

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Peredaran Produk Palsu Di Pasar Digital

Ishep^{1*}

^{1*}Universitas Muhammadiyah Mataram, Mataram, Indonesia

* Email: ishep123@gmail.com

Article Info	ABSTRAK
Article history: Received Month 05, 2025 Approved Month 07, 2025	Perkembangan teknologi informasi telah mendorong pertumbuhan pesat pasar digital sebagai sarana transaksi jual beli yang efisien dan praktis. Namun, di balik kemudahan tersebut, peredaran produk palsu menjadi tantangan serius yang mengancam hak-hak konsumen. Produk palsu tidak hanya merugikan secara ekonomi, tetapi juga dapat membahayakan kesehatan dan keselamatan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen atas peredaran produk palsu di pasar digital, serta mengkaji efektivitas regulasi yang ada, khususnya dalam konteks Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan peraturan turunannya. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan normatif dengan analisis yuridis terhadap peraturan perundang-undangan, serta studi kasus terhadap beberapa platform e-commerce di Indonesia. Hasil kajian menunjukkan bahwa perlindungan hukum secara normatif telah diatur cukup memadai, namun implementasinya masih menghadapi berbagai hambatan, seperti kurangnya pengawasan terhadap aktivitas penjual daring, lemahnya penegakan hukum, dan rendahnya literasi konsumen terhadap hak-haknya. Selain itu, kerja sama antara pemerintah, pelaku usaha platform digital, dan masyarakat masih perlu diperkuat guna menciptakan ekosistem perdagangan digital yang aman dan adil. Oleh karena itu, diperlukan pembaruan strategi pengawasan berbasis digital, peningkatan peran otoritas perlindungan konsumen, serta penguatan mekanisme pengaduan dan sanksi yang efektif untuk menekan peredaran produk palsu di ruang digital secara berkelanjutan dan berkeadilan. Kata Kunci: Perlindungan konsumen, produk palsu, pasar digital

Copyright © 2025, The Author(s).

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



How to cite: Example: Ishep, I. (2025). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Peredaran Produk Palsu Di Pasar Digital. *Indonesian JUKAHU: Jurnal Kajian Hukum* 1(1), 9–16

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor perdagangan. Saat ini, pola konsumsi masyarakat mulai bergeser dari transaksi konvensional ke arah digital atau e-commerce.

Platform digital seperti marketplace menjadi wadah utama bagi pelaku usaha untuk menawarkan produk dan jasa secara lebih luas dan efisien. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika, pertumbuhan transaksi e-commerce di Indonesia menunjukkan tren yang signifikan, seiring meningkatnya jumlah pengguna internet dan penetrasi smartphone (Kominfo, 2022). Namun, kemajuan ini juga membuka peluang bagi pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab untuk menyebarkan produk palsu melalui pasar digital.

Produk palsu merupakan barang tiruan yang diproduksi dan dipasarkan secara ilegal, dengan tujuan meniru merek dagang tertentu guna menipu konsumen. Dalam praktiknya, produk ini seringkali tidak memenuhi standar mutu dan keselamatan, sehingga berpotensi membahayakan konsumen. Masalah ini semakin kompleks di era digital, di mana batas wilayah perdagangan menjadi kabur, pengawasan menjadi lebih sulit, dan konsumen tidak dapat secara langsung memverifikasi keaslian produk sebelum membeli. Seperti yang disampaikan oleh Wibowo (2021) dalam *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, peredaran produk palsu secara daring cenderung meningkat karena lemahnya pengawasan dan ketidaktahuan konsumen terhadap hak-haknya.

Dalam konteks hukum di Indonesia, perlindungan terhadap konsumen telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini menegaskan hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa. Selain itu, pelaku usaha dilarang memproduksi atau memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan. Namun, kenyataannya, pelaksanaan norma hukum ini belum sepenuhnya efektif dalam menghadapi tantangan pasar digital yang dinamis dan kompleks. Hal ini diperparah oleh lemahnya koordinasi antar lembaga dan minimnya edukasi hukum kepada masyarakat.

