

Penyuluhan Hukum untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat terhadap Keamanan Pangan dalam Peredaran Produk Digital di Tasikmalaya, Jawa Barat

Rila Kusumaningsih¹, Zetilla Arifa Suhardi²

¹Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Indonesia

²Manajemen Mutu Halal, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi, Indonesia

*e-mail: Rila.kusumaningsih.sh.mh@untirta.ac.id¹, zetillaarifa08@gmail.com²

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah mendorong meningkatnya peredaran produk pangan melalui platform daring, yang di satu sisi memberikan kemudahan akses bagi konsumen, namun di sisi lain menimbulkan potensi risiko terhadap keamanan pangan. Kurangnya pemahaman pelaku usaha dan konsumen mengenai standar keamanan pangan, perizinan, serta kewajiban hukum dalam distribusi produk pangan secara digital menjadi permasalahan yang perlu mendapatkan perhatian serius. Kegiatan penyuluhan hukum ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat, khususnya pelaku usaha mikro dan konsumen, mengenai aspek hukum keamanan pangan dalam peredaran produk di era digital. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan edukatif-partisipatif melalui penyampaian materi, diskusi dan interaktif. Materi penyuluhan mencakup regulasi terkait keamanan pangan, kewajiban pelaku usaha, hak konsumen, serta risiko hukum yang dapat timbul akibat pelanggaran. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap pentingnya labelisasi, izin edar, serta standar higienitas produk pangan. Selain itu, peserta juga menjadi lebih sadar akan konsekuensi hukum dari peredaran produk pangan yang tidak memenuhi standar. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan literasi hukum masyarakat terkait keamanan pangan di era digital dan mendorong terciptanya ekosistem perdagangan pangan yang aman, bertanggung jawab, dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kata kunci: penyuluhan hukum, keamanan pangan, era digital, perlindungan konsumen, peredaran produk pangan

Abstract

The development of information and communication technology in the digital era has driven the increasing circulation of food products through online platforms, which on the one hand provides easier access for consumers, but on the other hand poses potential risks to food safety. The lack of understanding among business actors and consumers regarding food safety standards, licensing, and legal obligations in the distribution of food products digitally has become an issue that requires serious attention. This legal counseling activity aims to enhance public awareness and understanding, particularly among micro business actors and consumers, regarding the legal aspects of food safety in the distribution of products in the digital era. The method used in this activity is an educative-participatory approach through the delivery of materials, discussions, and interactive sessions. The counseling materials cover regulations related to food safety, the obligations of business actors, consumer rights, and potential legal risks arising from violations. The results of the activity indicate an improvement in participants' understanding of the importance of labeling, distribution permits, and food hygiene standards. In addition, participants have become more aware of the legal consequences of distributing food products that do not meet established standards. This activity is expected to improve public legal literacy regarding food safety in the digital era and to promote the creation of a safe, responsible, and law-compliant food trade ecosystem.

Keywords: legal counseling, food safety, digital era, consumer protection, food product distribution

1. PENDAHULUAN

Pesatnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi di abad ke-21 telah memicu perubahan signifikan di sektor perdagangan, terutama dalam pemasaran pangan, farmasi, dan kosmetik. Era digital telah memberikan kemudahan luar biasa bagi masyarakat untuk mengakses

dan memperoleh beragam produk secara daring melalui marketplace, situs ecommerce, dan platform media sosial seperti TikTok Shop, Shopee, Instagram, dan Facebook. Namun, aksesibilitas ini juga menimbulkan risiko yang cukup besar akibat maraknya peredaran barang-barang ilegal. Produk-produk ilegal yang tersedia daring seringkali tidak memiliki izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), mungkin tidak memiliki merek dagang yang sah, dan dapat mengandung zat berbahaya yang menimbulkan risiko signifikan bagi kesehatan masyarakat.

Beberapa kasus telah terjadi di mana pelaku kejahatan memalsukan sertifikat izin edar dan menipu konsumen dengan memasang merek toko yang tampak sah. Akibatnya, hal ini mendorong konsumen untuk berbelanja di toko-toko tersebut. Kejadian serupa terjadi pada seorang ibu rumah tangga asal Lombok Tengah. Ia membeli produk kecantikan melalui portal e-commerce yang dipasarkan ulang. Ia tidak menyadari ketiadaan izin edar BPOM untuk produk-produk tersebut. Kejadian ini dapat dipandang sebagai salah satu aspek kewajiban BPOM untuk menyelidiki dan menangani kasus tersebut.

