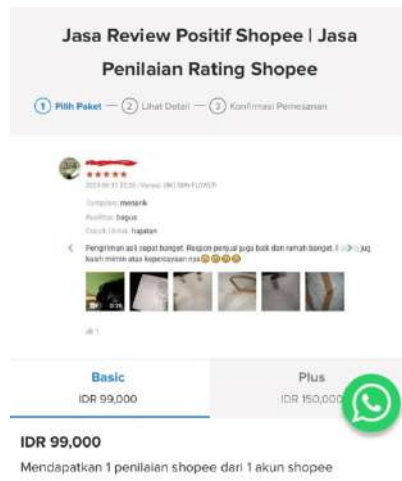
Teknik Analisis Bahan Hukum yang digunakan peneliti dalam mengelola bahan hukum yaitu dengan menggunakan teknik analisis kualitatif dengan logika deduksi. Teknik analisis kualitatif dilakukan dengan menganalisis bahan hukum yang diperoleh kemudian mengaitkan dengan permasalahan yang diteliti berdasarkan logika deduksi. Logika deduksi merupakan sistem berpikir dari pernyataan yang bersifat umum (premis mayor) yang akhirnya mengerucut menjadi lebih spesifik atau khusus (premis minor) kemudian atas hal tersebut ditariklah sebuah kesimpulan

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Perlindungan Hukum Untuk Pelaku Usaha Terhadap Tindakan Konsumen Yang Melakukan *Fake Review* Negatif

Berdasarkan hasil analisa peneliti pemberian ulasan palsu oleh konsumen dapat dilatar belakangi karena banyak hal, misalnya yang sedang marak saat ini adalah *review* positif toko online karena hasil membayar jasa sekelompok orang untuk menyuarakan sesuatu atau yang biasa disebut dengan *buzzer* untuk meningkatkan *brand awareness*. Kemudian untuk *review* negatif dapat dilatarbelakangi karena adanya persaingan usaha yang tidak sehat ataupun kecemburuan sosial. *Fake review* yang negatif inilah merupakan salah satu ancaman bagi para pelaku usaha di platform *e-commerce* dan termasuk dalam *black campaign*. Satu ulasan palsu negatif saja dapat merusak citra toko online dan mengurangi kepercayaan konsumen terhadap toko online.

Tidak dapat dipungkiri bahwa pembuktian pada tindakan ini cenderung lebih sulit dikarenakan ulasan konsumen bergantung pada kejujuran konsumen tersebut. Tindakan *fake review* positif biasanya lebih mudah untuk dikenali daripada dengan *fake review* negatif. Biasanya ulasan palsu positif ini cenderung menggunakan kata pujian secara berlebihan dalam memuji suatu barang atau jasa. Selain itu, dilansir dari beberapa artikel seperti pada artikel hipwee dan artikel merdeka.com ulasan palsu positif kerap kali tidak menjelaskan pengalaman yang dialami oleh konsumen secara jelas melainkan hanya berisi pujian saja. Ulasan palsu positif juga kerap menyebut nama brand berulang kali dengan tujuan sekaligus promosi. Ulasan ini biasanya juga dipublikasikan secara massal dan dalam jangka waktu yang singkat. Pengulas atau seseorang yang memberi ulasan terkadang juga menggunakan akun bodong atau akun palsu. Berdasarkan penemuan peneliti, jasa pemberian ulasan positif ini telah diperjualbelikan di internet. Ini adalah bukti gambar jasa pemberian ulasan positif palsu yang beredar di internet.



Gambar 1. Jasa Pemberian Ulasan Positif

Berbeda dengan ulasan positif, ulasan negatif kontennya berisi tentang hinaan atau celaan terhadap barang atau jasa. Berdasarkan artikel run system ulasan palsu negatif merupakan hal yang lumrah pada dunia bisnis digital dan termasuk ke dalam black campaign atau kampanye terlarang. Muatan konten ulasan palsu negatif ini berisi tentang berita bohong atau *hoax*, kata-kata yang digunakan dalam ulasan cenderung dibuat-buat dan memberikan informasi tanpa adanya riset atau sesukanya saja. Tujuan dari pemberian ulasan negatif ini tentunya menjatuhkan reputasi suatu brand, menurunkan kepercayaan konsumen, menurunkan penjualan toko serta membuat konsumen berpindah untuk membeli di toko lain yang menjadi pesaingnya. Ini adalah gambar contoh ulasan negatif yang beredar di internet pada kasus brand kecantikan yaitu Carasun dengan Skin Game.