Menurut Sidharta (2009:35), hukum tidak hanya berfungsi sebagai perangkat normatif, tetapi juga sebagai instrumen sosial yang bertujuan mengarahkan perilaku masyarakat ke arah yang lebih tertib dan adil. Dalam konteks ini, peredaran produk palsu di pasar digital merupakan bentuk penyimpangan terhadap etika dan hukum yang merugikan konsumen, sekaligus mencederai prinsip-prinsip keadilan dalam transaksi. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan yang lebih progresif dalam mengimplementasikan perlindungan hukum terhadap konsumen, khususnya dalam ranah digital.

Lebih lanjut, peran negara menjadi sangat penting dalam menciptakan regulasi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Selain itu, platform digital atau marketplace juga memiliki tanggung jawab etis dan hukum untuk memastikan bahwa barang yang dijual oleh mitra penjualnya adalah barang asli dan legal. Dalam studi yang dilakukan oleh Nurhayati dan Suryaningsih (2022) dalam *Jurnal Hukum dan Teknologi*, disebutkan bahwa mekanisme verifikasi dan filtering produk di marketplace masih belum optimal, sehingga membuka celah besar bagi produk palsu beredar secara bebas.

Masalah perlindungan konsumen juga tidak bisa dilepaskan dari tingkat literasi digital masyarakat. Banyak konsumen yang belum memahami hak-haknya sebagai pengguna layanan digital, termasuk hak atas informasi dan hak atas keamanan produk. Menurut Handayani (2020) dalam *Buku Hukum Perlindungan Konsumen*, masih rendahnya literasi hukum konsumen menjadi hambatan utama dalam menekan praktik curang di pasar digital. Oleh karena itu, peningkatan kesadaran dan edukasi menjadi aspek penting dalam upaya preventif terhadap penyebaran produk palsu.

Di sisi lain, mekanisme penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha digital juga masih menghadapi tantangan. Prosedur pengaduan yang rumit, lambannya respon dari platform, serta sulitnya pelacakan terhadap pelaku usaha yang anonim menjadi hambatan dalam memperoleh keadilan. Pemerintah, dalam hal ini Badan Perlindungan Konsumen

Nasional (BPKN), perlu memperkuat peranannya dalam mediasi, edukasi, dan advokasi terhadap hak-hak konsumen yang dirugikan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen atas peredaran produk palsu di pasar digital. Penelitian juga menganalisis efektivitas pelaksanaan regulasi yang ada serta mengevaluasi peran lembaga pengawas dan platform digital dalam mengendalikan produk ilegal. Kajian ini menjadi penting sebagai dasar perumusan kebijakan yang lebih komprehensif dan responsif terhadap perlindungan konsumen di era digital.

Dengan demikian, melalui pendekatan yuridis-normatif dan studi literatur yang komprehensif, diharapkan penelitian ini mampu memberikan kontribusi dalam perbaikan sistem perlindungan konsumen, serta sebagai referensi akademik dan praktis bagi para pembuat kebijakan, pelaku usaha, dan masyarakat dalam membangun ekosistem digital yang sehat, adil, dan berorientasi pada kepentingan konsumen..

METODE

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif, yaitu pendekatan yang bertumpu pada kajian terhadap norma hukum positif yang berlaku, baik berupa peraturan perundang-undangan, doktrin hukum, maupun putusan pengadilan yang relevan. Metode ini digunakan untuk memahami dan menganalisis perlindungan hukum terhadap konsumen atas peredaran produk palsu di pasar digital berdasarkan perspektif hukum yang berlaku di Indonesia. Menurut Soekanto dan Mamudji (2014), pendekatan yuridis normatif digunakan untuk menelaah hukum sebagai sistem norma yang tertulis dan berlaku secara resmi dalam masyarakat.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka (*library research*), yakni dengan menelaah literatur-literatur hukum yang relevan, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), serta peraturan turunannya. Selain itu, dianalisis pula artikel jurnal hukum, dokumen resmi pemerintah, serta buku-buku hukum yang relevan sebagai sumber sekunder untuk memperkaya kajian. Studi pustaka menjadi metode utama dalam penelitian hukum normatif karena memungkinkan peneliti menelusuri asas dan prinsip hukum secara mendalam (Marzuki, 2017).

Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis, yakni dengan menguraikan data hukum secara sistematis dan menafsirkannya untuk menjawab permasalahan penelitian. Analisis ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas perlindungan hukum yang telah tersedia dan mengidentifikasi celah regulasi serta kelemahan dalam implementasinya. Sebagaimana dikemukakan oleh Amiruddin dan Zainal Asikin (2016), analisis data dalam penelitian hukum normatif tidak berorientasi pada angka, melainkan pada ketajaman interpretasi terhadap norma-norma hukum

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan transaksi digital yang pesat membawa dampak positif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi digital Indonesia. Namun demikian, fenomena ini juga disertai dengan munculnya praktik perdagangan ilegal, seperti peredaran produk palsu di platform digital. Hasil analisis terhadap beberapa situs e-commerce menunjukkan bahwa masih banyak produk yang beredar tidak memiliki kejelasan legalitas dan sertifikasi, seperti kosmetik tanpa izin BPOM dan barang elektronik tanpa garansi resmi. Hal ini menunjukkan lemahnya mekanisme kontrol internal dari platform e-commerce terhadap produk yang dijual oleh pihak ketiga.

Dalam konteks perlindungan hukum, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar dan jujur sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf c UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Namun, kenyataannya banyak konsumen tidak mengetahui hak-haknya, dan tidak ada jaminan bahwa informasi produk di pasar digital dapat dipercaya sepenuhnya. Seperti dinyatakan oleh Handayani (2020), lemahnya literasi hukum konsumen menyebabkan mereka rentan terhadap penipuan dan pembelian produk ilegal.

Penelusuran lebih lanjut menunjukkan bahwa mayoritas platform digital hanya memberikan perlindungan sebatas kebijakan internal, seperti sistem rating, laporan pengguna, dan jaminan pengembalian dana (refund). Namun, mekanisme ini tidak mampu sepenuhnya melindungi konsumen dari kerugian akibat pembelian produk palsu. Studi oleh Wibowo (2021) menegaskan bahwa perlindungan berbasis kebijakan platform bersifat reaktif dan tidak memiliki kekuatan hukum yang memadai.

Pengawasan pemerintah terhadap peredaran produk palsu di pasar digital juga masih terbatas. Kementerian Perdagangan dan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) telah beberapa kali melakukan pemblokiran akun penjual ilegal, tetapi tindakan ini bersifat sementara dan tidak menyelesaikan akar permasalahan. Sebagaimana diungkapkan oleh Nurhayati dan Suryaningsih (2022), pendekatan pemerintah masih bersifat sektoral dan belum melibatkan keterpaduan dengan penyedia platform digital.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa konsumen pengguna platform e-commerce, ditemukan bahwa sebagian besar dari mereka merasa tidak memiliki akses mudah untuk melakukan pengaduan hukum formal ketika mengalami kerugian. Mereka cenderung pasrah atau hanya mengandalkan fitur komplain di aplikasi. Ini menunjukkan bahwa mekanisme penyelesaian sengketa konsumen secara hukum masih belum terintegrasi dalam sistem transaksi digital.

Penerapan Undang-Undang ITE juga belum secara spesifik mengatur soal tanggung jawab platform digital terhadap peredaran produk palsu. Padahal, menurut Marzuki (2017), hukum seharusnya berkembang mengikuti dinamika masyarakat, termasuk dalam merespon kejahatan yang terjadi dalam ruang siber. Ketidakjelasan posisi hukum platform membuat pertanggungjawaban atas kerugian konsumen sulit untuk ditegakkan.

Selain itu, tidak ada keharusan bagi pelaku usaha digital untuk mencantumkan identitas hukum yang jelas. Hal ini menyulitkan konsumen dalam melacak dan menuntut ganti rugi secara hukum. Banyak penjual beroperasi secara anonim atau menggunakan identitas palsu. Dalam hal ini, penguatan regulasi mengenai transparansi penjual di marketplace sangat diperlukan.

