

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PELAKU USAHA *E-COMMERCE*
TERHADAP *RATING* DAN *ULASAN NEGATIF* KONSUMEN
(PERSPEKTIF HUKUM POSITIF DAN HUKUM ISLAM)**

SKRIPSI

Oleh :

MOCHAMMAD FITRAH WILLDANI

NIM. 19220134



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2023**

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PELAKU USAHA *E-COMMERCE*
TERHADAP *RATING* DAN ULASAN NEGATIF KONSUMEN
(PERSPEKTIF HUKUM POSITIF DAN HUKUM ISLAM)**

SKRIPSI

Dosen Pembimbing :

Aditya Prastian Supriyadi, S.H., M. H.



Disusun Oleh:

Mochammad Fitrah Willdani

19220134

PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2023

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah,

Dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan, penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**“PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PELAKU USAHA *E-COMMERCE*
TERHADAP *RATING* DAN *ULASAN NEGATIF KONSUMEN*
(*PERSPEKTIF HUKUM POSITIF DAN HUKUM ISLAM*)”**

Benar-benar merupakan skripsi yang disusun sendiri berdasarkan kaidah penulisan karya ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan. Jika dikemudian hari laporan penelitian skripsi ini merupakan hasil plagiasi karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan, maka skripsi sebagai prasyarat mendapat predikat gelar sarjana dinyatakan batal demi hukum.

Malang, 09 Maret 2023

Penulis,



Mochammad Fitrah Willdani

NIM. 19220134

BUKTI KONSULTASI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SYARIAH
Jl. Gajayana 50 Malang 65144 Telepon (0341) 559399, Faksimile (0341) 559399
Website: <http://syariah.uin-malang.ac.id/>

BUKTI KONSULTASI

Nama : Mochammad Fitrah Willdani
NIM : 19220134
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Dosen Pembimbing : Aditya Prastian Supriyadi, S.H., M.H.
Judul Skripsi : Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha *E-Commerce* Terhadap *Rating* Dan Ulasan Negatif Konsumen (Perspektif Hukum Positif Dan Hukum Islam)

No	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1	20 September 2022	Bimbingan Proposal Skripsi	
2	7 Oktober 2022	Revisi latar belakang, rumusan masalah dan penelitian terdahulu proposal skripsi	
3	18 Oktober 2022	Revisi latar belakang dan footnote proposal	
4	4 November 2022	Perbaikan penulisan dan arahan seminar proposal	
5	9 Desember 2022	Arahan dan bimbingan pembahasan bab 3 skripsi	
6	2 Maret 2023	Revisi bab 2 dan bab 3 skripsi	
7	3 Maret 2023	Perbaikan penulisan bab 3 dan perbaikan footnote skripsi	
8	7 Maret 2023	Perbaikan bab 3 skripsi	
9	8 Maret 2023	Arahan dan perbaikan bab 4 skripsi	
10	9 Maret 2023	Perbaikan bab 4 skripsi	

Malang, 09 Maret 2023
Mochammad Fitrah Willdani
Ketua Program Studi

Aditya Prastian Supriyadi, M.H.I.
NIP.197408192000031002

HALAMAN PERSETUJUAN


HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi Skripsi saudara Mochammad Fitrah Willdani, NIM. 19220134, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul :

**“PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PELAKU USAHA *E-COMMERCE*
TERHADAP *RATING* DAN ULASAN NEGATIF KONSUMEN
(PERSPEKTIF HUKUM POSITIF DAN HUKUM ISLAM)”**


Maka pembimbing menyatakan bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah untuk diajukan dan diuji pada Majelis Dewan Penguji.

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah


Dr. Pakrudin, M.HI.
NIP. 197408192000031002

Malang, 09 Maret 2023

Dosen Pembimbing


Aditya Prastian Suprivadi, S.H., M.H.
NIP. 199304292020121003

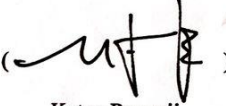


PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN SKRIPSI



Dewan Penguji Skripsi saudara Mochammad Fitrah Willdani, NIM 19220134, mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Dengan judul:

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PELAKU USAHA *E-COMMERCE*
TERHADAP *RATING* DAN ULASAN NEGATIF DARI KONSUMEN
(PERSPEKTIF HUKUM POSITIF DAN HUKUM ISLAM)**

Telah dinyatakan lulus dalam sidang ujian skripsi yang dilaksanakan pada tanggal 31 Maret 2023. Dengan Penguji:

- | | |
|---|--|
| 1. Musataklima, M.SI.
NIP. 19830420201608011024 | ()
Ketua Penguji |
| 2. Dr. Fakhruddin, M.HI.
NIP. 197408192000031002 | ()
Penguji Utama |
| 3. Aditya Prastian Supriyadi, S.H., M.H.
NIP. 199304292020121003 | ()
Sekretaris Penguji |

Malang, 13 April 2023


Dekan

Dr. Sudirman, M.A.
NIP. 197708222005011003

MOTTO

Sungguh rasulullah SAW bersabda: “Janganlah seseorang diantara kalian menjual dengan maksud untuk menjelekkan apa yang dijual oleh orang lain, dan janganlah meminang pinangan saudaranya kecuali bila saudaranya telah member izin kepadanya.” (Muttafaq Alaih).

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala limpahan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu, dengan judul skripsi ***“Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha E-Commerce Terhadap Rating dan Ulasan Negatif Konsumen (Perspektif Hukum Positif Dan Hukum Islam)”***.

Shalawat dan salam kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW., teladan terbaik sepanjang zaman, sosok pemimpin yang paling berpengaruh sepanjang sejarah kepemimpinan, sosok yang mampu mengangkat derajat manusia dari lembah kemaksiatan menuju alam yang mulia, yang dengannya manusia mampu berhijrah dari satu masa yang tidak mengenal peradaban menuju kepada satu masa yang berperadaban.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menghaturkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala daya dan upaya serta bantuan, doa, dan bimbingan maupun pengarahan dan hasil diskusi dengan berbagai pihak dalam proses penulisan skripsi ini. Ucapan terima kasih ini secara khusus penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. H.M. Zainuddin, MA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Dr. Sudirman Hasan, M.A, selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

3. Dr. Fakhruddin, M.HI., selaku Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Aditya Prastian Supriyadi, S,H., M.H. selaku Dosen Pembimbing skripsi. Penulis mengucapkan banyak-banyak terima kasih kepada beliau atas waktu yang telah beliau berikan untuk memberikan arahan, bimbingan dan motivasi dalam menulis skripsi, sehingga penulis dapat menyelesaikannya.
5. Iffaty Nasyiah, M.H, selaku Dosen wali penulis selama menempuh kuliah di Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Terima kasih penulis haturkan kepada beliau yang telah memberikan bimbingan, saran, serta motivasi selama menempuh perkuliahan.
6. Segenap Dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah menyampaikan pengajaran, mendidik, membimbing, serta mengamalkan ilmunya dengan ikhlas.
7. Staf Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang atas bantuannya dalam menyelesaikan skripsi.
8. Orang tuaku tercinta Bapak Syarwani dan Ibu Indarti, rasanya tiada kata untuk membalas segala pengorbanan selain terima kasih karena telah ikhlas memberikan doa, kasih sayang, dan pengorbanan. Baik dari spiritual dan materiil, sehingga penulis mampu menyongsong masa depan yang lebih baik.

9. Saudara-saudariku, Eny Mara Qonita dan Heru. Yang paling berarti di hidup saya terima kasih karena kalian merupakan salah satu motivasi saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Diri saya sendiri, karena telah bertahan dan kuat dalam menjalani segala proses perkuliahan ini.
11. Sahabat-sahabat Program Studi HES yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu karena mereka selalu memberikan motivasi semangat belajar yang tinggi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga apa yang telah penulis peroleh selama menempuh studi di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dapat bermanfaat bagi penulis serta bagi banyak orang. Serta penulis berharap dengan adanya skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, aamiin.

Disini penulis menyadari bahwa skripsi yang penulis tulis mempunyai kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap kritik dan saran dari pihak demi kesempurnaan skripsi ini, Terima Kasih.

Malang, 09 Maret 2023

Penulis,



Mochammad Fitrah Willdani

NIM. 19220134

PEDOMAN TRANSLITERASI

Dalam penulisan karya ilmiah, penggunaan istilah asing kerap tidak dihindarkan. Secara umum sesuai Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia kata asing ditulis (dicetak) miring. Dalam konteks Bahasa Arab, terdapat pedoman transliterasi khusus yang berlaku internasional. Berikut ini disajikan tabel pedoman transliterasi sebagai acuan penulisan karya ilmiah..

A. KONSONAN

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
أ	,	ط	ṭ
ب	B	ظ	ẓ
ت	T	ع	‘
ث	Th	غ	Gh
ج	J	ف	F
ح	ḥ	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Dh	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H

ش	Sh	ء	'
ص	ṣ	ي	Y
ض	ḍ		

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika hamzah (ء) terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

B. VOKAL

Vokal bahasa Arab, seperti bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monitaring dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
آ	Fathah	A	A
إ	Kasrah	I	I
أ	Dammah	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَي	Fathah dan ya	Ai	A dan I

أَوْ	Fathah dan wau	Iu	A dan U
------	----------------	----	---------

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauḷa*

C. MADDAH

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
تَايَ	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
يِي	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
تُو	Ḍammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قَيْلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

D. TA MARBŪṬAH

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua, yaitu: *ta marbūṭah* yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta marbūṭah* yang mati atau mendapat harkat sukun,

transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h). Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-atfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَضِيلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

E. SYADDAH (*TASYDĪD*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*. Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجِّنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-ḥaqq*

الْحَجُّ : *al-ḥajj*

نُعِمَّ : *nu''ima*

عَدُوُّ : *'aduwwu*

Jika huruf *ى* ber- *tasydīd* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf berharakat kasrah (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (ī). Contoh:

عَلِيٍّ : *'Alī* (bukan *'Aliyy* atau *'Aly*)

عَرَبِيّ : 'Arabī (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

F. KATA SANDANG

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا(alif lam ma'arifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contohnya:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalāh* (bukan *az-zalzalāh*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

G. HAMZAH

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contohnya:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمرتُ : *umirtu*

H. PENULISAN KATA ARAB YANG LAZIM DIGUNAKAN DALAM BAHASA INDONESIA

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata Alquran (dari *al-Qur'ān*), sunnah, hadis, khusus dan umum. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī zilāl al-Qur'ān

Al-Sunnah qabl al-tadwīn

Al-'Ibārāt Fī 'Umūm al-Lafz lā bi khuṣūṣ al-sabab

I. LAFZ AL-JALĀLAH (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *dīnullāh*

Adapun *ta marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *hum fī raḥmatillāh*

J. HURUF KAPITAL

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf- huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teksmaupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wuḍi ‘a linnāsi lallaḏī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramaḏān al-laḏī unzila fih al-Qur ‘ān

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūs

Abū Naṣr al-Farābī

Al-Gazālī

Al-Munqiz min al-Ḍalāl.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
BUKTI KONSULTASI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	x
DAFTAR ISI.....	xvii
ABSTRAK	xix
ABSTRACT	xx
تجريدي.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
E. Definisi Operasional	12
F. Metode Penelitian	14
G. Penelitian Terdahulu	19
H. Sistematika Pembahasan.....	30
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	32
A. Teori Negara Hukum	32
B. Teori Perlindungan Hukum	36
C. Pelaku Usaha dan Konsumen	39
D. Jual Beli Melalui <i>Electronic Commerce (E-Commerce)</i>	43
E. Definisi <i>Rating</i> dan Ulasan dari Konsumen.....	51
F. Mekanisme Pemberian <i>Rating</i> Dan Ulasan Dari Konsumen Pada Jual Beli Melalui <i>Marketplace</i>	52
G. Iktikad Tidak Baik	55

H. Perbuatan Melawan Hukum.....	58
I. Jual Beli Berdasarkan Hukum Islam	61
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	69
A. Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha <i>E-Commerce</i> Terhadap <i>Rating</i> Dan Ulasan Negatif Konsumen Perspektif Hukum Positif	69
B. Tinjauan Hukum Islam Terhadap <i>Rating</i> dan Ulasan Negatif Dari Konsumen <i>E-Commerce</i>	107
BAB IV PENUTUP	115
A. Kesimpulan	115
B. Saran	116
DAFTAR PUSTAKA	117
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	123

ABSTRAK

Mochammad Fitrah Willdani, 19220134, **Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha *E-Commerce* Terhadap *Rating* dan Ulasan Negatif Konsumen (Perspektif Hukum Positif Dan Hukum Islam)**, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pembimbing: Aditya Prastian Supriyadi, S.H.,M.H.

Kata Kunci : Pelaku usaha, *E-Commerce*, *Rating* dan Ulasan negatif.

Beberapa *marketplace e-commerce* seperti pada Tokopedia dan Shopee menyediakan layanan berupa *rating* dan ulasan yang dapat dilihat oleh konsumen. *Rating* merupakan penilaian dalam bentuk *rank* yang biasanya disimbolkan dengan bintang sedangkan ulasan merupakan ungkapan seseorang berupa pujian maupun kritikan terhadap suatu barang atau kualitas layanan yang diberikan oleh penjual. Akan tetapi adanya *rating* dan ulasan ini malah merugikan pelaku usaha apabila konsumen memberikan *rating* dan ulasan tidak sesuai fakta dan tanpa alasan yang jelas padahal pelaku usaha sudah berjualan dengan jujur dan telah memberikan pelayanan maksimal kepada konsumen.

Fokus masalah dalam penelitian ini yaitu untuk membahas perlindungan hukum bagi pelaku usaha apabila diberikan *rating* dan ulasan negatif dari konsumen yang tidak sesuai dengan fakta sehingga menyebabkan kerugian bagi pelaku usaha, dan akan dianalisis perlindungan hukum bagi pelaku usaha tersebut berdasarkan perspektif hukum positif dan tinjauan hukum islam.

Jenis metode penelitian yang digunakan adalah penelitian yuridis normatif, yaitu penelitian yang berfokus pada norma hukum. Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian *library research* atau penelitian kepustakaan.

Hasil dan pembahasan yang didapat berdasarkan perspektif hukum positif bahwa perlindungan hukum bagi pelaku usaha yang bersifat preventif yaitu baik pelaku usaha maupun konsumen harus melaksanakan perjanjian dengan iktikad baik sesuai dengan pasal 1338 KUHPdata sebagai pencegahan agar tidak terjadi perjanjian yang merugikan salah satu pihak.

Sedangkan perlindungan hukum yang bersifat persuasif yaitu pelaku usaha dapat menggugat konsumen berdasarkan pada pasal 1365 KUHPdata atas perbuatan melawan hukum karena konsumen merugikan pelaku usaha, dan pelaku usaha juga dilindungi secara persuasif oleh KUHP dan UU ITE. Dalam artian pelaku usaha juga bisa memidanakan konsumen apabila diberikan *rating* dan ulasan yang tidak sesuai fakta, akan tetapi dengan catatan ulasan yang diberikan konsumen telah melebihi batas wajar.

Apabila berdasarkan tinjauan hukum islam pada pemberian *rating* dan ulasan negatif, apabila konsumen tidak jujur dalam memberikan *rating* dan ulasan. Sehingga sangat tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yang mengajarkan kejujuran dan kebajikan, sehingga pihak pelaku usaha yang dirugikan harus dilindungi.

ABSTRACT

Mochammad Fitrah Willdani, 19220134, **Legal Protection For E-Commerce Seller Against Consumer Ratings And Negative Reviews (Perspective on Positive Law And Islamic Law)**, Sharia Economic Law Department, Sharia Faculty, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University (UIN) Malang.

Supervisor: Aditya Prastian Supriyadi, S.H.,M.H.

Keywords : Seller, *E-Commerce*, Ratings and negative reviews

Some *e-commerce marketplaces* such as Tokopedia and Shopee provide services in the form of *ratings* and reviews that can be seen by consumers. *Rating* is an assessment in the form of a *rank* which is usually symbolized by stars while reviews are someone's expression in the form of praise or criticism of an item or the quality of service provided by the seller. However, the existence of *ratings* and reviews is even detrimental to business actors if consumers provide *ratings* and reviews that do not match the facts and for no apparent reason even though business actors have sold honestly and have provided maximum service to consumers.

The focus of the problem in this study is to discuss legal protection for business actors if negative *ratings* and reviews from consumers are given that are not in accordance with the facts that cause losses to business actors, and legal protection will be analyzed for these business actors based on a positive legal perspective and Islamic law review.

The type of research method used is normative juridical research, which is research that focuses on legal norms. This research will use *library* research methods or literature research.

The results and discussions obtained are based on a positive legal perspective that legal protection for preventive business actors, namely consumers must carry out agreements in good faith in accordance with article 1338 of the Civil Code, while persuasive legal protection is that business actors can sue consumers based on article 1365 of the Civil Code for unlawful acts because consumers harm business actors, and business actors are also persuasively protected by the Criminal Code and the ITE Law. In the sense that business actors can also criminalize consumers if given *ratings* and reviews that do not match the facts, but with a note that the reviews provided by consumers have exceeded reasonable limits. Meanwhile, based on the review of Islamic law on giving *negative* ratings and reviews, if consumers are not honest in giving *ratings* and reviews. So it is not in accordance with the principles of Islamic business ethics that teach honesty and virtue, so that aggrieved business actors must be protected.

تجريدي

محمد فترة وولداني، ١٩٢٢٠١٣٤، الحماية القانونية للجهات الفاعلة في مجال التجارة الإلكترونية ضد تقييمات ومراجعات المستهلكين السلبية، برنامج دراسة الشريعة والقانون الاقتصادي، كلية الشريعة، الجامعة الإسلامية الحكومية (UIN) مولانا مالك إبراهيم مالانج.

المحاضر: أدبتيا براستييان سوبريادي

الكلمات الرئيسية: الأعمال والتجارة الإلكترونية والتقييمات والمراجعات السلبية.

تقدم بعض أسواق التجارة الإلكترونية مثل Tokopedia و Shopee خدمات في شكل تقييمات ومراجعات يمكن للمستهلكين رؤيتها. التقييم هو تقييم في شكل رتبة يرمز إليها عادة بالنجوم بينما المراجعات هي تعبير شخص ما في شكل مدح أو انتقاد لعنصر أو جودة الخدمة التي يقدمها البائع. ومع ذلك، فإن وجود التقييمات والمراجعات يضر بالجهات الفاعلة في مجال الأعمال إذا قدم المستهلكون تقييمات ومراجعات لا تتطابق مع الحقائق وبدون سبب واضح على الرغم من أن الجهات الفاعلة التجارية قد باعت بأمانة وقدمت أقصى خدمة للمستهلكين.

تركز المشكلة في هذه الدراسة على مناقشة الحماية القانونية لفاعلي الأعمال إذا تم إعطاء تقييمات ومراجعات سلبية من المستهلكين لا تتوافق مع الحقائق التي تسبب خسائر لفاعلي الأعمال، وسيتم تحليل الحماية القانونية لهؤلاء الفاعلين التجاريين بناء على منظور قانوني إيجابي ومراجعة الشريعة الإسلامية. نوع طريقة البحث المستخدمة هو البحث القانوني المعياري، وهو البحث الذي يركز على القواعد القانونية. سيستخدم هذا البحث طرق البحث في المكتبة أو البحث الأدبي.

تستند النتائج والمناقشات التي تم الحصول عليها إلى منظور قانوني إيجابي مفاده أن الحماية القانونية للجهات الفاعلة التجارية الوقائية، أي المستهلكين يجب أن تنفذ الاتفاقات بحسن نية وفقا للمادة 1338 من القانون المدني، في حين أن الحماية القانونية المقنعة هي أنه يمكن للجهات الفاعلة التجارية مقاضاة المستهلكين بناء على المادة 1365 من القانون المدني لأفعال غير قانونية لأن المستهلكين يضررون بالجهات الفاعلة التجارية، كما أن الجهات الفاعلة في مجال الأعمال محمية بشكل مقنع بموجب القانون الجنائي وقانون ITE. بمعنى أن الجهات الفاعلة في مجال الأعمال يمكن أن تجرم المستهلكين أيضا إذا أعطيت تقييمات ومراجعات لا تتطابق مع الحقائق، ولكن مع ملاحظة أن المراجعات التي يقدمها المستهلكون قد تجاوزت الحدود المعقولة. وفي الوقت نفسه، استنادا إلى مراجعة الشريعة الإسلامية على إعطاء تقييمات ومراجعات سلبية، إذا لم يكن المستهلكون صادقين في إعطاء التقييمات والمراجعات. لذا فإن الأمر لا يتفق مع مبادئ أخلاقيات العمل الإسلامية التي تعلم الصدق والفضيلة، لذلك يجب حماية الجهات الفاعلة التجارية المتضررة.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini, Internet telah berkembang menjadi suatu gaya hidup bagi masyarakat. Penggunaannya pun tidak terbatas hanya untuk mendapatkan dan mengakses informasi saja, tetapi juga untuk melengkapi berbagai macam kebutuhan¹. Perubahan gaya hidup masyarakat yang semula terbiasa berbelanja secara *offline* menimbulkan peningkatan pasar *e-commerce* secara signifikan. Berbagai macam *marketplace* seperti Tokopedia dan Shopee pun mulai menawarkan berbagai macam kemudahan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan berbelanja *online*.²

Perkembangan teknologi yang cepat telah membuat perubahan perilaku konsumen dari pembelian melalui *offline shop* menjadi pembelian melalui *online shop* atau melalui *e-commerce* maupun *marketplace*. Dengan adanya transaksi elektronik (*e-commerce*) ini, masyarakat tidak harus lagi ke pusat perbelanjaan, cukup dengan menggunakan media elektronik seperti laptop, komputer bahkan *handphone* segala kebutuhan akan sangat muda diperoleh.³ *E-commerce* adalah penggunaan internet, *web*, dan aplikasi seluler, serta *browser* yang berjalan di perangkat seluler untuk melakukan transaksi bisnis.

¹ Eliska Sri Putri Ningsih, "Pengaruh Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee", (Skripsi, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR MAKASSAR, 2019), 16

² Putri Ningsih, "Pengaruh Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee", 16

³ Santika Dewi, "Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Universitas Negeri di Makassar," (Skripsi, Universitas Hasanuddin, 2021), 2

Secara lebih formal, *e-commerce* adalah transaksi komersial yang dilaksanakan secara digital antara organisasi dan individu.⁴

Marketplace adalah salah satu *platform e-commerce* yang banyak digunakan oleh masyarakat dalam berbelanja *online*⁵, *Marketplace* adalah pasar di dunia maya, dimana konsumen melakukan transaksi jual-beli dengan penjual. Konsepnya sama dengan pasar tradisional atau jual beli *offline*, yang membedakan hanyalah tempatnya. Pasar tradisional bisa dilihat secara fisik, sedangkan *marketplace* dilakukan secara *online*. *Marketplace* atau pasar *online* menaungi hingga ribuan toko *online* yang bergabung dengan mereka. Pelaku usaha hanya perlu membuat akun di salah satu *marketplace*, maka sudah bisa langsung mempromosikan serta menjual produk yang ingin dijual.⁶

Salah satu keuntungan menggunakan *marketplace* dibandingkan dengan pasar tradisional adalah para pelaku usaha/penjual tidak perlu membayar uang sewa kepada penyedia situs layanan. Hal ini tentu saja sangat menarik khususnya bagi penjual yang memiliki modal yang minim. Sedangkan keuntungan bagi konsumen berbelanja melalui *Marketplace* dianggap lebih aman dibandingkan berbelanja *online* melalui sosial media. Hal ini dikarenakan berbelanja *online* melalui *marketplace* terdapat perantara yang

⁴ Santika Dewi, "Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Universitas Negeri di Makassar," (Skripsi, Universitas Hasanuddin, 2021), 2

⁵ Dewi, "Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Universitas Negeri di Makassar," 2

⁶ Andy Nugroho, "Perbedaan E-Commerce dan Marketplace, Lengkap!", di akses pada 2 November 2022. [Perbedaan E-Commerce dan Marketplace, Lengkap! - Qwords](#)

juga menjamin kegiatan belanja *online* guna mengurangi dampak negatif yang dapat ditimbulkan.⁷

Pengunjung ataupun konsumen *marketplace* yang ingin membeli sebuah barang, hanya perlu mengunjungi situs *marketplace* yang diinginkan. Semua transaksi dilakukan secara *online* mulai dari pemesanan hingga pembayaran. Konsumen hanya perlu menunggu barang dikirim oleh pelaku usaha ke alamat konsumen setelah konsumen melakukan pembayaran. Salah satu *marketplace* yang pertama dan terbesar di dunia adalah *Ebay* yang berdiri sejak tahun 1995. Sedangkan di Indonesia, *marketplace* yang populer dan banyak digunakan oleh masyarakat adalah Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee.⁸

Perkembangan *e-commerce* diatur di dalam Undang-undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang disingkat UU ITE. Dengan peraturan tersebut memberikan dua hal penting yakni, pertama pengakuan transaksi elektronik dan dokumen elektronik dalam kerangka hukum perikatan dan hukum pembuktian, sehingga kepastian hukum transaksi elektronik dapat terjamin, dan yang kedua diklasifikasikannya tindakan-tindakan yang termasuk kualifikasi pelanggaran hukum terkait penyalahgunaan TI (Teknologi Informasi) disertai dengan sanksi pidananya.⁹

⁷ Dewi, "Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Universitas Negeri di Makassar," (Skripsi, Universitas Hasanuddin, 2021), 4

⁸ Dewi, "Pengaruh Kepercayaan Konsumen", 4

⁹ Setia Putra, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual-Beli melalui e-Commerce," *Jurnal Ilmu Hukum*, No. 2 (2014), 290. [Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce | Putra | Jurnal Ilmu Hukum \(unri.ac.id\)](#)

Akan tetapi tidak bisa dipungkiri bahwa jual beli *online* melalui *marketplace* masih memiliki stigma negatif. Sebagian konsumen yang memilih tidak melakukan keputusan pembelian *online* disebabkan karena minimnya kepercayaan atau keyakinan akan kualitas, dan pelayanan serta resiko penipuan yang mungkin terjadi. Dalam konteks jual beli *online*, kepercayaan atau keyakinan merupakan suatu hal yang penting berkaitan dengan keputusan pembelian. Menurut Bilon Sinamora, kepercayaan merupakan salah satu aspek psikologis yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian.¹⁰

Saat sedang berbelanja *online*, konsumen menghadapi banyak pilihan, disisi yang lain konsumen terbatas untuk mendapatkan informasi langsung dari produk karena konsumen tidak dapat menyentuh atau merasakan produk secara langsung.¹¹ Sehingga beberapa *marketplace e-commerce* seperti pada Tokopedia dan Shopee menyediakan layanan berupa *rating* dan ulasan yang dapat dilihat oleh konsumen. *Rating* merupakan penilaian dalam bentuk *rank* yang biasanya disimbolkan dengan bintang sedangkan ulasan merupakan ungkapan seseorang berupa pujian maupun kritikan terhadap suatu barang atau kualitas layanan yang diberikan oleh penjual.¹²

¹⁰ Bilon Sinamora, *Panduan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009), 11.

