

## **Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Palsu Berdasarkan UU Perlindungan Konsumen**

**Deden Saputra<sup>1\*</sup>, Widanun<sup>2</sup>**

<sup>1\*,2</sup>Universitas Muhammadiyah Mataram, Mataram, Indonesia

\*Email: [dedensaputra123@gmail.com](mailto:dedensaputra123@gmail.com)

### **Article Info**

#### **Article history:**

Received Month 05, 2025

Approved Month 07, 2025

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis upaya perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan akibat peredaran produk palsu di Indonesia, berdasarkan ketentuan yang terdapat dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Produk palsu, yang diproduksi dan diedarkan tanpa memenuhi standar mutu dan legalitas yang ditetapkan, tidak hanya merugikan konsumen secara ekonomi tetapi juga dapat membahayakan keselamatan dan kesehatan. Dalam konteks ini, konsumen sebagai pihak yang paling lemah dalam rantai distribusi memerlukan perlindungan yang kuat dari negara. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan analisis terhadap peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, dan doktrin hukum yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UU Perlindungan Konsumen telah memberikan dasar hukum yang cukup kuat dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen, termasuk hak atas keamanan, kenyamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang. Namun demikian, implementasi di lapangan masih menghadapi berbagai tantangan, seperti kurangnya kesadaran hukum konsumen, lemahnya pengawasan pemerintah, dan belum optimalnya penegakan hukum terhadap pelaku usaha yang memproduksi dan mengedarkan produk palsu. Oleh karena itu, dibutuhkan sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat untuk meningkatkan efektivitas perlindungan konsumen, termasuk melalui edukasi, pengawasan ketat terhadap peredaran barang, serta sanksi hukum yang tegas bagi pelaku pelanggaran hukum. Kata Kunci : Perlindungan, Konsumen, Produk Palsu

**Kata Kunci:** Perlindungan, Konsumen, Produk Palsu

Copyright © 2025, The Author(s).

This is an open access article under the CC-BY-SA license



**How to cite:** Example: Saputra, D., & Widanun, W. (2025). Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Palsu Berdasarkan UU Perlindungan Konsumen. *Indonesian JUKAHU: Jurnal Kajian Hukum* 1(1), 1–8

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan perdagangan bebas dan kemajuan teknologi informasi telah memberikan kemudahan akses bagi konsumen dalam memperoleh berbagai produk dari dalam maupun luar negeri. Namun, kemudahan tersebut tidak jarang dibarengi dengan risiko munculnya produk palsu yang tersebar luas di pasar. Produk palsu merupakan barang tiruan yang menyerupai produk asli baik dari segi kemasan, merek, maupun tampilan fisik, namun tidak memiliki

kualitas dan standar yang sama. Peredaran produk palsu tidak hanya merugikan produsen yang sah, tetapi juga menimbulkan kerugian bagi konsumen, baik secara ekonomi maupun kesehatan.

Konsumen sering kali berada pada posisi yang lemah dalam hubungan transaksi jual beli karena keterbatasan informasi, ketidaktahuan terhadap hak-haknya, dan keterbatasan daya tawar terhadap pelaku usaha. Dalam konteks ini, negara memiliki tanggung jawab untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) hadir sebagai landasan hukum untuk mewujudkan keseimbangan antara hak dan kewajiban pelaku usaha dan konsumen. Pasal 4 UUPK menyebutkan bahwa setiap konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.

Menurut Yuliana dan Susanti (2020) dalam jurnal *Rechtidee*, perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan akibat produk palsu tidak hanya bersifat represif tetapi juga harus preventif. Perlindungan preventif dapat diwujudkan melalui pengawasan yang ketat terhadap peredaran barang dan edukasi kepada masyarakat agar lebih selektif dalam memilih produk. Upaya ini penting untuk menekan jumlah kasus yang merugikan konsumen dan meningkatkan kesadaran konsumen akan hak-haknya.

Meskipun sudah ada regulasi yang jelas, dalam praktiknya penegakan hukum terhadap peredaran produk palsu masih menghadapi banyak hambatan. Lemahnya pengawasan dari instansi terkait dan minimnya penindakan terhadap pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab menunjukkan kurang optimalnya pelaksanaan UUPK. Hal ini ditegaskan oleh Dewi (2021) dalam jurnal *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum*, bahwa tantangan terbesar dalam perlindungan konsumen adalah lemahnya koordinasi antar lembaga pengawas dan kurangnya ketegasan dalam penerapan sanksi administratif dan pidana.

