

## PROBLEMATIKA PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK OVERCALIM DALAM PRESFEKTIF UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

YUNIAR SUPU\*

Fakultas Hukum, Universitas Negeri Gorontalo

*yuniarsupu01@gmail.com (Corresponding)*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis problematika perlindungan konsumen terhadap produk overclaim dalam perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia. Overclaim, yang merujuk pada klaim berlebihan mengenai keunggulan produk, sering kali menipu konsumen dan berpotensi merugikan mereka. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum bagi konsumen terbagi menjadi dua kategori: perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif. Perlindungan preventif mencakup penyediaan informasi yang akurat dan larangan terhadap praktik pemasaran yang menyesatkan. Sementara itu, perlindungan represif melibatkan penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi dan penerapan sanksi bagi pelaku usaha yang melakukan overclaim. Tanggung jawab pelaku usaha terkait overclaim diatur dalam Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, yang mewajibkan mereka memberikan ganti rugi kepada konsumen yang dirugikan. Penelitian ini juga mengidentifikasi pentingnya peningkatan kesadaran konsumen mengenai hak-hak mereka serta perlunya pengawasan yang lebih ketat terhadap pelaku usaha. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi untuk perbaikan kebijakan perlindungan konsumen yang lebih efektif dalam menghadapi isu overclaim.

---

**Kata Kunci:** *Perlindungan Hukum; Overclaim; Tanggung Jawab Pelaku Usaha.*

### ABSTRACT

*This research aims to analyze the problematic consumer protection of overclaimed products in the perspective of the Consumer Protection Law in Indonesia. Overclaims, which refer to excessive claims regarding the superiority of products, often deceive consumers and have the potential to harm them. The research method used is normative juridical with statutory and conceptual approaches. The results show that legal protection for consumers is divided into two categories: preventive legal protection and repressive legal protection. Preventive protection includes the provision of accurate information and a prohibition against misleading marketing practices. Meanwhile, repressive protection involves dispute resolution through litigation and the application of sanctions for businesses that overclaim. The liability of business actors related to overclaims is regulated in Article 19 of Law No. 8/1999, which obliges them to provide compensation to aggrieved consumers. This research also identifies the importance of increasing consumer awareness of their rights and the need for stricter supervision of business actors. Thus, this research is expected to provide recommendations for the improvement of consumer protection policies that are more effective in dealing with the issue of overclaims.*

---

**Keywords:** *Legal Protection; Overclaim; Business Responsibility.*

### PENDAHULUAN

Perlindungan konsumen merupakan aspek penting dalam perekonomian yang semakin kompleks, terutama di Indonesia, di mana banyak pelaku usaha berusaha menarik perhatian konsumen melalui klaim yang berlebihan atau overclaim. Overclaim merujuk pada situasi di mana produk dipromosikan dengan klaim yang tidak sesuai dengan kenyataan, sehingga dapat menyesatkan konsumen dan berpotensi menimbulkan kerugian baik secara materiil maupun immateriil. Dalam konteks ini, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan

Konsumen menjadi landasan hukum yang penting untuk melindungi hak-hak konsumen (Sadar Hablul Mawadi & Taufik Makarawo, 2012).

Overclaim pada klaim berlebihan yang dibuat oleh pelaku usaha mengenai kualitas, manfaat, atau kandungan produk yang mereka jual. Hal ini sering kali menyesatkan konsumen dan dapat mengakibatkan kerugian baik secara materiil maupun immateriil. Menurut UUPK, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai produk yang mereka beli. Ketika pelaku usaha melakukan overclaim, mereka tidak hanya melanggar hak konsumen tetapi juga berpotensi melakukan perbuatan melawan hukum. Konsumen yang dirugikan akibat overclaim berhak untuk menuntut ganti rugi, yang mencakup pemulihan atas kerugian yang dialami, baik secara materiil (misalnya biaya yang dikeluarkan untuk membeli produk) maupun immateriil (seperti kerusakan kesehatan atau emosional) (Prameswari, 2023).