Data menunjukkan bahwa banyak konsumen di pasar digital masih sangat dipengaruhi oleh faktor harga murah sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan pembelian, tanpa disertai kesadaran terhadap risiko keaslian dan legalitas produk. Fenomena ini menunjukkan bahwa masih rendahnya literasi konsumen menjadi celah besar yang dimanfaatkan oleh pelaku usaha nakal untuk memasarkan produk palsu dengan iming-iming harga miring. Menurut Sidharta (2009), perilaku konsumen yang demikian erat kaitannya dengan pola pikir ekonomis yang jangka pendek, di mana harga menjadi indikator utama nilai barang, serta lemahnya pemahaman tentang konsekuensi hukum dan sosial dari transaksi ilegal. Kurangnya kesadaran ini membuat konsumen tidak menyadari bahwa pembelian produk palsu turut memperkuat rantai distribusi ilegal dan dapat berimplikasi pada kerugian yang lebih besar, baik secara pribadi maupun kolektif. Oleh karena itu, edukasi konsumen menjadi elemen strategis dalam memperkuat perlindungan hukum, tidak hanya dalam bentuk informasi hukum yang bersifat teknis, tetapi juga melalui kampanye publik yang menyentuh aspek etis dan sosial dari konsumsi yang bertanggung jawab. Upaya ini penting untuk menciptakan konsumen yang

tidak hanya cerdas secara ekonomi, tetapi juga sadar hukum dan berkontribusi dalam membentuk pasar digital yang adil.

Dalam perspektif etika bisnis, peredaran produk palsu merupakan pelanggaran serius terhadap prinsip kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan dalam aktivitas ekonomi. Produk palsu tidak hanya menimbulkan kerugian langsung bagi konsumen baik secara finansial maupun kesehatan dan keselamatan—tetapi juga menciptakan ketidakpercayaan publik terhadap platform digital sebagai sarana transaksi yang aman dan transparan. Lebih dari itu, keberadaan produk ilegal ini menciptakan distorsi dalam mekanisme pasar dengan memberikan keuntungan tidak adil kepada pelaku usaha yang tidak bermoral, sekaligus menyingkirkan pelaku usaha yang beroperasi secara sah dan etis. Seperti dijelaskan oleh Suparman (2020) dalam *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial*, praktik curang dalam bisnis digital dapat merusak struktur persaingan dan memicu efek domino terhadap reputasi sektor ekonomi digital secara keseluruhan. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap konsumen harus dipandang sebagai upaya menjaga integritas pasar dan menciptakan ekosistem digital yang sehat dan berkelanjutan. Langkah ini juga merupakan bentuk komitmen negara dalam menyeimbangkan kepentingan ekonomi dan nilai-nilai keadilan sosial yang menjadi dasar dalam tata kelola perdagangan modern.

Kerja sama antara pemerintah, pelaku usaha platform, dan masyarakat sipil masih sangat diperlukan untuk menciptakan sistem perlindungan konsumen yang efektif dan berkelanjutan di era digital. Kolaborasi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi pengawasan, tetapi juga memperluas jangkauan deteksi terhadap peredaran produk palsu yang seringkali luput dari pengawasan formal. Salah satu pendekatan yang dapat dikembangkan adalah model pengawasan kolaboratif berbasis pelaporan komunitas (*crowdsourced consumer reporting*), di mana konsumen dilibatkan secara aktif dalam melaporkan dugaan produk ilegal atau penipuan melalui sistem yang terintegrasi dengan platform digital dan lembaga pengawas. Partisipasi aktif masyarakat dalam model ini dapat berfungsi sebagai bentuk pengawasan sosial yang kuat dan responsif terhadap dinamika pasar. Seperti dikemukakan oleh Hartati (2021) dalam *Jurnal Kebijakan Publik Digital*, pelibatan masyarakat dalam pengawasan berbasis teknologi terbukti dapat meningkatkan efektivitas deteksi pelanggaran dan mempercepat respon hukum terhadap laporan yang masuk. Dengan dukungan sistem yang transparan dan mudah diakses, pengawasan kolaboratif mampu mengisi kekosongan peran negara yang terbatas dalam menjangkau seluruh aktivitas perdagangan di ruang siber. Inisiatif ini juga memperkuat budaya kepedulian konsumen dan solidaritas digital yang esensial dalam membangun ekosistem transaksi online yang adil dan bertanggung jawab.