Produk palsu yang beredar tidak hanya sebatas produk fashion atau kosmetik, tetapi juga mencakup makanan, obat-obatan, dan alat kesehatan yang secara langsung dapat membahayakan keselamatan jiwa konsumen. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah untuk memperkuat mekanisme pengawasan lintas sektor dan mendorong peran serta masyarakat dalam melaporkan produk-produk yang dicurigai palsu. Keterlibatan konsumen sebagai pengawas sosial dapat menjadi instrumen yang efektif dalam membatasi ruang gerak pelaku usaha ilegal.

Aspek literasi konsumen juga menjadi perhatian utama dalam meningkatkan efektivitas perlindungan hukum. Konsumen yang memahami hak-haknya akan lebih kritis dan selektif dalam berbelanja, serta lebih berani dalam menuntut hak ketika dirugikan. Menurut Santoso (2019), tingkat literasi hukum konsumen di Indonesia masih tergolong rendah, terutama di kalangan masyarakat pedesaan atau dengan tingkat pendidikan rendah, yang membuat mereka menjadi sasaran empuk produk palsu.

Selain pendekatan hukum dan edukasi, strategi perlindungan konsumen juga perlu melibatkan dunia usaha untuk menciptakan persaingan yang sehat. Pelaku usaha yang taat hukum dan berkomitmen menjaga mutu produknya harus dilindungi dari kerugian akibat praktik curang oleh pihak-pihak yang menjual produk palsu. Oleh karena itu, sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat menjadi fondasi penting dalam menciptakan sistem perlindungan konsumen yang berkelanjutan.

Kondisi ideal perlindungan konsumen akan tercapai bila semua komponen sistem hukum bekerja secara konsisten dan responsif. Penegak hukum harus proaktif menindak pelanggaran, lembaga pengawas harus intensif mengontrol peredaran barang, dan konsumen sendiri harus aktif mencari informasi sebelum melakukan pembelian. Dengan demikian, perlindungan konsumen tidak hanya menjadi tanggung jawab negara semata, tetapi merupakan tanggung jawab kolektif dari seluruh elemen masyarakat.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas perlindungan konsumen terhadap peredaran produk palsu berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, mengidentifikasi kendala dalam implementasi kebijakan tersebut, serta menawarkan solusi strategis untuk memperkuat hak-hak konsumen di tengah ancaman peredaran produk ilegal yang semakin kompleks.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif, yaitu metode penelitian hukum yang dilakukan dengan cara menelaah bahan-bahan hukum primer dan sekunder yang berkaitan dengan perlindungan konsumen terhadap produk palsu berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pendekatan ini digunakan untuk memahami dan menganalisis norma hukum yang berlaku serta relevansinya dalam konteks perlindungan hukum bagi konsumen. Menurut Soekanto (2007), pendekatan yuridis normatif bertujuan untuk mengkaji hukum sebagai sistem norma yang tertulis dan berlaku dalam masyarakat.

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari studi kepustakaan (*library research*), yang meliputi peraturan perundang-undangan, dokumen resmi pemerintah, putusan pengadilan, serta literatur ilmiah seperti jurnal dan buku hukum yang relevan. Analisis dilakukan secara kualitatif dengan menafsirkan isi peraturan perundang-undangan dan doktrin hukum untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang perlindungan hukum terhadap konsumen. Sejalan dengan pendapat Amiruddin dan Zainal Asikin (2012), studi kepustakaan merupakan teknik yang tepat dalam penelitian hukum normatif karena dapat memberikan landasan argumentatif yang kuat terhadap isu hukum yang diteliti.

Selanjutnya, analisis data dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif-analitis, yakni menggambarkan dan menganalisis ketentuan hukum positif yang berlaku serta membandingkannya dengan praktik di lapangan. Metode ini bertujuan untuk menilai kesesuaian antara norma hukum dengan implementasinya dalam perlindungan konsumen dari produk palsu. Tujuan utama dari analisis ini adalah memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kekuatan dan kelemahan regulasi yang ada, serta menawarkan rekomendasi untuk penguatan perlindungan hukum bagi konsumen di masa mendatang.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Peredaran produk palsu di Indonesia telah menjadi isu serius yang menimbulkan kerugian tidak hanya bagi pelaku usaha resmi tetapi juga konsumen. Produk palsu yang banyak beredar meliputi makanan, obat-obatan, kosmetik, hingga barang elektronik. Berdasarkan data Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), ribuan produk ilegal ditemukan setiap tahun, dan sebagian besar tidak memenuhi standar keamanan. Produk seperti obat palsu atau kosmetik berbahaya dapat menimbulkan dampak kesehatan serius bagi konsumen.

UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah mengatur secara jelas hak-hak konsumen, termasuk hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa. Pasal 8 UU ini secara tegas melarang pelaku usaha memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan standar mutu, tidak mencantumkan informasi produk dengan benar, dan/atau memalsukan label atau keterangan produk. Namun, implementasi norma ini di lapangan masih lemah karena keterbatasan pengawasan dan penegakan hukum.

Dalam praktiknya, masih banyak pelaku usaha yang memasarkan produk palsu secara terbuka, baik di toko fisik maupun secara daring (*online marketplace*). Konsumen sering kali

terkecoh oleh harga murah dan kemasan yang menyerupai produk asli. Hal ini menunjukkan lemahnya literasi konsumen dan minimnya pengetahuan terhadap ciri-ciri produk asli. Menurut Santoso (2019), rendahnya kesadaran konsumen terhadap haknya menyebabkan mereka menjadi kelompok yang paling rentan dirugikan.

Berdasarkan hasil studi pustaka dan data sekunder, ditemukan bahwa kasus-kasus produk palsu sering kali ditangani dengan pendekatan administratif saja, seperti penyitaan barang dan teguran kepada pelaku usaha. Jarang sekali kasus ini diproses hingga ke ranah pidana, padahal Pasal 62 UUPK mengatur sanksi pidana terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan Pasal 8. Hal ini menunjukkan ketidaksesuaian antara norma hukum dan penerapannya di lapangan.

Kondisi ini diperburuk oleh lemahnya peran lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat (LPKSM) yang seharusnya menjadi garda depan dalam memberikan advokasi kepada konsumen. Banyak LPKSM yang tidak aktif atau hanya beroperasi di kota besar. Yuliana dan Susanti (2020) mencatat bahwa peran LPKSM masih bersifat reaktif, dan belum optimal dalam menjalankan fungsi pendidikan konsumen dan mediasi.

Secara teoritis, perlindungan konsumen terbagi menjadi dua pendekatan utama, yakni perlindungan preventif dan represif, yang keduanya memiliki peran saling melengkapi dalam menciptakan ekosistem perlindungan konsumen yang efektif. Perlindungan preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya pelanggaran sejak dini melalui upaya edukatif seperti penyuluhan, pemberian informasi produk yang benar, labeling yang jelas, dan sistem pengawasan pasar yang ketat. Sementara itu, perlindungan represif diterapkan ketika hak-hak konsumen telah dilanggar, mencakup mekanisme pengaduan, mediasi antara konsumen dan pelaku usaha, hingga penyelesaian melalui jalur hukum atau litigasi. Dalam kerangka hukum nasional, pemerintah telah membentuk Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) sebagai institusi yang bertugas menerima pengaduan, memberikan rekomendasi kebijakan, serta menjembatani kepentingan antara konsumen dan pelaku usaha. Namun demikian, efektivitas lembaga ini masih menghadapi hambatan serius, salah satunya adalah minimnya pengetahuan masyarakat tentang peran dan keberadaan BPKN itu sendiri. Banyak konsumen yang mengalami kerugian tidak mengetahui kemana harus melapor atau bagaimana prosedur pengaduan dapat dilakukan. Kurangnya sosialisasi, terbatasnya kanal informasi, dan tidak meratanya akses terhadap layanan perlindungan menjadi faktor utama yang menyebabkan mekanisme represif belum berfungsi optimal. Oleh karena itu, perlu strategi komunikasi publik yang lebih masif dan terstruktur agar lembaga seperti BPKN benar-benar dapat menjalankan mandatnya sebagai garda depan dalam memperjuangkan hak-hak konsumen.

Kasus nyata di beberapa daerah menunjukkan bahwa masyarakat cenderung enggan mengadu meskipun dirugikan, karena merasa prosesnya rumit dan tidak efisien. Menurut data dari BPKN, jumlah pengaduan terkait produk palsu masih tergolong rendah dibandingkan dengan estimasi kerugian konsumen secara riil. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara hak hukum konsumen dan akses terhadap keadilan.