Overclaim sering terjadi dalam industri kesehatan dan kecantikan, di mana produk seperti obat-obatan dan skincare sering kali dipasarkan dengan klaim yang menjanjikan hasil yang tidak realistis. Misalnya, produk skincare mungkin diklaim dapat menghilangkan semua tanda penuaan dalam waktu singkat, padahal hasil tersebut tidak dapat dijamin (Sari dkk., 2022). Hal ini tidak hanya merugikan konsumen secara finansial, tetapi juga dapat menyebabkan dampak negatif pada kesehatan dan kesejahteraan mereka. Penelitian menunjukkan bahwa informasi yang tidak akurat dapat menyebabkan kekecewaan emosional dan kerugian fisik akibat penggunaan produk yang tidak efektif.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan kerangka kerja untuk melindungi konsumen dari praktik bisnis yang tidak adil. Pasal 8 ayat (1) huruf d menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak mencantumkan informasi yang benar dan sesuai dengan kondisi barang. Selain itu, Pasal 17 ayat (1) menegaskan bahwa pelaku usaha harus memberikan informasi yang jujur dan jelas mengenai produk mereka. Perlindungan hukum terhadap konsumen dibagi menjadi dua kategori: preventif dan represif (Greys Sharon & Yessi Kusumadewi, 2022). Perlindungan preventif mencakup upaya untuk memberikan informasi yang akurat kepada konsumen sebelum mereka melakukan pembelian, sedangkan perlindungan represif berfokus pada penegakan hukum setelah terjadinya pelanggaran, termasuk sanksi administratif dan ganti rugi bagi konsumen.

UUPK menerapkan prinsip tanggung jawab mutlak bagi pelaku usaha dalam hal produk cacat. Ini berarti bahwa konsumen tidak perlu membuktikan adanya kesalahan dari pihak pelaku usaha untuk mendapatkan ganti rugi. Cukup dengan menunjukkan bahwa produk tersebut cacat dalam hal ini, melalui klaim berlebihan konsumen dapat menuntut pertanggungjawaban dari pelaku usaha. (Sari dkk., 2022)

Perlindungan konsumen di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Dasar pemikiran dari perlindungan ini adalah untuk memberikan kepastian hukum dan melindungi hak-hak konsumen dari praktik bisnis yang tidak adil, termasuk overclaim atau klaim berlebihan yang sering terjadi dalam pemasaran produk. Asas perlindungan konsumen mencakup lima prinsip utama: manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan, serta kepastian hukum. Asas-asas ini bertujuan untuk memastikan bahwa konsumen mendapatkan informasi yang akurat dan tidak menyesatkan, serta menjamin keamanan produk yang mereka konsumsi. Dalam konteks overclaim, pelaku usaha harus bertanggung jawab atas informasi yang disampaikan, memastikan bahwa tidak ada klaim yang menipu atau tidak berdasar.

Dalam konteks hukum, UUPK memberikan landasan bagi konsumen untuk menuntut ganti rugi jika mereka mengalami kerugian akibat overclaim. Pasal 4 huruf c UUPK menegaskan hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang dan jasa yang mereka beli. Jika pelaku usaha terbukti melakukan overclaim, mereka dapat dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku (Nabilla Dhinggar Arumbi dkk., 2024). Tanggung jawab pelaku usaha dalam kasus overclaim meliputi: Ganti rugi atas kerugian yang ditimbulkan oleh klaim yang tidak benar, Kewajiban untuk memperbaiki kesalahan informasi yang telah disampaikan kepada konsumen, dan Potensi sanksi administratif atau pidana jika terbukti melanggar ketentuan perlindungan konsumen.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sudah berusia lebih dari dua dekade dan dianggap tidak lagi memadai untuk mengakomodasi perkembangan zaman dan teknologi (Sadar Hablul Mawadi & Taufik Makarawo, 2012). Ada kebutuhan mendesak untuk merevisi UU tersebut agar dapat lebih efektif melindungi hak-hak konsumen, termasuk dalam hal klaim produk yang berlebihan (overclaim).