¹¹ Eliska Sri Putri Ningsih, "Pengaruh Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee", (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2019), 17

¹² Zaky Fahma Auliya, Moh Rifqi Khairul Umam, Septi Kurnia Prastiwi, "Online Customer Reviews dan Rating: Kekuatan Baru Pada Pemasaran Online di Indonesia", *EBBANK*, No.1 (2017), 88-89

Rating dan Ulasan terpampang jelas pada setiap lapak pelaku usaha di *marketplace e-commerce*¹³. Maka, dengan adanya *rating* dan ulasan ini diharapkan para calon konsumen dapat melakukan pengecekan terlebih dahulu sebelum membeli barang dengan melihat *rating* serta ulasan dari konsumen sebelumnya sehingga terjalin kepercayaan antara konsumen dan pelaku usaha. Dimana konsumen dapat melakukan pemberian ulasan serta *rating* secara sukarela (tidak wajib) pada saat setelah melakukan pembelian.

Akan tetapi yang menjadi masalah apabila konsumen memberikan *rating* serta ulasan negatif tanpa alasan yang jelas sehingga merugikan pelaku usaha seperti kasus dalam *website* berita yang ditulis oleh Kompas¹⁴ ditemukan permasalahan serius mengenai masalah *rating* serta ulasan ini yang pernah dirasakan oleh penjual atau *seller* online yang bernama Muhammad Idris yang berbisnis menjual produk pakaian dalam di Tokopedia dan Shopee.

Idris menceritakan produknya di Tokopedia cukup banyak. Di sana pun tokonya diberi *rating* yang bagus. Suatu kali ia memiliki produk yang terbilang cukup laku lantaran harganya murah. Ratingnya pun pada saat itu bagus karena mendapatkan ulasan dan *rating* yang bagus dari konsumen. Idris menjelaskan "*Ratingnya* itu bagus karena murah hanya Rp 12.000, yang namanya konsumen senang karena barang murah sehingga wajar memberikan penilaian bintang.

¹³ Dewi, "Pengaruh Kepercayaan Konsumen", 8

¹⁴ Elsa Catriana, "Cerita Pemilik Toko Online Diberi Bintang 1: Seperti Diberi Kotoran, Produk Favorit Jadi Tak Laku," *Kompas*, 13 Februari 2022, di akses 16 Agustus 2022, [Cerita Pemilik Toko Online Diberi Bintang 1: Seperti Diberi Kotoran, Produk Favorit Jadi Tak Laku... \(kompas.com\)](https://www.kompas.com)

Namun, suatu ketika dirinya mendapatkan konsumen yang menurut Idris menjadi penyebab *rating* dari produknya jelek. Padahal, kata Idris di bagian deskripsi produk, sudah sangat jelas memaparkan detail informasi produk. Idris menjelaskan "Padahal sudah dijelaskan di situ, kamu berat badannya berapa, tinggi badannya, kalau segitu ya pilihnya ini. Dia pilihnya salah, tapi yang disalahin toko saya, produk saya," beber Idris.

Konsumen tersebut akhirnya memberi *rating* bintang satu ke tokonya. Alhasil, akibat dari *ratingnya* yang turun drastis, produk yang awalnya jadi favorit atau banyak dibeli, tiba-tiba merosot tidak dibeli sama sekali. "Dua minggu itu produk sama sekali enggak berkurang karena enggak laku," kata Idris. Idris pun mengaku kecewa lantaran omzetnya juga berpengaruh karena penjualannya dari produk tersebut menurun. Idris menilai, ketika *rating* diberi 1 bintang, ibarat kotoran yang dilempar langsung ke depan toko. "Artinya orang tidak akan mau lagi belanja di toko kita. Memang pembeli adalah raja tapi jangan sampai begitunya,"

Kata Idris." *rating* 1 itu, ibarat kamu itu punya toko, terus sampah dilempar ke depan toko itu. Kalau aku yang salah, sebutlah *packing*-ku enggak rapi, tidak masalah dia ngasih *rating* segitu," sambung Idris. Sehingga Idris berharap ada mekanisme yang lebih adil lagi dalam hal pemberian *rating* ini. Idris juga mengakui, tingkat literasi masyarakat Indonesia dalam hal belanja *online* masih terbilang kurang. Menurut dia, masih banyak pembeli yang belum memahami sistem dan aturan *rating* di marketplace. "Skala *rating* itu ada 1-5 bintang, konsumen kalau memberi bintang 5 karena merasa

layanannya sudah sangat sempurna seperti banyak promo, dan gratis ongkir. Terus kalau hanya “bagus” pasti sekitar bintang 3-4, tapi kalau telat dikit ngirimnya padahal salah di kurir langsung ngasih 2 bahkan 1 bintang,” ucap Idris.¹⁵

Ada juga kasus lain mengenai perbuatan konsumen *e-commerce* yang merugikan pelaku usaha dengan memberikan *rating* dan ulasan negatif tanpa alasan yang jelas, yakni dialami oleh salah satu penjual pada *marketplace* shopee dia menerangkan bahwa pembeli di Shopee dengan akun k*** telah membeli beberapa produk di tokonya. Setelah barang sampai pembeli tersebut memberi bintang 3 tanpa ada keterangan atau alasan apapun. Penjual tersebut sudah coba menghubungi pembeli untuk menanyakan kendala apa, tapi sampai 1 minggu berlalu tidak ada balasan sama sekali, padahal setiap hari pembeli statusnya *online*.

Oleh sebab itu penjual tersebut membuat laporan ke pihak Shopee dengan no laporan 90366808 untuk menghapus penilaian/*rating* yang tidak otentik dan tidak beralasan tersebut. Setelah beberapa hari penjual tersebut mendapat *email* jika dia disuruh menunjukkan bukti percakapan kalau pembeli mengizinkan penghapusan penilaian tersebut padahal penjual ini sudah mengirimkan bukti chat 1 minggu tidak dibalas sama sekali.

Tetapi tetap pihak Shopee berkali-kali memaksa penjual tersebut mengemis ke pihak pembeli. Padahal seharusnya penjual tersebut yang menuntut apa alasan pemberian nilai buruk itu, Tapi justru penjual tersebut

¹⁵ Catriana, “Cerita Pemilik Toko Online Diberi Bintang 1: Seperti Diberi Kotoran, Produk Favorit Jadi Tak Laku,” *Kompas*, 13 Februari 2022, di akses 16 Agustus 2022.

terus dipaksa mengemis oleh pihak shopee. Penjual itu juga berkali-kali sudah menyampaikan ke agen *live chat* (admin shopee) tapi hasilnya tetap sama. Sehingga penjual/pelaku usaha pada kasus ini merasa pihak shopee mendewakan pembeli.¹⁶

Bahwa *rating* dan ulasan terlihat jelas oleh publik¹⁷ maka sangat berpengaruh pada kepercayaan konsumen terhadap toko dan barang yang dijual oleh pelaku usaha. Maka dari itu konsumen akan berusaha mendapatkan informasi produk dan jasa yang akan mereka beli melalui *rating* dan ulasan dari konsumen terdahulu¹⁸. Jika ada *rating* buruk serta ulasan negatif maka konsumen lain yang akan membeli akan merasa ragu untuk membeli barang karena ada *rating* serta ulasan negatif dari konsumen yang tidak jujur dalam memberikan *rating* dan ulasan tersebut.

Dalam uraian kasus-kasus diatas hukum memegang peranan penting dalam hal ini karena perlu adanya perlindungan hukum yang lebih jelas dan tegas agar tidak hak konsumen saja yang dilindungi akan tetapi hak pelaku usaha *e-commerce* juga perlu dilindungi. Pelaku usaha *e-commerce* mengalami kerugian jika hal ini terus terjadi dan melakukan aduan ke pihak layanan admin aplikasi *marketplace* tersebut prosesnya juga berbelit-belit dan lama¹⁹ seperti pada uraian kasus-kasus diatas.

¹⁶ Yudi Ekasari, "Shopee Melindungi Pembeli yang Merugikan Penjual," di akses pada 19 Agustus 2022, [Shopee Melindungi Pembeli yang Merugikan Penjual - Media Konsumen](#)

¹⁷ Dewi, "Pengaruh Kepercayaan Konsumen", 8

¹⁸ Eliska Sri Putri Ningsih, "Pengaruh Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee", (Skripsi, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR MAKASSAR, 2019), 17

¹⁹ Ekasari, "Shopee Melindungi Pembeli yang Merugikan Penjual," di akses pada 19 Agustus 2022

Ditambah lagi adanya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang lebih menitikberatkan untuk melindungi konsumen dimana di dalam UU Perlindungan konsumen pada pasal 45-63 hanya diatur mengenai tata cara penyelesaian sengketa konsumen apabila konsumen dirugikan akibat perilaku pelaku usaha. Tetapi dalam UU Perlindungan konsumen tidak ada isi yang mengatur bagaimana mekanisme apabila pelaku usaha dirugikan oleh konsumen padahal pada pasal 6 b UU Perlindungan Konsumen telah menyebutkan hak pelaku usaha yaitu hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.

Indonesia merupakan negara hukum yang menganut asas *equality before the law* yang dijelaskan pada Pasal 27 ayat (1) UUD 1945 yang menerangkan bahwa seluruh warga negara sama kedudukannya di dalam hukum dan pemerintahan, sehingga wajib menjunjung hukum dan pemerintahan itu dengan tidak ada kecualinya.²⁰ Namun dalam Undang-Undang Nomer 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen, peraturan perlindungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen tidak sama karena hukum lebih mengatur serta menitikberatkan perlindungan hukum pada konsumen.

Dimana hal ini menyulitkan pelaku usaha apabila pelaku usaha dirugikan akibat perbuatan konsumen yang memberikan *rating* serta ulasan negatif yang jelas-jelas sangat merugikan pelaku usaha karena menyebabkan tokonya mendapatkan ulasan dan *rating* yang tidak sesuai, dan menyebabkan

²⁰ Pasal 28D ayat (1) UUD 1945

penjualan menurun²¹ karena membuat kepercayaan calon konsumen lain yang akan membeli di lapak *marketplace* tersebut ragu dan bimbang karena efek dari adanya ulasan negatif dan *rating* buruk dari konsumen yang tidak beriktikad baik tersebut. apalagi kasus-kasus mengenai *rating* serta ulasan negatif ini masih awam dimata masyarakat Indonesia.

Sehingga dalam penelitian ini penulis akan melakukan analisis serta penggalian lebih lanjut mengenai perlindungan hukum bagi pelaku usaha *e-commerce* terhadap perbuatan konsumen *e-commerce* yang memberikan *rating* dan ulasan negatif seperti kasus-kasus yang diuraikan diatas, karena dalam hal ini didapati tidak ada aturan spesifik mengenai tata cara pelaku usaha *e-commerce* melakukan pengajuan gugatan perdata maupun pengaduan pidana (litigasi) ataupun melalui penyelesaian sengketa diluar pengadilan (non litigasi) untuk meminta tanggung jawab terhadap konsumen *e-commerce* yang memberikan *rating* dan ulasan negatif tanpa alasan yang jelas pada toko *marketplace e-commercenya*.

Penulis juga akan menggali lebih lanjut bagaimana tinjauan hukum islam mengenai masalah *rating* dan ulasan negatif ini, karena konsumen tidak jujur dalam memberikan *rating* dan ulasan ini sehingga merugikan pelaku usaha yang berjualan dengan jujur. Padahal dalam hukum islam dijelaskan bahwa keadilan dalam bertransaksi antara pihak penjual dan pembeli harus selalu mengedepankan etika, kejujuran dan iktikad baik.²²

²¹ Catriana, "Cerita Pemilik Toko Online Diberi Bintang 1: Seperti Diberi Kotoran, Produk Favorit Jadi Tak Laku," *Kompas*, 13 Februari 2022, di akses 16 Agustus 2022.

²² Nanda Latansa Maftukulhuda, "Perlindungan Hukum Terhadap *Seller* Shopee Dalam Praktik Pembayaran *Cash On Delivery* (COD) Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan

Sehingga banyak adanya *legal issue* ketidaklengkapan norma (*incompleteness of norm*) dan kekosongan hukum²³ yang menjadi basis penyusunan penelitian skripsi ini. Oleh karena itu peneliti mengambil judul ”Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha *E-commerce* Terhadap *Rating* dan Ulasan Negatif Konsumen Perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana perlindungan hukum bagi pelaku usaha *e-commerce* terhadap *rating* dan ulasan negatif konsumen berdasarkan perspektif hukum positif di Indonesia?
2. Bagaimana tinjauan hukum islam terhadap *rating* dan ulasan negatif dari konsumen *e-commerce*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk memahami dan menganalisis perlindungan hukum bagi pelaku usaha *e-commerce* terhadap *rating* dan ulasan negatif konsumen berdasarkan perspektif hukum positif di Indonesia
2. Untuk memahami dan menganalisis tinjauan hukum islam terhadap *rating* dan ulasan negatif dari konsumen *e-commerce*

Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) (Studi Kasus Di Toko Online Shopee Skinbae.Id), (Skripsi, Universitas Islam Negeri Malang, 2021), 82

²³ Hario mahar mitendra, Fenomena dalam kekosongan hukum, *Jurnal rechtsVinding online*, [Fenomena Dalam Kekosongan Hukum.pdf \(bphn.go.id\)](https://bphn.go.id), 3

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan Penelitian yang akan dilakukan, kiranya penelitian ini dapat berguna untuk:

1. Teoritis

Sebagai bahan informatif yang dapat memberikan kontribusi dan menambah wawasan dalam bidang hukum terutama pada perlindungan hukum bagi pelaku usaha *e-commerce* terhadap *rating* dan ulasan negatif konsumen berdasarkan perspektif hukum positif dan hukum islam.

2. Praktis

Dapat memberikan bahan informasi dan referensi kepada Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, mahasiswa dan para pembaca sehingga dapat membantu pihak berkepentingan terutama terkait masalah *rating* dan ulasan pada *e-commerce* ini yang masih awam di masyarakat. Serta diharapkan menambah pengetahuan dan memperkaya ilmu hukum terutama mengenai perlindungan hukum bagi pelaku usaha *e-commerce* terhadap ulasan negatif konsumen.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dan kekeliruan interpretasi terhadap beberapa istilah yang dipakai dalam penelitian ini, maka penulis memberikan batasan istilah sebagai berikut :

1. *Electronic Commerce (e-commerce)*

E-commerce adalah penggunaan internet, *web*, dan aplikasi seluler, serta *browser* yang berjalan di perangkat seluler untuk melakukan

transaksi bisnis. Secara lebih formal, *e-commerce* adalah transaksi komersial yang dilaksanakan secara digital antara organisasi dan individu.²⁴

2. Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.²⁵

3. *Rating*

Rating merupakan penilaian yang biasanya disimbolkan dengan bintang yang diberikan oleh konsumen yang telah melakukan pembelian secara *online* dan dipublikasikan didalam *website* atau lapak dari penjual di *e-commerce*.²⁶

4. Ulasan

Ulasan merupakan ungkapan dari konsumen berupa pujian maupun kritikan terhadap suatu barang atau kualitas layanan yang diberikan oleh penjual pada jual beli *online*.²⁷

5. Hukum Positif

Hukum positif adalah hukum yang berlaku sekarang bagi suatu masyarakat tertentu dalam suatu daerah tertentu.²⁸

²⁴ Santika Dewi, "Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Universitas Negeri di Makassar,"²

²⁵ Sudut Huku, Perlindungan Hukum, di akses 8 November 2022, [Perlindungan Hukum – suduthukum.com](http://suduthukum.com)

²⁶ Zaky Fahma Auliya, Moh Rifqi Khairul Umam, Septi Kurnia Prastiwi, 88-89

²⁷ Zaky Fahma Auliya, Moh Rifqi Khairul Umam, Septi Kurnia Prastiwi, 88-89

6. Hukum Islam

Hukum islam atau syariat islam adalah segala macam hukum atau peraturan yang tujuannya mengatur segala urusan umat islam dalam menangani perkara dunia dan akhirat.²⁹

F. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data-data penelitian. Metode penelitian ini juga didefinisikan mengenai sebuah cara untuk melakukan penyelidikan dengan menggunakan cara-cara tertentu sebagaimana yang telah ditentukan agar memperoleh suatu karya ilmiah. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian normatif, yaitu penelitian yang berfokus pada norma hukum. Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian *library research* atau penelitian kepustakaan. Penelitian normatif yaitu penelitian hukum yang meletakkan hukum sebagai sebuah bangunan sistem norma, sistem norma yang dibangun adalah mengenai asas-asas, norma, kaidah dari peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, perjanjian, serta doktrin (ajaran).³⁰

²⁸ Samidjo, Pengantar Hukum Indonesia (Bandung: C.V Armico, 1985), 37

²⁹ Mahmud Syaltut, Al-Islam 'Aqidah wa Syari'ah, (Mesir: Dar Al-Qalam, 1966), 12.

³⁰ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 28

2. Pendekatan Penelitian

Sehubungan dengan penelitian hukum normatif, penelitian ini tidak menggunakan data-data yang berbasis pada observasi lapangan, melainkan melakukan analisa-analisa dengan menggunakan pendekatan tertentu, dalam penelitian ini pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan kasus (*case approach*).

Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) yaitu pendekatan yang dilakukan dengan menelaah semua peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan permasalahan hukum dalam penelitian ini. Hal tersebut dimaksudkan untuk mendapatkan informasi dari berbagai aspek mengenai isu hukum yang sedang dibahas.

Adapun pendekatan kasus yaitu mempelajari penerapan norma serta kaidah hukum dalam praktek hukum. Pendekatan kasus dilakukan dengan cara melakukan telaah terhadap kasus-kasus yang berkaitan dengan isu yang dihadapi, baik kasus yang belum masuk pengadilan maupun kasus yang telah menjadi putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap.³¹

3. Jenis dan Sumber Bahan Hukum

Adapun jenis dan sumber data yang akan digunakan sebagai dasar untuk menunjang penelitian ini adalah data yang dikumpulkan berasal

³¹ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Kencana, 2005), 94.

dari data sekunder. Data sekunder dimaksud antara lain meliputi bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan nonhukum atau tertier berupa norma dasar, perundang-undangan, hasil penelitian ilmiah, buku, dan lain sebagainya.³²

1) Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang bersifat “otoritatif” artinya mempunyai kekuasaan (otoritas) seperti peraturan perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan peraturan perundang-undangan.

Dalam penelitian ini, bahan hukum primer yang digunakan yaitu:

- a. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata buku III Perikatan
- b. Kitab Undang-Undang Hukum Pidana
- c. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- d. Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- e. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Sedangkan bahan hukum primer yang terdapat dalam hukum Islam yang digunakan pada penelitian ini ialah

- a. Al-Qur'an

³² Amiruddin, Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), 30

b. Hadits

c. KHES

2) Bahan Hukum Sekunder

Yaitu bahan-bahan yang erat hubungannya dengan bahan hukum primer yang dapat membantu menganalisis dan memahami bahan hukum primer, seperti hasil-hasil penelitian, hasil seminar, hasil karya dari kalangan hukum, serta dokumen-dokumen lain yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini.

Bahan hukum sekunder yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

- a. Buku Hukum Perlindungan Konsumen karya dari penulis Abdul Halim Barkatullah
- b. Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan bisnis karya dari penulis Muhammad

3) Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier adalah bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, seperti kamus, ensiklopedia dan lain sebagainya.³³

4. Metode Pengumpulan Data

Sehubungan dengan jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian hukum normatif, maka metode pengumpulan data yang digunakan adalah

³³ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI-Press, 2015), 52

studi kepustakaan (*Library Research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan melakukan kajian pustaka seperti buku-buku, karya tulis ilmiah, peraturan perundang-undangan dan lainnya yang berkaitan dengan pembahasan dalam skripsi ini.

5. Metode Pengelolaan Data

Metode pengelolaan data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Adapun analisis data yang digunakan pada penelitian ini, yaitu:

a. Pemeriksaan Data (*editing*)

Penulis memeriksa keseluruhan data, baik kelengkapan maupun keakuratan data utama, yaitu peraturan perundang-undangan yaitu KUH Perdata, Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, UUPK, UU ITE dan Hukum Islam yaitu Al-Qur'an, hadits dan KHES.

b. Klasifikasi Data (*classifying*)

Setelah data dari berbagai sumber terkumpul, penulis mengklasifikasikannya sesuai jenis data tersebut, klasifikasi data bertujuan mempermudah penulis untuk menentukan jenis data tersebut termasuk referensi utama atau referensi pendukung.

c. Verifikasi Data (*verifying*)

Dalam tahap ini penulis melakukan pengecekan kembali terhadap data yang sebelumnya telah diklasifikasikan agar validitasnya dapat terjamin. Verifikasi data dilakukan dengan cara mengecek kembali sumber-sumber bahan hukum, seperti

Buku KUH Perdata, KUHP, UUPK, UU ITE, KHES dan artikel atau buku yang berkaitan dengan perlindungan hukum bagi pelaku usaha.

d. Analisis Bahan Hukum

Setelah data-data yang dibutuhkan berhasil diperoleh, kemudian data tersebut akan dianalisis secara kualitatif. Data yang telah dianalisis kemudian dijabarkan dalam bentuk penjelasan-penjelasan deskriptif.

e. Kesimpulan (*concluding*)

Pada tahap kesimpulan, penulis mengambil kesimpulan dari hasil analisis yang berkaitan dengan perlindungan hukum bagi pelaku usaha *e-commerce* terhadap *rating* dan ulasan negatif konsumen perspektif hukum positif dan hukum islam.

G. Penelitian Terdahulu

Pembahasan terkait perlindungan hukum bagi pelaku bisnis *e-commerce* terhadap *rating* dan ulasan negatif konsumen sebenarnya merupakan suatu pembahasan baru dalam dunia hukum, masih jarang sekali penulis temukan penelitian lain yang membahas mengenai masalah ini. Hal ini menjadikan penelitian ini menemukan *novelty*/kebaruan karena masih sangat jarang ditemukan penelitian serupa yang membahas perlindungan hukum bagi pelaku bisnis *e-commerce*.

Hal ini diperkuat dengan rumusan-rumusan masalah yang penulis buat sehingga masalah-masalah yang penulis angkat belum pernah dibahas oleh penulis-penulis lain.

Namun ditemukan beberapa karya ilmiah yang penulis temukan yang memiliki sedikit kemiripan dengan skripsi penulis diantaranya:

1. Zakky Fahma Aulia, Moh. Rifqi Khairul Umam dan Septi Kurnia Prastiwi, 2017, “*Online Customer Reviews dan Rating: Kekuatan Baru Pemasaran Online di Indonesia*”.³⁴

Dalam penelitian jurnal ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini mengkaji hubungan antar variabel. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh *online customer reviews* dan *rating* terhadap Keputusan Pembelian, penelitian ini dilakukan di Wilayah Surakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Konsumen pada rentang usia 17-35 tahun yang pernah membeli produk dari marketplace Indonesia di Surakarta.

Hasil yang didapat dalam penelitian ini yaitu *online customer reviews* dan *rating* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Terlebih lagi hasil yang didapat dari penelitian oleh Zakky Fahma Aulia, dkk. Adalah *rating* dan ulasan sangat berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen, sehingga penelitian yang akan penulis teliti menjadi lebih penting apabila *rating* dan ulasan-ulasan yang diberi oleh konsumen adalah *rating* dan ulasan negatif padahal sang penjual sudah

³⁴ Zakky Fahma Aulia, Moh. Rifqi Khairul Umam dan Septi Kurnia Prastiwi, “Online Customer Reviews (OTRs) dan Rating: Kekuatan Baru pada Pemasaran Online di Indonesia”

memberikan pelayanan maksimal dan barang yang dijual juga dalam kondisi baik, yang mana akan merugikan pelaku usaha jika hal ini terus terjadi karena *rating* serta ulasan dari konsumen terdahulu sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian calon konsumen.

Penelitian ini memiliki kesamaan yakni meneliti *rating* dan ulasan dari konsumen *online*. Namun penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan penulis teliti yakni pada fokus pembahasan. Karena dalam penelitian yang akan penulis teliti lebih fokus mengenai perlindungan hukum bagi pelaku usaha akibat adanya *rating* dan ulasan ini sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Zakky Fahma Aulia, dkk. Fokus pada ranah ekonomi.

2. Ela, 2020, “Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Dalam Transaksi Jual Beli Pada Situs Belanja *Online*”³⁵.

Jenis penelitian penulisan dalam skripsi ini adalah penelitian kepustakaan atau *library research*, sedangkan Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan Yuridis Normatif, penelitian ini didasarkan pada sumber-sumber kepustakaan untuk membahas masalah-masalah yang telah dirumuskan.