Gambar 2. Contoh Ulasan Negatif

Kasus mengenai ulasan sudah seringkali terjadi di Indonesia. Beberapa kasus yang terjadi seperti pada kasus brand kecantikan yaitu Carasun telah melakukan penyewaan buzzer untuk melakukan *review* negatif terhadap brand kecantikan lainnya yaitu Skin Game. Kasus lainnya menyangkut maskapai penerbangan Garuda Indonesia. Awalnya terdapat youtuber yang mengunggah gambar pada akun instagramnya yang berisi kartu menu maskapai penerbangan tersebut. Dikarenakan youtuber tersebut menuliskan kalimat hinaan terhadap

kartu menu yang hanya ditulis dengan tulisan tangan bukan hasil percetakan, youtuber tersebut akhirnya dilaporkan oleh pihak maskapai ke kepolisian dengan tuduhan pencemaran nama baik.

Kasus serupa juga terjadi dengan youtuber lainnya, awalnya seorang youtuber mengulas produk kacamata bermerk Eiger dengan tipe kerato pada akun youtubenanya. Youtuber tersebut memuji kacamata tersebut dengan kalimat berkualitas dan harga murah. Namun, Eiger merasa keberatan dengan ulasan tersebut dikarenakan kualitas video yang diunggah dianggap kurang bagus yang mengakibatkan produk terlihat berbeda. Dalam kasus ini pihak Eiger yang melakukan kesalahan sehingga atas kasus tersebut pihak Eiger meminta maaf terhadap youtuber.

Dengan melihat banyaknya kasus tentang ulasan palsu ini, perlindungan hukum terhadap pelaku usaha terhadap ulasan palsu harus ditegakkan. Perlindungan hukum sendiri menurut Soerjono Soekanto [8] adalah segala upaya pemenuhan hak untuk memberi rasa aman kepada korban dalam bentuk bantuan hukum. Berdasarkan pendapat dari Mochammad Isnaeni [9] sumber perlindungan hukum perdata dibagi menjadi perlindungan hukum internal dan eksternal. Perlindungan hukum internal merupakan perlindungan hukum yang tercipta melalui sebuah perjanjian. Perlindungan hukum eksternal merupakan perlindungan hukum yang tercipta dari pemerintah.

Perlindungan hukum untuk pelaku usaha pada umumnya berasal dari 2 (dua) sumber yaitu perlindungan hukum internal yang terdapat pada syarat dan ketentuan layanan dan perlindungan hukum eksternal yang terdapat pada Undang-Undang. Perlindungan hukum terhadap perbuatan *fake review* negatif terdapat pada Undang-Undang dan tidak dijelaskan pada syarat dan ketentuan layanan. Namun, dalam Undang-Undang persoalan tentang ulasan atau *review* tidak diatur secara gamblang atau jelas.

Perbuatan *fake review* negatif ini dapat digolongkan terhadap perbuatan pidana yaitu pencemaran nama baik dikarenakan konsumen dalam ulasan negatifnya tersebut telah menuduhkan sesuatu hal kepada penjual dengan dalih itu merupakan ulasan yang jujur padahal pada kenyataannya tidak demikian. Dalam hal ini, konsumen yang melakukan *fake review* negatif telah melanggar ketentuan dalam perundang-undangan yaitu Pasal 45 angka (4) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dalam Pasal tersebut menjelaskan bahwa setiap orang yang secara sengaja menyerang nama baik seseorang dengan menuduhkan suatu hal yang bertujuan untuk diketahui oleh khalayak umum dalam bentuk informasi elektronik. Unsur yang ada pada Pasal ini adalah

- a. Setiap orang
- b. Dengan sengaja menyerang nama baik dan menuduhkan sesuatu hal
- c. Bertujuan untuk diketahui oleh khalayak umum

Atas perbuatan Pasal tersebut pelaku diancam dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun penjara dan/ atau denda paling banyak Rp400.000.000,00 (empat ratus juta rupiah).

Pada kenyataannya, UU Informasi Transaksi Elektronik yang telah mengakomodir regulasi tentang larangan dan upaya perlindungan atas adanya ulasan palsu di Indonesia, penerapan hukumnya berpotensi sulit untuk dilakukan. Dikarenakan terdapat dua hal yang mengakibatkan sulit dilakukan yakni:

- a. Terdapat kesulitan bagi pelaku usaha maupun konsumen untuk mengidentifikasi apakah suatu ulasan itu asli atau ulasan tersebut palsu.
- b. Adanya kesulitan bagi konsumen dan pelaku usaha untuk membuktikan apakah suatu tindakan yang dianggap telah melakukan ulasan palsu itu telah memenuhi unsur-unsur pasal yang mengatur mengenai larangan praktik ulasan palsu.