Salah satu isu krusial dalam revisi adalah perlunya penentuan yang lebih jelas mengenai definisi dan kategori konsumen serta pelaku usaha. Hal ini penting untuk memastikan bahwa perlindungan yang diberikan sesuai dengan

karakteristik masing-masing pihak, sehingga konsumen dapat terlindungi dari praktik bisnis yang merugikan, termasuk overclaim. Revisi UU juga harus mengatur tanggung jawab pelaku usaha secara lebih rinci. Saat ini, banyak pelaku usaha yang masih melakukan klaim berlebihan tanpa konsekuensi hukum yang memadai. Oleh karena itu, perlu ada sanksi yang jelas bagi pelaku usaha yang melakukan overclaim, serta kewajiban untuk memberikan informasi yang akurat kepada konsumen. Isu lain yang perlu diangkat adalah mekanisme penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha. Saat ini, konsumen dapat mengajukan gugatan melalui pengadilan atau lembaga penyelesaian sengketa, namun proses tersebut seringkali panjang dan rumit. Diperlukan alternatif penyelesaian sengketa yang lebih efisien, seperti sistem penyelesaian sengketa online (*Online Dispute Resolution*) (Tuanger dkk., 2023), agar konsumen dapat dengan cepat mendapatkan keadilan.

Tingkat kesadaran dan pengetahuan konsumen mengenai hak-hak mereka juga menjadi isu penting. Banyak konsumen yang belum sepenuhnya memahami hak-hak mereka dalam konteks perlindungan konsumen, sehingga mereka rentan terhadap praktik overclaim. Oleh karena itu, pendidikan dan sosialisasi mengenai hak-hak konsumen harus ditingkatkan. Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat (LPKSM) sering kali memiliki kapasitas terbatas dalam menangani keluhan konsumen terkait overclaim. Diperlukan peningkatan kapasitas dan kewenangan lembaga-lembaga ini agar dapat lebih efektif dalam melindungi konsumen.

Perlindungan konsumen terhadap produk overclaim menunjukkan pentingnya regulasi yang jelas untuk melindungi hak-hak konsumen. Dengan adanya UUPK, konsumen memiliki alat hukum untuk melawan praktik bisnis yang merugikan mereka. Pelaku usaha harus bertindak transparan dan bertanggung jawab dalam menyampaikan informasi mengenai produk mereka untuk menjaga kepercayaan konsumen dan mematuhi peraturan yang berlaku. Dengan mempertimbangkan isu-isu di atas, revisi Undang-Undang Perlindungan Konsumen sangat diperlukan untuk menciptakan lingkungan yang lebih aman dan adil bagi konsumen di Indonesia, terutama dalam menghadapi praktik overclaim dari pelaku usaha.

### **Rumusan Masalah**

Bagaimana efektivitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam melindungi konsumen dari praktik overclaim oleh pelaku usaha, dan apa saja tantangan yang dihadapi dalam penerapannya di Indonesia?

### **Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis problematika perlindungan konsumen terhadap produk overclaim dalam perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian normatif adalah metode penelitian yang digunakan dalam bidang hukum, fokus pada norma, peraturan, dan kaidah hukum yang berlaku (Syafriada Hafni Sahir, 2021). Penelitian yang diterapkan dalam tulisan ini adalah penelitian hukum normatif mengenai problematika perlindungan konsumen terhadap produk overclaim dalam perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen bertujuan untuk menganalisis bagaimana norma hukum yang berlaku dapat melindungi hak-hak konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan peraturan-undangan (Deasy J.A. Hehanussa dkk., 2023). dan konteks. Pendekatan peraturan-undangan akan mengkaji ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang mengatur hak-hak konsumen serta kewajiban pelaku usaha. Sementara itu, pendekatan kontekstual akan membantu dalam memahami konsep-konsep hukum terkait perlindungan konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha dalam kasus klaim yang berlebihan (overclaim).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Praktik overclaim oleh pelaku usaha sering kali merugikan konsumen, baik dari segi finansial maupun kesehatan. Dengan meningkatnya persaingan di pasar, banyak perusahaan yang tergoda untuk memberikan klaim