Hasil dari penelitian ini setelah mengadakan beberapa kajian terhadap jual beli melalui situs belanja online, dapat dikatakan bahwa proses jual beli dibagi menjadi empat yaitu penawaran, penerimaan, pembayaran dan

³⁵ Ela, “ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG DIRUGIKAN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI PADA SITUS BELANJA ONLINE,” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2020), [Analisis Perlindungan Hukum terhadap Konsumen yang Dirugikan dalam Transaksi Jual-Beli pada Situs Belanja Online - Repositori UIN Alauddin Makassar \(uin-alauddin.ac.id\)](https://repository.uin-alauddin.ac.id/)

pengiriman. Sedangkan pertanggung jawaban yang di lakukan oleh pelaku usaha apabila ada konsumen yang dirugikan dalam transaksi jual beli pada situs belanja online ini adalah mengganti secara keseluruhan biaya yang di keluarkan oleh konsumen baik itu ongkos kirim maupun harga barang yang telah di beli.

Penelitian yang ditulis oleh Ela ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan penulis teliti yaitu pada perlindungan hukum. Dalam penelitian ini lebih menganalisis perlindungan hukum bagi konsumen apabila konsumen dirugikan oleh perbuatan pelaku usaha pada jual beli *online*, sedangkan perbedaannya terletak pada objek kajiannya karena dalam penelitian yang akan penulis teliti lebih fokus menggali dan menganalisis perlindungan hukum bagi pelaku usaha apabila pelaku usaha dirugikan oleh konsumennya dalam jual beli *online*.

3. Nurmia Noviantri, 2019, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual-Beli *Online* Shopee dan Perlindungan Konsumen di Shopee Menurut Mahasiswa UIN Syahid Jakarta."³⁶

Dalam penelitian skripsi ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif dan mempunyai jenis penelitian hukum normatif atau *library research* dengan melakukan pengkajian terhadap undang-undang, buku-buku, dan kitab-kitab fiqh yang berkaitan dengan judul skripsi tersebut.

³⁶ Nurmia Noviantri, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual-Beli Shopee dan Perlindungan Konsumen di Shopee Menurut Mahasiswa UIN Syahid Jakarta", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2019), [Institutional Repository UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Tinjauan hukum islam terhadap jual beli online shopee dan perlindungan konsumen di shopee menurut mahasiswa uin syahid jakarta \(uinjkt.ac.id\)](https://institutionalrepository.uin-syarifhidayatullah.ac.id/)

Skripsi tersebut berkesimpulan bahwa akad jual-beli pada Shopee itu tak sama persis dengan akad salam yang berlaku pada muamalah Islam. Akad jual-beli pada shopee lebih tepatnya disebut dengan Khiyar Ru'yah atau jual-beli biasa, karena ini adalah jual-beli benda yang gaib (tidak ada di tempat) atau benda yang belum pernah diperiksa pada saat melakukan transaksi.

Persamaan penelitian ini terletak pada objek yang akan diteliti yaitu - *platform marketplace e-commerce*. Sedangkan perbedaannya terletak pada penelitian yang ditulis oleh Nurmia ini hanya fokus pada sistem akad yang digunakan untuk transaksi (muamalah) dalam jual-beli secara *online*, namun dalam penelitian penulis akan lebih terfokus pada perlindungan hukum bagi pelaku usaha terhadap *rating* dan ulasan negatif dari konsumen yang ada di dalam *platform e-commerce*.

4. Nanda Latansa Maftukulhuda, 2021, “Perlindungan Hukum Terhadap *Seller* Shopee Dalam Praktik Pembayaran *Cash On Delivery* (COD) Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) (Studi Kasus Di Toko Online Shopee Skinbae.Id)”.³⁷

Jenis penelitian hukum yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) atau bisa juga disebut sebagai penelitian yuridis empiris.

Jenis pendekatan adalah pendekatan yuridis sosiologis, dan teknik

³⁷ Nanda Latansa Maftukulhuda, “Perlindungan Hukum Terhadap *Seller* Shopee Dalam Praktik Pembayaran *Cash On Delivery* (COD) Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) (Studi Kasus Di Toko Online Shopee Skinbae.Id), (Skripsi, Universitas Islam Negeri Malang, 2021)

pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan metode analisis kualitatif dengan cara deduktif induktif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa iktikad baik sebagai bentuk kewajiban pelaku usaha pada *Marketplace Shopee (Skinbae.Id)* telah ditunaikan, namun adanya ketimpangan dari pembeli yang melakukan pembatalan secara sepihak sehingga pihak Skinbae.Id tidak mendapatkan haknya berupa pembayaran atas barang. Dalam hal ini, menurut KHES menyatakan apabila adanya resiko yang diakibatkan oleh pembeli, maka pihak penjual harus menanggung resikonya. Maka dari itu, untuk menghindari hal demikian, diharapkan adanya iktikad baik dari kedua belah pihak agar tujuan dari jual-beli dapat tercapai yaitu *ta'awun* yang didasari asas *an-tarodhin*.

Penelitian yang ditulis oleh Nanda ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan penulis teliti yaitu pada perlindungan hukum khususnya pada perlindungan hukum bagi pelaku usaha apabila dirugikan oleh konsumen dalam jual beli *online*. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitian yang digunakan, dalam penelitian ini menggunakan penelitian empiris sedangkan penulis menggunakan metode penelitian normatif serta dalam penelitian ini hanya fokus pada perlindungan hukum terhadap salah satu sistem pembayaran yaitu *Cash On Delivery (COD)* yang bisa digunakan dalam aplikasi tersebut sedangkan dalam penelitian penulis akan fokus pada

pada *rating* dan ulasan dari konsumen pada jual beli *online* di *marketplace*.

5. Disa Nusia Nisrina, 2015, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli *Online* Dan Relevansinya Terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen”.³⁸

Skripsi ini menggunakan pendekatan teologi normatif (*syar’i*) yaitu pendekatan yang digunakan untuk mengkaji dalil-dalil dari Al-Qur’an dan hadits serta pendapat para ulama yang terkait dengan jual beli. dan pendekatan yuridis normatif. Penelitian ini tergolong penelitian *library research*, yaitu mengkaji pokok masalah melalui literatur-literatur atau referensi-referensi yang berkaitan dan relevan dengan judul penelitian ini.

Hasil dari penelitian ini adalah jual beli *online* yang mengandung kemaslahatan dan efisiensi waktu termasuk aspek muamalah yang pada dasarnya mubah (boleh), kecuali ada dalil yang mengharamkannya dan adanya kesepakatan para ulama terhadap transaksi jual beli melalui surat dan perantara, sehingga jual beli online diqiyaskan dengan jual beli melalui surat dan perantara selama dilakukan atas dasar prinsip kejujuran dan kerelaan, serta tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan.

Dalam penelitian ini juga berkesimpulan bahwa hak-hak konsumen dalam hukum Islam berupa hak khiyar, diantaranya yaitu: khiyar majelis, khiyar ‘aib, khiyar syarat, khiyar ta’yin, khiyar ar-ru’yah. Sedangkan

³⁸ Disa Nusia Nisrina, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli *Online* Dan Relevansinya Terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen”, (Skripsi, UIN Alauddin Makassar, 2015)

hak-hak konsumen dalam UUPK, terdapat pada pasal 4 UUPK, yaitu hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.

Penelitian yang ditulis oleh Disa ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan penulis teliti yaitu pada jual beli *online*. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek kajiannya. Yaitu pada penelitian Disa ini fokus pada mekanisme dalam jual beli *online* yang ditinjau berdasarkan hukum islam dan UUPK, sedangkan penelitian yang akan penulis teliti lebih fokus pada salah satu fitur yang ada di dalam jual beli *online* tersebut yaitu mengenai *rating* dan ulasan.

Tabel 1 : Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu

No	Identitas Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Zakky Fahma Aulia, Moh. Rifqi Khairul Umam dan Septi Kurnia Prastiwi	<i>Online Customer Reviews dan Rating: Kekuatan Baru Pemasaran Online di Indonesia</i>	Penelitian ini memiliki kesamaan yakni meneliti <i>rating</i> dan ulasan dari konsumen <i>online</i> .	Penelitian yang akan penulis teliti lebih fokus mengenai perlindungan hukum bagi pelaku usaha akibat adanya <i>rating</i> dan ulasan ini sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Zakky

				Fahma Aulia, dkk. Fokus pada ranah ekonomi.
2.	Ela	Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Dalam Transaksi Jual Beli Pada Situs Belanja <i>Online</i>	Penelitian yang ditulis oleh Ela ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan penulis teliti yaitu pada perlindungan hukum. Dalam penelitian ini lebih menganalisis perlindungan hukum bagi konsumen apabila konsumen dirugikan oleh perbuatan pelaku usaha pada jual beli <i>online</i>	Perbedaannya terletak pada objek kajiannya karena dalam penelitian yang akan penulis teliti lebih fokus menggali dan menganalisis perlindungan hukum bagi pelaku usaha apabila pelaku usaha dirugikan oleh konsumennya dalam jual beli <i>online</i>
3	Nurmia Noviantri	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual-Beli <i>Online</i> Shopee dan Perlindungan Konsumen di Shopee Menurut	Persamaan penelitian ini terletak pada objek yang akan diteliti yaitu - <i>platform</i> <i>marketplace e-</i>	perbedaannya terletak pada penelitian yang ditulis oleh Nurmia ini hanya fokus pada sistem

		Mahasiswa UIN Syahid Jakarta	<i>commerce.</i>	akad yang digunakan untuk transaksi (muamalah) dalam jual-beli secara <i>online</i> , namun dalam penelitian penulis akan lebih terfokus pada perlindungan hukum bagi pelaku usaha terhadap <i>rating</i> dan ulasan negatif dari konsumen yang ada di dalam - <i>platform e-commerce.</i>
4.	Nanda Latansa Maftukulhuda	Perlindungan Hukum Terhadap <i>Seller</i> Shopee Dalam Praktik Pembayaran <i>Cash On Delivery</i> (COD) Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan	Penelitian yang ditulis oleh Nanda ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan penulis teliti yaitu pada perlindungan hukum khususnya pada	Perbedaannya terletak pada penelitian ini hanya fokus pada perlindungan hukum terhadap salah satu sistem pembayaran yaitu <i>Cash On</i>

		Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) (Studi Kasus Di Toko Online Shopee Skinbae.Id)	perlindungan hukum bagi pelaku usaha apabila dirugikan oleh konsumen dalam jual beli <i>online</i> . Dan sama-sama menggunakan kajian dari fitur yang ada di dalam suatu aplikasi <i>marketplace e-commerce</i>	<i>Delivery (COD)</i> yang bisa digunakan dalam aplikasi tersebut sedangkan dalam penelitian penulis akan fokus pada <i>rating</i> dan ulasan dari konsumen pada jual beli <i>online</i> di <i>marketplace</i> .
5.	Disa Nusia Nisrina	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli <i>Online</i> Dan Relevansinya Terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen	Penelitian yang ditulis oleh Disa ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan penulis teliti yaitu sama-sama meneliti jual beli <i>online</i> .	Perbedaannya terletak pada objek kajiannya. Yaitu pada penelitian Disa ini fokus pada mekanisme dalam jual beli <i>online</i> yang ditinjau berdasarkan hukum islam dan UUPK, sedangkan penelitian yang akan penulis

				<p>teliti lebih fokus pada salah satu fitur yang ada di dalam jual beli <i>online</i> tersebut yaitu mengenai <i>rating</i> dan ulasan yang ditinjau dari perspektik hukum positif dan hukum islam.</p>
--	--	--	--	---

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan para pembaca dalam membaca skripsi ini, disusun rancangan sistematika penulisan agar pola pikir lebih terarah dan terfokus, adapun sistematika tersebut sebagai berikut :

BAB I memuat tentang pendahuluan, dalam bab ini berisi tentang latar belakang permasalahan yang akan diangkat di skripsi ini, rumusan masalah, tujuan dan manfaat dalam penelitian ini juga terdapat didalamnya. Selain itu, terdapat metode penelitian yang digunakan dalam berlangsungnya penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan yang dibuat untuk mengetahui rancangan penulisan yang digunakan dalam penelitian.

BAB II memuat tentang tinjauan Pustaka yang berisi tentang kajian teori. Dipaparkan dalam bab II ini segala tinjauan teori-teori yang dibutuhkan

dalam mengkaji dan menganalisa permasalahan dalam penelitian ini. Penulis menggunakan berbagai sumber buku, jurnal dan referensi lain untuk memperkuat sumber penelitian ini. Tinjauan pustaka adalah hal yang sangat penting bagi peneliti karena sebagai bekal teori yang digunakan dalam pembahasan penelitian.

BAB III memuat tentang Hasil Penelitian dan Pembahasan, Pada BAB ini berisi mengenai analisis dari hasil penelitian dan bertujuan untuk menjawab rumusan masalah yang telah dijelaskan dalam penelitian ini

BAB IV memuat tentang penutup, yang berisi mengenai kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan jawaban singkat atas rumusan masalah yang diajukan dan beberapa saran dikemukakan sebagai saran atas hasil penelitian skripsi ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori Negara Hukum

Negara hukum adalah konsep yang diawali dari istilah nomokrasi yang berkembang dari pemikiran barat. Istilah nomokrasi tersebut berasal dari kata *nomos* yang artinya norma, dan *cratos* yang artinya kekuasaan. Negara hukum merupakan suatu konsep pemerintahan negara yang didasarkan atas hukum. Berikut pandangan Aristoteles mengenai negara hukum:

Negara Hukum merupakan negara yang tegak di atas hukum yang menjamin keadilan kepada warga negaranya. Keadilan adalah syarat untuk tercapainya kesenangan hidup untuk warga negaranya, dan sebagai pijakan dari pada keadilan itu, perlu diajarkan rasa susila kepada setiap manusia agar ia menjadi warga negara yang baik. Demikian pula peraturan hukum yang sebenarnya hanya ada, jika peraturan hukum itu mencerminkan keadilan bagi pergaulan hidup antar warga negaranya.³⁹

Di zaman ini, konsep Negara Hukum di Eropa Kontinental ditumbuhkan antara lain oleh Julius Stahl, Paul Laband, Fichte, Immanuel Kant dan lain-lain dengan menggunakan istilah Jerman, yaitu "*Rechtsstaat*". Sedangkan dalam tradisi Anglo Amerika, konsep Negara hukum ditumbuhkan oleh kepeloporan A.V. Dicey dengan sebutan "*The Rule of Law*".

Menurut Julius Stahl, konsep Negara Hukum yang disebutnya dengan istilah "*rechtsstaat*" itu terdiri dari empat elemen penting, yaitu:

1. Perlindungan hak asasi manusia.
2. Pembagian kekuasaan.

³⁹ Moh. Kusnardi dan Harmaily Ibrahim, Pengantar Hukum Tata Negara Indonesia, Pusat Studi Hukum Tata Negara Fakultas Hukum Universitas Indonesia dan Sinar Bakti, 1983, 153- 154.

3. Pemerintahan didasarkan undang-undang.

4. Peradilan tata usaha negara.

Sedangkan A.V. Dicey menguraikan adanya tiga ciri penting dalam setiap Negara Hukum yang disebutnya dengan istilah “*The Rule of Law*”, yaitu :

1. *Supremacy of law*.

2. *Equality before the law*.

3. *Due process of law*.⁴⁰

Keempat prinsip “*Rechtsstaat*” yang dikembangkan oleh Julius Stahl tersebut di atas pada poinnya dapat digabungkan dengan ketiga prinsip “*Rule of Law*” yang dikembangkan oleh A.V. Dicey untuk menandai ciri-ciri Negara Hukum modern di zaman sekarang. Berikut deskripsi tentang tiga unsur *the rule of law* yang dikemukakan oleh A.V. Dicey di atas, yaitu:

1. *Supremacy of law*

Supremacy of Law merupakan terjadinya pengakuan normatif dan empirik akan prinsip hukum, yaitu semua masalah harus dibereskan dengan hukum sebagai pedoman tertinggi. Dalam pandangan supremasi hukum, pada prinsipnya pemimpin tertinggi negara yang asli, bukanlah manusia, tetapi konstitusi yang mencerminkan hukum yang tertinggi. Pengakuan normatif atas supremasi hukum tercermin dalam perumusan hukum atau konstitusi.

⁴⁰ Utrecht, *Pengantar Hukum Administrasi Negara Indonesia*, (Jakarta: Ichtiar, 1962, 9.

Sedangkan pengakuan empirik atas supremasi hukum tercermin dalam perilaku sebagian masyarakatnya bahwa hukum itu memang *supreme*, bahkan dalam *republic* yang menganut presedential yang bersifat murni, konstitusi itulah yang sebenarnya lebih cocok sebagai kepala negara, itu sebabnya dalam sistem pemerintahan presedential, tidak ditemukan perbedaan antara kepala negara dan kepala pemerintahan seperti dalam sistem pemerintahan parlementer.

2. *Equality before the law*

Kesamaan dalam hukum (*equality before the law*) yaitu adanya persamaan kedudukan setiap manusia baik pada hukum dan pemerintahan, yang dinyatakan secara normatif dan dilaksanakan berdasarkan empirik.⁴¹ sebagai rangka prinsip persamaan ini, segala sikap dan perbuatan diskriminatif dalam segala keadaan dan penerapannya diakui sebagai sikap dan tindakan yang terlarang, kecuali tindakan-tindakan yang bersifat khusus. Sedangkan yang dinamakan *affirmative actions* digunakan sebagai pendorong dan acuan kelompok masyarakat tertentu atau kelompok warga tertentu untuk mengejar kemajuan sehingga mencapai tingkat perkembangan yang sama dan setara dengan masyarakat yang sudah lebih maju.

Indonesia adalah negara hukum yang menganut asas *equality before the law* yang dijelaskan pada Pasal 27 ayat (1) UUD 1945 yang menyebutkan bahwa seluruh warga negara adalah sama kedudukannya

⁴¹ Utrecht, *Pengantar Hukum Administrasi Negara Indonesia*, (Jakarta: Ichtiar, 1962, 11.

di dalam hukum dan pemerintahan, sehingga wajib menjunjung hukum dan pemerintahan itu dengan tidak ada kecualinya.

Selanjutnya, Pasal 28D ayat (1) UUD 1945 juga menjelaskan bahwa setiap orang memiliki hak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama dihadapan hukum. Pada pokoknya, makna asas *equality before the law* adalah semua manusia sama dan setara di hadapan hukum.⁴²

3. *Due process of law*

Pada setiap negara yang meyakini prinsip negara hukum, maka asas legalitas (*Due Process of Law*) menuntut dalam segala bentuk tindakan pemerintahan yang harus didasarkan pada perundang-undangan yang sah dan tertulis.⁴³ Jadi, peraturan perundang-undangan tertulis harus ada dan berlaku lebih dulu atau mendahului tindakan atau perbuatan administrasi yang dilakukan. Dengan demikian setiap perbuatan atau tindakan administrasi badan/pejabat negara harus didasarkan aturan atau *rules and procedures*.

Di negara Indonesia, prinsip negara hukum yang digunakan memiliki perbedaan dengan prinsip negara hukum *rechtstaats* dan konsep negara hukum *the rule of law*. Perbedaan tersebut dapat dilihat berdasarkan pendapat dari Muhammad Tahir Azhari berikut ini:

⁴² Bernadetha Aurelia Oktavira S.H., "Makna Asas *Equality Before The Law* dan Contohnya", *Hukum Online*, di akses pada 7 November 2022, [Makna Asas Equality Before The Law dan Contohnya - Klinik Hukumonline](#)

⁴³ Utrecht, *Pengantar Hukum Administrasi Negara Indonesia*, 9.

Berdasarkan Muhammad Tahir Azhari unsur-unsur utama negara hukum Republik Indonesia, adalah :

- a) Pancasila.
- b) Majelis Permusyawaratan Rakyat.
- c) Sistem Konstitusi.
- d) Persamaan.
- e) Peradilan Bebas.⁴⁴

Dalam konstitusi ditekankan bahwa negara Indonesia adalah Negara Hukum (*Rechtsstaat*), bukan Negara Kekuasaan (*Machtsstaat*). Di dalamnya termaktub makna adanya pengakuan pada prinsip supremasi hukum dan konstitusi, diikutinya prinsip pemisahan dan pembatasan kekuasaan menurut sistem konstitusional yang diatur dalam Undang-Undang Dasar, adanya jaminan-jaminan hak asasi manusia dalam Undang-Undang Dasar, adanya prinsip peradilan yang bebas dan tidak memihak yang menjamin persamaan setiap warga negara dalam hukum, serta menjamin keadilan bagi setiap orang termasuk terhadap penyalahgunaan wewenang oleh pihak yang berkuasa.⁴⁵

Oleh karena itu, dalam doktrin negara hukum, hukumlah yang mengendalikan kekuasaan tertinggi dalam mengelola negara. Dengan demikian, badan atau pejabat negara dalam melakukan suatu perbuatan, wajib patuh pada peraturan perundang-undangan.

B. Teori Perlindungan Hukum

Munculnya teori perlindungan hukum ini bersumber dari teori hukum alam atau aliran hukum alam. berdasarkan aliran hukum alam menjelaskan bahwa hukum itu bersumber dari Tuhan yang bersifat *universal* dan kekal, serta antara hukum dan moral tidak boleh dipisahkan. Para pengikut aliran ini memiliki perspektif bahwa hukum dan moral adalah cerminan dan aturan

⁴⁴ M. Tahir Azhari, Negara Hukum : Suatu Studi tentang Prinsip-prinsip Dilihat Dari Segi Hukum Islam, Implementasinya Pada Periode Negara Madinah dan Masa Kini, Bulan Bintang, Jakarta, 2005, 83-84.

⁴⁵ Jimly Asshiddiqie, e-book Konstitusi & Konstitusionalisme Indonesia, 55-56.

secara internal dan eksternal dari kehidupan manusia yang diimplementasikan melalui hukum dan moral.⁴⁶

Perlindungan hukum adalah segala upaya pemenuhan hak dan pemberian bantuan untuk memberikan rasa aman kepada saksi dan/atau korban, perlindungan hukum korban kejahatan sebagai bagian dari perlindungan masyarakat, dapat diwujudkan dalam berbagai macam bentuk, seperti melalui pemberian restitusi, kompensasi, pelayanan medis, bantuan hukum, ganti rugi, dan sebagai pendekatan *restorative justice*.⁴⁷

Satjipto Raharjo berpendapat bahwa perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia (HAM) yang dirugikan oleh orang lain dan perlindungan itu di berikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum. Hukum dapat dimanfaatkan untuk mewujudkan perlindungan yang sifatnya tidak sekedar adaptif dan fleksibel, melainkan juga prediktif dan antisipatif. Hukum diperlukan bagi mereka yang lemah dan belum kuat secara sosial, ekonomi dan politik untuk memperoleh keadilan sosial.⁴⁸

Phillipus M. Hadjon memaparkan bahwa perlindungan hukum bagi rakyat sebagai tindakan pemerintah yang bersifat preventif dan represif. Perlindungan hukum yang preventif memiliki tujuan untuk mencegah terjadinya sengketa, dan perlindungan yang represif memiliki tujuan untuk

⁴⁶ Satjipto Raharjo, Ilmu Hukum, (PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000), 53.

⁴⁷ Soerjono Soekanto, Pengantar Penelitian Hukum, Ui Press, Jakarta, 1984, 133

⁴⁸ Raharjo, *Ilmu Hukum*, 54.

menyelesaikan terjadinya sengketa, termasuk penindakannya di lembaga peradilan.⁴⁹

Sesuai dengan pemaparan diatas bisa dikemukakan bahwa fungsi dari perlindungan hukum adalah untuk melindungi rakyat dari bahaya maupun ancaman kejahatan yang dapat merugikan dirinya sendiri. Perlindungan hukum adalah suatu hal yang melindungi subyek-subyek hukum melalui peraturan perundang-undangan yang berlaku dan diharuskan pelaksanaannya dengan suatu hukuman. Perlindungan hukum bisa dibedakan menjadi 2 yaitu:

a. Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Hal ini terdapat dalam peraturan perundang-undangan dengan maksud untuk mencegah suatu pelanggaran serta memberikan rambu-rambu atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban.

b. Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum represif adalah perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran.⁵⁰

⁴⁹ Phillipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, (PT. Bina Ilmu, Surabaya: 1987). 29

⁵⁰ Dr. Dyah Permata Budi Asri., S.H., M.Kn, “Perlindungan Hukum Preventif Terhadap Ekspresi Budaya Tradisional Di Daerah Istimewa Yogyakarta Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta”, *Journal of Intellectual Property*, No. 1 (2018), 16

C. Pelaku Usaha dan Konsumen

1. Pelaku Usaha

Orang-orang biasanya menyebut pelaku usaha dengan sebutan produsen. Kadangkala masyarakat juga mengartikan produsen sebagai pengusaha, namun ada juga anggapan yang menyatakan bahwa produsen hanya penghasil barang saja dan merupakan salah satu unsur dari pengusaha.⁵¹

Selanjutnya menurut pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen :

“Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha baik yang berbentuk badan hukum yang dibentuk dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.

Berdasarkan penjelasan pada pasal 1 angka 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen pelaku usaha yang termasuk dalam definisi tersebut di antaranya yaitu perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importer, pedagang, distributor dan lain-lain. Definisi pelaku usaha berdasarkan undang-undang perlindungan konsumen tersebut dapat dijabarkan menjadi beberapa unsur, yaitu:

- 1) Bentuk atau wujud dari pelaku usaha adalah:
 - a. Orang perorangan, yaitu setiap individu yang melakukan kegiatan usahanya seorang diri.