Selain melanggar peraturan di atas tindakan *fake review* negatif juga telah melanggar kewajiban dan prinsip untuk beritikad baik dalam transaksi elektronik sesuai ketentuan dalam Pasal 5 dan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) yaitu pada Pasal 3. Secara keperdataan, perbuatan *fake review* negatif merupakan suatu perbuatan melawan hukum yang menimbulkan kerugian bagi orang lain sehingga orang yang menimbulkan kerugian tersebut harus mengganti kerugian yang ditimbulkan sesuai dengan bunyi Pasal 1365 KUH Perdata. Bunyi dari pasal tersebut adalah “bahwa tiap perbuatan melawan hukum yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut”.

Akibat dari kerugian yang ditimbulkan, pelaku usaha dapat melakukan gugatan. Tujuan diajukan gugatan ini tertera pada Pasal 1372 KUH Perdata, sebagaimana disebutkan tuntutan perdata dalam hal penghinaan bertujuan untuk mendapatkan penggantian kerugian dan pemulihan nama baik. Kerugian dalam hukum sendiri dapat diklasifikasikan menjadi dua (2) yaitu kerugian materiil dan kerugian immateriil. Kerugian materiil merupakan kerugian yang dapat dinilai dengan uang. Sedangkan, kerugian immateriil merupakan kerugian yang tidak dapat dinilai dengan uang.

Menurut pendapat Moegni, terdapat perbedaan dalam beban pembuktian, perhitungan kerugian terhadap gugatan wanprestasi dan Perbuatan Melawan Hukum (PMH). Dalam gugatan PMH, penggugat harus membuktikan adanya kesalahan yang diperbuat tergugat. Sedangkan dalam gugatan wanprestasi, penggugat hanya menunjukkan bukti perjanjian yang dilanggar. Kasus pemberian *fake review* negatif ini termasuk ke dalam ranah PMH. Pembuktian kasus ini cenderung sulit dikenali karena bergantung terhadap kejujuran konsumen yang memberi ulasan sehingga hal ini membuat pelaku usaha memiliki beban pembuktian yang lebih besar pula. Menurut pendapat Prof. Rosa Agustina di dalam bukunya, kerugian yang diakibatkan oleh PMH berupa *scade* atau rugi saja, sedangkan kerugian akibat adanya wanprestasi berupa *konsten, scaden en interessen* (biaya, kerugian dan bunga). Kemudian, menurut Moegni Djojodirdjo [10] beberapa jenis penuntutan:

- a. Ganti kerugian berbentuk uang
- b. Ganti kerugian berbentuk natura atau pengembalian keadaan seperti semula
- c. Pernyataan terhadap perbuatan yang dilakukan merupakan PMH
- d. Larangan melakukan perbuatan
- e. Meniadakan sesuatu
- f. Pengumuman terhadap sesuatu yang telah diperbaiki.

Dalam kasus *fake review* negatif ini bentuk ganti kerugian dapat diminta sesuai dengan kerugian yang ditimbulkan oleh pelaku usaha. Kerugian yang dihasilkan biasanya dapat digantikan dengan ganti rugi berupa uang, natura, pernyataan seseorang bahwa telah melakukan PMH dan pengumuman terhadap sesuatu yang telah diperbaiki oleh pelaku.

Lingkup *e-commerce* termasuk ke dalam lingkup online yang menyebabkan pernyataan atau klarifikasi dari pelaku terhadap tindakan yang diperbuat merupakan tindakan melanggar hukum perlu dilakukan untuk memulihkan nama baik toko online yang telah dirugikan. Pemulihan nama baik ini termasuk dalam upaya natura atau pengembalian keadaan seperti semula. Selain itu, ganti kerugian berbentuk uang juga dapat diminta oleh pelaku usaha meskipun penafsiran uang ini tidak pasti karena pendapatannya tidak menentu, tetapi pelaku usaha dapat mengambil rata-rata pendapatan yang didapatkan dalam tempo waktu diterbitkannya *fake review* negatif.

Setiap platform memiliki ketentuan yang berbeda-beda dalam menjamin perlindungan hukum pelaku usaha. Seperti yang telah dibahas sebelumnya perlindungan hukum dibagi menjadi perlindungan hukum internal dan perlindungan hukum eksternal. Menurut Mochammad Isnaeni [7], perlindungan hukum internal merupakan perlindungan hukum yang tercipta melalui sebuah perjanjian. Sedangkan, perlindungan hukum eksternal merupakan perlindungan hukum yang ada karena tercipta dari pemerintah. Berdasarkan analisis peneliti berikut adalah tabel perlindungan hukum internal maupun eksternal berdasarkan pada 3 (tiga) platform *e-commerce* di Indonesia.