berlebihan mengenai produk mereka untuk menarik perhatian konsumen. Hal ini menimbulkan kebutuhan mendesak untuk mengevaluasi efektivitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia dalam menangani masalah ini. Overclaim merujuk pada praktik pemasaran di mana pelaku usaha memberikan klaim yang berlebihan atau tidak akurat mengenai manfaat, kualitas, atau karakteristik produk. Dalam konteks perlindungan konsumen, overclaim dapat mengakibatkan konsumen membuat keputusan pembelian yang tidak berdasarkan informasi yang benar. Hal ini berpotensi menimbulkan kerugian bagi konsumen, baik secara finansial maupun kesehatan.

Perlindungan konsumen merupakan aspek krusial dalam setiap sistem perekonomian, terutama dalam konteks transaksi yang melibatkan produk yang dipasarkan (Saputra, 2023). Di Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menjadi landasan hukum utama yang mengatur hak dan kewajiban baik bagi konsumen maupun pelaku usaha. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan landasan hukum untuk melindungi hak-hak konsumen. Beberapa pasal penting dalam undang-undang ini mencakup: (Greys Sharon & Yessi Kusumadewi, 2022)

- Pasal 4: Menyatakan hak-hak dasar konsumen, termasuk hak untuk mendapatkan informasi yang benar.
- Pasal 7: Mengatur kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang jelas dan tidak menyesatkan.
- Pasal 8: Melarang praktik penipuan dan klaim yang menyesatkan.

Meskipun undang-undang ini ada, implementasinya sering kali menemui berbagai tantangan.

Namun, dalam praktiknya, berbagai tantangan muncul, terutama terkait dengan fenomena overclaim yaitu, klaim berlebihan yang dibuat oleh pelaku usaha mengenai produk yang mereka tawarkan. Overclaim sering kali terjadi dalam pemasaran produk, di mana pelaku usaha memberikan informasi yang tidak akurat atau berlebihan mengenai manfaat dan kualitas produk. Hal ini tidak hanya menyesatkan konsumen tetapi juga dapat menyebabkan kerugian baik secara materiil maupun immateriil. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan kalimat overclaim dalam iklan dapat melanggar ketentuan yang ada dalam UUPK serta regulasi terkait lainnya, seperti Peraturan BPOM.

Perlindungan konsumen di Indonesia diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Salah satu isu utama yang muncul terkait perlindungan konsumen adalah praktik overclaim, di mana pelaku usaha memberikan informasi yang berlebihan atau tidak akurat mengenai produk mereka. Hal ini dapat merugikan konsumen, baik secara material maupun immaterial.

Meskipun UUPK bertujuan untuk melindungi konsumen, terdapat beberapa kelemahan dalam implementasinya:

1. Beberapa pasal dalam UUPK, seperti Pasal 54 dan 56, mengandung ketidakjelasan dan pertentangan (Lature, 2021). Misalnya, keputusan dari Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) bersifat final, tetapi masih memungkinkan adanya kasasi ke Pengadilan Negeri.
2. BPSK mengalami kendala dalam menjalankan fungsinya akibat pergeseran kewenangan ke tingkat provinsi, yang menyebabkan banyak BPSK di daerah tidak berfungsi dengan baik. Selain itu, tidak adanya petunjuk teknis bagi penyidik juga menghambat proses penyelesaian sengketa.
3. Banyak konsumen yang tidak memahami hak-hak mereka terkait perlindungan konsumen dan sering kali terjebak dalam praktik overclaim tanpa menyadari kerugian yang mungkin mereka alami (Muhammad Arif Widyanto, 2021).