⁵¹ Kurniawan, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Malang: UB Press, 2011), 42

- b. Badan usaha, adalah gabungan individu yang secara bahu-membahu melakukan kegiatan usaha. Badan usaha dapat digolongkan kedalam dua kategori yaitu: Badan hukum contohnya perseroan terbatas, dan bukan badan hukum, contohnya sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha secara insidentill.
 - c. Kegiatan usaha tersebut harus didasarkan pada perjanjian d)
Didalam berbagai bidang ekonomi, pengertian ini sangat luas tidak terbatas hanya pada bidang produksi.
- 2) Ikatan sarjana ekonomi Indonesia memecah pelaku usaha ke dalam tiga kelompok, yaitu:
- a. Investor yaitu pelaku usaha fasilitator dana untuk membiayai berbagai kepentingan usaha seperti perbankan, usaha leasing dan lain-lain;
 - b. Produsen yaitu pelaku usaha yang membuat, memproduksi barang dan/jasa dari barang-barang dan/atau jasa lain (bahan baku, bahan tambahan atau penolong dan lain-lain);
 - c. Distributor yaitu pelaku usaha yang mendistribusikan atau memperdagangkan barang dan/atau jasa kepada masyarakat seperti pedagang retail, pedagang kaki lima, supermarket, toko dan lain-lain.

Melihat penjabaran unsur dan/atau syarat dari pelaku usaha tersebut dapat dilihat bahwa pengertian pelaku usaha menurut undang-undang

perlindungan konsumen sangat luas. Pelaku usaha menurut undang-undang Perlindungan Konsumen bukan hanya produsen melainkan hingga pihak terakhir yang menjadi perantara antara produsen dan konsumen seperti agen, distributor, dan pengecer atau yang sering disebut sebagai konsumen antara.⁵²

Dalam perlindungan konsumen mengatur hak dan kewajiban pelaku usaha yang disebutkan dalam pasal 6 dan pasal 7 UUPK. Ketika kedua belah pihak melakukan suatu transaksi memungkinkan timbulnya persoalan dalam pengadaan barang atau persoalan lainnya. Munculnya pelanggaran dalam transaksi disebabkan karena konsumen dan pelaku usaha tidak mengetahui hak dan kewajibannya.

Pasal 6 tentang hak pelaku usaha adalah:

- a. Hak untuk menerima pembayaran atas kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- b. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

⁵² AZ Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diadit Media, 2006), 34.

- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 7 tentang kewajiban pelaku usaha adalah:

- b. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
- c. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- d. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- e. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
- f. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

2. Konsumen

Istilah konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). definisi lain dari *consumer* atau *consument* itu tergantung pada letak dimana ia berada. Secara harfiah arti

kata consumer adalah setiap orang yang menggunakan barang. Begitu pula Kamus Bahasa Inggris-Indonesia memberi arti kata consumer sebagai pemakai atau konsumen.⁵³

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, konsumen diartikan sebagai “setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk yang lain dan tidak untuk diperdagangkan.”

Pendapat lain menjelaskan bahwa konsumen adalah setiap individu atau kelompok yang menjadi pembeli atau pemakai akhir dari kepemilikan khusus, produk, atau pelayanan dan kegiatan, tanpa memperhatikan apakah ia berasal dari pedagang, pemasok, produsen pribadi atau publik, atau apakah ia berbuat sendiri ataukah secara bersama-sama.

D. Jual Beli Melalui *Electronic Commerce (E-Commerce)*

1. Pengertian Jual Beli

Dalam ketentuannya KUHPerdata memberikan pengertian jelas mengenai perjanjian jual-beli, yaitu kesepakatan antara penjual dan pembeli tentang objek atau barang yang diperjanjikan dengan membayar sejumlah uang kepada penjual sebagai hak yang harus diberikan⁵⁴. Pengertian lain tentang perjanjian jual-beli yang dijelaskan

⁵³ Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 235

⁵⁴ penjelasan pasal 1457 KUHPerdata

dalam KUHPerdota adalah persetujuan antara seseorang dengan orang lain yang saling mengikatkan diri⁵⁵.

Terjadinya perjanjian jual-beli terhadap sebuah barang, apabila telah terjadi kesepakatan. Oleh sebab itu, kata sepakat merupakan syarat sahnya perjanjian sesuai dalam Pasal 1320 KUHPerdota. Kesepakatan transaksi perjanjian jual-beli tersebut dianggap sah secara hukum apabila “jual-beli dianggap telah terjadi segera setelah orang-orang itu telah mencapai kesepakatan tentang barang tersebut beserta harganya, meskipun barang itu belum diserahkan dan harganya belum dibayar⁵⁶”.

2. Dasar Hukum Jual Beli

Dasar hukum dalam membuat sebuah perjanjian jual-beli *e-commerce*, secara prinsip tidak jauh beda dengan perjanjian pada umumnya. Pembuatan perjanjian jual-beli Online juga harus memperhatikan beberapa asas yang telah ditentukan dalam perjanjian, asas-asas tersebut diantaranya adalah:⁵⁷

a. Kebebasan Berkontrak

Setiap orang dapat dan berhak untuk melakukan perbuatan hukum yaitu membuat sebuah kontrak hukum dengan siapa saja. Pengertian tersebut merupakan penjelasan singkat mengenai asas kebebasan berkontrak, secara yuridis asas kebebasan berkontrak

⁵⁵ penjelasan Pasal 1313 KUHPerdota.

⁵⁶ penjelasan Pasal 1458 KUHPerdota.

⁵⁷ Dewi Anggraeni, Acep Heri Rizal, “Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce) Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdataan (Implementation of the Sale and Purchase Agreement Through the Internet (E-Commerce) Judging from the Aspects of Civil Law)”, Jurnal Sosial & Budaya Syar-I, FSH UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Vol. 6 No. 3 (2019), 227

ditekankan kembali dalam KUHPerdara Pasal 1338 ayat (1), yaitu “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.” Kebebasan dalam membuat kontrak tidak serta merta menjadikan seseorang bebas dengan siapa saja melakukan perbuatan hukum, namun tentu saja juga harus memperhatikan kaidah-kaidah serta norma hukum yang berlaku di masyarakat. Sehingga, kebebasan berkontrak berarti:⁵⁸ a). Setiap orang bebas membuat dan/atau tidak membuat perjanjian; b). Setiap orang bebas menentukan siapa saja yang ingin diajak untuk membuat perjanjian; c). Setiap orang bebas merumuskan format isi perjanjian yang akan dibuat; d). Setiap orang bebas memutuskan bentuk-bentuk perjanjian yang akan bereka buat.

b. Kesepakatan/Konsensualisme

Kesepakatan/konsensualisme merupakan asas utama dalam membuat sebuah kontrak. Hal tersebut karena syarat kesepakatan/konsensualisme adalah syarat sahnya perjanjian sebagai implementasi syarat subjektif perjanjian (penjelasan Pasal 1320 KUHPerdara). Oleh sebab itu, perjanjian yang dibuat

⁵⁸ Anggraeni, dkk, “Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce) Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdataan (Implementation of the Sale and Purchase Agreement Through the Internet (E-Commerce) Judging from the Aspects of Civil Law)”, Jurnal Sosial & Budaya Syar-I, 228

haruslah memuat kesepakatan dari masing-masing pihak yang membuat perjanjian.⁵⁹

Secara sederhana asas kesepakatan/konsensualisme ini berisi persetujuan yang dapat dilakukan oleh masing-masing pihak, baik secara lisan maupun dituangkan dalam bentuk akta atas dasar keinginan masing-masing pihak dalam perjanjian.

c. *Pacta Sunser Vanda/* Kepastian Hukum

Pada dasarnya perjanjian yang dibuat oleh masing-masing pihak itu harus memberikan kepastian hukum bagi pembuatnya. Oleh sebab itu, perjanjian yang dibuat akan ditaati dan dilaksanakan oleh masing-masing pihak bukan atas dasar paksaan, melainkan karena adanya unsur tanggungjawab. Seperti penjelasan berikut “semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya” (penjelasan Pasal 1338 KUHPerduta). Sehingga, suatu perjanjian yang telah dibuat oleh masing-masing pihak tersebut tidak dapat ditarik kembali dengan kesepakatan kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh undang-undang memperbolehkan hal tersebut.

d. Itikad Baik/*Goodwill*

Itikad baik merupakan salah satu asas yang harus diutamakan dalam diri seseorang yang membuat perjanjian. Alasan tersebut

⁵⁹ R. Subekti, *Aneka Perjanjian*, (Bandung : Citra Aditya Bakti, 1995), 10

sangat beralasan, karena tanpa adanya itikad baik, seseorang dapat berbuat tidak sesuai dengan perjanjian, sehingga berlaku tanggungjawab immateril dalam asas ini. Pelaksanaan itikad baik sebagai tanggungjawab immateril, mengandung dua syarat pokok, diantaranya seperti:⁶⁰

1. Itikad baik sebagai syarat objektif, syarat ini menyatakan bahwa perjanjian yang dibuat tanpa memperhatikan norma sosial akan menyalahi itikad baik.
2. Itikad baik sebagai subjektif, syarat ini berkaitan dengan perasaan atau sifat individu.

e. Kepribadian/Individualisme

Maksud dari asas kepribadian/individualisme ini adalah seseorang yang membuat perjanjian diperuntukkan untuk dirinya sendiri tanpa campurtangan orang lain, kecuali ditentukan lain dalam undang-undang. Mariam Darius seorang ahli hukum menyebutkan bahwa dalam sebuah perjanjian terdapat sepuluh asas utama, diantaranya:⁶¹ 1). Kebebasan mengadakan perjanjian; 2). Konsensualisme; 3). Kepercayaan; 4). Kekuatan Mengikat; 5). Persamaan Hukum; 6). Keseimbangan; 7). Kepastian Hukum; 8). Moral; 9). Kepatutan; dan 10). Kebiasaan

⁶⁰ Handri Rahardjo, Hukum Perjanjian di Indonesia, (Jakarta: Pustaka Yustisia, 2009), 45.

⁶¹ Mariam Darius Badruzaman, KUHPERDATA Buku III, Bandung : Alumni, 2006, 108- 120 .

3. Pengertian Jual Beli Melalui *E-Commerce*

Jual-beli *online* melalui *e-commerce* merupakan transaksi jual-beli melalui media internet antara penjual dan pembeli dipisahkan dengan jarak. UU ITE dalam Pasal 1 poin 17 memberikan pengertian bahwa transaksi elektronik/jual-beli elektronik adalah perjanjian melalui media elektronik, baik internet atau lainnya. Media jual-beli online biasanya sering digunakan oleh para pengusaha untuk memperoleh keuntungan dengan memberikan penawaran berupa barang/benda secara legal. Untuk mengetahui ciri-ciri jual-beli menggunakan media online dapat dilihat dengan cara; a). Terdapat perjanjian/kontrak yang ditawarkan berupa dagangan; b). Perjanjian dilakukan melalui internet; c). Transaksi dilakukan melalui jarak jauh; d). Perjanjian dibuat dengan jaringan media sosial; d). Kebebasan dan keterbukaan akses barang/benda yang dijual.

Perjanjian *E-commerce* dikenal dua pelaku yaitu *merchant*/pelaku usaha yang melakukan penjualan dan *buyer/costumer*/konsumen yang berperan sebagai pembeli. Selain pelaku usaha dan konsumen, dalam transaksi jual beli melalui media internet juga melibatkan provider sebagai penyedia jasa layanan internet dan bank sebagai sarana pembayaran.⁶²

⁶² Anggraeni, dkk, "Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce) Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdataan (Implementation of the Sale and Purchase Agreement Through the Internet (E-Commerce) Judging from the Aspects of Civil Law)", Jurnal Sosial & Budaya Syar-I, 232

4. *Marketplace*

Marketplace merupakan salah satu platform *e-commerce* yang banyak digunakan oleh masyarakat dalam berbelanja online⁶³, *Marketplace* adalah pasar di dunia maya, dimana konsumen melakukan transaksi jual-beli dengan penjual. Konsepnya sama dengan pasar tradisional atau jual beli offline, yang membedakan hanyalah tempatnya. Pasar tradisional bisa dilihat secara fisik, sedangkan *marketplace* dilakukan secara *online*. *Marketplace* atau pasar *online* menaungi hingga ribuan toko online yang bergabung dengan mereka. Pelaku usaha hanya perlu membuat akun di salah satu *marketplace*, maka sudah bisa langsung mempromosikan serta menjual produk yang ingin dijual.

Situs-situs *Marketplace* atau *e-commerce* adalah kegiatan bisnis yang melibatkan konsumen, manufaktur, service provider, dan perdagangan perantara (intermediaries) dengan menggunakan jaringan internet. Situs *Marketplace* ini bertindak sebagai pihak ketiga dalam transaksi dengan cara menyediakan tempat berjualan sekaligus tempat pembayaran. Situs *Marketplace* ini bertindak sebagai pihak ketiga dalam transaksi dengan cara menyediakan tempat berjualan sekaligus tempat pembayaran.

Terdapat dua jenis kerjasama di situs *Marketplace* di Indonesia.

a. *Marketplace* Murni

Marketplace murni adalah *marketplace* yang memiliki sistem kerjasama, lengkap dengan fitur penjualan, dan juga sistem pembayaran.

⁶³ Dewi, "Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli *Marketplace* Shopee Pada Mahasiswa Universitas Negeri di Makassar," 2

Setiap penjual bisa mengatur deskripsi dan juga foto produknya sendiri. Penjual juga bisa melakukan tawar-menawar dengan pembeli. Contoh dari marketplace murni adalah Shopee dan Tokopedia .

b. *Marketplace* Konsiyasi

Kerjasama *Marketplace* Konsiyasi atau lebih dikenal dengan istilah titip barang. Penjual hanya perlu menyediakan produk dan detail informasi barang ke pihak Marketplace. Pihak *Marketplace* yang akan mengurus penjualan dari foto produk, gudang, pengiriman barang, hingga fasilitas pembayaran.⁶⁴

Lain halnya dengan kerjasama sebelumnya, jenis kerjasama konsiyasi ini pembeli tidak bisa melakukan tawar-menawar harga karena semua alur transaksi ditangani langsung oleh pihak *Marketplace*. Jika diperhatikan dari penjelasan tentang kedua jenis *Marketplace* di atas, maka perbedaan yang mendasar terletak pada peran Marketplace sebagai pihak ketiga yang lebih dominan pada kerjasama konsiyasi. Hal tersebut dikarenakan pada kerjasama konsiyasi, pihak *Marketplace* yang mengatur semua alur mulai dari produk, penetapan harga, jenis transaksi hingga pengiriman barang kepada pembeli. Dengan begitu pertanggung jawaban dari adanya transaksi penuh terhadap pihak *Marketplace*.

⁶⁴ Jagoan Hosting, "Apa itu Marketplace? Jenis, Contoh, Bedanya dari E-commerce," di akses pada 2 November 2022, Apa itu Marketplace? Jenis, Contoh, Bedanya dari E-commerce (jagoanhosting.com),

E. Definisi *Rating* dan Ulasan dari Konsumen

Beberapa *marketplace e-commerce* seperti pada Tokopedia dan Shopee menyediakan layanan berupa *rating* dan ulasan yang dapat dilihat oleh konsumen. *Rating* dan ulasan adalah penilaian yang diberikan secara sukarela dari konsumen terdahulu terhadap suatu produk, baik dari segi kualitas produk maupun dari pelayanan yang diberikan oleh pelaku bisnis. *Rating* merupakan penilaian dalam bentuk rank yang biasanya disimbolkan dengan bintang sedangkan ulasan merupakan ungkapan seseorang berupa pujian maupun kritikan terhadap suatu barang atau kualitas layanan yang diberikan oleh penjual. *Rating* dan ulasan dalam hal ini memiliki kemungkinan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, karena *rating* dan ulasan berguna sebagai acuan informasi calon konsumen yang menimbulkan kepercayaan calon konsumen terhadap suatu produk.⁶⁵

Rating dan Ulasan ini bisa berisi tentang hal-hal yang bersifat positif maupun yang bersifat negatif tentang produk ataupun perusahaan (penjual) dan dibuat oleh para konsumen serta menggambarkan karakteristik (misalnya keuntungan dan kerugian) dari suatu produk. Dengan adanya *rating* dan ulasan ini menjadi bukti bahwa adanya sugesti yang diberikan oleh konsumen yang telah menggunakan produk (konsumen terdahulu) dengan cara pemberian informasi tentang produk tersebut melalui pemberian *rating* serta ulasan sehingga menjadi salah satu evaluasi yang bernilai untuk pembuatan

⁶⁵ Hima Tussafinah, "Pengaruh *Rating* dan Ulasan, Jaminan 100% Pengembalian dan Layanan COD Atau Bayar di Tempat Terhadap Keputusan Pembelian di Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)," (Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2018) 77.

keputusan oleh calon konsumen dari produk yang dijual oleh pelaku usaha tersebut.⁶⁶

F. Mekanisme Pemberian *Rating* Dan Ulasan Dari Konsumen Pada Jual Beli Melalui *Marketplace*

Pemberian *rating* dan ulasan biasanya dilakukan setelah konsumen menerima barang yang dibeli melalui *e-commerce*. Melakukan pemberian *rating* dan ulasan pada rata-rata *marketplace* sama yaitu konsumen dapat melakukan pemberian *rating* dan ulasan pada saat setelah barang yang dibeli sudah diterima konsumen dan konsumen mengonfirmasinya⁶⁷. Untuk lebih lengkapnya dijelaskan dalam berikut ini :

Berikut tata cara pemberian *rating* dan ulasan pada dua contoh *marketplace e-commerce* :

1. Pada *marketplace* shopee

Konsumen bisa menilai suatu produk setelah menekan *tab* Pesanan Selesai. Pesanan yang dikembalikan atau dibatalkan tidak memenuhi syarat untuk penilaian dan ulasan produk.

a. Memberikan *rating* (penilaian) produk

Dalam memberikan penilaian produk, Konsumen dapat pilih Beri Penilaian melalui *tab* Saya di halaman utama aplikasi Shopee > pilih Nilai > berikan Nilai. Penilaian yang dapat diberikan adalah

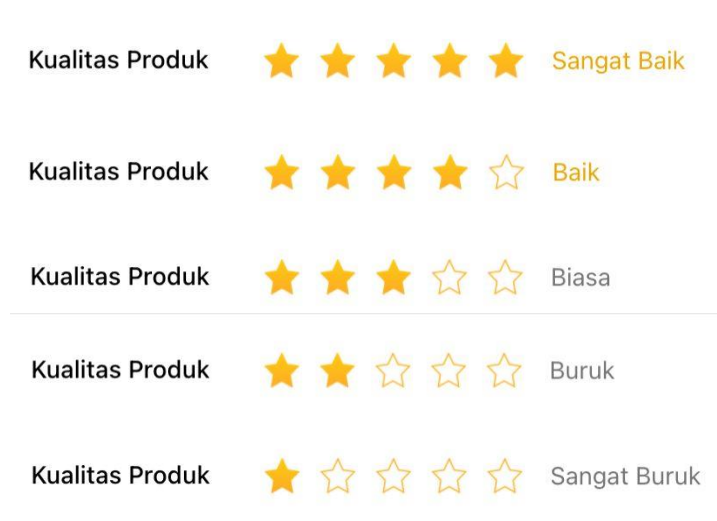
⁶⁶ Zakky Fahma Aulia, dkk, "Online Customer Reviews (OTRs) dan Rating: Kekuatan Baru pada Pemasaran Online di Indonesia," 91.

⁶⁷ Shopee Pusat Edukasi Penjual, Tentang Meningkatkan Kepuasan Pembeli | Pusat Edukasi Penjual Shopee Indonesia, di akses pada 20 Februari 2023

terkait Kualitas Produk, Layanan Penjual, dan Layanan Pengiriman.

Menilai Kualitas Produk Nilai Kualitas Produk menggunakan bintang (Skala tertinggi yaitu 5 (lima) bintang) > Tambah Foto dan/atau Video > tulis ulasan.

Menilai pesanan Nilai Layanan Penjual dan Layanan Pengiriman untuk masing-masing pesanan dengan memberikan bintang (Skala tertinggi berupa 5 (lima) bintang). Setelah konsumen selesai memberikan penilaian produk dan pesanan, pilih Kirim.



b. Memberikan Ulasan Produk

Ketika memberikan ulasan, Konsumen harus:

1. Memakai bahasa yang baik dan sopan.
2. Menuliskan ulasan dengan jujur apa adanya berdasarkan pengalaman (Contoh: Apakah barang yang diterima telah memenuhi harapan atau seberapa sesuai barang yang diterima dengan deskripsi produk).

c. Menunjukkan barang dari sudut yang berbeda dengan memakai foto atau video untuk membantu memberikan representasi visual yang lebih nyata kepada orang lain mengenai barang yang dibeli. Bisa mengambil foto atau video secara langsung melalui aplikasi Shopee atau dengan meng-unggah dari perangkat Konsumen.⁶⁸

2. Pada *Marketplace* Tokopedia

Setelah melakukan Konfirmasi Penerimaan, Konsumen akan diarahkan ke halaman ulasan. pada halaman ini konsumen bisa memberikan ulasan atas pelayanan penjual serta kualitas produk yang diterima. Konsumen juga bisa meng-unggah foto produk yang diterima dengan mengklik **Unggah** Gambar Produk.

Sesungguhnya penilaian Konsumen ini akan menentukan kualitas dari toko tersebut. oleh karena itu, konsumen harus memberikan ulasan dengan bijaksana. Konsumen bisa memberikan reputasi kepada penjual untuk setiap transaksi yang telah selesai. Konsumen bisa memberikan penilaian pada penjual sesuai dengan pengalaman transaksi yang dilakukan. Reputasi yang konsumen berikan dapat menjadi informasi bagi pengguna lain untuk memastikan kondisi barang dan tingkat kepuasan transaksi sebelum melakukan pembelian pada toko tersebut.⁶⁹

⁶⁸ Shopee Pusat Edukasi Penjual, [Tentang Meningkatkan Kepuasan Pembeli | Pusat Edukasi Penjual Shopee Indonesia](#), di akses pada 20 Februari 2023

⁶⁹ Tokopedia Care, [Cara Memberikan Reputasi ke Penjual | Tokopedia Care](#), di akses pada 12 Februari 2023



70

G. Iktikad Tidak Baik

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, yang dimaksud dengan iktikad baik adalah “Kepercayaan, keyakinan yang teguh, maksud, kemauan (yang baik)”. Sedangkan Iktikad baik dalam bahasa Romawi dikenal dengan *Bona Fide* yang artinya kedua pihak harus berlaku yang satu terhadap yang lain seperti patut saja antara orang-orang yang sopan, tanpa tipu muslihat, tanpa cilat-cilat, akal-akal tanpa mengganggu pihak lain, tidak dengan melihat kepentingan sendiri saja tetapi juga dengan melihat kepentingan pihak lain.⁷¹

⁷⁰ Tokopedia Care, [Cara Memberikan Reputasi ke Penjual | Tokopedia Care](#), di akses pada 12 Februari 2023

⁷¹ Marcel Seran & Anna Maria Wahyu Setyoawi, “Penggunaan Klausula Eksonerasi Dalam Perjanjian dan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen”, *Jurnal Hukum Pro Justitia*. No.2 (2006), 167

Sedangkan definisi iktikad tidak baik adalah adanya niat dan tujuan tidak baik dari pihak yang bisa merugikan orang lain.⁷²

Asas itikad baik sebenarnya merupakan gagasan yang dipakai untuk menghindari tindakan beritikad buruk dan ketidakjujuran yang mungkin dilakukan oleh salah satu pihak, baik dalam pembuatan maupun pelaksanaan perjanjian. Pada akhirnya, asas ini sebenarnya hendak mengajarkan bahwa dalam pergaulan hidup di tengah-tengah masyarakat, pihak yang jujur atau beritikad baik patut dilindungi; dan sebaliknya, pihak yang tidak jujur, patut merasakan pahit getir akibat ketidakjujuran tersebut.

Dalam *Black's Law Dictionary* dijelaskan bahwa itikad baik (*good faith*) adalah “sesuatu yang difikirkan” (*state of mind*) yang didalamnya terdiri atas:

- 1) Kejujuran dalam kepercayaan atau maksud
- 2) Kesetiaan terhadap tugas atau kewajiban seseorang
- 3) Kepatuhan pada standar-standar komersial dalam transaksi suatu perdagangan atau bisnis tertentu, atau
- 4) Tidak ada maksud menipu (*defraud*) atau mencari keuntungan (*unconscionable advantage*).⁷³

Charles Fried memahami itikad baik sebagai sebuah cara bertransaksi dengan pihak lain dalam perjanjian dengan jalan jujur (*honestly*) dan baik (*decently*). Sejalan dengan itu, Wirjono Prodjodikoro menyamakan istilah

⁷² Riha Nadhifah MNJ, *Perluasan Standar Iktikad Tidak Baik Para Pihak Dalam Proses Mediasi di Pengadilan Agama Malang*, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Malang, 2018), 20

⁷³ Maskur hidayat, *Strategi & Taktik Mediasi Berdasarkan Perma No. 1 Tahun 2016 Tentang Prosedur Mediasi di Pengadilan*, (Jakarta: Kencana, 2016), 66

itikad baik dengan kejujuran (*goede trouw*)⁷⁴, seperti yang banyak pula tercatat dalam literatur-literatur hukum.

Sedangkan secara filosofis, iktikad baik dibedakan menjadi 2, yaitu iktikad subyektif dan itikad baik obyektif yang diuraikan sebagai berikut:

a. Iktikad Baik Subyektif

Terminologi pemegang barang (*bezitter*) yang beritikad baik, pembeli barang yang beritikad baik atau lainnya, sebagai lawan dari orang-orang yang beritikad buruk adalah itikad baik dengan anasir subyektif. Seorang pembeli barang yang beritikad baik adalah orang yang membeli barang dengan penuh kepercayaan bahwa si penjual sungguh-sungguh pemilik dari barang yang dibelinya tersebut. Ia sama sekali tidak mengetahui jika seandainya ia membeli dari orang yang tidak berhak. Itu mengapa ia disebut sebagai seorang pembeli yang jujur. Dalam anasir ini, itikad baik memiliki arti kejujuran atau bersih.

b. Iktikad baik Objektif

Ada perbedaan sifat antara itikad baik pada mulai berlakunya hubungan hukum dengan itikad baik dalam hal pelaksanaan hak-hak dan kewajiban-kewajiban dalam hubungan hukum. Itikad baik yang pertama terletak pada keadaan jiwa seorang manusia pada suatu waktu, yaitu pada waktu mulai berlakunya hubungan hukum. Lain halnya dengan itikad baik dalam pelaksanaan hak dan kewajiban dalam hubungan hukum. Disini pun itikad baik nampak pada tindakan yang akan dilakukan oleh

⁷⁴ Wiryono Prodjodikoro, *Asas-Asas Hukum Perjanjian*, (Bandung: Sumur, 2006), 56.

kedua belah pihak, khususnya tindakan sebagai pelaksanaan perjanjian. Dalam melakukan tindakan inilah itikad baik harus berjalan dalam sanubari seseorang berupa selalu mengingat bahwa manusia itu sebagai bagian dari sebuah masyarakat harus jauh dari sifat merugikan pihak lain dengan mempergunakan secara membabi buta kata-kata yang dipakai pada mulai orang membentuk suatu perjanjian.