### **3.2 Upaya Hukum Untuk Pelaku Usaha Terhadap Tindakan Konsumen Yang Merugikan**

Setiap manusia memiliki peluang untuk bersengketa karena adanya suatu interaksi melalui komunikasi maupun tindakan. Perbedaan keinginan, pemikiran maupun gaya bicara bisa menjadi sumber pemicu sebuah sengketa. Permasalahan mengenai *fake review* negatif disebabkan karena perbedaan keinginan dari kedua belah pihak. Pelaku usaha ingin toko online miliknya untuk terus mendapat pandangan positif dari masyarakat, sedangkan konsumen yang melakukan pemberian ulasan bohong memiliki keinginan untuk menjatuhkan toko online akibat ingin melakukan persaingan usaha yang tidak sehat. Dengan hal tersebut, pelaku usaha sebagai korban dapat melakukan berbagai upaya untuk mendapatkan keadilan.

Pelaku usaha yang merasa dirugikan oleh tindakan konsumen dapat melakukan penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi (melalui pengadilan) dan non litigasi (di luar pengadilan) atau yang bisa disebut dengan alternatif penyelesaian sengketa. Pada jalur litigasi pelaku usaha dapat melaporkan kepada pihak kepolisian sekaligus dapat melakukan gugatan atau tuntutan pada tahap persidangan terhadap pelaku yang dianggap telah merugikan pelaku usaha. Apabila menggunakan jalur non litigasi atau yang biasa disebut dengan alternatif penyelesaian sengketa, dapat diselesaikan dengan menggunakan metode konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi dan arbitrase.

Seperti yang telah dijelaskan pada pembahasan nomer 1, penyelesaian sengketa dari kasus ini dapat melalui jalur pidana maupun perdata. Kedua jalur tersebut sama-sama memberikan hukuman bagi pelaku. Hanya saja pemberian hukuman melalui jalur pidana berupa hukuman fisik yaitu penjara. Sedangkan, apabila melalui jalur perdata hukumannya berupa penggantian kerugian yang ditimbulkan atas perbuatan tersebut. Menurut pandangan peneliti, jalur perdata lebih memberikan kemanfaatan atas terjadinya kasus *fake review* ini karena melalui jalur ini kerugian yang ditimbulkan baik materiil maupun immateriil dapat dikembalikan kepada pelaku usaha.

Dari pemaparan antara penyelesaian jalur litigasi dan non litigasi, kedua jalur tersebut tentunya memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Berikut adalah tabel kelebihan dan kekurangan penyelesaian sengketa jalur litigasi dan non litigasi:

Pengertian metode negosiasi, mediasi, konsiliasi dan arbitrase adalah sebagai berikut:

- a. Konsultasi, merupakan suatu tindakan personal antara klien dengan konsultan hukum yang memberikan pendapat hukumnya terhadap sengketa yang terjadi.
- b. Negosiasi, merupakan upaya penyelesaian sengketa melalui metode komunikasi antara kedua belah pihak yang bersengketa. Negosiasi juga dapat diartikan sebagai proses tawar-menawar dari masing-masing pihak untuk mencapai kesepakatan bersama.
- c. Mediasi, merupakan upaya penyelesaian sengketa yang melibatkan pihak ketiga yang bersifat netral untuk menyelesaikan masalah. Pihak ketiga ini disebut dengan mediator.
- d. Konsiliasi, merupakan upaya penyelesaian sengketa menggunakan bantuan pihak ketiga yang disebut dengan konsiliator.
- e. Arbitrase, merupakan badan yang berada di luar pengadilan yang berwenang untuk memberikan putusan mengenai suatu sengketa.

Dalam penyelesaian sengketa di luar pengadilan harus memperhatikan beberapa asas, yaitu:

- a. Asas itikad baik yaitu sebuah niat baik dari masing-masing pihak untuk terselesaikannya sengketa.
- b. Asas kontraktual yaitu kesepakatan dalam bentuk tertulis.
- c. Asas mengikat yaitu masing-masing pihak harus mematuhi kesepakatan bersama.
- d. Asas kebebasan yaitu para pihak bebas menentukan bagaimana penyelesaian sengketa atau perjanjian yang akan dibuat asalkan tidak bertentangan dengan Undang-Undang.
- e. Asas kerahasiaan yaitu penyelesaian sengketa tidak dapat disaksikan oleh orang lain.

