

Hukum perlindungan konsumen e-commerce marketplace terhadap iklan review palsu: studi kasus shopee = Legal Protection of E-Commerce Consumer Against The Use of False Advertising Reviews: Case Study Shopee

Nabila Callista, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920539673&lokasi=lokal>

Abstrak

Transaksi bisnis dan pembelian online cukup berkembang di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya toko online di internet. Dalam mengiklankan produknya, para pelaku usaha menggunakan iklan baris sebagai media promosi, salah satunya adalah testimonial. Testimonial atau review produk merupakan salah satu elemen penting yang berpengaruh pada aktivitas pembelian online. Tahap kepercayaan diri pelanggan terhadap ulasan atau penilaian produk juga meningkat dari tahun ke tahun. Sayangnya, keaslian ulasan mulai dipertanyakan seiring dengan meningkatnya ulasan palsu yang menyesatkan pelanggan. Hal ini merugikan pelanggan bahkan sampai mempengaruhi kredibilitas penjual atau platform E-Commerce Shopee itu sendiri. Isu-isu tersebut adalah hukum perlindungan konsumen terkait dengan testimoni palsu dalam transaksi E-Commerce Shopee di Indonesia, penerapan testimoni palsu dan dampak negatif terhadap pelanggan, dan upaya perlindungan hukum kepada pelanggan akibat praktik testimonial palsu. Dalam tesis ini akan menggunakan teknik penelitian terapan, penekanan dalam penelitian terapan adalah pada pemecahan masalah praktis. Ini berfokus secara khusus pada bagaimana teori-teori umum dapat dipraktikkan. Shopee harus bertanggung jawab atas hak konsumen yang dilanggar dan kewajiban pelaku usaha yang dilanggar. Penelitian ini juga mengambil sumber langsung dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 dan juga kebijakan aplikasi Shopee, serta beberapa narasumber ahli yang akan diwawancarai.

.....Business transactions and online purchasing are quite evolved in Indonesia. It may be visible from the increasing quantity of online stores on the internet. In advertising their products, business actors use classified ads as promotional media, one of that is testimonials. Testimonials or product reviews is one of the crucial elements that have an effect on online purchasing activities. The stage of customer self-belief in product reviews or evaluations has additionally extended from year to year. Unfortunately, the authenticity of reviews is beginning to be wondered at the side of the upward thrust of fake reviews that mislead customers. This matter harm customers even as affecting the credibility of the seller or the E-Commerce Shopee platform itself. The issues mentioned have been the law of consumer protection associated with fake testimonials in E-Commerce Shopee transactions in Indonesia, the exercise of faux testimonials and negative impacts on customers, and legal protection efforts to customers due to the practice of fake testimonials. In this thesis will use applied research techniques the emphasis in applied research is on solving practical problems. It focuses specifically on how general theories can be put into practice. Shopee must be responsible for consumer rights that have been violated and the obligations of business actors who have been violated. This study also draws direct sources from the Consumer Protection Law Number 8 of 1999 and also Shopee application policies, as well as several expert sources who will be interviewed