Kedua belah pihak harus selalu memperhatikan hal ini dan tidak boleh mempergunakan kelalaian pihak lain untuk menguntungkan diri sendiri. Dengan kata lain, itikad baik dalam melaksanakan hak dan kewajiban pada hubungan hukum bersifat lebih dinamis. Sedangkan sifat dari kejujuran pada waktu mulai berlakunya hubungan hukum lebih statis.⁷⁵

Oleh karena itu berdasarkan pada pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara tentang asas itikad, yang menjelaskan “Perjanjian wajib dilakukan menggunakan itikad baik”. Penjual dan pembeli pada saat melakukan pembelian dan penjualan dengan menggunakan jaringan media sosial harus beritikad baik pada saat melakukan perdagangan jual-beli melalui *e-commerce*.

H. Perbuatan Melawan Hukum

Perbuatan melawan hukum di Indonesia secara normatif selalu merujuk kepada Pasal 1365 KUH Perdata yang berbunyi: “setiap perbuatan hukum

⁷⁵Raden Juli Moertiono, “KETENTUAN HUKUM TERHADAP PELAKSANAAN IKTIKAD BAIK DALAM KERJA SAMA”, *Prosiding Seminar Nasional & Expo II*, 1433-1434

yang menimbulkan kerugian terhadap orang lain, mewajibkan kepada itu karena kesalahannya untuk mengganti kerugian tersebut”.⁷⁶

Menurut Mariam Darus Badruzaman Pasal 1365 di atas mempunyai sejarah yang panjang. Pada tahun 1910 HR Belanda menerbitkan satu kaidah hukum tentang perbuatan melawan hukum. Arrest ini dikenal pada zaman Zutphense Waterleiding Arrest HR 10 Juni 1910, No. 108 HR. menurut Arrest ini perbuatan melawan hukum ialah perbuatan yang melanggar undang-undang (hukum yang tertulis).

Kaidah hukum perbuatan melawan hukum di atas merupakan ajaran yang sempit. Pada tahun 1919, Hoge Raad dalam Arrest yang dikenal dengan nama Arrest Lindenbaum-Cohen Tahun 1919 HR 31 Januari, Hoetink No. 110 memperluas arti perbuatan melawan hukum menjadi sebagai perbuatan yang melanggar hak (subyektif) orang lain atau perbuatan (atau tidak berbuat) yang bertentangan dengan kewajiban hukum menurut undang-undang atau bertentangan dengan apa yang menurut hukum tidak tertulis yang seharusnya dijalankan oleh seseorang dalam pergaulannya dengan semua warga masyarakat dengan mengingat adanya alasan pembenar.⁷⁷

Selain definisi di atas, perbuatan melawan hukum (*onrechtmatige daad*) diartikan sebagai tindakan yang karena sifatnya yang melawan hukum menimbulkan kerugian pada orang lain dan Karena itu menerbitkan pada orang lain itu untuk menuntut ganti rugi atas kerugian yang dideritanya.

⁷⁶ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Pasal 1365

⁷⁷ Musa Taklima, “Aspek Perbuatan Melawan Hukum Dan Iktikad Tidak Baik Dalam Implikasi Pencantuman Harga Produk Dengan Pecahan Rupiah Yang Tidak Beredar”, *Jurnal Et-Tjarie* Vol.5, 30.

Sementara menurut M.A Moegni Djojodirdjo sebagaimana dikutip Oleh Ridwan Khairandy mendefinisikan perbuatan melawan hukum sebagai sebuah perbuatan atau kealpaan, yang atau bertentangan dengan hak orang lain, atau bertentangan dengan kewajiban hukum pelaku atau bertentangan dengan baik dengan kesusilaan yang baik maupun pergaulan hidup terhadap orang lain atau benda.⁷⁸

Perbuatan melawan hukum dalam tradisi *common law* disebut dengan *tort* yang berasal dari istilah Latin *tortus* yang artinya “*twisted*”. *Tort* secara literal berarti salah. Dalam bahasa Inggris *tort* memiliki arti yang lebih teknis, yaitu salah secara hukum dimana hukum menyediakan ganti rugi. Dalam *tort* terdapat dua landasan yang mendasari semua *tort*, yaitu kesalahan (*wrong*) dan ganti rugi (*compensation*). *Tort* membuat beberapa tindakan menjadi salah karena mengakibatkan kerugian bagi orang lain.

Law of Tort memberikan perlindungan hukum bagi kepentingan seperti keamanan, harta benda, kepentingan ekonomi, dan kepentingan yang tidak terlihat. Bentuk perlindungannya adalah dengan memberikan ganti rugi terhadap kepentingan yang dilanggar. Untuk mengajukan gugatan berdasarkan *tort law*, harus ada perbuatan aktif atau pasif yang dilakukan oleh tergugat, dan perbuatan tersebut mengakibatkan kerugian terhadap kepentingan tergugat yang dilindungi oleh hukum. Kerugian yang muncul

⁷⁸ Ridwan Khairandy, *Pengantar Hukum Perdata Internasional* (Yogyakarta: FH UII Press, 2007), 157

disebabkan oleh kesalahan tergugat dan adanya kesalahan merupakan sesuatu yang harus dipertanggung-jawabkan secara hukum.⁷⁹

Menurut Hofman, terdapat empat unsur atau persyaratan yang harus dipenuhi seseorang manakala dia mengajukan gugatan ganti rugi atas perbuatan melawan hukum. Unsur-unsur tersebut adalah: (a) Harus ada yang melakukan perbuatan, (b) Perbuatan tersebut harus melawan hukum, (c) Perbuatan tersebut harus menimbulkan kerugian pada orang lain, (d) Perbuatan itu karena kesalahan yang dapat ditimpakan kepadanya.

Selain Hofman, M.A Moegni Djojodirdjo juga mengemukakan empat unsur atau syarat materiel yang harus dipenuhi penggugat untuk melakukan gugatan ganti rugi karena perbuatan melawan hukum. Persyaratan tersebut adalah:16 (a) Perbuatan tersebut harus merupakan perbuatan melawan hukum, (b) Kesalahan, (c) Kerugian, (d) Hubungan kausal.⁸⁰

I. Jual Beli Berdasarkan Hukum Islam

Sayyid Sabiq mendefinisikan jual-beli dengan “saling menukar harta dengan harta atas dasar suka sama suka”. Pendapat lain mendefinisikan “menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan”. Pendapat lain menyatakan, jual-beli adalah saling tukar harta,

⁷⁹ Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia Dalam Perspektif Perbandingan* (Bagian Pertama) (Yogyakarta: FH UII Press, 2014), 322-324

⁸⁰ Taklima, “Aspek Perbuatan Melawan Hukum Dan Iktikad Tidak Baik Dalam Implikasi Pencantuman Harga Produk Dengan Pecahan Rupiah Yang Tidak Beredar”, *Jurnal Et-Tijarie* Vol.5, 31

saling menerima, dapat dikelola (tasharruf) dengan ijab qabul, dengan cara yang sesuai dengan syara".⁸¹

Etika memiliki peran penting dalam dunia bisnis ketika masyarakat memahami kegiatan bisnis tujuan utamanya memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Etika dalam Islam bertujuan mengajarkan manusia untuk menjalin kerjasama, tolong menolong dan menjauhkan diri dari sikap iri, dengki, dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syariat Islam.⁸²

Etika bisnis pada al-Quran menurut ayat-ayat yang mengandung etika bisnis baik melalui ayat yang memiliki konteks terhadap bisnis secara langsung maupun tidak secara langsung. etika bisnis dalam al-Quran yang paling penting keberadaannya dalam melakukan kegiatan bisnis adalah jujur.

Jujur berarti lurus hati, tidak berbohong, tidak curang, tulus atau setia.⁸³ padanannya dalam bahasa Inggris "*honesty*" artinya yaitu karakter moral yang menghubungkan atribut positif dan berbudi luhur seperti integritas, kejujuran, keterusterangan, tidak adanya kebohongan, kecurangan, pencurian, dll.⁸⁴ Sedangkan dalam bahasa Arab disebut "*ash-shidqu* berarti keadaan benar, dapat dipercaya, kejujuran, keikhlasan, dan ketulusan.⁸⁵

Quraish Shihab menjelaskan dalam tafsir beliau pada surat at-Taubah ayat 119 yang mana terdapat kata (الصادقين) (*ash-shādiqin*, kata ini bentuk jamak dari kata (الصادق) *ash-shādiq* ialah sesuai berita dengan kenyataan,

⁸¹ Suhendi Hendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2011), 13

⁸² Yusuf Qordawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), 5

⁸³ kbbi.kemdikbud.go.id/entri/jujur

⁸⁴ wikipedia.org/wiki/Honesty.

⁸⁵ A.W. Munawwir, *Kamus al-Munawwir :kamus Arab–Indonesia Terlengkap* (Surabaya:Pustaka Progressif, 1997), 770

sesuainya perbuatan dengan keyakinan serta adanya kesungguhan dalam upaya dan tekad menyangkut apa yang dikehendaki.⁸⁶

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

“Wahai orang-orang yang beriman! bertakwalah kepada Allah, dan bersamalah kamu dengan orang-orang yang benar.” (QS. at-Taubah/9:119)

Maksudnya ketika membiasakan diri bersama lingkungan yang baik atau teman bergaul yang jujur maka lama-lama akan terbiasa. Karena itu nabi berpesan ”hendaklah kamu (berucap dan bertindak) benar”. Kebenaran mengantarkan kepada kebajikan dan kebajikan⁸⁷ mengantarkan ke surga. Sejatinya kejujuran dalam bisnis harus terjadi pada semua aspek dan bidang karena akan menguntungkan semua pihak. Kejujuran harus terjadi pada perilaku, seperti jual beli, pengupahan, sewa-menyewa, pinjam-meminjam dan lainnya.⁸⁸

Sedangkan etika bisnis Islam menurut Mustaq Ahmad adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral atau akhlak yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia dalam perdagangan yang meliputi baik perdagangan barang maupun perdagangan jasa yang mengacu pada Al-Qur’an dan Hadits.⁸⁹

⁸⁶ Kasis Darmawan, “Etika Bisnis Dalam Perspektif Al-Qur’an (Studi Tafsir Tematik), (Skripsi, Institut PTIQ Jakarta, 2019), 59

⁸⁷ Muhammad, *Visi Al-Qur’an Tentang Etika Bisnis*

⁸⁸ Darmawan, “Etika Bisnis Dalam Perspektif Al-Qur’an (Studi Tafsir Tematik), (Skripsi, Institut PTIQ Jakarta, 2019), 59

⁸⁹ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001), 152

Menurut Muhammad Djakfar, etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis. Dengan kata lain bagaimanapun etika bisnis yang berbasis kitab suci dan sunah Rasulullah SAW, sebagaimana halnya etika bisnis modern, tidak cukup dilihat secara partialistik semata, tetapi perlu dilihat juga dalam fungsinya secara utuh (holistik). Dalam arti etika bisnis Islam perlu diposisikan sebagai komoditas akademik yang bisa melahirkan sebuah cabang keilmuan, sekaligus sebagai tuntunan para pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan aktivitas sehari-hari.⁹⁰

Apabila dilihat dari Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah pengertian jual-beli (*al- bai'*) paling tidak harus memenuhi tiga unsur, yakni pihak-pihak, objek, dan kesepakatan⁹¹." Pihak-pihak yang terikat dalam perjanjian jual-beli terdiri atas penjual, pembeli dan pihak lain yang terlibat di dalam perjanjian tersebut. Obyek jual-beli terdiri atas benda yang berwujud maupun tidak berwujud, yang bergerak maupun tidak bergerak, dan yang terdaftar maupun tidak terdaftar. Sedangkan kesepakatan dapat dilakukan dengan tulisan, lisan dan isyarat yang mana semuanya memiliki makna hukum yang sama.

Agar jual-beli dapat dilakukan secara sah dan memberi pengaruh yang tepat, harus direalisasikan beberapa rukunnya terlebih dahulu. Adapun rukun jual-beli menurut jumhur ulama ada empat yaitu:⁹²

1. Penjual (muslim ilaih)

⁹⁰ Supriadi, Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengembalian Uang Dalam Bentuk Donasi, (Skripsi, IAIN Bengkulu, 2020), xx

⁹¹ Pasal 56 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

⁹² Abdullah Al-Mushlih, Fikih Ekonomi Keuangan Islam, (Jakarta: Darul Haq, 2004), 89

2. Pembeli (muslam)

3. Ijab qabul (*shighah*)

4. Benda atau barang yang akan diperjual-belikan (muslam fiih).

Dalam segala macam bentuk jual-beli sudahlah pasti berpotensi menimbulkan resiko, oleh karena berbagai sebab yang kadang kurang terpikirkan atau sulit diprediksi jauh sebelumnya. Resiko adalah kewajiban memikul kerugian yang disebabkan oleh suatu kejadian (peristiwa) diluar kesalahan salah satu pihak. Misalnya barang yang diperjual-belikan musnah dipergunakan akibat kecelakaan kendaraan yang dipergunakan untuk mengangkut barang tersebut.

“Adapun kewajiban dari penjual dan pembeli adalah:”

- 1) Penjual wajib menyerahkan objek jual-beli sesuai dengan harga yang telah disepakati
- 2) Pembeli wajib menyerahkan uang atau benda yang setara nilainya dengan objek jual-beli

Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah menyatakan bahwa “kewajiban memikul kerugian yang tidak disebabkan kesalahan salah satu pihak dinyatakan sebagai resiko”⁹³. Selanjutnya pasal 43 menjelaskan siapa yang wajib menanggung resiko. Pada ayat (1) dinyatakan bahwa kewajiban menanggung kerugian yang disebabkan oleh kejadian di luar kesalahan salah satu pihak dalam akad, dalam perjanjian sepihak dipikul oleh pihak konsumen atau pembeli. Sedangkan dalam ayat (2) dinyatakan bahwa

⁹³ pasal 42 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

kewajiban menanggung kerugian yang disebabkan oleh kejadian di luar kesalahan salah satu pihak dalam perjanjian timbal balik, dipikul oleh pihak yang penjual.

Berakhirnya akad *Bai'* atau jual-beli apabila terjadi hal-hal sebagai berikut:⁹⁴

- a) Penjual dan pembeli dapat mengakhiri akad jual-beli
- b) Mengakhiri akad jual-beli sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) dilakukan dengan kesepakatan para pihak
- c) Selesainya akad jual-beli harus dilakukan dalam satu rangkaian kegiatan forum
- d) Akad jual-beli berakhir ketika terjadi pembayaran dan penyerahan barang

1) Jual-Beli Khiyār

Makna khiyār dalam jual-beli berarti boleh memilih antara dua, apakah akan meneruskan jual-beli atau mengurungkannya menurut ulama fiqih seperti yang di kutip oleh Rahmat Syafi'i pengertian khiyār adalah suatu keadaan yang menyebabkan akad memiliki hak untuk memutuskan akadnya (menjadikan atau membatalkannya) jika khiyār tersebut berupa khiyār syarat atau ruyah, atau hendaklah memilih di antara dua barang jika khiyār tāyin.

Dijelaskan dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah pasal 69 yang menyatakan bahwa “penjual dan pembeli mempunyai hak khiyar atau

⁹⁴ Pasal 75 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

hak pilih selama berada di tempat jual-beli, sejak ijab dilakukan hingga berakhirnya pertemuan tersebut. Dan ijab bisa saja menjadi batal apabila salah satu pihak menunjukkan bahwa mereka tidak ada kesungguhan dalam menggunakan ijab Kabul, baik dalam perbuatan maupun perkataan, sehingga tidak ada alasan untuk melanjutkan jual-beli.”⁹⁵

Fungsi khiyār menurut syara adalah agar kedua orang yang berjual-beli dapat memikirkan dampak positif negative masing-masing dengan pandangan ke depan, supaya tidak terjadi penyesalan dikemudian hari yang disebabkan merasa tertipu atau tidak adanya kecocokan dalam memilih barang yang telah dipilih.⁹⁶

2) Jual-Beli *E-Commerce*

Jual-beli *online* atau *E-commerce* atau familiar disebut *online shop* merupakan perdagangan yang mengikuti perkembangan zaman, dimana hampir seluruh lapisan masyarakat mengalami modifikasi sedemikian rupa⁹⁷. Pada mulanya sistem penukaran barang hanya bisa dilakukan secara manual (barter) dengan mengharuskan kehadiran antara penjual dan pembeli di suatu tempat dengan adanya barang disertai dengan transaksi (ijab dan qabul)⁹⁸. Namun dengan kemudahan fasilitas dan semakin canggihnya teknologi, proses jual-

⁹⁵ Pasal 69 dan 70 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

⁹⁶ Rufah Abdullah, dan Sohari Sahrani, *Fikih Muamalah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), Cet. Ke-1, 76.

⁹⁷ Suhartono, *Perniagaan Syariah: suatu kajian dalam perspektif hukum perikatan Islam*, (Jakarta: Bina Cipta, 2010), 85

⁹⁸ Nanda Latansa Maftukulhuda, “Perlindungan Hukum Terhadap Seller Shopee Dalam Praktik Pembayaran Cash On Delivery (COD) Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) (Studi Kasus Di Toko Online Shopee Skinbae.Id), (Skripsi, Universitas Islam Negeri Malang, 2021), 38

beli yang tadinya mengharuskan cara manual bisa saja dilakukan via internet.

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha *E-Commerce* Terhadap *Rating* Dan Ulasan Negatif Konsumen Perspektif Hukum Positif

Dalam negara hukum, dimana setiap aturan dan kebijakan hukum dapat mengatur seluruh lapisan masyarakat. Kebijakan sebagai prinsip-prinsip umum yang berfungsi untuk mengarahkan pemerintah dan menjalankan fungsi negara. Sebagaimana dalam arti luas termasuk pula aparat penegak hukum dalam mengelola, mengatur, atau menyelesaikan urusan-urusan publik, masalah-masalah masyarakat atau bidang-bidang penyusunan peraturan perundang-undangan dan pengaplikasian hukum/peraturan, dengan tujuan (umum) yang mengarah pada upaya mewujudkan kesejahteraan atau kemakmuran Masyarakat (warga negara)⁹⁹.

Indonesia merupakan negara hukum yang menganut asas *Supremacy of Law* yaitu bahwa semua masalah diselesaikan dengan hukum sebagai pedoman tertinggi. Begitupun dalam perlindungan hukum bagi pelaku usaha sebagai bentuk penyelesaian masalah *rating* dan ulasan negatif dari konsumen ini, walaupun merupakan sengketa kontemporer baru yang terjadi akhir-akhir ini sehingga perlu aturan yang tegas untuk mengatur agar pelaku usaha bisa dilindungi oleh negara dengan berpedoman pada aturan yang berlaku.

⁹⁹ Ibrahim Nainggolan , “Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha E-Commerce Ditinjau Dari Hukum Positif Indonesia”, *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 2021, 1062

Disamping itu Indonesia juga menganut asas Persamaan dalam hukum (*equality before the law*) yaitu adanya persamaan kedudukan setiap orang dalam hukum dan pemerintahan, yang diakui secara normatif dan dilaksanakan secara empirik.¹⁰⁰ Dalam rangka prinsip persamaan ini, segala sikap dan tindakan diskriminatif dalam segala bentuk dan penerapannya diakui sebagai sikap dan tindakan yang terlarang, kecuali tindakan-tindakan yang bersifat khusus. Sedangkan yang dinamakan *affirmative actions* digunakan mendorong dan mempercepat kelompok masyarakat tertentu atau kelompok warga tertentu untuk mengejar kemajuan sehingga mencapai tingkat perkembangan yang sama dan setara dengan masyarakat yang sudah lebih maju.

Namun pada implementasinya asas *Equality before the law* pada negara Indonesia yang merupakan negara hukum masih sangat kurang adanya, hal ini didasarkan pada banyaknya aturan yang lebih melindungi konsumen daripada pelaku usaha seperti pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen, padahal akhir-akhir ini semakin muncul banyaknya masalah yang disebabkan oleh konsumen sehingga merugikan pelaku usaha seperti kasus pemberian *rating* dan ulasan dari konsumen pada jual beli melalui *marketplace* ini.

Disisi lain Indonesia sebagai negara hukum menganut sistem hukum campuran. Yaitu sistem Hukum Eropa Kontinental (*Civil Law*) dan sistem hukum *anglo saxon* (*common law system*) namun sistem hukum yang digunakan Indonesia lebih dominan pada *Civil Law*, pada sistem hukum *civil*

¹⁰⁰ Utrecht, *Pengantar Hukum Administrasi Negara Indonesia*, 11.

law bentuk-bentuk sumber yang digunakan berupa peraturan perundang-undangan, kebiasaan-kebiasaan, dan yurisprudensi.

Dalam rangka menemukan keadilan, yang menjadi rujukan pertama dalam tradisi sistem hukum *Civil Law* adalah peraturan perundang-undangan. Negara-negara penganut *civil law* menempatkan konstitusi pada urutan tertinggi dalam hirarki peraturan perundang-undangan. Berbeda dengan sistem hukum *common law* yang menjadikan yurisprudensi sebagai peraturan tertinggi.¹⁰¹

Sistem hukum *civil law* ini mengenal pembagian hukum pidana dan hukum perdata¹⁰². Sehingga yang ditemukan oleh penulis untuk melindungi pelaku usaha dari tindakan konsumen yang memberikan *rating* dan ulasan negatif secara semena-mena dan tidak sesuai dengan fakta yang ada, sebenarnya ada jalur hukum yang bisa ditempuh bagi pelaku usaha untuk meminta tanggung jawab kepada konsumen, sebagai bentuk perlindungan hukum oleh negara kepada pelaku usaha. yaitu melalui hukum perdata sebagai bentuk perlindungan hukum secara preventif dan pidana sebagai perlindungan hukum bagi pelaku usaha secara persuasif. Yang dipaparkan sebagai berikut:

¹⁰¹ Soerojo Wignjodipoero, *Pengantar dan Asas-asas Hukum adat*, (Jakarta, Gunung Agung, 1983), 27-31

¹⁰² Fajar Nurhadianto, "Sistem Hukum Dan Posisi Hukum Indonesia", *Jurnal Tapis*, No. 1(2015), 38.

1. Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Terhadap *Rating* Dan Ulasan Negatif Konsumen Perspektif Hukum Perdata

Hukum perdata sendiri bersifat privat, yang menitikberatkan dalam mengatur mengenai hubungan antara orang perorangan, dengan kata lain menitikberatkan kepada kepentingan perseorangan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa akibat dari ketentuan-ketentuan dalam hukum perdata yang terdapat dalam KUH Perdata hanya berdampak langsung bagi para pihak yang terlibat, dan tidak berakibat secara langsung pada kepentingan umum.

Oleh karenanya berdasarkan analisis penulis ditemukan peraturan perundang-undangan yaitu KUHPerdata dan UUPK yang mana dalam dua undang-undang ini tergolong ke dalam hukum perdata, karena Sebagian besar aturannya mengatur pada ranah privat sehingga hanya berlaku pada mereka yang bersengketa. Sehingga sejalan sebagai langkah awal bagi pelaku usaha agar tidak langsung menuju hukum pidana sebagai penyelesaian sengketa yang paling akhir (*ultimum remidium*)¹⁰³.

a. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Iktikad baik sebenarnya merupakan adopsi dari sistem hukum perdata¹⁰⁴. Charles Fried memahami itikad baik sebagai sebuah cara bertransaksi dengan pihak lain dalam perjanjian dengan jalan jujur (*honestly*) dan baik (*decently*). Sejalan dengan itu, Wirjono Prodjodikoro

¹⁰³ Tri Jata Ayu Pramesti, Arti Ultimum Remidium Sebagai Sanksi Pamungkas, [Arti Ultimum Remedium sebagai Sanksi Pamungkas \(hukumonline.com\)](#), di akses pada 13 Maret 2023

¹⁰⁴ Gede Surya Aditya Madra, dkk. "Interpretasi Unsur Iktikad Baik Dalam Ketentuan Pasal 27 Ayat 2 Undang-Undang Penanganan Covid-19", *Jurnal Komunitas Yustisia*, No.3 (2020), 179

menyamakan istilah itikad baik dengan kejujuran (*goede trouw*)¹⁰⁵, seperti yang banyak pula tercatat dalam literatur-literatur hukum.

Iktikad baik merupakan salah satu asas yang harus diutamakan dalam diri seseorang yang melaksanakan perjanjian. Alasan tersebut sangat beralasan, karena tanpa adanya itikad baik, seseorang dapat berbuat tidak sesuai dengan perjanjian. Sehingga asas iktikad baik dipakai untuk menghindari tindakan beritikad buruk dan ketidakjujuran yang mungkin dilakukan oleh salah satu pihak, baik dalam pembuatan maupun pelaksanaan perjanjian. Pada akhirnya, asas ini sebenarnya hendak mengajarkan bahwa dalam pergaulan hidup di tengah-tengah masyarakat, pihak yang jujur atau beritikad baik patut dilindungi; dan sebaliknya, pihak yang tidak jujur, patut merasakan pahit getir akibat ketidakjujuran tersebut.¹⁰⁶

Apabila ditinjau secara sistematis terhadap sistem hukum Perdata, unsur iktikad baik dikenal dengan 2 (dua) pengertian. Pengertian itikad baik yang pertama adalah pengertian itikad baik dalam arti subjektif itu disebut dengan kejujuran. Pengertian itikad baik dalam artian subjektif/kejujuran terdapat dalam Pasal 530 Kuhperdata yang berbunyi “Bezit ada yang dalam iktikad baik dan ada yang dalam iktikad buruk.” dan seterusnya yang mengatur mengenai kedudukan berkuasa (*bezit*).¹⁰⁷

¹⁰⁵ Wiryono Prodjodikoro, *Asas-Asas Hukum Perjanjian*, (Bandung: Sumur, 2006), 56.