Berdasarkan Pasal 3 ayat (1) Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2004 tentang Kekuasaan Kehakiman menjelaskan bahwa setiap masyarakat tidak diharuskan untuk menyelesaikan permasalahan di pengadilan, tetapi para pihak dapat memilih untuk menyelesaikan permasalahan dengan cara perdamaian. Kelebihan dan kekurangan dari penyelesaian sengketa jalur litigasi dan non litigasi dapat dipertimbangkan oleh pihak yang bersengketa. Pilihan terkait penyelesaian sengketa sepenuhnya ditentukan oleh masing-masing pihak sesuai dengan pertimbangannya. Penyelesaian jalur non litigasi memang jauh lebih efisien waktu daripada penyelesaian jalur pengadilan. Penyelesaian pada pengadilan lebih memakan banyak waktu karena persidangan dilakukan lebih dari 1 (satu) kali. Belum lagi apabila pihak melakukan banding dan kasasi yang harus melalui Pengadilan Negeri, Pengadilan Tinggi dan Mahkamah Agung, maka prosesnya akan lebih lama dan terkesan berlarut-larut. Berbeda halnya apabila penyelesaiannya melalui alternatif penyelesaian atau non litigasi prosesnya memang lebih memberikan efisiensi waktu.

Penyelesaian kasus fake review negatif dalam e-commerce akan lebih mudah jika penyelesaiannya berlandaskan dengan penyelesaian sengketa secara online (Online Dispute Resolution). ODR sendiri digunakan dalam penyelesaian sengketa negosiasi, mediasi dan arbitrase. Pada Online Dispute Resolution (ODR) sebenarnya sama dengan penyelesaian konvensional lainnya, perbedaannya terletak pada media yang digunakan yaitu melalui internet sehingga sangat memudahkan kedua belah pihak yang berada pada domisili berbeda.

### 3.3 Upaya Penyelenggara Platform Mengatasi Tindakan *Fake Review* Negatif Oleh Konsumen

Peran penyelenggara platform dalam mengendalikan sistem pada *platform e-commerce* sangat besar. Sebagai pihak yang berhak membuat kebijakan pada platform *e-commerce*, bukan hal yang sulit bagi penyelenggara platform untuk mengendalikan berbagai tindakan yang menyimpang dari Undang-Undang. Kebijakan penyelenggara platform tertuang dalam syarat dan kebijakan pada layanan tersebut. Di antara banyaknya *e-commerce* yang ada seperti Shopee, Tokopedia, Lazada tentunya memiliki syarat dan kebijakan layanan yang berbeda disesuaikan dengan fitur yang ada pada platform tersebut. Semua syarat dan ketentuan yang ada harus selaras dengan setiap pasal pada peraturan perundang-undangan dan tidak boleh berseberangan.

Dengan peran yang begitu besar ini, tindakan *fake review* negatif dan tindakan konsumen lainnya yang merugikan dapat diatasi dengan mudah oleh pihak penyelenggara platform *e-commerce*. Mekanisme penyelesaian sengketa yang ada pada sebuah platform terdapat pada syarat dan ketentuan layanan. Penyelesaian pelanggaran ringan diselesaikan oleh platform itu sendiri dengan cara pemberian poin pinalti, pembatasan akun, pembatalan transaksi dan penghapusan atau penonaktifan akun bagi pihak yang melakukan pelanggaran. Untuk pelanggaran berat yang ditimbulkan seperti pelanggaran terhadap Undang-Undang akan diselesaikan secara eksklusif dalam yurisdiksi pengadilan Republik Indonesia. Terdapat berbagai upaya yang dapat dilakukan penyedia platform dalam mengatasi fenomena pemberian ulasan palsu. Upaya yang dapat dilakukan penyelenggara platform *e-commerce* pada saat ini dapat berupa:

- a. Memperkuat sistem verifikasi data pengguna yang akurat untuk melindungi kepentingan para pihak apabila terjadi sengketa

Seringkali pengguna *e-commerce* dapat menggunakan platform tanpa memerlukan identitas resmi yang mengakibatkan anak di bawah umur juga bisa mengakses platform tersebut. Hal tersebut tentunya dapat berpotensi menimbulkan munculnya berbagai permasalahan sehingga sistem verifikasi data harus ditingkatkan lagi untuk pengguna. Salah satu cara memperkuat sistem verifikasi ini yaitu dengan mengharuskan pengguna memberikan data pribadinya ke *e-commerce*. Setiap data pribadi tersebut harus mempunyai sistem keamanan yang patut untuk mencegah terjadinya suatu kebocoran data dan penggunaan data secara melawan hukum. Terkait sistem verifikasi data sendiri telah diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yaitu tepatnya pada Pasal 24 yang berbunyi “PPMSE (Pengelola Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik) dalam negeri dan/atau PPMSE luar negeri wajib menyediakan pengamanan Sistem Elektronik yang mencakup prosedur dan sistem pencegahan dan penanggulangan terhadap ancaman dan serangan yang menimbulkan gangguan, kegagalan, dan kerugian.”

