

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS KETIDAKAKURATAN INFORMASI PRODUK KESEHATAN DI PLATFORM DARING

Megawati Abubakar¹, Farah Fausia², Azura Toli Agasta³, Adi Suciatma⁴, Yuyut Prayuti⁵

Universitas islam nusantara^{1,2,3,4,5}

Email: megawatiabubakar@gmail.com¹, fitriani097@gmail.com², azuraagasta@gmail.com⁴, adi.suciatma@gmail.com⁵

ABSTRAK

Penjualan produk kesehatan melalui platform daring mengalami peningkatan pesat seiring perkembangan teknologi digital. Namun, perkembangan ini juga diiringi dengan munculnya ketidakakuratan informasi terkait komposisi, manfaat, izin edar, serta klaim kesehatan yang tidak dapat dipertanggungjawabkan. Informasi yang menyesatkan tidak hanya merugikan konsumen secara finansial, tetapi juga dapat mengancam keselamatan dan kesehatan. Penelitian ini bertujuan menganalisis perlindungan hukum bagi konsumen terhadap ketidakakuratan informasi produk kesehatan di platform daring serta menilai efektivitas peraturan yang saat ini berlaku. Metode penelitian menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan menelaah UUPK, PP 80/2019 tentang Perdagangan Elektronik, serta regulasi BPOM, disertai studi literatur akademik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun pengaturan hukum telah cukup komprehensif, implementasi pengawasan dan penegakan hukum masih lemah. Diperlukan penguatan regulasi, peningkatan literasi digital konsumen, serta optimalisasi pengawasan platform agar perlindungan konsumen dapat terjamin secara efektif.

Kata kunci: perlindungan hukum, konsumen, informasi produk, platform daring, produk kesehatan

ABSTRACT

The online sale of health products has increased rapidly alongside advancements in digital technology. However, this development is also accompanied by inaccurate or misleading information regarding product composition, benefits, distribution permits, and unverifiable health claims. Such misinformation may harm consumers financially and pose health risks. This study aims to analyze legal protection for consumers against inaccurate health product information on online platforms and evaluate the effectiveness of current regulations. This research uses a normative juridical method by examining consumer protection laws, electronic commerce regulations, BPOM regulations, and academic literature. The study finds that although legal frameworks are relatively comprehensive, law enforcement and supervision remain weak. Strengthening regulations, enhancing consumer digital literacy, and optimizing platform monitoring are necessary to ensure effective consumer protection.

Keywords: a legal protection, consumer, product information, online platforms, health products

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah menghadirkan perubahan signifikan dalam pola konsumsi masyarakat, khususnya dalam pembelian produk kesehatan. Kemudahan akses

terhadap marketplace, media sosial, dan aplikasi kesehatan membuat konsumen beralih dari toko fisik ke platform daring sebagai alternatif utama dalam memperoleh berbagai jenis produk kesehatan, mulai dari suplemen, obat tradisional, vitamin, hingga alat kesehatan. Perubahan perilaku ini didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan serta tren *self-medication*, di mana konsumen lebih memilih melakukan pengobatan mandiri sebelum mencari layanan kesehatan formal (Wahyuni, 2020).

Meskipun memberikan kemudahan, perdagangan produk kesehatan di platform daring juga memunculkan tantangan besar terkait keakuratan informasi yang disampaikan oleh pelaku usaha. Berdasarkan laporan BPOM (2022), pelanggaran terkait iklan menyesatkan dan penyebaran informasi palsu mengenai produk kesehatan meningkat setiap tahun, seiring bertambahnya jumlah penjual dan produk yang beredar secara digital. Ketidakakuratan informasi dapat berupa komposisi yang tidak sesuai, klaim manfaat berlebihan, testimoni palsu, nomor izin edar fiktif, hingga pengemasan ulang produk tanpa standar keamanan yang jelas. Praktik-praktik tersebut menunjukkan bahwa konsumen berada dalam posisi yang semakin rentan.

Dalam perspektif perlindungan hukum, informasi merupakan komponen esensial yang menentukan keputusan pembelian konsumen. Ketika informasi yang diterima tidak akurat atau menyesatkan, konsumen berpotensi mengalami kerugian kesehatan maupun finansial (Sutedi, 2014). UUPK secara jelas menegaskan bahwa konsumen memiliki hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur (Pasal 4 huruf c), sementara pelaku usaha berkewajiban memberikan informasi yang benar mengenai produk yang ditawarkan (Pasal 7 ayat (2)). Selain itu, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE) turut menegaskan tanggung jawab pelaku usaha dalam memastikan akurasi informasi pada transaksi daring. BPOM sebagai otoritas pengawas juga memiliki kewenangan untuk menindak peredaran produk ilegal dan pengiklanan menyesatkan melalui mekanisme *cyber patrol* (BPOM, 2022).