Dari sisi pelaku usaha, masih kerap ditemukan anggapan keliru bahwa peredaran produk palsu merupakan “strategi dagang” yang sah demi memenuhi kebutuhan pasar menengah ke bawah yang memiliki daya beli terbatas. Pandangan ini menunjukkan lemahnya pemahaman terhadap prinsip dasar perlindungan konsumen dan mengaburkan batas antara kreativitas pemasaran dan pelanggaran hukum. Kenyataannya, memproduksi atau menjual barang tiruan tanpa izin adalah tindakan yang secara eksplisit melanggar hak konsumen untuk memperoleh barang yang aman, bermutu, dan sesuai informasi yang benar, sebagaimana diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Tindakan tersebut juga mencederai asas keadilan dalam persaingan usaha serta merugikan produsen yang mematuhi regulasi. Dalam konteks ini, UU Perlindungan Konsumen tidak hanya berfungsi

sebagai alat hukum yang bersifat represif dalam menindak pelanggaran, tetapi juga memuat nilai-nilai moral dan etika yang seharusnya menjadi pedoman dalam setiap praktik bisnis. Etika usaha menuntut pelaku usaha untuk menjunjung integritas, transparansi, dan tanggung jawab sosial, bukan sekadar mengejar keuntungan jangka pendek dengan mengorbankan hak-hak konsumen. Oleh karena itu, perubahan paradigma di kalangan pelaku usaha menjadi sangat penting, yakni dari orientasi profit semata menjadi kesadaran akan perlunya menjalankan usaha secara adil, legal, dan beretika demi menciptakan ekosistem ekonomi yang berkelanjutan.

Model perlindungan konsumen di Indonesia hingga saat ini masih menghadapi tantangan dalam beradaptasi secara optimal terhadap dinamika perdagangan digital yang berkembang pesat. Peredaran produk palsu tidak lagi terbatas pada pasar tradisional atau toko fisik, melainkan telah meluas ke platform e-commerce dan media sosial, di mana transaksi berlangsung dengan cepat dan masif, namun sering kali minim pengawasan. Banyak marketplace daring yang belum memiliki mekanisme verifikasi produk dan penjual yang ketat, sehingga barang ilegal dengan kemasan menyerupai produk asli dapat beredar luas tanpa hambatan berarti. Kondisi ini menempatkan konsumen pada posisi yang sangat rentan terhadap penipuan dan kerugian, baik secara finansial maupun dari sisi keselamatan dan kesehatan, terutama jika produk yang dibeli menyangkut obat-obatan, makanan, atau kosmetik. Oleh karena itu, sangat diperlukan penguatan regulasi di sektor perdagangan elektronik, termasuk kewajiban bagi platform untuk menerapkan sistem audit dan kontrol kualitas terhadap produk yang dipasarkan. Selain itu, perlu adanya sinergi antara Kementerian Perdagangan, Kominfo, BPOM, dan aparat penegak hukum dalam membangun sistem pengawasan terpadu berbasis digital, yang tidak hanya bersifat reaktif terhadap pelanggaran, tetapi juga mampu melakukan deteksi dini terhadap indikasi peredaran barang palsu. Dengan langkah ini, ruang gerak pelaku usaha nakal dalam ekosistem digital dapat ditekan, sekaligus memberikan jaminan perlindungan hukum yang lebih kuat bagi konsumen di era transformasi digital.

Konsumen juga mengalami kesulitan dalam membuktikan bahwa produk yang mereka beli adalah palsu. Dalam proses hukum, beban pembuktian sering kali berada di pihak konsumen, padahal dalam konsep perlindungan hukum konsumen seharusnya terdapat prinsip *strict liability* yang membebaskan tanggung jawab pada pelaku usaha tanpa perlu pembuktian kesalahan. Hal ini belum sepenuhnya diterapkan dalam sistem hukum kita.