- b. Pemberlakuan syarat dan ketentuan yang bersifat mengikat pada saat menuliskan ulasan  
Setelah menganalisis syarat dan ketentuan layanan pada berbagai platform di Indonesia seperti Shopee, Lazada dan Tokopedia. Persoalan terkait pemberian ulasan atau *review* ternyata belum diatur dalam syarat dan ketentuan layanan. Meskipun, dalam syarat dan

ketentuan layanan tersebut telah menjelaskan bahwa segala hal yang melanggar hukum, platform berhak memproses kasus tersebut pada lembaga hukum yang berwenang. Tetapi, pemberian ulasan ini sebaiknya juga diatur secara jelas dalam syarat dan ketentuan layanan agar pengguna platform dapat memberikan kejujurannya dan tanggung jawabnya pada saat memberi ulasan. Mengenai ulasan pada platform *e-commerce* sendiri belum ada Undang-Undang yang mengaturnya, namun pelanggaran hukum terkait ulasan ini masuk ke ranah hukum pidana ITE.

- c. Pemberian sanksi yang tegas apabila terjadi tindakan yang merugikan dan melanggar Undang-Undang.

Setiap platform memiliki kebijakan yang berbeda dalam bentuk pemberian sanksi. Pemberian sanksi umumnya berupa penangguhan akun, pembatasan akun, penghapusan akun, menahan hasil penjualan *seller*, menahan pengembalian dana pengguna, penghapusan barang, moderasi toko, penutupan toko, pembatalan listing, dsb. Saat ini, pemberian sanksi dari sistem platform belum diberlakukan untuk persoalan ulasan sehingga hal ini perlu mendapatkan perhatian dari platform. Segala bentuk perlindungan hukum yang ada harus selalu berjalan dengan semestinya dengan pengawasan yang ketat dari pihak penyedia platform. Apabila pemberian sanksi ini tegas, maka berbagai tindakan yang merugikan dapat ditekan jumlahnya.

Pada poin b yaitu pemberlakuan syarat dan ketentuan yang bersifat mengikat pada saat menuliskan ulasan merupakan solusi bagi konsumen agar mengetahui batasan pada saat melakukan *review* pada sebuah produk dan atau jasa. Batasan yang dimaksud disini adalah ulasan yang berpaku dengan kebenaran atau kejujuran, itikad baik dan tanggung jawab. Bentuk perwujudan poin b tersebut adalah dengan memberlakukan perjanjian yang mengikat yaitu antara platform dan konsumen. Perjanjian tersebut berisi berbagai ketentuan dalam pemberian ulasan serta ancaman yang akan diberikan apabila pihak pengguna menuliskan ulasan palsu. Apabila konsumen memberikan ulasan bohong maka konsumen harus siap apabila dikenakan Pasal 45 angka (4) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dengan upaya ini diharapkan konsumen dapat memberikan ulasan dengan kejujuran dan penuh tanggung jawab.

Dari pemaparan upaya di atas lebih menekankan terhadap upaya-upaya dalam bidang hukum. Penyedia platform sebenarnya tidak hanya dapat memberlakukan pengupayaan hukum saja melainkan bisa memberlakukan upaya dalam bidang non hukum. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan pemberian sosialisasi atau edukasi bagi para masyarakat yang menggunakan *e-commerce* agar lebih memperhatikan penulisan ulasan pada saat berbelanja online. Sosialisasi ini dapat memanfaatkan media sosial dalam bentuk iklan atau metode lainnya yang akan meningkatkan kesadaran pada masyarakat.

Kontrak atau perjanjian elektronik merupakan perikatan yang dibuat antara kedua belah pihak dalam menggunakan sarana elektronik. Perjanjian pada transaksi *e-commerce* tidak berbeda dengan perjanjian pada umumnya, perjanjian ini tetap berpaku pada Pasal 1320 KUH Perdata. Pada pada Pasal 1320 KUH Perdata mengatur mengenai syarat sahnya suatu perjanjian yang dapat mengikat kedua belah pihak. Kontrak elektronik yang biasa ditemui memuat berbagai informasi berupa identitas para pihak, spesifikasi barang dan atau jasa, nilai transaksi perdagangan, prosedur operasional, persyaratan, jangka waktu pembayaran dan

prosedur pengembalian barang (retur) apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan yang ditawarkan.