¹⁰⁶ Riha Nadhifah MNJ, *Perluasan Standar Iktikad Tidak Baik Para Pihak Dalam Proses Mediasi di Pengadilan Agama Malang*, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Malang, 2018), 20

¹⁰⁷ Gede Surya Aditya Madra, dkk. “Interpretasi Unsur Iktikad Baik Dalam Ketentuan Pasal 27 Ayat 2 Undang-Undang Penanganan Covid-19”, 179

Itikad baik dalam arti subjektif merupakan sikap batin atau suatu keadaan jiwa. Itikad baik yang berarti kejujuran ini juga diatur dalam Pasal 1386 KUHPerdara dalam pasal tersebut menyebutkan bahwa: “Pembayaran yang dengan itikad baik dilakukan pada seseorang yang memegang surat piutangnya adalah sah”.¹⁰⁸

Pengertian itikad baik yang kedua adalah itikad baik dalam artian objektif. Dalam Bahasa Indonesia pengertian itikad baik dalam artian objektif itu disebut juga dengan istilah kepatutan. Itikad baik dalam artian objektif itu dirumuskan dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara yang berbunyi “suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik”.

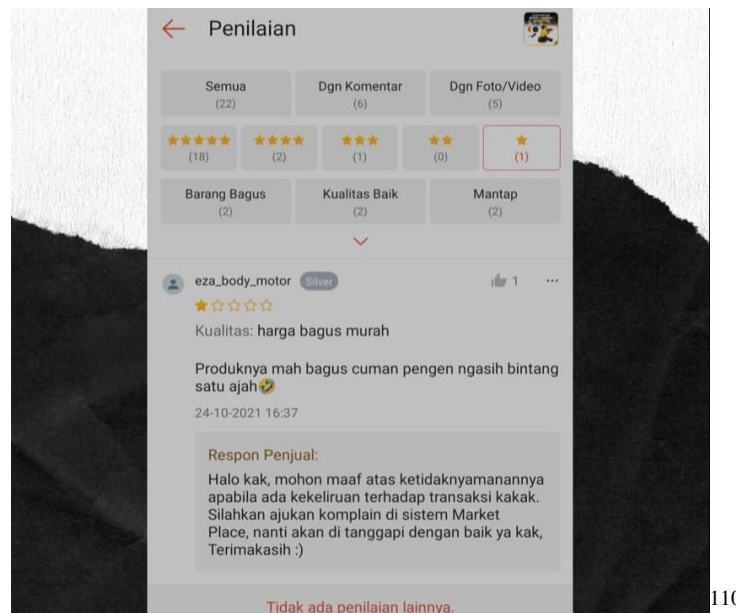
Dimana idealnya seorang konsumen harus memberikan ulasan dan *rating* yang sesuai dengan pelayanan toko dan kondisi barang yang dibelinya bukan sebaliknya, karena sangat merugikan pelaku usaha jika konsumen memberikan ulasan negatif tanpa adanya alasan yang jelas dan tidak sesuai dengan fakta yang ada¹⁰⁹.

¹⁰⁸ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Pasal 1386

¹⁰⁹ Catriana, “Cerita Pemilik Toko Online Diberi Bintang 1: Seperti Diberi Kotoran, Produk Favorit Jadi Tak Laku,” *Kompas*, 13 Februari 2022, di akses 16 Agustus 2022.

Gambar 3.1

Contoh Kasus; Pemberian *rating* dan ulasan negatif secara iseng yang tidak beriktikad baik



Pemberian *rating* serta ulasan negatif pada kasus-kasus yang diuraikan pada latar belakang di atas dan pada gambar 3.1 di atas, merupakan perbuatan yang tidak beriktikad baik, penulis menjustifikasi konsumen telah melanggar asas iktikad baik karena para konsumen tersebut melakukan pemberian *rating* dan ulasan negatif tanpa ada alasan yang jelas dan logis yang menjurus ke perilaku tidak jujur (tidak beriktikad baik)¹¹¹. Jika hal ini dibiarkan terjadi maka akan merugikan pelaku usaha yang niat berjualan dengan baik dan jujur (beriktikad baik) sehingga pelaku usaha harus dilindungi oleh hukum¹¹².

¹¹⁰ Screenshot pada aplikasi *marketplace* Shopee

¹¹¹ Umar Kasim, "Jika Pihak Dalam Perjanjian Beriktikad Buruk," *Hukum Online*, di akses pada 5 November 2022, [Jika Pihak dalam Perjanjian Beriktikad Buruk - Klinik Hukumonline](#)

¹¹² Hukum Online, Pembeli yang Beriktikad Baik Harus Dilindungi Hukum, [Pembeli yang Beriktikad Baik Harus Dilindungi \(hukumonline.com\)](#), di akses pada 22 Februari 2023

Karena pada dasarnya, pelaku usaha dan konsumen telah sepakat melakukan jual beli dan sama-sama telah memenuhi prestasi masing-masing yaitu pelaku usaha telah mengirimkan barang dalam kondisi baik serta memberikan pelayanan maksimal kepada konsumen, dan konsumen pun telah memesan, melakukan pembayaran dan menerima barang pada transaksi jual beli *online* melalui *marketplace* ini, akan tetapi dalam transaksi *online* melalui *marketplace* masih ada hal lain yang seharusnya dipenuhi secara baik dan maksimal oleh konsumen yaitu pemberian *rating* dan ulasan sebagai bentuk apresiasi maupun sebagai saran dan kritik kepada penjual.

Akan tetapi apabila konsumen tidak jujur dalam melaksanakan haknya yang seharusnya memberikan *rating* serta ulasan yang sesuai dengan pelayanan toko dan kondisi barang yang dibelinya maka konsumen tersebut dianggap melakukan perbuatan tidak jujur yang menyesatkan sehingga dikatakan bahwa konsumen tersebut tidak beriktikad baik¹¹³ dalam memberikan ulasan dan *rating*.

Adanya peraturan pada pasal 1338 KUHPerdata tersebut cukup menjelaskan bahwa setiap pelaku usaha berhak mendapatkan iktikad baik (kejujuran) dari para konsumennya dalam melaksanakan pemberian *rating* dan ulasan sehingga konsumen yang memberikan *rating* dan ulasan negatif tanpa alasan yang jelas dan tidak sesuai dengan fakta yang terjadi, maka berdasarkan teori dari ahli hukum yang menafsirkan asas iktikad baik dan

¹¹³ Umar Kasim, "Jika Pihak Dalam Perjanjian Beriktikad Buruk," *Hukum Online*, di akses pada 5 November 2022, [Jika Pihak dalam Perjanjian Beriktikad Buruk - Klinik Hukumonline](#)

berdasar pada KUHPperdata maka penulis berpendapat bahwa konsumen telah melanggar asas iktikad baik karena dalam hal ini penulis mengkategorikan iktikad baik adalah berlaku jujur dalam melakukan segala tindakan.

Berdasarkan analisis penulis disamping konsumen telah melanggar asas iktikad baik karena konsumen tidak jujur dalam memberikan *rating* dan ulasan, penulis juga berpendapat bahwa permasalahan ini tergolong dalam perbuatan melawan hukum (*onrechtmatige daad*) didasari dengan pendapat para ahli hukum pada kerangka teori diatas dan adanya Pasal 1365 yang menyatakan bahwa tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian itu karena kesalahannya untuk menggantikan kerugian tersebut.¹¹⁴

Konsumen telah melakukan perbuatan melawan hukum karena merugikan pelaku usaha yang sudah beriktikad baik (pelaku usaha telah menjual barang dalam kondisi baik, sudah berlaku jujur dengan memberikan kejelasan pada deskripsi produk, dan memberikan pelayanan maksimal kepada konsumen) dalam melaksanakan penjualannya. Sehingga akibat dari perbuatan melawan hukum tersebut timbul akibat hukum berupa tanggung jawab kerugian bagi konsumen. Maka pelaku usaha berhak meminta tanggung jawab kepada konsumen yang merugikannya tersebut.

¹¹⁴ KUHPperdata Pasal 1365

Tanggung jawab dalam KUH Perdata dapat bersumber dari wanprestasi dan perbuatan melawan hukum. Tanggung jawab yang bersumber dari wanprestasi diawali oleh adanya perjanjian yang tentunya melahirkan hak dan kewajiban oleh para pihak yang terlibat. Apabila dalam melakukan hubungan hukum terhadap perjanjian tersebut terdapat salah satu pihak yang tidak melaksanakan atau melanggar kewajiban yang dibebankan maka pihak tersebut dapat dinyatakan telah melakukan wanprestasi dan atas perbuatannya tersebut maka ia dapat dimintakan pertanggungjawaban hukum berdasarkan wanprestasi.¹¹⁵

Sedangkan tanggung jawab yang bersumber pada perbuatan melawan hukum didasarkan adanya hubungan hukum yang berupa hak dan kewajiban yang bersumber pada hukum. Terhadap pelaku usaha yang merasakan kerugian yang diakibatkan oleh perbuatan konsumen yang tidak melaksanakan kewajibannya. Maka dengan diterapkannya prinsip *strict liability*, maka para pelaku usaha yang merasa dirugikan atas tindakan konsumen yang tidak bertanggungjawab dan tidak beralasan atas *rating* dan ulasan yang telah diberikan, dapat menuntut kompensasi atau ganti rugi tanpa harus mempermasalahkan ada atau tidaknya unsur kesalahan dari pihak konsumen.¹¹⁶

Dengan adanya kata sepakat di awal transaksi terjadi, berarti konsumen telah menyetujui aturan-aturan dalam melakukan transaksi di

¹¹⁵ Ibrahim Nainggolan, "Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha E-Commerce Ditinjau Dari Hukum Positif Indonesia", 1066

¹¹⁶ Chory Ayu Sugesti. Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Online Shop Yang Mengalami Kerugian Yang Disebabkan Oleh Konsumen Di Kota Singaraja. Komunitas Yustisia Universitas Pendidikan Ganesha, 3(3), 2020, 78.

market place online shop tersebut dan bersedia menjalankan kewajibannya sebagai konsumen, bilamana terbukti tidak demikian maka konsumen harus bertanggung jawab atas tindakannya tersebut.¹¹⁷

Selain itu sebab perbuatan melawan hukum menurut menurut para ahli di atas dan juga menurut Rosa Agustina dalam bukunya *Perbuatan Melawan Hukum* adalah perbuatan yang melanggar hak (subyektif) orang lain atau perbuatan (atau tidak berbuat) yang bertentangan dengan kewajiban menurut undang-undang atau bertentangan dengan apa yang menurut hukum tidak tertulis yang seharusnya dijalankan oleh seseorang dalam pergaulannya dengan semua warga masyarakat dengan mengingat adanya alasan pembenar.¹¹⁸

Justifikasi bahwa konsumen tersebut telah melakukan perbuatan melawan hukum kepada pelaku usaha, sebab menurut penulis perbuatan konsumen tersebut telah memenuhi unsur-unsur perbuatan melawan hukum yang disampaikan para ahli yaitu harus ada:¹¹⁹

1. Perbuatan

Perbuatan konsumen yang memberikan *rating* dan ulasan negatif tidak sesuai dengan fakta yang ada, merupakan perbuatan dari makna positif, yaitu berbuat sesuatu.

¹¹⁷ Ibrahim Nainggolan, "Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha E-Commerce Ditinjau Dari Hukum Positif Indonesia", 1066

¹¹⁸ Dikutip dari Mariam Darus Badruzaman, *Hukum Perikatan dalam KUH Perdata Buku Ketiga, Yurisprudensi, Doktrin, serta Penjelasan*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2015), 146. Dikutip juga dari Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia Dalam Perspektif Perbandingan (Bagian Pertama)* (Yogyakarta: FH UII Press, 2014), 302

¹¹⁹ Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia Dalam Perspektif Perbandingan (Bagian Pertama)* (Yogyakarta: FH UII Press, 2014), 303-314.

2. Perbuatan tersebut harus melawan hukum.

Perbuatan konsumen yang telah penulis utarakan di atas merupakan perbuatan melawan hukum karena telah melanggar hak subyektif orang lain (hak pelaku usaha), yaitu hak atas harta kekayaan dengan adanya *rating* dan ulasan negatif yang tidak sesuai fakta tersebut. menyebabkan pelaku usaha rugi secara materiil karena penjualan menurun karena dampak dari adanya *rating* dan ulasan negatif tersebut. Disamping melanggar hak subyektif seseorang, juga melanggar kewajiban hukum dari konsumen itu sendiri, yaitu kewajiban yang lahir dari hukum jual beli yang bersumber pada perjanjian dimana perjanjian tersebut adalah hukum bagi yang menyepakitinya (*Pacta Sunt Servanda*).

3. Kerugian

Pelaku usaha mengalami kerugian dari tindakan konsumen yang melakukan pemberian *rating* dan ulasan negatif yang tidak sesuai tersebut.

Selain kerugian materiil karena penjualan menurun, pelaku usaha juga mengalami kerugian immateriil karena menyebabkan kegelisahan bagi pelaku usaha¹²⁰ akibat adanya *rating* dan ulasan negatif yang tidak bisa dihapus tersebut karena mekanisme dari *marketplace* yang berbelit-belit¹²¹.

¹²⁰ Catriana, "Cerita Pemilik Toko Online Diberi Bintang 1: Seperti Diberi Kotoran, Produk Favorit Jadi Tak Laku," *Kompas*, 13 Februari 2022, di akses 16 Agustus 2022.

¹²¹ Yudi Ekasari, "Shopee Melindungi Pembeli yang Merugikan Penjual," di akses pada 19 Agustus 2022, [Shopee Melindungi Pembeli yang Merugikan Penjual - Media Konsumen](#)

4. Kesalahan

Kesalahan dalam Pasal 1365 merupakan sesuatu yang tercela, yang dapat dipersalahkan, yang berkaitan dengan perilaku dan akibat perilaku si pelaku, yaitu kerugian, perilaku dan kerugian yang mana dapat dipersalahkan dan karenanya dapat dipertanggung jawabkan. Kesalahan ini secara sempit hanya mencakup kesengajaan, sementara dalam arti luas mencakup kesengajaan dan kealpaan.

Kesalahan yang dilakukan oleh konsumen dalam memberikan *rating* dan ulasan negatif merupakan kesalahan yang disengaja, konsumen dengan sengaja memberikan *rating* dan ulasan negatif pada lapak pelaku usaha, padahal pelaku usaha sudah jujur dengan menjual barang yang baik dan telah memberikan pelayanan kepada konsumen dengan mencatumkan segala informasi dan deskripsi produk.

5. Hubungan sebab akibat antara perbuatan dan kerugian

Menurut teori *adequate*¹²², perbuatan pemberian *rating* dan ulasan negatif yang tidak sesuai fakta oleh konsumen merupakan sebab dari akibat kerugian yang dialami oleh pelaku usaha. Perbuatan konsumen tersebut seimbang dengan kerugian yang diakibatkannya.

¹²² [Flora](#) Dianti, *Macam-Macam Teori Kausalitas Dalam Hukum Pidana*, Macam-macam Teori Kausalitas dalam Hukum Pidana - Klinik Hukumonline, di akses pada 12 Maret 2023

Perbuatan melawan hukum di atas menurut perspektif system hukum *civil law*, sementara menurut system hukum *common law* disebut *tort*, perbuatan pelaku usaha seperti yang telah penulis sebutkan di atas, juga memenuhi unsur kesalahan dalam *tort*, unsur kesalahan dalam *tort* harus dibuktikan *state of mind* tergugat yang dapat berupa kesengajaan atau kelalaian. Kesengajaan adalah pengetahuan pelaku bahwa konsekuensi tindakannya akan terjadi.

Perbuatan memberikan *rating* dan ulasan negatif yang tidak sesuai dengan fakta yang disengaja dilakukan oleh konsumen dan bukan kelalaian, konsumen sudah memprediksi dari perbuatan konsumen yang memberikan *rating* dan ulasan negatif tidak sesuai dengan fakta yang ada menimbulkan kerugian bagi pelaku usaha.

Undang-Undang tidak mengatur mengenai soal ganti rugi yang timbul dari perbuatan melawan hukum di atas. Oleh karena itu, aturan yang dipakai adalah secara analogis mempergunakan peraturan ganti rugi akibat wanprestasi yang diatur dalam Pasal 1243-1252 KUH Perdata. Disamping itu, pemulihan kembali ke dalam keadaan semula.

b. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen :

“Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”

“Barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen. Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.”¹²³

Pemerintah Indonesia mengeluarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen atau UUPK guna melindungi konsumen yang sering dirugikan. Mengingat lemahnya kedudukan konsumen pada umumnya dibandingkan dengan kedudukan pelaku usaha yang lebih kuat dalam banyak hal. Sebagaimana Undang-undang perlindungan konsumen memberikan hak konsumen salah satunya pada pasal 4 huruf d UUPK yaitu hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan¹²⁴. Berdasarkan hak ini maka konsumen bisa memberikan *rating* dan ulasan kepada pelaku usaha pada *marketplace e-commerce*.

¹²³ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

¹²⁴ Pasal 4 huruf d Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999

Maka, pemberian *rating* dan ulasan dari konsumen *e-commerce marketplace* memang boleh dan wajar. Bahkan dari sisi pelaku usaha, Pasal 7 huruf e Undang-undang Perlindungan Konsumen menyatakan pelaku usaha wajib memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan¹²⁵.

Namun faktanya dalam bertransaksi secara *online*, kerugian tidak hanya dapat dialami oleh konsumen. Saat ini juga sering terjadi kerugian yang dialami oleh pelaku usaha yang disebabkan oleh konsumennya terutama dalam jual beli *online* melalui *marketplace e-commerce*.¹²⁶ Khususnya pada masalah pemberian *rating* dan ulasan negatif dari konsumen.

Di sisi lain, pada praktiknya, *rating*/penilaian dan ulasan yang diberikan konsumen berpengaruh signifikan. Sehingga, *rating* dan ulasan dari konsumen dapat dibilang salah satu hal penting untuk bisa menarik konsumen baru, mempertahankan kepercayaan, hingga mengetahui penilaian kepuasan konsumen saat membeli produk atau jasa pelaku usaha. Bahkan jika pendapat yang diberikan negatif, pelaku usaha dapat

¹²⁵ Pasal 7 huruf e Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999

¹²⁶ Chory Ayu Sugesti. Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Online Shop Yang Mengalami Kerugian Yang Disebabkan Oleh Konsumen Di Kota Singaraja. Komunitas Yustisia Universitas Pendidikan Ganesha, 3(3), 2020, 78.

menjadikannya sebagai evaluasi atau sebagai bahan pengembangan produk atau jasa kembali.¹²⁷

Namun yang menjadi masalah kali ini adanya ulasan dan *rating* ini justru malah merugikan pelaku usaha apabila konsumen memberikan ulasan serta *rating* secara semena-mena tanpa alasan yang jelas sehingga bisa dikatakan konsumen tersebut memberikan *rating* dan ulasan negatif yang tidak beriktikad baik dimana tujuannya untuk merusak toko pelaku usaha atau hanya iseng dengan memberikan *rating* bintang 1 serta ulasan negatif seperti yang diuraikan pada latar belakang. Padahal pelaku usaha *e-commerce* sudah beriktikad baik dengan menjual barang yang baik serta memberikan pelayanan maksimal kepada konsumen.¹²⁸

Pelaku usaha yang dalam hal ini adalah pihak-pihak yang telah disebutkan pada latar belakang di atas juga harus melaksanakan kewajibannya sesuai dengan ketentuan perundang-undangan. Adapun dalam “Pasal 7 UUPK diatur kewajiban pelaku usaha sebagai berikut:”

- a. Beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan

¹²⁷ Bernadetha Aurelia Oktavira, *Etika Konsumen Saat Memberikan Review Produk atau Jasa, Etika Konsumen Saat Memberikan Review Produk atau Jasa* (hukumonline.com), di akses pada 22 Februari 2023

¹²⁸ Elsa Catriana, “Cerita Pemilik Toko Online Diberi Bintang 1: Seperti Diberi Kotoran, Produk Favorit Jadi Tak Laku,” *Kompas*, 13 Februari 2022, di akses 16 Agustus 2022, [Cerita Pemilik Toko Online Diberi Bintang 1: Seperti Diberi Kotoran, Produk Favorit Jadi Tak Laku... \(kompas.com\)](#)

- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan
- f. Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian
- g. Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- h. Menerima pembayaran sesuai kesepakatan
- i. Mendapatkan perlindungan hukum dari perlakuan atau tindakan konsumen yang tidak beriktikad baik.
- j. Melakukan pembelaan.

Dalam hal ini, pihak-pihak pelaku usaha di atas telah melaksanakan kewajibannya sesuai pada pasal 7 UUPK yaitu memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen sebelum pembelian terjadi, serta memberikan pelayanan setelah pembelian, seperti kecepatan dalam memberikan *update* produk habis, kecepatan memberikan tanggapan dari pertanyaan seputar

produk sebelum penjualan, keamanan informasi pembeli, kelengkapan informasi produk yang dijual dan bila konsumen mengalami kesulitan dalam menggunakan produk, bisa menggunakan *live chat* untuk pasca pembelian.¹²⁹

Sedangkan kewajiban konsumen diatur pada pasal 5 UUPK yang menyatakan bahwa :

- a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Apabila konsumen melakukan pemberian *rating*/penilaian dan ulasan negatif tanpa alasan yang jelas seperti pada gambar 3.1 di atas sehingga sudah sangat jelas konsumen telah melanggar kewajibannya yang seharusnya beritikad baik dalam memberikan *rating* dan ulasan dengan sesuai pada fakta yang ada. Bukan malah sebaliknya, sehingga merugikan lapak dan penjualan produk pelaku usaha menjadi menurun akibat adanya *rating* dan ulasan negatif yang tidak sesuai tersebut¹³⁰ .

¹²⁹ Zaky Fahma Auliya, dkk, "Online Customer Reviews dan Rating: Kekuatan Baru Pada Pemasaran Online di Indonesia," *EBBANK*, No.1 (2017), 88-89

¹³⁰ Elsa Catriana, "Cerita Pemilik Toko Online Diberi Bintang 1: Seperti Diberi Kotoran, Produk Favorit Jadi Tak Laku," *Kompas*, 13 Februari 2022, di akses 16 Agustus 2022, [Cerita Pemilik Toko Online Diberi Bintang 1: Seperti Diberi Kotoran, Produk Favorit Jadi Tak Laku... \(kompas.com\)](https://www.kompas.com)

Sehingga berdasarkan hal di atas karena konsumen telah melanggar kewajibannya dan merugikan hak pelaku usaha, maka pelaku usaha berhak untuk memperoleh haknya dengan cara pertama yaitu memperoleh perlindungan dari aplikasi *Marketplace e-commerce* tersebut karena layanan fitur berupa *rating* dan ulasan diadakan dan dibuat oleh penyelenggara *marketplace e-commerce* tersebut.¹³¹

Ditambah lagi karena sengketa ini merupakan sengketa bisnis jual beli yang sebaiknya diselesaikan secara cepat dan tepat agar tidak mengganggu aktivitas bisnis para pihak itu sendiri. Ada dua pilihan yang dapat digunakan dalam menyelesaikan sengketa bisnis termasuk sengketa dalam jual beli *online*, yaitu melalui pengadilan (litigasi) dan non litigasi (*Alternative Dispute Resolution-ADR*). Hal penting yang harus dicatat, apapun cara yang dipilih haruslah memenuhi prinsip cepat, efektif, efisien dan memiliki kepastian hukum.¹³²

Agar tidak langsung menjurus ke pengadilan (litigasi). Oleh karena itu langkah awal bagi pelaku usaha apabila diberikan *rating* buruk dan ulasan negatif dari konsumen yang tidak beriktikad baik maka sebaiknya pelaku usaha menghubungi pihak *admin marketplace* tersebut, yang mana dalam penelitian ini penulis menggunakan sampel pada aplikasi *marketplace* shopee dan Tokopedia. Yang memiliki identik dan kesamaan dimana konsumen bisa

¹³¹ Shopee Pusat Edukasi Penjual, [Tentang Meningkatkan Kepuasan Pembeli | Pusat Edukasi Penjual Shopee Indonesia](#), di akses pada 24 Februari 2023

¹³² Anggraeni, dkk, "Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce) Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdataan (Implementation of the Sale and Purchase Agreement Through the Internet (E-Commerce) Judging from the Aspects of Civil Law)", 234.

memberikan ulasan dan *rating*/penilaian saat barang telah diterima konsumen¹³³.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak *marketplace* telah ditemukan bahwasannya pada sistem dan mekanismenya para konsumen bebas bisa memberikan *rating*/penilaian berupa bintang 1-5 serta bebas memberikan ulasan berupa saran, pujian maupun kritikan kepada produk yang telah dibelinya.