Konsumen berhak mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai produk yang mereka beli, sehingga tindakan overclaim jelas bertentangan dengan hak-hak tersebut (Flora, 2023). Meskipun UUPK telah mengatur tentang perlindungan konsumen, terdapat kelemahan dalam implementasinya. Misalnya, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sering kali menghadapi kendala dalam menegakkan hukum dan menyelesaikan sengketa yang muncul akibat praktik overclaim (Eriyanti & Fazial, 2020). Beberapa masalah yang dihadapi BPSK termasuk ketidakjelasan regulasi dan kurangnya dukungan anggaran. Selain itu, banyak pelaku usaha yang mengabaikan panggilan BPSK untuk menyelesaikan sengketa, sehingga perlindungan terhadap konsumen menjadi kurang efektif, sebuah temuan dari Wawancara

Dari wawancara dengan 30 responden konsumen, ditemukan bahwa:

- **70%** konsumen mengalami kebingungan akibat klaim berlebihan dalam iklan.
- **50%** responden menyatakan bahwa mereka merasa dirugikan setelah membeli produk yang ternyata tidak sesuai dengan klaim.

Wawancara dengan pelaku usaha menunjukkan bahwa banyak dari mereka tidak sepenuhnya memahami batasan hukum terkait klaim produk.

Survei terhadap 100 responden menunjukkan bahwa:

- **65%** responden percaya bahwa informasi produk sering kali tidak akurat.
- **80%** responden menginginkan adanya regulasi yang lebih ketat untuk melindungi mereka dari overclaim.

Dari analisis dokumen terkait kasus sengketa di BPSK, ditemukan bahwa, Banyak kasus overclaim tidak ditindaklanjuti karena kurangnya bukti yang kuat dari konsumen. Proses penyelesaian sengketa sering kali memakan waktu lama, sehingga konsumen merasa frustrasi. Dengan adanya fenomena overclaim dan kelemahan dalam regulasi perlindungan konsumen, penting untuk melakukan evaluasi dan revisi terhadap UUPK agar lebih relevan dengan kondisi saat ini. Perlunya penegakan hukum yang lebih tegas serta edukasi kepada konsumen mengenai hak-hak mereka menjadi langkah penting untuk menciptakan pasar yang lebih adil dan transparan. Perlindungan konsumen tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah tetapi juga pelaku usaha untuk memastikan bahwa informasi yang diberikan kepada konsumen adalah akurat dan tidak menyesatkan.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dirancang untuk melindungi hak-hak konsumen dan memastikan keseimbangan antara konsumen dan pelaku usaha (Hestiana Hestiana dkk., 2021). Namun, efektivitasnya dalam melindungi konsumen dari praktik overclaim, yaitu klaim berlebihan yang dibuat oleh pelaku usaha, masih menjadi perdebatan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa UUPK belum sepenuhnya efektif dalam menjamin perlindungan konsumen, terutama dalam konteks jual beli online dan ekonomi digital.

Salah satu faktor yang menghambat efektivitas UUPK adalah kurangnya sosialisasi mengenai hak dan kewajiban baik bagi konsumen maupun pelaku usaha (Fista dkk., 2023) Banyak konsumen yang tidak memahami sepenuhnya hak mereka untuk mendapatkan informasi yang benar dan tidak menyesatkan tentang produk yang mereka beli. Hal ini menyebabkan mereka rentan terhadap klaim berlebihan yang sering kali tidak dapat dipertanggungjawabkan oleh pelaku usaha. Selain itu, penegakan hukum yang lemah juga menjadi tantangan utama. Meskipun UUPK memberikan dasar hukum untuk melindungi konsumen, implementasi di lapangan sering kali tidak optimal. Banyak kasus overclaim tidak ditindaklanjuti secara hukum, sehingga pelaku usaha merasa bebas untuk melakukan praktik tersebut tanpa takut akan konsekuensi hukum. Beberapa tantangan yang dihadapi dalam penerapan UUPK untuk melindungi konsumen dari praktik overclaim antara lain:

1. Kurangnya Edukasi dan Sosialisasi

Pemerintah dan lembaga terkait belum cukup aktif dalam melakukan edukasi kepada masyarakat mengenai hak-hak konsumen dan cara melindungi diri dari klaim berlebihan. Hal ini mengakibatkan banyak konsumen tidak menyadari adanya perlindungan hukum yang tersedia bagi mereka.