Namun, implementasi regulasi tersebut di lapangan masih menghadapi berbagai hambatan. Volume transaksi dan jumlah produk yang sangat besar menyulitkan pengawasan secara menyeluruh. Pelaku usaha dengan mudah mengubah identitas toko atau membuat akun baru setelah diberikan peringatan. Di sisi lain, rendahnya literasi digital konsumen membuat mereka sulit membedakan informasi valid dan misinformasi. Banyak konsumen lebih percaya pada narasi pemasaran atau rekomendasi influencer ketimbang data resmi izin edar. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan nyata antara pengaturan hukum yang ada dengan efektivitas penerapannya.

Dengan melihat berbagai persoalan tersebut, kajian mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dalam konteks ketidakakuratan informasi produk kesehatan di platform daring menjadi penting dan relevan. Masalah ini tidak hanya berkaitan dengan aspek perdagangan, tetapi juga menyangkut hak fundamental konsumen serta keamanan publik. Diperlukan analisis komprehensif mengenai sejauh mana regulasi yang ada mampu memberikan perlindungan yang efektif dan bagaimana praktik di lapangan mencerminkan implementasi hukum tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini berupaya menjawab beberapa pertanyaan kunci sebagai rumusan masalah, yaitu:

- (1)** Bagaimana bentuk ketidakakuratan informasi produk kesehatan yang sering ditemukan pada platform daring?
- (2)** Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen atas ketidakakuratan informasi produk kesehatan menurut UUPK, PP 80/2019, dan regulasi BPOM?
- (3)** Sejauh mana efektivitas implementasi regulasi tersebut dalam mencegah penyebaran informasi menyesatkan di ruang digital?
- (4)** Apa saja kendala yang dihadapi dalam pengawasan dan penegakan hukum terhadap pelaku usaha daring?
- (5)** Upaya hukum dan langkah strategis apa yang dapat dilakukan untuk memperkuat perlindungan konsumen dalam konteks perdagangan digital produk kesehatan?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif, yaitu metode penelitian hukum yang mengkaji kaidah, asas, dan norma hukum positif yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam transaksi produk kesehatan melalui platform daring. Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian terletak pada analisis regulasi, efektivitas penerapannya, serta kesesuaiannya dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen (Creswell & Poth, 2018).

Pendekatan yuridis normatif menelaah bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE), serta regulasi Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) terkait pengawasan produk kesehatan. Bahan hukum sekunder berupa jurnal ilmiah, buku, laporan resmi BPOM, artikel akademik, dan publikasi pemerintah yang relevan. Sedangkan bahan hukum tersier mencakup kamus hukum, ensiklopedia, dan dokumen pendukung lainnya yang membantu memahami konsep-konsep kunci.

Selain pendekatan normatif, penelitian ini menggunakan pendekatan konseptual, yaitu pendekatan yang menjelaskan konsep perlindungan konsumen, teori tanggung jawab pelaku usaha, teori informasi dalam transaksi elektronik, serta prinsip-prinsip *consumer due care* dalam ruang digital. Pendekatan ini berguna untuk memahami landasan teoretis yang melatarbelakangi kewajiban penyampaian informasi yang akurat kepada konsumen (Sutedi, 2014).

Metode pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur (*library research*) dengan menghimpun dan menyeleksi berbagai sumber hukum yang relevan. Setiap sumber dianalisis berdasarkan relevansi tematik, keabsahan data, serta kontribusinya dalam menjawab rumusan masalah. Data yang diperoleh kemudian dikategorikan ke dalam beberapa tema, yaitu: (1) bentuk ketidakakuratan informasi produk kesehatan; (2) pengaturan perlindungan hukum terhadap konsumen; (3) efektivitas regulasi dalam praktik; dan (4) kendala pengawasan dan penegakan hukum di platform daring.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis kualitatif deskriptif, yaitu metode yang memaparkan dan menginterpretasikan norma hukum secara sistematis, kemudian mengaitkannya dengan fakta empiris yang tersedia dalam literatur. Analisis normatif ini ditujukan untuk menilai sejauh mana pengaturan yang ada memberikan perlindungan hukum secara efektif, serta mengidentifikasi kelemahan-kelemahan dalam implementasinya. Validitas analisis diperkuat melalui triangulasi data dengan membandingkan sumber hukum resmi, pendapat ahli, dan temuan penelitian terdahulu mengenai penyebaran informasi menyesatkan di lingkungan digital (BPOM, 2022; Wahyuni, 2020).