Namun pihak *marketplace* menyediakan langkah pertama apabila diberikan *rating* bintang 1/buruk dan ulasan negatif yang tidak sesuai fakta, yaitu penjual dapat membalas ulasan dari pembeli tersebut, penjual harus menunjukkan kepada Pembeli bahwa penjual benar-benar peduli dengan membalas komentar mereka. Ekspresikan apresiasi terhadap komentar yang positif dan respon dengan ramah untuk komentar yang negatif serta penjual dapat menyatakan apa yang telah/akan penjual lakukan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh Pembeli. penjual dapat membalas komentar di halaman Penilaian Toko di aplikasi Shopee dan Seller Centre.¹³⁴

Apabila langkah tersebut tidak membuat konsumen merubah *rating* dan ulasan negatifnya maka berdasarkan wawancara penulis dengan pihak admin *marketplace* shopee ditemukan bahwasannya ada cara untuk menghapus *rating* dan ulasan negatif yang tidak sesuai tersebut yaitu pelaku usaha/penjual harus menghubungi *customer service*/admin shopee untuk

¹³³ Shopee Pusat Edukasi Penjual, Tentang Meningkatkan Kepuasan Pembeli, [Tentang Meningkatkan Kepuasan Pembeli | Pusat Edukasi Penjual Shopee Indonesia](#), di akses pada 22 Februari 2023

¹³⁴ Shopee, [Tentang Meningkatkan Kepuasan Pembeli | Pusat Edukasi Penjual Shopee Indonesia](#), di akses pada 20 Februari 2023

mengajukan pengajuan penghapusan *rating* dan ulasan tersebut, kemudian pelaku usaha harus meminta izin kepada konsumen untuk menghapus *rating* dan ulasan itu, jika konsumen menyetujui maka *rating* dan ulasan negatif tersebut dapat terhapus. Apabila konsumen tidak ada respon dalam 1x24 jam, maka pelaku usaha bisa menghubungi admin kembali untuk meminta penghapusan *rating* dan ulasan secara langsung.¹³⁵

Sehingga didapati bahwasannya langkah-langkah yang digunakan pada *marketplace* masih terbilang susah dan prosesnya pun berbelit-belit dalam mengatasi permasalahan *rating* dan ulasan ini maka sangat sesuai dengan apa yang pelaku usaha pada latar belakang di atas katakan bahwasannya *marketplace* shopee masih sangat mendewakan pembeli dan mengesampingkan pelaku usaha.¹³⁶

Oleh karena itu jika pihak *marketplace* masih belum menyediakan layanan maupun fitur yang jelas dan tegas sebagai bentuk perlindungan kepada pelaku usaha, maka pelaku usaha berhak menyampaikan haknya karena sudah dilindungi dan dipayungi berdasarkan UUPK yaitu hak pelaku usaha berdasarkan pasal 6 yang berbunyi :

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;

¹³⁵ Wawancara dengan Cs Shopee pada 22 Februari 2023

¹³⁶ Yudi Ekasari, "Shopee Melindungi Pembeli yang Merugikan Penjual," di akses pada 19 Agustus 2022, [Shopee Melindungi Pembeli yang Merugikan Penjual - Media Konsumen](#)

- c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Sehingga pelaku usaha berhak melakukan aduan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)¹³⁷ untuk meminta tanggung jawab dari konsumen tidak beritikad baik¹³⁸ dan hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.¹³⁹

Meskipun pada UUPK tidak ada pasal yang menjelaskan bahwa pelaku usaha berhak melakukan aduan ke BPSK, namun berdasarkan aturan pada pasal 6 huruf b UUPK disebutkan bahwa pelaku usaha memiliki hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik. Serta didasarkan pada berita yang ditulis oleh tempo bahwa Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) tidak hanya menerima laporan atau pengaduan dari konsumen. Ketua Badan Penyelesaian Sengketa

¹³⁷ Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen.

¹³⁸ Pasal 6B Undang-Undang Nomer 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

¹³⁹ Pasal 6D Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Konsumen Surakarta Bambang Ary Wibowo mengatakan lembaganya bisa menerima aduan dari pelaku usaha.¹⁴⁰

Sebagai amanat dari UUPK, BPSK dibentuk sebagai badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen antara pelaku usaha dengan konsumen di luar pengadilan (non litigasi). Selain itu BPSK juga dibentuk untuk menyelesaikan masalah-masalah konsumen yang berskala kecil dan bersifat sederhana. Sehingga sangat jelas karena kasus ini merupakan kasus yang terbilang kecil maka pelaku usaha juga berhak melakukan aduan ke BPSK.¹⁴¹

Ditambah lagi pembentukkan BPSK didasarkan karena kecenderungan masyarakat yang tidak mau untuk menyelesaikan sengketa di pengadilan karena ketidakpuasan terhadap pengadilan sebab pertimbangan biaya dan waktu, serta adanya keinginan penyelesaian sengketa win-win solution¹⁴² Dengan terbentuknya lembaga BPSK ini diharapkan konsumen dapat dengan mudah memperjuangkan hak-haknya, juga dapat mendorong pelaku usaha agar dapat menyelenggarakan kegiatan usahanya dengan rasa bertanggung jawab.¹⁴³

¹⁴⁰ Setiawan Adi Wijaya, Pengusaha Bisa Mengadu ke Badan Sengketa Konsumen, [Pengusaha Bisa Mengadu ke Badan Sengketa Konsumen - Bisnis Tempo.co](#), di akses pada 23 Februari 2023

¹⁴¹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), 43

¹⁴² RR Dewi Anggraeni, dkk, "Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce) Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdataan (Implementation of the Sale and Purchase Agreement Through the Internet (E-Commerce) Judging from the Aspects of Civil Law)", *Jurnal Sosial & Budaya Syar-i FSH UIN Syarif Hidayatullah Jakarta* Vol. 6 No. 3 (2019)

¹⁴³ Rahmi Rimanda, "Keberadaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Sebagai Lembaga Quasi Yudisial Di Indonesia"

Karena dalam hal ini, pelaku usaha juga merupakan konsumen selaku pengguna dari aplikasi *marketplace* tersebut¹⁴⁴. terlebih lagi belum ada aturan maupun perlindungan yang disediakan oleh aplikasi-aplikasi *marketplace* tersebut dalam penyelesaian sengketa ini. Maka Langkah yang tepat adalah melakukan aduan ke BPSK selaku lembaga penyelesaian sengketa bisnis, untuk meminta tanggung jawab terhadap konsumen yang memberikan *rating* dan ulasan negatif tidak beriktikad baik tersebut.

Meskipun pelaku usaha tidak benar-benar rugi secara materiil akibat diberikannya *rating* dan ulasan negatif dari konsumen tersebut, akan tetapi pelaku usaha merasakan kerugian akibat *rating* dan ulasan yang diberikan oleh konsumen yang tidak beriktikad baik itu. Karena di awal sebelum konsumen tersebut memberikan *rating* dan ulasan negatif pada lapaknya di *e-commerce*.

Pelaku usaha mendapatkan keuntungan karena banyak konsumen yang membeli barang jualannya. Kemudian tiba-tiba ada konsumen tidak beriktikad baik yang memberikan *rating* buruk dan ulasan negatif tanpa alasan yang jelas dan semena-semena, sehingga menyebabkan penjualannya menurun¹⁴⁵. Ditambah lagi *rating* dan ulasan negatif tersebut akan

¹⁴⁴ Nanda Latansa Maftukulhuda, "Perlindungan Hukum Terhadap *Seller* Shopee Dalam Praktik Pembayaran *Cash On Delivery* (COD) Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) (Studi Kasus Di Toko Online Shopee Skinbae.Id), (Skripsi, Universitas Islam Negeri Malang, 2021)

¹⁴⁵ Elsa Catriana, "Cerita Pemilik Toko Online Diberi Bintang 1: Seperti Diberi Kotoran, Produk Favorit Jadi Tak Laku," *Kompas*, 13 Februari 2022, di akses 16 Agustus 2022, [Cerita Pemilik Toko Online Diberi Bintang 1: Seperti Diberi Kotoran, Produk Favorit Jadi Tak Laku...](https://www.kompas.com) ([kompas.com](https://www.kompas.com))

terpampang selamanya pada lapak *marketplace* nya karena belum ada perlindungan yang tegas dari pihak penyelenggara *marketplace* tersebut.

Sehingga pengaduan pelaku usaha melalui BPSK sudah sangat cocok karena setiap tahap dalam penyelesaiannya BPSK mengusahakan untuk menggunakan penyelesaian secara damai, penyelesaian secara damai dapat dilakukan oleh pelaku usaha dengan langsung bermusyawarah dan bernegosiasi kepada konsumen atau melalui bantuan Sub Direktorat Pelayanan Pengaduan, Direktorat Perlindungan Konsumen. Agar tindakan¹⁴⁶ pemberian *rating* dan ulasan negatif tidak beriktikad baik tersebut tidak terulang kembali.

Diharapkan juga karena BPSK merupakan lembaga untuk menyelesaikan sengketa konsumen diluar pengadilan¹⁴⁷ BPSK dapat memberikan saran kepada *marketplace-marketplace* di Indonesia untuk memberikan langkah yang tegas dan cepat dalam menangani masalah *rating* dan ulasan ini.

Sehingga selain menggunakan KUHPerduta pelaku usaha juga dapat menggunakan Undang-undang perlindungan konsumen sebagai landasan dan pedoman hukum apabila dirugikan oleh konsumennya, yang dalam ranah ini konsumen tersebut memang tidak beriktikad baik karena tiba-tiba memberikan *rating* dan ulasan negatif yang menjurus ke perilaku tidak jujur (tidak beriktikad baik)¹⁴⁸. Tapi perlu diingat, jika ditelitisik lebih lanjut

¹⁴⁶ Abdul Halim Barkatulah, *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, (Banjarmasin: FH Unlam Press, 2008), 120.

¹⁴⁷ Abdul Halim Barkatulah, *Hukum Perlindungan Konsumen*, 120

¹⁴⁸ Umar Kasim, "Jika Pihak Dalam Perjanjian Beriktikad Buruk," *Hukum Online*, di akses pada 5 November 2022, [Jika Pihak dalam Perjanjian Beriktikad Buruk - Klinik Hukumonline](#)

apabila memang pelaku usaha melakukan pengaduan melalui BPSK pada akhirnya nanti tidak bisa karena dalam aturan UUPK tidak ada.

Maka berdasarkan analisis dan pendapat penulis dapat dikatakan bahwa dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen masih banyak kekosongan hukum karena tidak ada pasal yang menyebutkan apakah pelaku usaha berhak mengajukan pelaporan ke BPSK apabila dirugikan oleh konsumen padahal dalam pasal-pasal pada UUPK khususnya pasal 6 huruf B¹⁴⁹ dikatakan ada hak pelaku usaha juga, apabila dirugikan oleh konsumen tidak beritikad baik, akan tetapi hak tersebut tidak jelas pada implementasinya, dapat dipertanggungjawabkan dimana hak tersebut.

Karena dalam UUPK tidak ada pasal yang menyebutkan bahwa pelaku usaha berhak mengajukan pelaporan ataupun aduan baik ke peradilan umum maupun Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen apabila dirugikan oleh konsumennya. Untuk itu perlu adanya revisi dalam UUPK ini karena semakin banyaknya masalah kontemporer terjadi yang merugikan pelaku usaha akibat perbuatan konsumen.

Padahal dalam penafsiran hukum secara analogi yaitu peristiwa yang berbeda namun serupa, sejenis atau mirip yang diatur dalam undang-undang diperlakukan sama, atau penafsiran hukum yang menganggap suatu hal yang belum diatur dalam suatu hukum sebagai hal atau disamakan sebagai hal yang

¹⁴⁹ hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;

sudah diatur dalam hukum tersebut, karena hal ini memang bisa dan perlu dilakukan.¹⁵⁰

Jadi pada pasal 45 UUPK dijelaskan bahwa “Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.”

Sehingga berdasarkan penafsiran analogi pasal 45 di atas bisa dikatakan bahwa pelaku usaha juga berhak melakukan pelaporan/aduan ke lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa apabila dirugikan oleh konsumennya. Tetapi pada hakikatnya dalam hal ini perlu ada aturan yang lebih jelas lagi agar tidak hak konsumen saja yang dilindungi dan dijelaskan secara mendalam dalam UUPK akan tetapi hak pelaku usaha juga perlu dijelaskan lebih mendalam dan jelas. Agar lebih tegaknya teori negara hukum yang menjunjung semua masalah harus diselesaikan dengan hukum sebagai pedoman tertinggi dan kesamaan setiap warga negara dalam hadapan hukum.

Oleh karena itu, apabila ditekankan sekali lagi. jika memang pelaku usaha tidak bisa melaporkan konsumennya ke BPSK maka kembali kepada aturan KUHPerdara dan pasal 6 huruf B UUPK¹⁵¹ pelaku usaha bisa langsung menggugat konsumennya ke pengadilan jika memang sudah tidak menemukan titik terang dalam penyelesaiannya.

¹⁵⁰ Nafiatul Munawaroh, Arti Penafsiran Hukum Argumentum A Contrario (hukumonline.com), di akses pada 9 Maret 2023

¹⁵¹ hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;

2. Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Terhadap *Rating* Dan Ulasan Negatif Konsumen Perspektif Hukum Pidana

Hukum pidana bertujuan untuk melindungi kepentingan umum, misalnya yang diatur dalam KUHP. Hukum pidana memiliki implikasi secara langsung pada masyarakat secara luas (umum). Dengan kata lain, apabila suatu tindak pidana dilakukan, akan berdampak buruk terhadap keamanan, ketenteraman, kesejahteraan, dan ketertiban umum di masyarakat.

Kemudian, hukum pidana sendiri bersifat sebagai *ultimum remedium* (upaya terakhir) untuk menyelesaikan suatu perkara. Karenanya, terdapat sanksi yang memaksa yang apabila peraturannya dilanggar, yang berdampak dijatuhinya pidana pada si pelaku. Dalam kasus ini penulis menemukan dua peraturan yaitu pada Kitab Undang-undang Hukum Pidana dan Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang bisa dijadikan landasan oleh pelaku usaha apabila dirugikan akibat adanya *rating* dan ulasan negatif dari konsumen.

a. Kitab Undang-Undang Hukum Pidana

Tidak jujur (tidak beriktikad baik) karena memberikan *rating*/penilaian dan ulasan negatif tanpa adanya alasan yang jelas konsumen tersebut juga bisa dikatakan telah melakukan pencemaran nama baik karena tiba-tiba memberikan *rating* dan ulasan negatif yang tidak sesuai dengan apa yang telah diberikan oleh pelaku usaha sehingga bisa menyebarkan informasi yang keliru dan menyesatkan.

Pencemaran nama baik dalam Bahasa Inggris diterjemahkan dengan *defamation*. Dalam *The Law Dictionary*, *defamation* merupakan perbuatan yang merusak atau membahayakan reputasi seseorang dengan pernyataan palsu dan jahat. Istilah tersebut merupakan istilah komprehensif dari fitnah.

Pencemaran nama baik menurut Oemar Seno Adji merupakan suatu tindakan menyerang kehormatan atau nama baik seseorang (*aanranding of goede naam*). Salah satu bentuk pencemaran nama baik adalah pencemaran nama baik yang dilakukan secara tertulis dengan menuduhkan sesuatu hal.

Disisi lain, pelaku usaha telah menjual produk tersebut dalam keadaan baik dan normal, memberikan informasi produk secara jelas dan lengkap serta sudah melakukan pelayanan kepada konsumen secara maksimal. Akan tetapi konsumen tersebut tiba-tiba memberikan bintang 1 yang dikategorikan merupakan *rating*/penilaian yang sangat buruk ditambah lagi memberikan ulasan berupa kata-kata yang kasar dan kritikan pedas yang berbanding terbalik dimana pada faktanya hal tersebut tidak terjadi. maka jelas-jelas konsumen tersebut telah melakukan perbuatan tidak jujur yang merugikan pelaku usaha tersebut.

Karena permasalahan mengenai *rating* dan ulasan ini masih baru dan jarang ada yang membahas, oleh karena itu pemberian *rating*/penilaian berupa bintang 1-2 yang dikategorikan merupakan *rating* yang buruk apakah bisa masuk ke dalam tuduhan fitnah atau pencemaran nama baik

atau tidak. Karena tidak ada unsur ulasan yang berupa kritikan ataupun kata-kata kasar.

Karena *rating* hanya berbentuk bintang 1 yang mana dikategorikan sebagai *rating* yang buruk atas pelayanan dan barang yang dijual pelaku usaha. Padahal pada faktanya pelaku usaha telah menjual barang dalam kondisi baik dan telah memberikan pelayanan maksimal pada konsumen. Namun pada faktanya konsumen yang memang tidak jujur dalam memberikan *rating* dan ulasan.

Berdasarkan analisis penulis apabila hanya diberikan rating bintang 1-2 yang dikategorikan sebagai bentuk penilaian yang buruk tanpa disertai ulasan kepada pelaku usaha. Seperti pada gambar dibawah ini :

Maka pelaku usaha bisa berpedoman pada Pasal 310 KUHP yang rumusannya berbunyi sebagai berikut:

1. Barang siapa sengaja menyerang kehormatan atau nama baik seseorang dengan menuduhkan suatu hal, yang maksudnya terang supaya hal itu diketahui umum, diancam karena pencemaran dengan pidana penjara selama-lamanya sembilan bulan atau pidana denda paling banyak empat ribu lima ratus rupiah.
2. Jika hal itu dilakukan dengan tulisan atau gambar yang disiarkan, dipertunjukkan atau ditempelkan di muka umum, maka yang berbuat itu diancam karena pencemaran tertulis dengan pidana penjara paling lama

satu tahun empat bulan atau pidana denda paling banyak empat ribu lima ratus rupiah.¹⁵²

Maka berdasarkan rumusan pasal 310 KUHP diatas maka konsumen telah memenuhi unsur-unsur pada ayat 1 di atas karena konsumen telah menuduhkan suatu hal yang pada faktanya tidak terjadi sehingga menyebabkan pencemaran nama baik dan berdampak merugikan pelaku usaha.

Sedangkan pada ayat 2 KUHP diatas karena bintang 1-2 merupakan gambar yang dikategorikan sebagai *rating*/penilaian yang buruk ditambah lagi *rating*/penilaian bintang tersebut akan terpampang pada lapak *marketplace* pelaku usaha tersebut sehingga dapat dilihat oleh masyarakat umum¹⁵³, sehingga sangat jelas bahwa pemberian *rating* dan ulasan negatif yang tidak sesuai fakta yang ada telah memenuhi unsur-unsur pada setiap ayat dalam pasal 310 KUHP.

Oleh karena itu, pelaku usaha dapat melakukan aduan ataupun pelaporan ke pihak berwajib untuk melaporkan konsumen dengan pedoman pada pasal 310 KUHP ayat 1 dan 2 tersebut agar konsumen yang semena-mena tersebut dapat jera dan tidak akan melakukan hal tersebut lagi.

Sedangkan apabila ulasan yang diberikan konsumen berupa kata-kata ejekan/cacian ataupun kata-kata kasar kepada pelaku usaha sudah sangat

¹⁵² Kitab Undang-Undang Hukum Pidana Pasal 310

¹⁵³ Dewi, "Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Universitas Negeri di Makassar," 12

melebihi batas wajar dan sangat tidak sesuai fakta seperti pada contoh gambar di bawah ini yang terjadi pada *marketplace* shopee.

Gambar 3.2

Pemberian *rating* buruk bintang 2 dan ulasan negatif dari konsumen



Apabila muatan itu berupa penghinaan yang kategorinya cacian, ejekan, dan/atau kata-kata tidak pantas, maka lebih tepatnya dikualifikasikan delik penghinaan ringan seperti pada tangkapan layar pada aplikasi *marketplace* shopee di atas dimana konsumen memberikan ulasan dengan menggunakan kata-kata yang tidak pantas seperti; ‘ih kek calok’ dan ‘murahan’.

Berdasarkan Pasal 315 KUHP yang berbunyi: Tiap-tiap penghinaan dengan sengaja yang tidak bersifat pencemaran atau pencemaran tertulis yang dilakukan terhadap seseorang, baik di muka umum dengan lisan atau tulisan, maupun di muka orang itu sendiri dengan lisan atau perbuatan, atau dengan surat yang dikirimkan atau diterimakan kepadanya, diancam karena penghinaan ringan dengan pidana penjara paling lama empat bulan

¹⁵⁴ Tangkapan layer pada aplikasi *marketplace* shopee

dua minggu atau pidana denda paling banyak empat ribu lima ratus rupiah.¹⁵⁵

Pada pasal 315 KUHP di atas pemberian ulasan oleh konsumen dengan menggunakan kata ‘murahan’ dan ‘ih kek calok’ pada gambar 3.2 di atas dapat dipidanakan karena ada unsur penghinaan yang bersifat pencemaran tertulis dengan menggunakan kata ‘murahan’ dan ‘ih kek calok’. Apalagi kata-kata yang tidak pantas tersebut dilakukan dengan tulisan yang dapat dilihat oleh umum melalui *marketplace* shopee tersebut sehingga membuat lapak dan barang pelaku usaha tercoreng namanya akibat adanya ulasan negatif dari konsumen.

Oleh karenanya berdasarkan pada pasal 310 KUHP lebih menjustifikasi gambar *rating* bintang 2 tersebut yang dikategorikan merupakan *rating* yang buruk padahal pada faktanya pelaku usaha telah menjual barang dalam kondisi yang baik dan telah memberikan pelayanan maksimal pada konsumen.

Sedangkan berdasarkan pasal 315 KUHP penulis menjustifikasi ulasan atau ungkapan konsumen yang ditulis melalui kolom ulasan pada *marketplace* shopee tersebut memuat unsur penghinaan atas dasar pencemaran. sehingga ada korelasi dalam kedua pasal tersebut untuk menangani masalah *rating* dan ulasan negatif konsumen yang tidak sesuai fakta ini.

¹⁵⁵ Pasal 315 Kitab Undang-undang Hukum Pidana

b. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik

Ada ketentuan dalam UU ITE dan perubahannya. Pencemaran nama baik di media sosial ini diatur khusus dalam Pasal 27 ayat (3) UU ITE sebagai berikut:

“Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik.”¹⁵⁶

Pasal 27 ayat (3) UU ITE juga tidak berlaku jika muatan yang diunggah berupa penilaian, pendapat, hasil evaluasi, atau sebuah kenyataan. Oleh karena itu, kami berpendapat berdasarkan SKB UU ITE bahwa hukum *review* produk yang berupa penilaian atau pendapat atas produk atau jasa itu tidak termasuk delik penghinaan dan/atau pencemaran nama baik.

Berbeda halnya jika *rating* dan ulasan negatif dari konsumen tersebut tidak sesuai dengan fakta dan kenyataan, maka menurut penulis bisa digolongkan ke dalam muatan penghinaan yang termasuk ke dalam pasal 27 ayat (3) UU ITE karena dalam hal ini penulis berpendapat berdasarkan pada penafsiran Ekstensif. Penafsiran ekstensif merupakan penafsiran yang melampaui batas-batas yang ditetapkan oleh interpretasi gramatikal.

¹⁵⁶ Pasal 27 ayat (3) UU ITE

Hakim diberikan kebebasan untuk melakukan kegiatan penafsiran guna mendapatkan dasar hukum yang jelas dalam mengadili perkara yang diajukan kepadanya.¹⁵⁷

Jadi jika berdasarkan penafsiran ini penulis menganggap bahwa konsumen bisa dijerat dengan pasal 27 ayat (3) UU ITE, karena jika pasal tersebut diperluas lagi secara gramatikal khususnya pada bunyi “penghinaan dan pencemaran nama baik” jika yang dihina adalah barang ataupun lapak akibat diberikannya *rating* dan ulasan negatif konsumen tersebut seperti pada gambar 3.2 diatas, dimana konsumen memberikan *rating* bintang 2 yang dikategorikan sebagai penilaian yang buruk atas barang yang dijual pelaku usaha dan konsumen memberikan ulasan dengan menghina barang yang dijual pelaku usaha tersebut menggunakan kata ‘murahan’, ‘ih kek calok’, ‘rasanya kayak terasi ga enak’ padahal yang dibeli memang terasi sehingga jelas rasanya terasi, dan ada ‘gambar stiker muntah’ disitu.

Berarti konsumen tersebut juga dapat dikatakan telah menghina pelaku usaha juga karena setiap hak terhadap benda yang dimiliki oleh pelaku usaha merupakan satu kesatuan dengan pelaku usaha itu sendiri sebagai pemilik barang yang diperdagangkan dan pemilik lapak *marketplace*. Sehingga pelaku usaha bisa memidanakan konsumen tersebut dengan melaporkan ke pihak yang berwajib.

¹⁵⁷ Hwian Christianto, “Batasan dan Perkembangan Penafsiran Ekstensif dalam Hukum Pidana”, *Pamator*, Volume 3, Nomor 2, 2010, 104.

Akan tetapi perlu diingat bahwa penyelesaian sengketa melalui hukum pidana adalah bersifat terakhir (*ultimum remidium*), apabila melalui perdata maupun non litigasi seperti pada BPSK dan melalui fitur chat antara pelaku usaha, admin *marketplace* dan konsumen tidak menemukan titik terang.

Oleh karenanya meskipun memberikan pendapat merupakan hak konsumen yang dilindungi oleh UU Perlindungan Konsumen, namun penulis berpendapat terdapat beberapa etika saat memberikan *rating* dan ulasan produk atau jasa oleh konsumen antara lain:

1. Memakai bahasa yang baik dan patut saat memberikan ulasan agar terhindar dari konflik, serta pendapat bisa lebih mudah dipahami serta tidak multitafsir.
2. Memberikan ulasan dengan jujur apa adanya. Selama memberikan *rating* dan ulasan tersebut pastikan sesuai dengan fakta yang ada, maka pemberian ulasan tidak bisa dikatakan telah mencemarkan nama baik produk atau jasa.
3. Dapat melampirkan bukti seperti foto atau video (jika ada) sebagai bukti pendukung terhadap *rating*/penilaian dan ulasan yang diberikan. Hal ini juga akan sangat membantu jika di kemudian hari review Anda dimintakan pertanggungjawabannya oleh pelaku usaha atau jika timbul sengketa. Jika melampirkan bukti seperti foto atau video, perhatikan foto atau video yang diunggah setidaknya-tidaknya jelas misalnya dari segi cahaya, audio serta kualitas pengambilan gambar.