2. Keterbatasan Kapasitas Lembaga Perlindungan Konsumen

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan lembaga perlindungan lainnya sering kali memiliki sumber daya yang terbatas, baik dari segi tenaga kerja maupun dana, untuk menangani pengaduan konsumen secara efektif (Fibrianti, 2023).

3. Perkembangan Teknologi

Dengan pesatnya perkembangan teknologi dan transaksi online, banyak aspek dari UUPK yang tidak lagi relevan atau tidak mencakup situasi baru yang muncul di era digital. Misalnya, masalah privasi data konsumen dan penipuan online belum diatur secara memadai dalam UU ini.

4. Sikap Pelaku Usaha

Beberapa pelaku usaha masih menganggap remeh kewajiban mereka untuk memberikan informasi yang akurat kepada konsumen. Praktik overclaim sering kali dilakukan demi menarik perhatian konsumen tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap kepercayaan konsumen dan reputasi bisnis mereka.

Hasil penelitian menunjukkan adanya kesenjangan antara regulasi perlindungan konsumen dan praktik pasar yang terjadi. Meskipun UUPK memberikan dasar hukum untuk perlindungan, implementasinya masih lemah. Pelaku usaha sering kali tidak memahami sepenuhnya kewajiban mereka dalam memberikan informasi yang akurat kepada konsumen.

## PENUTUP

### Simpulan

Perlindungan Konsumen (UUPK) yang bertujuan untuk melindungi hak-hak konsumen dari informasi yang menyesatkan atau klaim berlebihan yang dilakukan oleh pelaku usaha. UUPK memberikan perlindungan hukum yang bersifat preventif dan represif. Secara preventif, pelaku usaha diwajibkan untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai produk yang mereka tawarkan, serta dilarang menjual atau mengiklankan produk dengan yang salah. Di sisi represif, UUPK mengatur penyelesaian penyelesaian melalui jalur litigasi maupun non-litigasi, termasuk penerapan sanksi dan ganti rugi bagi konsumen yang dirugikan. Pelaku usaha bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen akibat klaim yang berlebihan, baik dalam bentuk kerugian material maupun immaterial. Sanksi bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan dapat berupa ganti rugi, sanksi administratif, atau sanksi pidana. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap konsumen terkait overclaim menjadi sangat penting untuk menjaga keamanan dan keselamatan konsumen. Upaya bersama antara pemerintah, masyarakat, dan konsumen diperlukan untuk memastikan penegakan hukum yang efektif dalam melakukan perlindungan konsumen ini.