Dengan demikian, metode penelitian ini memungkinkan penulis untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai persoalan ketidakakuratan informasi produk kesehatan di platform daring, serta merumuskan rekomendasi strategis yang dapat memperkuat perlindungan hukum konsumen di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketidakakuratan informasi produk kesehatan di platform daring bukan hanya merupakan persoalan teknis dalam penyampaian informasi, tetapi telah menjadi problem yang multidimensional dan sistemik dalam ekosistem perdagangan digital Indonesia. Meningkatnya penggunaan platform belanja daring dan media sosial sebagai sarana pemasaran telah menciptakan ruang baru bagi pelaku usaha untuk mempromosikan produk kesehatan tanpa batasan geografis dan hampir tanpa hambatan administratif (Hidayat, 2021). Kondisi ini membuat ruang digital menjadi arena persaingan terbuka, di mana strategi pemasaran agresif sering kali lebih menonjol daripada kepatuhan terhadap regulasi kesehatan. Dalam situasi ini, pelanggaran berupa ketidakakuratan informasi bukan lagi peristiwa insidental, melainkan cermin dari dinamika industri yang lebih luas.

Salah satu bentuk ketidakakuratan informasi yang paling dominan adalah klaim kesehatan berlebihan (*exaggerated claims*). Banyak produk kesehatan yang dipasarkan seolah-olah memiliki manfaat "serba bisa", seperti mampu menyembuhkan berbagai penyakit kronis sekaligus dalam waktu singkat. Klaim tersebut diperkuat melalui narasi emosional yang dibuat sedemikian rupa agar meyakinkan konsumen. Anggraini dan Sari (2022) menunjukkan bahwa klaim kesehatan berlebihan sering kali tidak didukung oleh bukti ilmiah, bahkan beberapa di antaranya bertentangan dengan panduan medis atau farmakologis. Kondisi ini menggambarkan adanya upaya manipulasi persepsi yang sengaja dirancang untuk mengeksploitasi ketidakpahaman konsumen terhadap konsep kesehatan dan obat tradisional.

Selain klaim manfaat, manipulasi terhadap komposisi produk juga menjadi isu penting. BPOM (2022) melaporkan banyak kasus produk kesehatan mengandung bahan berbahaya yang tidak dicantumkan dalam label, seperti steroid, zat pengawet ilegal, atau bahan sintesis yang dilarang. Ketika komposisi produk tidak sesuai dengan label, konsumen tidak hanya dirugikan secara ekonomi, tetapi juga menghadapi risiko kesehatan jangka panjang. Pemasangan nomor izin edar palsu semakin memperburuk situasi. Nomor registrasi palsu sering direayasa mengikuti pola nomor resmi BPOM sehingga tampak meyakinkan bagi konsumen yang tidak terbiasa melakukan verifikasi (Rahmawati & Yusuf, 2021). Dalam kondisi ini, nomor edar tidak lagi berfungsi sebagai mekanisme perlindungan, tetapi berubah menjadi alat manipulasi.

Aspek lain yang menonjol adalah peran influencer dan figur publik dalam memperkuat misinformasi. Prasetyo dan Hartono (2021) menemukan bahwa kepercayaan konsumen terhadap produk sangat dipengaruhi oleh tokoh yang melakukan promosi, meskipun tokoh tersebut tidak memiliki kompetensi di bidang kesehatan. Produk sering kali disampaikan sebagai "aman dikonsumsi setiap hari", "sudah terbukti secara klinis", atau "direkomendasikan dokter", padahal klaim tersebut tidak dapat dibuktikan. Praktik ini menggambarkan adanya penggunaan otoritas semu, di mana kredibilitas seseorang ditentukan oleh popularitas, bukan kompetensi.