Kebijakan hukum yang responsif juga perlu dikembangkan untuk menjawab kompleksitas hubungan hukum dalam era ekonomi digital, terutama terkait peredaran produk palsu di marketplace. Hukum tidak boleh bersifat kaku dan tertinggal dari perkembangan zaman, melainkan harus fleksibel dan progresif dalam merespons dinamika baru di masyarakat. Seperti yang disampaikan oleh Amiruddin dan Asikin (2016), hukum harus memiliki kemampuan adaptif terhadap perubahan sosial, ekonomi, dan teknologi agar tidak kehilangan relevansi dan efektivitasnya dalam melindungi kepentingan publik. Dalam konteks ini, pembaruan terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi sangat mendesak, agar secara eksplisit mengatur perlindungan di ruang digital, termasuk mengenai kewajiban platform dalam menyaring, mengawasi, dan bertanggung jawab atas produk yang diperjualbelikan melalui sistem mereka. Hal ini sejalan dengan pendapat Rahmawati (2022) dalam *Jurnal Legislasi Indonesia*, yang menegaskan bahwa hukum konsumen di Indonesia masih belum menyentuh aspek tanggung jawab platform digital secara langsung, sehingga celah ini kerap dimanfaatkan oleh pelaku usaha nakal. Reformasi hukum

yang holistik akan menjadi fondasi penting dalam menciptakan kepastian hukum dan keadilan bagi konsumen di era transformasi digital.

Platform digital perlu diwajibkan untuk melakukan verifikasi ketat terhadap mitra penjual, serta menyediakan laporan berkala mengenai jenis dan jumlah produk bermasalah sebagai bentuk tanggung jawab hukum dan sosial. Ketentuan ini sangat penting untuk memastikan bahwa hanya pelaku usaha yang legal dan bertanggung jawab yang dapat beroperasi di ruang digital, sehingga konsumen terlindungi dari potensi kerugian akibat produk palsu atau ilegal. Transparansi data penjual dan produk juga akan mendorong terciptanya akuntabilitas publik serta memperkuat sistem pengawasan berbasis data. Seperti disampaikan oleh Nurhayati dan Suryaningsih (2022) dalam *Jurnal Hukum dan Teknologi*, lemahnya verifikasi penjual oleh platform digital merupakan salah satu penyebab utama tingginya angka peredaran produk ilegal di marketplace Indonesia. Oleh karena itu, perlu adanya regulasi khusus yang secara tegas mewajibkan platform untuk menjalankan due diligence terhadap mitra usahanya. Regulasi seperti *Digital Services Act* di Uni Eropa dapat dijadikan acuan, karena mewajibkan platform menyediakan sistem moderasi konten dan barang yang lebih akurat, serta memberikan kewenangan yang lebih besar kepada otoritas untuk meminta laporan kinerja pengawasan. Dengan menerapkan prinsip serupa, Indonesia dapat membangun ekosistem digital yang lebih aman, transparan, dan berpihak pada konsumen.

Dalam jangka panjang, pembangunan sistem edukasi hukum digital harus diintegrasikan ke dalam kurikulum pendidikan formal maupun program literasi masyarakat berbasis komunitas. Upaya ini tidak hanya penting untuk meningkatkan kesadaran hukum konsumen sejak dini, tetapi juga krusial dalam membentuk budaya hukum yang adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi. Pendidikan hukum digital dapat mencakup pemahaman tentang hak-hak konsumen, cara mengenali produk ilegal, hingga prosedur penyelesaian sengketa secara online. Seperti dikemukakan oleh Lestari (2021) dalam *Jurnal Pendidikan dan Hukum*, literasi hukum digital menjadi kebutuhan fundamental di tengah menjamurnya transaksi daring yang sering kali tidak disertai pemahaman terhadap risiko dan perlindungan hukum. Oleh karena itu, intervensi pendidikan yang terstruktur perlu dirancang secara kolaboratif antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan pelaku industri digital. Dengan demikian, masyarakat tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga subjek hukum yang sadar akan hak dan kewajibannya di ranah digital, sehingga mampu menghadapi dinamika ekonomi digital secara kritis dan mandiri.

Secara keseluruhan, perlindungan hukum terhadap konsumen dalam konteks peredaran produk palsu di pasar digital masih perlu diperkuat secara menyeluruh, mencakup aspek regulasi yang responsif, kelembagaan yang kuat, serta pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan. Regulasi yang ada saat ini dinilai belum sepenuhnya adaptif terhadap karakteristik transaksi digital yang dinamis, sementara institusi pengawas kerap kali menghadapi keterbatasan sumber daya dan kewenangan dalam menindak pelanggaran di ruang siber. Di sisi lain, masyarakat sebagai pihak yang paling rentan belum memiliki kapasitas yang memadai untuk mengidentifikasi risiko hukum dan melindungi diri secara aktif. Menurut Priyanto (2020) dalam *Jurnal Hukum dan Kebijakan Publik*, tanpa pendekatan yang sistematis dan kolaboratif antar pemangku kepentingan, ketimpangan antara kekuatan konsumen dan pelaku usaha digital akan terus berlangsung, memperparah ketidakadilan dalam hubungan hukum. Oleh karena itu, diperlukan integrasi kebijakan antara pemerintah, penyelenggara platform digital, dan lembaga perlindungan konsumen agar mampu menciptakan ekosistem transaksi daring yang adil, aman, dan transparan. Kolaborasi ini menjadi kunci utama dalam memastikan hak-hak konsumen terlindungi secara substansial di tengah pertumbuhan ekonomi digital yang pesat.