Model perlindungan konsumen di Indonesia hingga saat ini masih menghadapi tantangan dalam beradaptasi secara optimal terhadap dinamika perdagangan digital yang berkembang pesat. Peredaran produk palsu tidak lagi terbatas pada pasar tradisional atau toko fisik, melainkan telah meluas ke platform e-commerce dan media sosial, di mana transaksi berlangsung dengan cepat dan masif, namun sering kali minim pengawasan. Banyak marketplace daring yang belum memiliki mekanisme verifikasi produk dan penjual yang ketat, sehingga barang ilegal dengan kemasan menyerupai produk asli dapat beredar luas tanpa hambatan berarti. Kondisi ini menempatkan konsumen pada posisi yang sangat rentan terhadap penipuan dan kerugian, baik secara finansial maupun dari sisi keselamatan dan kesehatan, terutama jika produk yang dibeli menyangkut obat-obatan, makanan, atau kosmetik. Oleh karena itu, sangat diperlukan penguatan regulasi di sektor perdagangan elektronik, termasuk kewajiban bagi platform untuk menerapkan sistem audit dan kontrol kualitas terhadap produk yang dipasarkan. Selain itu, perlu adanya sinergi antara Kementerian Perdagangan, Kominfo, BPOM, dan aparat penegak hukum dalam membangun sistem pengawasan terpadu berbasis digital, yang tidak hanya bersifat reaktif terhadap pelanggaran, tetapi juga mampu melakukan deteksi dini terhadap indikasi peredaran barang palsu. Dengan langkah ini, ruang gerak pelaku usaha nakal dalam ekosistem digital dapat ditekan, sekaligus memberikan jaminan perlindungan hukum yang lebih kuat bagi konsumen di era transformasi digital.

Selain regulasi yang ketat, aspek edukasi kepada konsumen memegang peranan vital dalam menciptakan perlindungan yang bersifat preventif dan berkelanjutan. Peningkatan kesadaran konsumen tidak dapat dilakukan secara sporadis, melainkan harus melalui pendekatan sistematis dan kolaboratif yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan, seperti pemerintah, institusi pendidikan, media massa, serta organisasi masyarakat sipil. Pemerintah dapat menetapkan kebijakan edukatif melalui kampanye nasional perlindungan konsumen, sementara lembaga pendidikan dapat mengintegrasikan materi literasi konsumen dalam kurikulum sejak jenjang dasar hingga perguruan tinggi. Pendidikan konsumen sejak usia dini akan membentuk generasi yang tidak hanya cerdas dalam memilih produk, tetapi juga memiliki kesadaran hukum, tanggung jawab sosial, dan keberanian untuk menyuarakan hak-haknya. Peran media massa juga tidak kalah penting dalam menyebarluaskan informasi mengenai bahaya produk palsu dan cara mengenalinya secara visual maupun melalui kode verifikasi produk. Di era globalisasi perdagangan dan maraknya transaksi digital, literasi digital menjadi elemen kunci yang tak terpisahkan. Konsumen perlu dibekali dengan kemampuan kritis untuk membedakan antara produk asli dan palsu, memahami label produk, menelusuri reputasi penjual, serta memanfaatkan teknologi seperti QR Code dan aplikasi verifikasi sebagai alat bantu pengambilan keputusan. Oleh karena itu, edukasi konsumen bukan hanya bersifat informatif, tetapi juga transformasional, membentuk perilaku konsumtif yang sehat, berdaya, dan terlindungi secara hukum.

Pengembangan aplikasi digital yang mudah diakses oleh masyarakat menjadi langkah strategis dalam memperkuat sistem perlindungan konsumen. Aplikasi ini dapat berfungsi sebagai media informasi, pelaporan, dan verifikasi keaslian produk secara real-time yang terintegrasi dengan data dari lembaga pengawas seperti BPOM, Kementerian Perdagangan, dan pelaku usaha resmi. Hal ini sejalan dengan prinsip keterbukaan informasi publik sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008, serta selaras dengan tuntutan era digital yang menuntut efisiensi, transparansi, dan akuntabilitas dalam tata kelola sektor perdagangan. Pemanfaatan teknologi informasi harus diarahkan tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai alat kontrol sosial yang memungkinkan masyarakat turut terlibat dalam pengawasan distribusi produk. Dengan adanya sistem digital yang transparan, konsumen dapat mengecek legalitas dan keaslian produk sebelum membeli, menghindari risiko kerugian, serta mempersempit ruang gerak pelaku usaha nakal.