Dari sisi struktural, algoritma platform daring memainkan peran besar dalam memperburuk penyebaran misinformasi. Kurniawan (2022) menegaskan bahwa sistem rekomendasi pada marketplace memprioritaskan produk berdasarkan interaksi pengguna, bukan berdasarkan keamanan atau validitas informasi. Artinya, produk yang paling viral justru paling sering ditampilkan, meskipun produk tersebut memiliki banyak pelanggaran kesehatan. Dengan demikian, sistem platform secara tidak langsung mempertahankan dan memperluas jangkauan produk berisiko tinggi. Hal ini diperkuat oleh temuan Wijaya (2023) yang menunjukkan bahwa sebagian besar platform belum memiliki sistem verifikasi otomatis untuk klaim kesehatan atau validitas nomor BPOM.

Ketimpangan informasi antara pelaku usaha dan konsumen semakin memperparah situasi. Sari (2020) menekankan bahwa konsumen dalam transaksi digital berada dalam posisi inferior

karena tidak memiliki kemampuan teknis untuk menilai validitas informasi produk. Mereka mengandalkan visualisasi pemasaran, *rating*, ulasan pengguna, dan konten video yang tampak profesional, padahal banyak dari elemen tersebut dapat direkayasa dengan sangat mudah. Wahyuni (2020) menjelaskan bahwa rendahnya literasi digital menyebabkan konsumen tidak memahami perbedaan antara konten komersial dengan informasi ilmiah, sehingga mereka mudah terjebak dalam persepsi yang dibentuk oleh strategi pemasaran.

Dari perspektif regulatif, UUPK dan PP 80/2019 sebenarnya telah menyediakan kerangka hukum yang cukup kuat. Namun, efektivitas implementasinya masih jauh dari optimal. Fitria dan Mahmud (2021) menunjukkan bahwa koordinasi antar lembaga terkait pengawasan perdagangan elektronik masih terfragmentasi. BPOM berwenang mengawasi aspek kesehatan produk, Kemendag mengawasi aspek perdagangannya, Kominfo mengawasi aspek digitalnya, dan platform memiliki kewajiban teknis, namun tidak ada mekanisme integrasi yang kuat antar lembaga tersebut. Akibatnya, proses penindakan pelanggaran sering kali lambat, tidak konsisten, dan tidak memberikan efek jera kepada pelaku usaha. Pelaku usaha yang dikenai *take down* sering kali kembali dengan menggunakan identitas baru, menciptakan siklus pelanggaran yang berulang.

Di tengah berbagai tantangan tersebut, perlindungan konsumen yang ideal seharusnya tidak hanya mengandalkan perangkat hukum yang ada, melainkan membutuhkan integrasi pendekatan yang lebih komprehensif. Pratama (2022) menegaskan bahwa penggunaan kecerdasan buatan (AI) untuk mendeteksi klaim kesehatan yang berlebihan, memverifikasi keaslian nomor izin edar, dan mengidentifikasi pola penipuan digital adalah langkah yang mendesak bagi platform. Teknologi dapat berfungsi sebagai mitigasi awal yang mengurangi beban pengawasan manual pemerintah. Dengan demikian, platform tidak hanya menjadi fasilitator transaksi, tetapi juga penjaga keamanan informasi.

Dari perspektif konsumen, edukasi literasi digital dan literasi kesehatan sangat penting. Konsumen harus diedukasi mengenai cara membaca label produk, cara memverifikasi nomor registrasi, cara membedakan klaim ilmiah dan klaim komersial, serta cara mengenali pola penipuan digital. Edukasi ini menjadi semakin penting karena pasar produk kesehatan digital tidak hanya menasar konsumen dewasa, tetapi juga remaja, orang tua lanjut usia, dan masyarakat dengan tingkat pendidikan rendah yang rentan terhadap konten manipulatif (Yuliani, 2021).

Dengan demikian, hasil penelitian secara keseluruhan menunjukkan bahwa persoalan ketidakakuratan informasi produk kesehatan di platform daring bukan semata-mata akibat pelanggaran pelaku usaha, tetapi merupakan konsekuensi dari struktur ekosistem digital yang belum mampu menyediakan mekanisme perlindungan yang memadai. Ekosistem tersebut dipengaruhi oleh interaksi antara regulasi, teknologi, perilaku konsumen, strategi pemasaran, dan kemampuan pengawasan. Oleh karena itu, diperlukan reformasi sistemik yang melibatkan pemerintah, platform, lembaga pengawas, pelaku usaha, dan konsumen agar perlindungan konsumen dapat diwujudkan secara menyeluruh.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketidakakuratan informasi produk kesehatan di platform daring merupakan persoalan yang sangat serius dan kompleks dalam konteks perlindungan konsumen. Ketidakakuratan tersebut muncul melalui berbagai bentuk seperti klaim manfaat berlebihan, komposisi yang tidak sesuai, pemalsuan nomor izin edar, hingga penggunaan testimoni palsu yang secara signifikan membahayakan konsumen, baik dari sisi