Dalam transaksi elektronik, permasalahan keamanan data menjadi hal yang sangat penting. Menurut CGI (*Consultative Group for Indonesia*), negara Amerika Serikat memiliki tingkat keamanan siber terbaik. Padahal AS tidak memiliki perangkat hukum layaknya UU ITE di Indonesia atau UU Keamanan Siber di Singapura. Meskipun tidak memiliki payung hukum secara federal, Amerika Serikat menerapkan keselarasan kebijakan antara pemerintah pusat dengan pemerintah negara bagian agar setiap kebijakan selalu bersinergi. Di Indonesia aturan mengenai perlindungan data pribadi diatur pada UU No 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi. Tingkat kebocoran data di Indonesia masih sangat tinggi. Indonesia dapat mencotoh negara Singapura yang juga termasuk negara dengan tingkat keamanan data pribadi yang sangat baik. Dalam perlindungan hukum data pribadi, Singapura memperluas cakupan data pribadinya berupa data pribadi umum dan data pribadi sensitif. Selain itu, Singapura juga memiliki lembaga khusus untuk menangani kasus terkait data pribadi. Bagi Indonesia, tidak hanya diperlukan peraturan saja untuk mengatasi kebocoran data melainkan diperlukan pembentukan lembaga khusus dan mekanisme penegakan hukum yang baik seperti di Singapura.

Selain permasalahan keamanan data pribadi hal krusial lain dalam transaksi elektronik adalah menyangkut perjanjian elektronik. Perjanjian elektronik yang digunakan berbagai platform *e-commerce* di Indonesia sebaiknya dibubuhkan tanda tangan elektronik antara para pihak agar kedua belah pihak merasa memiliki beban yang sama untuk melaksanakan setiap klausa dalam perjanjian tersebut. Selain itu, dengan pembubuhan tanda tangan elektronik bisa mencegah persetujuan kontrak tanpa dibaca setiap klausanya karena terkadang pengguna platform cenderung malas untuk membaca dan memahami isi tulisan dalam perjanjian. Dengan kata lain, pada proses pembuatan kontrak elektronik ini, masing-masing pihak harus mengetahui berbagai persoalan yang dipermasalahkan dalam kontrak. Diperlukan komunikasi dua arah melalui email, teks bahkan telepon agar para pihak dapat saling memahami kontrak tersebut dengan baik bukan asal menggunakan saja tetapi tidak paham dengan batasan-batasan pengguna.

Dalam pembuatan tanda tangan elektronik selain dapat dilakukan secara mandiri seseorang juga dapat membuatnya melalui suatu lembaga Penyelenggara Sertifikasi Elektronik yang telah berbadan hukum sebagaimana hal ini dijelaskan pada UU ITE Nomor 1 Tahun 2024. Keberadaan tanda tangan elektronik sebenarnya memiliki risiko yang tinggi sehingga demi keamanannya dapat dilakukan dengan pemberian sertifikat elektronik. Sertifikat elektronik merupakan sebuah informasi elektronik berupa tanda tangan elektronik beserta identitasnya yang juga memuat status subjek hukum para pihak pada transaksi elektronik.

Keberadaan kontrak elektronik merupakan hal yang krusial dikarenakan memegang kendali atas segala aktivitas perdagangan elektronik pada *e-commerce*. Kedudukannya juga sekaligus menjadi sumber hukum yang mengikat antara kedua belah pihak. *E-commerce* menggunakan metode *take it or leave it* bagi pihak yang ingin menggunakan platformnya. Hal ini membuat pengguna hanya bisa memilih *take it* atau menggunakan platform dengan tunduk pada aturan yang dibuat oleh platform itu sendiri dan *leave it* yaitu memilih tidak menggunakan platform tersebut. Penggunaan metode ini sangat membatasi lingkup gerak dari pengguna platform. Oleh karena itu, *e-commerce* sebaiknya dapat selalu memperbarui klausa

yang ada pada kontrak elektroniknya sesuai dengan perkembangan zaman dan sesuai dengan kondisi hukum maupun permasalahan hukum yang banyak terjadi di lingkup *e-commerce*

#### 4. KESIMPULAN

Perlindungan hukum untuk pelaku usaha pada umumnya berasal dari 2 (dua) sumber yaitu perlindungan hukum internal, yang terdapat pada syarat dan ketentuan layanan dan perlindungan hukum eksternal yang terdapat pada Pasal 45 angka (4) UU No 1 Tahun 2024 tentang ITE, Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 3 Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dan Pasal 1365 KUH Perdata. Perlindungan hukum terhadap perbuatan fake review negatif terdapat pada Undang-Undang dan tidak dijelaskan pada syarat dan ketentuan layanan. Dalam UU ITE tersebut penerapan hukumnya berpotensi sulit untuk dilakukan dikarenakan terdapat kesulitan untuk mengidentifikasi apakah suatu ulasan itu asli atau ulasan tersebut palsu dan kesulitan pembuktian apakah suatu tindakan yang dianggap telah melakukan ulasan palsu telah memenuhi unsur-unsur pada pasal UU ITE tersebut.

