



INTISARI

Penelitian yang berjudul “*Praktik Fake Review di E-Commerce Tokopedia Ditinjau dari Prinsip-Prinsip Etika Bisnis*” dilatar belakangi oleh adanya ulasan palsu yang ada di *e-commerce* seperti Tokopedia yang dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk mempromosikan bahkan merusak reputasi bisnis *online* pelaku usaha lainnya. Hal ini dapat melanggar ketentuan etika bisnis yang digunakan dalam lingkungan bisnis *online*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis permasalahan *fake review* dalam dunia bisnis *online* di *e-commerce* Tokopedia melalui prinsip-prinsip yang ada di etika bisnis.

Metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan model penelitian mengenai masalah aktual dengan objek material *fake review* yang ada di Tokopedia dan objek formal prinsip-prinsip dalam etika bisnis. Jalannya penelitian meliputi pengumpulan, inventarisasi, klasifikasi, analisis data, dan penyajian data. Dalam analisis hasil berupa deskripsi, interpretasi, dan refleksi kritis.

Hasil penelitian ini ada dua adalah, *pertama*, praktik *fake review* banyak dilakukan untuk meningkatkan atau merusak reputasi toko atau produk dengan membayar jasa untuk memberikan ulasan positif maupun negatif dan praktik ini dapat merusak persaingan bisnis *online* terutama di Tokopedia. *Kedua*, praktik *fake review* tidak sesuai dengan prinsip kejujuran, keadilan, dan integritas etika bisnis, seperti memanipulasi ulasan produk untuk mendapatkan keuntungan, menjatuhkan pesaing dengan ulasan negatif, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, Tokopedia wajib memantau serta menghapus ulasan palsu untuk menjaga integritas *platform*, pelaku bisnis harus jujur dalam mempromosikan produk, dan konsumen memberikan ulasan yang objektif.

Kata kunci: *Fake Review*, Etika Bisnis, Prinsip-Prinsip Etika Bisnis.



ABSTRACT

The research titled “Fake Review Practices in E-Commerce Tokopedia from the Principles of Business Ethics” is motivated by the existence of fake reviews in e-commerce such as Tokopedia, which are exploited by business actors to promote their products or even damage the reputation of other online businesses. This practice can violate the ethical standards applied in the online business environment. The purpose of this study is to analyse the problem of fake reviews in the online business world in Tokopedia e-commerce through the principles of business ethics.

This research is qualitative-descriptive method with a research model regarding actual problems with the material object of fake reviews in Tokopedia and the formal object of the principles of business ethics. The research process includes data collection, inventory, classification, data analysis, and data presentation. The analysis of the results involves description, interpretation, and critical reflection.

The results of this study are, first, the practice of fake reviews is often carried out to improve or damage the reputation of a store or product by paying for services to provide positive or negative reviews and this practice can damage online business competition, especially in Tokopedia. Second, fake review practices are inconsistent with principles of honesty, justice, and moral integrity ethics of business, such as manipulating product reviews for personal gain or undermining competitors with negative reviews. Therefore, Tokopedia must monitor and remove fake reviews to maintain platform integrity, business actors must be honest in promoting their products, and consumers should provide objective reviews.

Keywords: *Fake Review, Business of Ethics, Business Ethics Principle*