KESIMPULAN

Perkembangan pesat teknologi informasi dan transformasi digital dalam sektor perdagangan telah memberikan kemudahan akses bagi konsumen dalam memperoleh berbagai produk dan layanan. Namun, di balik kemajuan tersebut, muncul tantangan serius berupa maraknya peredaran produk palsu di platform digital yang mengancam hak-hak konsumen dan melemahkan kepercayaan publik terhadap ekosistem perdagangan daring. Studi ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen dalam konteks digital masih lemah, baik dari sisi regulasi yang belum adaptif, kelembagaan yang belum maksimal, hingga rendahnya literasi hukum masyarakat. Produk palsu yang dijual secara bebas di marketplace mencerminkan celah besar dalam sistem pengawasan dan penegakan hukum. Konsumen sering kali tidak mendapatkan informasi yang memadai, tidak memiliki akses terhadap mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif, dan kurang mampu memperjuangkan hak-haknya secara hukum. Hal ini diperparah oleh belum adanya kewajiban hukum yang kuat terhadap platform digital untuk bertanggung jawab atas produk yang dijual di sistem mereka.

Oleh karena itu, diperlukan reformulasi kebijakan hukum yang lebih responsif dan komprehensif dalam mengatur perlindungan konsumen di ruang digital. Pembaruan terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen perlu dilakukan dengan memasukkan aspek transaksi elektronik secara eksplisit dan memperjelas tanggung jawab hukum platform sebagai fasilitator transaksi. Selain itu, kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha digital, dan masyarakat sipil menjadi kunci dalam membangun sistem pengawasan yang partisipatif dan berbasis komunitas. Literasi hukum digital juga harus ditanamkan sejak dini melalui pendidikan dan program pemberdayaan masyarakat, agar konsumen mampu menjadi subjek hukum yang aktif dan kritis dalam menghadapi era perdagangan digital yang kompleks. Dengan sinergi antara regulasi yang kuat, sistem kelembagaan yang efisien, serta masyarakat yang sadar hukum, maka perlindungan konsumen dapat terwujud secara nyata dalam menjawab tantangan peredaran produk palsu di pasar digital Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Handayani, R. (2020). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kominfo. (2022). *Laporan Statistik E-Commerce Indonesia*. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Nurhayati, S., & Suryaningsih, D. (2022). "Analisis Hukum Produk Palsu di Marketplace dalam Perspektif Perlindungan Konsumen". *Jurnal Hukum dan Teknologi*, 6(1), 45–60.
- Sidharta, B. A. (2009). *Refleksi tentang Struktur Ilmu Hukum: Sebuah Penelitian tentang Fundasi Kefilsafatan dan Sifat Keilmuan Ilmu Hukum sebagai Landasan Pengembangan Ilmu Hukum Nasional Indonesia*. Bandung: Mandar Maju.
- Wibowo, H. (2021). "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Produk Palsu di E-Commerce". *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 5(2), 110–123.
- Amiruddin, & Asikin, Z. (2016). *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

- Marzuki, P. M. (2017). *Penelitian Hukum: Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Soekanto, S., & Mamudji, S. (2014). *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Rajawali Pers
- Nurhayati, S., & Suryaningsih, D. (2022). Analisis Hukum Produk Palsu di Marketplace dalam Perspektif Perlindungan Konsumen. *Jurnal Hukum dan Teknologi*, 6(1), 45–60.
- Hartati, S. (2021). Peran Masyarakat dalam Pengawasan Perdagangan Digital: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Kebijakan Publik Digital*, 5(2), 133–145.
- Suparman, A. (2020). *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.