Secara keseluruhan, perlindungan konsumen terhadap produk palsu di Indonesia masih memerlukan penguatan secara menyeluruh, baik dari aspek hukum, kelembagaan, maupun kesadaran dan partisipasi masyarakat. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah menyediakan landasan normatif yang kokoh, tetapi efektivitasnya belum optimal di lapangan karena lemahnya penegakan hukum, minimnya literasi konsumen, dan terbatasnya akses terhadap mekanisme pengaduan. Untuk mewujudkan ekosistem perdagangan yang adil dan aman, diperlukan strategi terpadu yang mencakup regulasi yang ketat, teknologi yang adaptif, dan edukasi konsumen yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, sinergi antara pelaku usaha, lembaga pemerintah, dan organisasi masyarakat sipil menjadi kunci penting dalam menciptakan sistem perlindungan konsumen yang responsif dan berkeadilan. Negara, sebagai pemegang mandat konstitusional, harus hadir secara aktif untuk melindungi warganya dari praktik bisnis yang menyesatkan dan merugikan, khususnya dalam menghadapi tantangan besar berupa peredaran produk palsu yang kian masif di era globalisasi dan digitalisasi.

## KESIMPULAN

Perlindungan konsumen terhadap produk palsu merupakan aspek krusial dalam sistem hukum Indonesia, mengingat maraknya peredaran barang ilegal yang secara langsung

merugikan masyarakat. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah memberikan landasan hukum yang cukup jelas dengan mengatur hak-hak konsumen serta kewajiban pelaku usaha, khususnya melalui Pasal 4 dan Pasal 8 yang menegaskan pentingnya keamanan, keselamatan, dan kejujuran informasi dalam transaksi perdagangan. Namun demikian, implementasi dari regulasi ini masih menghadapi tantangan yang signifikan, seperti lemahnya pengawasan, minimnya penegakan hukum, rendahnya literasi konsumen, dan keterbatasan peran lembaga perlindungan konsumen di tingkat lokal. Produk palsu yang beredar bukan hanya berdampak ekonomi, tetapi juga membahayakan kesehatan dan keselamatan masyarakat, sehingga diperlukan pendekatan hukum yang lebih tegas dan menyeluruh.

Untuk itu, perlindungan hukum yang efektif harus dilakukan melalui penguatan sinergi antara pemerintah, lembaga pengawas, pelaku usaha, dan masyarakat sipil. Selain memperkuat aspek regulatif dan penegakan hukum, strategi edukatif seperti peningkatan literasi konsumen, penyuluhan hukum, dan pemanfaatan teknologi digital dalam sistem pelaporan dan verifikasi produk juga menjadi hal yang mendesak. Di samping itu, perlu adanya political will yang kuat dari negara untuk mendorong keterlibatan aktif semua pihak dalam menekan praktik perdagangan produk palsu. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan konsumen Indonesia tidak hanya memiliki hak secara hukum, tetapi juga memiliki keberdayaan nyata dalam menghadapi tantangan perdagangan modern yang semakin kompleks dan rawan penipuan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, R. N. (2021). Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Penegakan Hukum terhadap Produk Palsu. *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum*, 15(2), 215–230. <https://doi.org/10.30641/kebijakan.2021.v15.215-230>
- Santoso, A. (2019). Literasi Konsumen sebagai Pilar Perlindungan Hukum di Era Perdagangan Bebas. *Jurnal Hukum dan Pembangunan Ekonomi*, 7(1), 45–58. <https://doi.org/10.25041/jhpe.v7i1.348>
- Yuliana, L., & Susanti, H. (2020). Implementasi Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Palsu Berdasarkan UU Perlindungan Konsumen. *Rechtidee: Jurnal Hukum*, 15(1), 77–90. <https://doi.org/10.21107/ri.v15i1.6789>
- Amiruddin, & Asikin, Z. (2012). *Pengantar Metode Penelitian Hukum* (Edisi Revisi). Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Soekanto, S. (2007). *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Dewi, R. N. (2021). Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Penegakan Hukum terhadap Produk Palsu. *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum*, 15(2), 215–230. <https://doi.org/10.30641/kebijakan.2021.v15.215-230>
- Santoso, A. (2019). Literasi Konsumen sebagai Pilar Perlindungan Hukum di Era Perdagangan Bebas. *Jurnal Hukum dan Pembangunan Ekonomi*, 7(1), 45–58.
- Yuliana, L., & Susanti, H. (2020). Implementasi Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Palsu Berdasarkan UU Perlindungan Konsumen. *Rechtidee: Jurnal Hukum*, 15(1), 77–90.
- Subekti, R. (2002). *Pokok-Pokok Hukum Perdata*. Jakarta: Intermasa.

Muchsin. (2003). *Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.