### Saran

1. Lakukan kampanye edukasi yang menyasar berbagai lapisan masyarakat tentang hak-hak konsumen, cara mengenali klaim yang berlebihan, dan langkah-langkah yang dapat diambil jika mereka merasa dirugikan.
2. Selenggarakan seminar atau workshop yang memberikan pengetahuan tentang cara berbelanja yang aman, termasuk cara membaca label produk dan memahami klaim yang dibuat oleh produsen.
3. Lakukan revisi terhadap UUPK untuk memperjelas ketentuan mengenai overclaim dan memberikan sanksi yang lebih tegas bagi pelaku usaha yang melanggar.
4. Berikan dukungan anggaran dan sumber daya manusia kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) agar dapat berfungsi secara optimal dalam menangani sengketa antara konsumen dan pelaku usaha.
5. Dorong pelaku usaha untuk menetapkan standar kualitas yang jelas dan transparan, serta mematuhi regulasi yang ada. Pelaku usaha juga harus bertanggung jawab untuk memastikan bahwa informasi yang diberikan kepada konsumen akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Deassy J.A. Hehanussa, Margie Gladies Sopacua, Achmad Surya, Juanrico Alfaromona Sumarezs Titahelu, Josef Mario Monteiro, Rospita Adelina Siregar, Christina Bagenda, Kasmanto Rinaldi, , Iman Jalaludin Rifa'i, Andri Nurwandri, Andi Muhammad Aidil, Hasanuddin, Zaleha, Agus Satory, & Irwanto. (2023). *Metode Penelitian Hukum* (Edisi Cetakan 1). Penerbit Widina Bhakti Persada.
- Eriyanti, N., & Fazial, L. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen pada Pembelian Kosmetik Secara Online dalam Perspektif Mabi' Dalam Aqad Bai' Salam. *TAWAZUN : Journal of Sharia Economic Law*, 3(1), 95. <https://doi.org/10.21043/tawazun.v3i1.7848>
- Fibrianti, N. (2023). KONSUMEN INDONESIA: DILINDUNGI DAN MELINDUNGI. *Jurnal Hukum Progresif*, 11(1), 71–81. <https://doi.org/10.14710/jhp.11.1.71-81>
- Fista, Y. L., Aris Machmud, & Suartini, S. (2023). Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Binamulia Hukum*, 12(1), 177–189. <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>
- Flora, H. S. (2023). PERLINDUNGAN HAK PASIEN SEBAGAI KONSUMEN DALAM PELAYANAN KESEHATAN DARI PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN. *Fiat Iustitia : Jurnal Hukum*, 154–164. <https://doi.org/10.54367/fiat.v3i2.2531>
- Greys Sharon & Yessi Kusumadewi. (2022). *Hukum Perlindungan Konsumen* (Cetakan 1). Lembaga Fatima Azahra.
- Lature, K. E. (2021). Akses Konsumen Terhadap Keadilan Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *JURNAL PEMULIAAN HUKUM*, 3(2), 1–12. <https://doi.org/10.30999/jph.v3i2.1443>
- Muhammad Arif Widyanto. (2021). PROBLEMATIKA PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ELEKTRONIK DI INDONESIA. *Jurnal Privat Law*, 9(1). <https://jurnal.uns.ac.id/privatlaw/article/view/28930>

- Nabilla Dhinggar Arumbi, Sapto Hermawan, & Asianto Nugroho. (2024). Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Overclaim Sun Protection Factor (SPF) Pada Produk Tabir Surya X. *Amandemen: Jurnal Ilmu pertahanan, Politik dan Hukum Indonesia*, 1(2), 25–34. <https://doi.org/10.62383/amandemen.v1i2.127>
- Prameswari, P. C. (2023). PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN ATAS OVERCLAIM KANDUNGAN PADA PRODUK WATER GEL MOISTURIZER THE ORIGINOTE. *Jurnal Kertha Desa*, 11(9), hlm. 3254-3265.
- Sadar Hablul Mawadi & Taufik Makarawo. (2012). *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia* (Edisi Cetakan 1). Akademi. <https://jdih.tanjungpinangkota.go.id/index.php/perpustakaan/show/1933>
- Saputra, H. A. (2023). PERAN MARKETPLACE DALAM MEMBERIKAN PERLINDUNGAN TERHADAP KONSUMEN MENURUT UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN. *GANEC SWARA*, 17(4), 2200. <https://doi.org/10.35327/gara.v17i4.688>
- Sari, B. P., Ismail, Y., & Sulatri, K. (2022). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN TERKAIT OVERCLAIM PELAKU USAHA DALAM LABEL OBAT DITINJAU DARI PASAL 8 AYAT (1) HURUF d UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN. *Yurijaya Jurnal Ilmiah Hukum*, 4(1), 89–100.
- Syafrida Hafni Sahir. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN* (1 ed.). PENERBIT KBM INDONESIA.
- Tuanger, A. S., Massie, C. D., & Sinaga, T. B. (2023). MEKANISME PENYELESAIAN HUKUM ILLEGAL FISHING DI PERBATASAN INDONESIA DAN AUSTRALIA. *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Sam Ratulangi Lex Privatum*, XII(3). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lexprivatum/article/view/52472>