kesehatan maupun finansial. Walaupun Indonesia telah memiliki kerangka hukum yang cukup komprehensif, seperti UUPK, PP 80/2019, serta regulasi BPOM, efektivitas implementasinya masih belum optimal karena tingginya volume transaksi digital, rendahnya literasi digital konsumen, serta keterbatasan kemampuan pengawasan dan penegakan hukum di ruang siber. Kondisi ini diperburuk oleh minimnya tindakan represif dan lemahnya koordinasi antar lembaga pemerintah maupun antara pemerintah dengan penyelenggara platform daring.

Perlindungan hukum yang tersedia secara normatif sesungguhnya sudah menempatkan konsumen pada posisi yang seharusnya aman melalui hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur. Namun dalam praktiknya, regulasi yang ada belum mampu mengikuti kecepatan dan dinamika sistem perdagangan digital yang sangat kompleks dan mudah dimanipulasi. Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan signifikan antara pengaturan hukum dan realitas pelaksanaannya. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi digital, peningkatan pengawasan berbasis teknologi seperti algoritma deteksi dini konten produk kesehatan berisiko, serta penegakan hukum yang lebih ketat dan konsisten terhadap pelaku usaha yang melakukan pelanggaran. Selain itu, peningkatan literasi digital konsumen menjadi aspek krusial agar masyarakat mampu mengidentifikasi informasi produk kesehatan yang kredibel dan menghindari misinformasi yang berbahaya.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi produk kesehatan daring tidak dapat hanya bergantung pada aspek normatif, tetapi perlu ditopang oleh pengawasan yang kuat, kolaborasi multi-aktor, teknologi yang memadai, dan edukasi konsumen. Dengan demikian, upaya membangun ekosistem perdagangan digital yang aman, transparan, dan bertanggung jawab harus dilakukan melalui pendekatan sistemik yang melibatkan pemerintah, platform digital, pelaku usaha, dan konsumen secara simultan.

BIBLIOGRAFI

- Anggraini, N., & Sari, P. (2022). Misleading information in online health product marketing: A consumer protection review. *Jurnal Hukum dan Teknologi*, 7(1), 45–60.
- BPOM. (2022). *Laporan Tahunan BPOM Republik Indonesia: Pengawasan Obat dan Makanan di Era Digital*. Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Fitria, L., & Mahmud, A. (2021). Tantangan koordinasi antar lembaga dalam pengawasan perdagangan elektronik di Indonesia. *Jurnal Kebijakan Publik*, 12(3), 201–214.
- Hidayat, R. (2021). Digital marketplace and the rise of misinformation: A legal perspective. *Indonesian Journal of Cyber Law*, 4(2), 88–102.
- Kurniawan, F. (2022). Algoritma rekomendasi e-commerce dan implikasinya terhadap keamanan konsumen. *Jurnal Sistem Digital*, 10(1), 77–93.
- Prasetyo, I., & Hartono, D. (2021). The role of influencers in shaping consumer perception of health products. *Journal of Digital Marketing Studies*, 5(2), 90–105.
- Pratama, A. (2022). Artificial intelligence for digital consumer protection: Opportunities and challenges. *Journal of Cyber Policy*, 6(1), 55–70.
- Rahmawati, S., & Yusuf, R. (2021). Digital literacy and consumer vulnerability in online purchases of health products. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(3), 134–150.
- Sari, Y. (2020). Penyampaian informasi yang menyesatkan dalam transaksi elektronik. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(1), 22–34.
- Sutedi, A. (2014). *Hukum perlindungan konsumen*. Sinar Grafika.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

- Wahyuni, S. (2020). Literasi digital konsumen dalam transaksi e-commerce dan implikasinya terhadap keamanan konsumen. *Jurnal Komunikasi dan Masyarakat Digital*, 5(2), 112–125.
- Wijaya, B. (2023). Platform accountability in preventing misleading digital content. *Journal of Online Platform Governance*, 3(1), 1–15.
- Yuliani, D. (2021). Penegakan hukum terhadap pelanggaran informasi produk kesehatan di ruang digital. *Jurnal Hukum Konsumen*, 9(2), 66–80.