Upaya hukum yang dapat dilakukan pelaku usaha terhadap tindakan konsumen yang merugikan adalah dengan melakukan penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi (melalui pengadilan) dan non litigasi (di luar pengadilan) atau yang bisa disebut dengan alternatif penyelesaian sengketa. Pada jalur litigasi pelaku usaha dapat melaporkan kepada pihak kepolisian sekaligus dapat melakukan gugatan atau tuntutan pada tahap persidangan terhadap pelaku yang dianggap telah merugikan pelaku usaha. Apabila menggunakan jalur non litigasi atau yang biasa disebut dengan alternatif penyelesaian sengketa dapat diselesaikan dengan menggunakan metode konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi dan arbitrase.

Upaya yang dapat diambil penyelenggara platform untuk mengatasi tindakan fake review negatif oleh konsumen adalah dengan memperkuat sistem verifikasi data pengguna yang akurat untuk melindungi kepentingan para pihak apabila terjadi sengketa, pemberlakuan syarat dan ketentuan yang bersifat mengikat pada saat menuliskan ulasan dan pemberian sanksi yang tegas apabila terjadi tindakan yang merugikan dan melanggar Undang-Undang. Bentuk perwujudan pemberlakuan syarat dan ketentuan pada saat menuliskan ulasan adalah dengan memberlakukan perjanjian yang mengikat antara platform dan konsumen. Perjanjian tersebut berisi ketentuan pemberian ulasan serta ancaman apabila pihak pengguna menulis ulasan palsu. Apabila konsumen memberikan ulasan bohong, konsumen harus siap apabila dikenakan Pasal 45 angka (4) UU No 1 Tahun 2024 tentang ITE. Penyedia platform tidak hanya dapat memberlakukan pengupayaan hukum saja melainkan bisa memberlakukan upaya non hukum. Upaya tersebut berupa pemberian sosialisasi bagi masyarakat yang menggunakan *e-commerce* agar lebih memperhatikan penulisan ulasan saat berbelanja online.

#### REFERENSI

- [1] Sidiq, R. S. S., & Achmad, R. W. W. (2020). Gender aspects in remote indigenous community empowerment program in Indonesia. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 12(6), 2104–2109. <https://doi.org/10.5373/JARDCS/V12I6/S20201172>
- [2] Ilmiah, K., & Krishnawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di

- Mojokerto. Maker: Jurnal Manajemen, 6(1), 31–42.  
<https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- [3] Goyette, I., Ricard, L., Bargeron, J., & Marticotte, F. (2010). e-WOM Scale: Word of Mouth Measurement Scale for e-Services Context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 5-23.
- [4] (<https://m.bisnis.com/amp/read/20220301/220/1505878/klarifikasi-carasun-soal-tudingan-sewa-buzzer-untuk-review-negatif-skincare-lain> dipublikasikan tanggal 1 Maret 2022, diakses tanggal 2 Februari 2024 pukul 19.15 WIB)
- [5] (<https://www.kompas.com/skola/read/2022/08/04/080000969/7-pengertian-perilaku-konsumen-menurut-para-ahli?page=all> dipublikasikan tanggal 04 Agustus 2022 pukul 08.00 WIB, diakses tanggal 1 November 2023 pukul 19.00 WIB)
- [6] (<https://bisnis.tempo.co/amp/1427737/kronologi-surat-keberatan-eiger-terhadap-youtuber-yang-viral-di-media-sosial> dipublikasikan tanggal 29 Januari 2021, diakses tanggal 2 Februari 2024 pukul 20.00 WIB)
- [7] Moch. Isnaeni (2016), *Pengantar Hukum Jaminan Kebendaan*, Surabaya:Revka Petra Media.
- [8] Soerjono Soekanto, 1984, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta
- [9] Mochammad Isnaeni (2016) sumber perlindungan hukum perdata dibagi menjadi perlindungan hukum internal dan eksternal
- [10] Djojodirdjo, M.A. Moegni. *Perbuatan Melawan Hukum*. Jakarta : Pradnya Paramita, 1976.