4. Usahakan untuk terlebih dahulu menyampaikan keluhan atau kritik secara langsung kepada pelaku usaha, misalnya melalui *direct message, email*, contact layanan pengaduan konsumen yang disediakan, atau kepada pelayan toko. Agar tidak langsung melalui *rating* karena terlihat oleh pihak luar dan malah merugikan pihak konsumen nantinya jika pelaku usaha merasa dirugikan akibat adanya ulasan negatif yang tidak sesuai fakta tersebut.

Sementara itu, Dekan Fakultas Hukum Universitas Indonesia (FHUI), Edmon Makarim, mengimbau kepada masyarakat untuk mengetahui ruang publik dan privat. Edmon menyarankan agar keluhan konsumen tidak dipublikasi melalui media sosial sehingga dapat diketahui secara bebas oleh orang lain atau ruang publik.¹⁵⁸

Sehingga perlu adanya suatu batasan-batasan dalam menyampaikan *rating* dan ulasan dari konsumen. Agar konsumen tidak sembarangan dalam memberikan *rating* dan ulasan karena begitu banyaknya pasal-pasal yang mungkin bisa menjerat konsumen apabila pelaku usaha yang dirugikan melakukan pengaduan maupun melakukan pelaporan ke pihak berwajib karena telah diberikan *rating* dan ulasan dari konsumen yang tidak beriktikad baik.

¹⁵⁸ Mohammad Januar Rizky, Siasat Agar Keluhan Konsumen Tidak Berujung Pidana, [Siasat Agar Keluhan Konsumen di Medsos Tak Berujung Pidana \(hukumonline.com\)](http://hukumonline.com)

B. Tinjauan Hukum Islam Terhadap *Rating* dan Ulasan Negatif Dari Konsumen *E-Commerce*

Dalam Islam, jual-beli merupakan perbuatan hukum yang diperbolehkan. Seperti halnya dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“...Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba...”.

Hal ini berarti, jual-beli merupakan suatu perbuatan yang halal, dan akan berubah menjadi haram dan karenanya dilarang ketika mengandung unsur riba.

Oleh karenanya jual beli yang halal dapat dicapai apabila etika dan itikad yang baik bagi pelaku usaha dan konsumen dilaksanakan baik sebelum melakukan jual beli, saat jual beli dan pasca jual beli dilakukan. Etika bisnis islam merupakan nilai-nilai etika Islam dalam aktivitas bisnis yang telah dipaparkan dalam perspektif hukum Al-Qur'an dan Hadist, yang bertumpu pada 6 prinsip, yaitu kebenaran, kepercayaan, ketulusan, persaudaraan, pengetahuan, dan keadilan¹⁵⁹.

Berpegang pada prinsip kebenaran yang selain mengandung makna kebenaran lawan kesalahan, mengandung juga unsur kebajikan dan kejujuran. Kebajikan dalam bisnis ditunjukkan dengan sikap kerelaan dan keramahan dalam bermuamalah, sedangkan kejujuran ditunjukkan dengan sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan

¹⁵⁹ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), 74

berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.¹⁶⁰

Pada etika bisnis Islam ada prinsip kebenaran, yaitu unsur kebajikan yang dimaksud sikap kejujuran sesama dalam bertransaksi¹⁶¹, namun nyatanya yang didapatkan penulis apabila konsumen memberikan *rating*/penilaian yang tidak sesuai pada faktanya hal tersebut justru sangat menciderai etika berbisnis islam karena dalam Hadits Nabi Muhammad SAW disebutkan: “Dari Rif ’ah Ibn Rafi, sesungguhnya Rasulullah pernah ditanya ‘usaha apa yang paling baik?’, Rasulullah SAW menjawab ‘Usaha seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur (jujur)’”. Sehingga islam melarang jual beli yang tidak jujur, baik ketidakjujuran tersebut dilakukan oleh pelaku usaha ataupun konsumen.

Islam juga tidak melarang untuk seorang konsumen muslim memberikan saran dan kritik kepada penjual sebagai sarana pembangun dan nasehat bagi penjual untuk selalu membenah diri, memperbaiki pelayanan serta barang yang dijual. memberikan nasihat kepada orang lain adalah hal yang bagus, karena hal itu merupakan kewajiban kita untuk saling mengajak dalam kebenaran. Namun sesuatu yang baik harus ditempuh dengan cara dan jalan yang baik pula agar tidak kontraproduktif. Sering terjadi orang yang dinasihati justru tidak terima karena merasa tersinggung atau dipermalukan di

¹⁶⁰ Miftakhul Huda, “Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam”, *Jurnal El-Faqih*, Vol 5, No 1, (April 2019), 100-103

¹⁶¹ Muhammad, dkk. *Visi Al-Qur’an Tentang Etika Dan Bisnis*, (Jakarta, Salemba diniyah, 2002), 18

depan orang banyak. Fenomena seperti ini tidak jarang terjadi di masyarakat disebabkan nasihat disampaikan dengan cara yang tidak baik.

Sehubungan dengan itu, Sayyid Abdullah bin Alawi al-Haddad memberikan petunjuk cara bijak menasihati sebagaimana termaktub dalam kitab beliau yang berjudul *Risâlatul Mu'âwanah wal Mudhâharah wal Muwâzarah*¹⁶² yang arti dalam Bahasa Indonesianya sebagai berikut:

“Apabila memberikan nasihat kepada orang lain mengenai hal (yang kurang baik) yang sampai beritanya kepada Anda, hendaknya Anda melakukannya di tempat yang tidak ada orang lain bersamanya dan dengan kata-kata yang baik dan lembut. Sebaiknya jangan membicarakannya secara terus terang bila cukup dimengerti dengan cara tidak langsung (dengan ucapan samar-samar). Sekiranya ia bertanya siapa yang menyampaikan berita itu pada Anda, jangan memberitahunya agar tidak menimbulkan permusuhan antara keduanya. Kemudian, jika ia dapat menerima nasihat Anda itu, ucapkan puji syukur kepada Allah; tetapi jika ia tidak menerimanya dengan baik, tunjukkanlah kecaman Anda kepada diri Anda sendiri. Katakan pada diri sendiri, “Wahai nafsu yang membisikkan kejahatan, patutlah engkau menerima balasanmu sebab engkau tidak melaksanakan persyaratan-persyaratan serta adab-adab memberi nasihat.”¹⁶³

Sehingga islam membolehkan konsumen untuk memberi saran ataupun kritik sebagai nasehat kepada pelaku usaha, akan tetapi lebih baik konsumen memberikan saran tersebut melalui kolom chat yang telah disediakan pihak *marketplace* agar hanya konsumen dan pelaku usaha tersebut yang tahu.

Akan tetapi melarang keras apabila kritikan yang diberikan kepada penjual tidak sesuai dengan fakta yang terjadi. Jika penjual telah melaksanakan pelayanannya semaksimal mungkin kepada konsumen. Maka konsumen pun harus berlaku demikian dengan tidak seenaknya memberikan *rating* dan

¹⁶² Dar Al-Hawi, 1994, hal. 146)

¹⁶³ Muhammad Ishom, [Lima Cara Bijak Memberi Nasihat kepada Orang Lain | NU Online](#), di akses pada 9 Maret 2023

ulasan. Seharusnya konsumen jujur dan apa adanya dalam melakukan pemberian *rating* dan ulasan agar tidak menyebabkan kerugian pada pelaku usaha.

Dalam Hadits lain, Rasulullah SAW bersabda telah melarang jual beli dengan dugaan yang tidak berdasarkan kenyataan dan jual-beli gharar. Berdasarkan nash Al-Qur'an dan Hadits Nabi, maka diketahui bahwa jual beli yang baik adalah yang bersendikan keterbukaan, kejujuran, dan tanpa adanya duga menduga terhadap sesuatu yang tidak jelas.

Jual-beli itu adalah bagian dari kata *ta'awun* (saling menolong), bagi pembeli menolong penjual yang membutuhkan uang (keuntungan) sedangkan bagi penjual juga berarti menolong pembeli yang sedang membutuhkan barang. Karenanya, jual-beli itu adalah perbuatan yang mulia dan pelakunya mendapat keridhoan Allah SWT¹⁶⁴., bahkan Rasulullah SAW. menguatkan bahwa penjual yang jujur dan benar kelak di akhirat akan di tempatkan bersama para nabi, syuhada, dan orang-orang yang shaleh, hal ini menunjukkan tingginya derajat penjual yang jujur dan benar.

Sabda Rasulullah Saw :

«النَّاجِرُ الْأَمِينُ الصَّدُوقُ الْمُسْلِمُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ»

“Pedagang yang jujur dan terpercaya sejajar (tempatny di surga) dengan para Nabi, Siddiqin dan Syuhada’.” (HR.Tirmidzi).

Dalam hal ini ini islam sangat memuliakan dan melindungi penjual yang jujur. Oleh karena itu kejujuran seharusnya ditunjukkan dalam semua

¹⁶⁴ Supriadi, Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengembalian Uang Dalam Bentuk Donasi, (Skripsi, IAIN Bengkulu, 2020), xvii

transaksi bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun sangat diutamakan, namun pada kenyataannya pihak konsumen berbohong dalam memberikan *rating* dan ulasan sehingga merugikan lapak *e-commerce* pelaku usaha, Jadi dalam hal ini terdapat unsur ketidak jujuran pada pihak konsumen sehingga menyebabkan kerugian bagi pihak pelaku usaha karena mendapatkan *rating* dan ulasan yang tidak sesuai.

Etika merupakan hal yang sangat berpengaruh untuk membuat jual beli menjadi berkah. Salah satu sumber rujukan etika dalam jual beli adalah etika yang bersumber dari Rasulullah saw. beliau telah mengajarkan beberapa etika dalam melaksanakan jual beli sesuai syariat, diantaranya:¹⁶⁵

- a. Jujur dalam mendeskripsikan suatu produk. Kejujuran merupakan syarat dasar dalam kegiatan jual beli. Rasulullah saw. sangat bersungguh-sungguh dalam menganjurkan kejujuran pada aktivitas jual beli. Dalam hal ini Rasulullah saw. bersabda yang artinya: “Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya.” (HR. Al-Quzwani). Rasulullah saw. sendiri selalu bersikap jujur dalam jual beli. Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk disebelah bawah dan barang yang baru dibagian atas. Ini termasuk perbuatan menipu pembeli;
- b. Suka sama suka. Permintaan dan penawaran haruslah terjadi suka sama suka dan tidak ada yang merasa terpaksa dengan harga barang tersebut. Disini kemudian berlaku hak memilih, yaitu hak pilih bagi

¹⁶⁵ Abdul Azis Dahlan, ed., *Ensiklopedi Hukum Islam*, Jilid 3, 832

salah satu atau kedua belah pihak yang melaksanakan transaksi untuk melangsungkan atau membatalkan sesuai dengan kondisi masing-masing pihak yang melakukan transaksi

- c. Tidak menjelek-jelekkkan jualan orang lain. Dalam hal ini Rasulullah saw. bersabda yang artinya: “Janganlah seseorang diantara kalian menjual dengan maksud untuk menjelekkkan apa yang dijual oleh orang lain.” (HR. Muttafaq ‘alaih);¹⁶⁶

Oleh karena itu, dalam memberikan *rating* dan ulasan konsumen harus jujur dan apa adanya sehingga tidak merugikan pihak pelaku usaha, apalagi jika ulasan yang diberikan sampai menjelek-jelekkkan jualan pelaku usaha padahal pada faktanya barang yang dijual pelaku usaha sangat baik, tidak jelek dan pelayanan yang dilakukan pelaku usaha terhadap konsumennya sudah sangat maksimal, seperti pada kasus yang telah diuraikan pada latar belakang.

Disisi lain berdasarkan kompilasi hukum ekonomi syariah pada pasal 41 dijelaskan bahwa “pihak yang harus melakukan prestasi tidak dalam keadaan beriktikad buruk.” Dalam artian berdasarkan analisis penulis konsumen memang sudah melaksanakan prestasinya yaitu membayar barang yang dibeli dan telah menerima barang tersebut. Akan tetapi ada satu hal lagi yang seharusnya dilaksanakan secara baik dan jujur oleh konsumen dalam jual belalui *marketplace* yaitu dengan beriktikad baik dan ber etika dalam memberikan *rating* dan ulasan yang sesuai dengan fakta. Jika yang dilakukan

¹⁶⁶ Disa Nusia Nisrina, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Dan Relevansinya Terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen, (Skripsi, UIN Makassar, 2015), 45

sebaliknya maka konsumen tersebut dapat dikatakan beriktikad buruk dalam melaksanakan prestasinya karena merugikan konsumen.

Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah pada pasal menyatakan bahwa “kewajiban memikul kerugian yang tidak disebabkan kesalahan salah satu pihak dinyatakan sebagai resiko¹⁶⁷.” Selanjutnya pasal 43 menjelaskan siapa yang wajib menanggung resiko. Pada ayat (1) dinyatakan bahwa kewajiban menanggung kerugian yang disebabkan oleh kejadian di luar kesalahan salah satu pihak dalam akad, dalam perjanjian sepihak dipikul oleh pihak konsumen atau pembeli. Sedangkan dalam ayat (2) dinyatakan bahwa kewajiban menanggung kerugian yang disebabkan oleh kejadian di luar kesalahan salah satu pihak dalam perjanjian timbal balik, dipikul oleh pihak penjual.

Berdasarkan apa yang tertera pada KHES tersebut, menjelaskan bahwa apabila terjadinya kerugian akibat transaksi jual-beli yang tidak disebabkan oleh pihak penjual maupun pihak pembeli, maka hal tersebut dianggap sebagai resiko dalam jual-beli.

Oleh karenanya berdasarkan pada pada pasal 43 ayat 1 Dalam hal penanggungan resiko, yang mana dalam hal ini diakibatkan dari ketiadaan iktikad baik atau iktikad buruk dari pihak konsumen yang memberikan *rating* dan ulasan negatif tidak sesuai dengan fakta yang ada sehingga menyebabkan kesalahan baginya.

¹⁶⁷ Pasal 42 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

Maka berdasarkan analisis penulis secara otomatis yang menanggung resiko kerugian adalah pihak konsumen. Perlunya kesadaran konsumen untuk selalu beriktikad baik dalam pelaksanaan pra-transaksi, saat transaksi maupun pasca transaksi agar hal tersebut tak terulang untuk kesekian kalinya. Keadilan dalam bertransaksi antara pihak penjual dan pembeli harus selalu mengedepankan iktikad baik agar tak terjadi ketimpangan. Dalam al-Qur'an surat Fathir, ayat 29 dinyatakan:

يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّنْ تَبُورَ

“...Mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan rugi.” (Q.S. Fathir : 29).¹⁶⁸

Dari lafadz ayat tersebut dalam setiap transaksi jual-beli baik secara *online* maupun *offline* atau secara langsung maupun tak langsung diharapkan untuk tidak merugikan salah satu atau kedua belah pihak yang melaksanakan akad jual-beli serta tercapainya tujuan dari jual-beli itu sendiri yaitu *atta'awun* (tolong menolong) yang didasari dengan asas *an-tarodhin* (suka sama suka). Sebagaimana firman-Nya:

إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

“...kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu...” 79 (QS. An-Nisa : 29)¹⁶⁹

¹⁶⁸ Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Qur'an Kementerian Agama RI, Al-qur'an dan Terjemahannya, (Semarang: Karya Toha Putra, tt),700

¹⁶⁹ Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Qur'an Kementerian Agama RI, Al-qur'an dan Terjemahannya, (Semarang: Karya Toha Putra, tt),122

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian berjudul Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha *E-Commerce* Terhadap *Rating* Dan Ulasan Negatif Konsumen (Perspektif Hukum Positif Dan Hukum Islam) ini, dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Perlindungan Hukum bagi pelaku usaha terhadap *rating* dan ulasan negatif dari konsumen berdasarkan perspektif hukum positif di Indonesia yaitu apabila konsumen dalam memberikan *rating* dan ulasan tidak sesuai dengan fakta yang ada, maka konsumen tersebut dapat dikatakan telah melanggar asas iktikad baik (tidak jujur) karena menyebabkan kerugian bagi lapak *marketplace* pelaku usaha.

disamping telah melanggar asas iktikad baik konsumen juga telah melakukan perbuatan melawan hukum, oleh karena itu pelaku usaha dapat menggugat konsumen tersebut ke pengadilan untuk meminta tanggung jawab ataupun melaporkan konsumen ke pihak yang berwajib atas penghinaan ataupun pencemaran nama baik jika penyelesaian melalui perdata tidak menemukan titik terang. Akan tetapi lebih baik penyelesaian sengketa ini dilaksanakan secara damai.

2. Tinjauan Hukum Islam Terhadap *Rating* dan Ulasan Negatif Dari Konsumen *E-Commerce*

Tinjauan etika bisnis Islam berdasarkan perspektif hukum Islam yaitu pada Al-Qur'an dan Hadits pada pemberian *rating* dan ulasan negatif, apabila konsumen tidak jujur dalam memberikan *rating* dan ulasan. Sehingga sangat tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yang mengajarkan kejujuran dan kebajikan, sehingga pihak pelaku usaha yang dirugikan harus dilindungi. Sedangkan berdasarkan KHES pasal 41 pihak yang harus melakukan prestasi tidak dalam keadaan beriktikad buruk. Jika dalam melaksanakan prestasi pihak konsumen beriktikad buruk sehingga menyebabkan kerugian bagi pelaku usaha maka konsumen tersebut harus bertanggungjawab.

B. Saran

1. Perlu adanya suatu batasan-batasan dalam menyampaikan *rating* dan ulasan dari konsumen. Agar konsumen tidak sembarangan dalam memberikan *rating* dan ulasan karena begitu banyaknya pasal-pasal yang mungkin bisa menjerat konsumen apabila pelaku usaha yang dirugikan melakukan pengaduan maupun melakukan pelaporan ke pihak berwajib karena telah diberikan *rating* dan ulasan dari konsumen yang tidak beriktikad baik.
2. Semestinya dalam jual beli dimanapun baik *online* maupun *offline* dilakukan dengan asas itikad baik atau asas kejujuran, baik bagi pelaku usaha maupun bagi konsumen agar prinsip kebajikan dan kejujuran menurut etika bisnis Islam dapat ditegakkan secara baik sesuai dengan hukum Islam.

DAFTAR PUSTAKA

Kitab Dan Peraturan Perundang-Undangan

Al-Qur'an

Hadits

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Kitab Undang-Undang Hukum Pidana

Undang-Undang Nomer 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomer 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi
Elektronik

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-
Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi
Elektronik

Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

Buku

Asshiddiqie, Jimly. e-book Konstitusi & Konstitusionalisme Indonesia.

Azhari, Tahir. *Negara Hukum : Suatu Studi tentang Prinsip-prinsip Dilihat
Dari Segi Hukum Islam, Implementasinya Pada Periode Negara
Madinah dan Masa Kini*, Bulan Bintang, Jakarta, 2005.

Hidayat, Maskur. Strategi & Taktik Mediasi Berdasarkan Perma No. 1 Tahun
2016 Tentang Prosedur Mediasi di Pengadilan, Jakarta: Kencana, 2016.

Jenie, Ismijati. *Itikad Baik Sebagai Asas Hukum*. Yogyakarta. Pascasarjana
UGM, 2009.

Kristiyanti, Celina. *Hukum Perlindungan Konsumen*”, Jakarta: Sinar Grafika, 2011.

Kusnardi, Moh. dan Ibrahim, Harmaily. *Pengantar Hukum Tata Negara Indonesia*, Pusat Studi Hukum Tata Negara Fakultas Hukum Universitas Indonesia dan Sinar Bakti, 1983

Kurniawan, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Malang: UB Press, 2011.

Marzuki, Mahmud, Peter. *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana Prenada, 2005

Muhammad, Visi Al-Qur’an Tentang Etika Dan Bisnis, (Jakarta, Salemba diniyah, 2002).

Mustofa, Imam. *Fiqh Mu’amalah Kontemporer*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.

Nasution, Az. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta: Diadit Media, 2006

Raharjo, Satjipto. *Ilmu Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000.

Sinamora, Bilson. *Panduan Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.

Soekanto, Soerjono. *Pengantar Penelitian Hukum*, Ui Press, Jakarta, 1984

Utrecht. *Pengantar Hukum Administrasi Negara Indonesia*, Ichtiar, Jakarta, 1962.

Skripsi dan Jurnal

Disa Nusia Nisrina, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli *Online* Dan Relevansinya Terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen”, (Skripsi, UIN Alauddin Makassar, 2015)

Dr. Dyah Permata Budi Asri., S.H., M.Kn, “Perlindungan Hukum Preventif Terhadap Ekspresi Budaya Tradisional Di Daerah Istimewa Yogyakarta Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta”, *Journal of Intellectual Property*, No. 1 (2018).

Ela, “Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Dalam Transaksi Jual Beli Pada Situs Belanja *Online*,” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2020), [Analisis Perlindungan Hukum terhadap Konsumen yang Dirugikan dalam Transaksi Jual-Beli pada Situs Belanja Online - Repositori UIN Alauddin Makassar \(uin-alauddin.ac.id\)](#)

Eliska Sri Putri Ningsih,”Pengaruh Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee”, (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2019)

Gede Surya Aditya Madra, dkk. “Interpretasi Unsur Iktikad Baik Dalam Ketentuan Pasal 27 Ayat 2 Undang-Undang Penanganan Covid-19”, *Jurnal Komunitas Yustisia*, No.3 (2020)

Hario mahar mitendra, Fenomena dalam kekosongan hukum, *Jurnal rechtsVinding online*, [Fenomena Dalam Kekosongan Hukum.pdf \(bphn.go.id\)](#)

Hima Tussafinah, “Pengaruh Rating dan Ulasan, Jaminan 100% Pengembalian Dan Layanan COD Atau Bayar di Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas

Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang),” (Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2018)

Marcel Seran & Anna Maria Wahyu Setyoawi, “Penggunaan Klausula Eksonerasi Dalam Perjanjian dan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen”, *Jurnal Hukum Pro Justitia*. No.2 (2006)

Nanda Latansa Maftukulhuda, “Perlindungan Hukum Terhadap *Seller* Shopee Dalam Praktik Pembayaran *Cash On Delivery* (COD) Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) (Studi Kasus Di Toko Online Shopee Skinbae.Id), (Skripsi, Universitas Islam Negeri Malang, 2021

Nurmia Noviantri,”Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual-Beli Shopee dan Perlindungan Konsumen di Shopee Menurut Mahasiswa UIN Syahid Jakarta”, (Skripsi, (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2019), [Institutional Repository UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Tinjauan hukum islam terhadap jual beli online shopee dan perlindungan konsumen di shopee menurut mahasiswa uin syahid jakarta \(uinjkt.ac.id\)](#)

Santika Dewi. “Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Universitas Negeri di Makassar,” (Skripsi, Universitas Hasanuddin, 2021)

Setia Putra, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual-Beli melalui *e-Commerce*,” *Jurnal Ilmu Hukum*, No. 2 (2014), 290.

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce | Putra | Jurnal Ilmu Hukum (unri.ac.id)

Supriadi, Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengembalian Uang Dalam Bentuk Donasi, (Skripsi, IAIN Bengkulu, 2020)

Zaky Fahma Auliya, Moh Rifqi Khairul Umam, Septi Kurnia Prastiwi, “Online Customer Reviews dan Rating: Kekuatan Baru Pada Pemasaran Online di Indonesia”, *EBBANK*, No.1 (2017).

Website

Andy Nugroho, “Perbedaan *E-Commerce* dan *Marketplace*, Lengkap!”, di akses pada 2 November 2022. [Perbedaan E-Commerce dan Marketplace, Lengkap! - Qwords](#)

Bernadetha Aurelia Oktavira, “Makna Asas *Equality Before The Law* dan Contohnya”, *Hukum Online*, di akses pada 7 November 2022, [Makna Asas Equality Before The Law dan Contohnya - Klinik Hukumonline](#)

Elsa Catriana, “Cerita Pemilik Toko Online Diberi Bintang 1: Seperti Diberi Kotoran, Produk Favorit Jadi Tak Laku,” *Kompas*, 13 Februari 2022, di akses 16 Agustus 2022, [Cerita Pemilik Toko Online Diberi Bintang 1: Seperti Diberi Kotoran, Produk Favorit Jadi Tak Laku... \(kompas.com\)](#)

Jagoan Hosting, “Apa itu Marketplace? Jenis, Contoh, Bedanya dari E-commerce,” di akses pada 2 November 2022, [Apa itu Marketplace? Jenis, Contoh, Bedanya dari E-commerce \(jagoanhosting.com\)](#)

Nafiatul Munawaroh, Arti Penafsiran Hukum Argumentum A Contrario
(hukumonline.com),

Shierilla eliza, “Shopee Membela Rating Buruk Dari Pembeli Tanpa Bukti Jelas Berupa Video Unboxing”, di akses 10 Oktober 2022, <https://mediakonsumen.com/2022/06/24/surat-pembaca/shopee-membela-rating-buruk-dari-pembeli-tanpa-bukti-jelas-berupa-video-unboxing>

Yudi Ekasari, “Shopee Melindungi Pembeli yang Merugikan Penjual,” di akses pada 19 Agustus 2022, [Shopee Melindungi Pembeli yang Merugikan Penjual - Media Konsumen](#)

Umar Kasim, “Jika Pihak Dalam Perjanjian Beriktikad Buruk,”*Hukum Online*, di akses pada 5 November 2022, [Jika Pihak dalam Perjanjian Beriktikad Buruk - Klinik Hukumonline](#)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Mochammad Fitrah Willdani
 Tempat dan Tanggal Lahir : Pasuruan, 12 Januari 2001
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Agama : Islam
 Alamat Asal : Toko Mama In, Jl. Yonkav, Desa Sidowayah -
 Dusun Sidowayah barat RT 3 RW 2, kec. beji,
 kab. pasuruan, jawa timur. 67154
 Telp : 085809578459
 Email : Danifitrah1201@gmail.com

Riwayat Pendidikan

No.	Nama Sekolah	Kota	Tahun
1.	SD Negeri Sidowayah	Beji	2007-2013
2.	SMP Negeri 2 Beji	Beji	2013-2016
3.	SMA Negeri 1 Gondangwetan	Gondangwetan	2016-2019