Akibatnya, ketiadaan perlindungan konsumen merugikan konsumen dalam menggugat pelaku usaha yang didefinisikan secara luas. Kelangkaan pilihan konsumen diakui secara luas di sektor manufaktur rumahan. Akibatnya, hal ini dapat menimbulkan dampak negatif yang signifikan bagi konsumen, yang mengarah pada kesimpulan bahwa perlindungan konsumen yang tidak memadai dalam prosedur pembelian dan penjualan memengaruhi perilaku konsumen. (R, Ela Oktavia Putri Yunita, 2023)

Dari perspektif hukum, penjualan barang pangan dan obat ilegal secara online melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan, antara lain Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang kesehatan, Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang pangan, dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Teknik Elektronik (ITE).

Untuk mengatasi rintangan era digital, seharusnya BPOM mengoptimalkan berbagai pengembangan strategi pemeriksaan, diantaranya peningkatan sistem digital pengontrolan melalui e-Registrasi, e-Warning, serta penggunaan data besar artificial intelligence (AI).

Untuk mengidentifikasi pola penggunaan produk digital. Sementara itu, media sosial saat ini menjadi ruang yang sangat aktif dan sulit untuk dikontrol. Influencer dan penjual online terkadang mempromosikan produk tanpa mengetahui aturan hukum terkait izin pemasaran dan standar keamanan produk. Oleh karena itu, mengharapkan BPOM untuk meningkatkan upaya pencegahan melalui penyuluhan masyarakat, program edukasi digital, serta penegakkan hukum berdasarkan data digital (digital forensic).

2. METODE

Kegiatan Penyuluhan ini dilaksanakan dengan sasarannya adalah Masyarakat sekitar lingkungan desa. Peserta adalah para tokoh masyarakat dan masyarakat umum setempat.

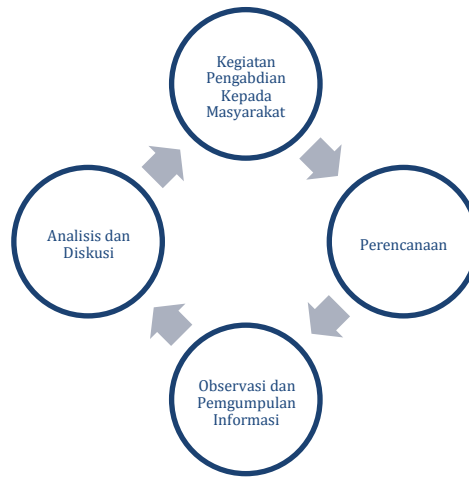
Tahapan pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilakukan selama lebih kurang 2 jam. Secara umum pelaksanaan kegiatan yaitu: persiapan awal dilakukan melalui survey ke lapangan untuk memperoleh gambaran umum masyarakat dan mengidentifikasi permasalahan yang akan menjadi dasar untuk penetapan tema kegiatan. Kegiatan ini sekaligus untuk mendapatkan ijin kerjasama dari aparat desa setempat yang berwenang.

Tahap Pelaksanaan kegiatan yaitu: Perkenalan tim pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat, kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan tim sekaligus bertujuan membangun hubungan baik dengan masyarakat, sehingga masyarakat diharapkan dapat berpartisipasi aktif pada kegiatan penyuluhan hukum dan keamanan pangan. Sosialisasi yang bertujuan untuk memperkenalkan peredaran produk BPOM yang akan dilaksanakan pada wilayah desa setempat. Pelaksanaan penyuluhan yaitu

1. Untuk memberikan wawasan dan pengetahuan dalam pengawasan serta perlindungan konsumen dalam peredaran produk pangan.

2. Melaksanakan sosialisasi mengenai langkah langkah cek kemasan, label, izin Edar dan kadaluwarsa sebelum membeli.

Kegiatan ini diharapkan menyatukan pemahaman masyarakat terhadap pentingnya keamanan pangan dalam peredaran produk di Era Digital.



Gambar 1. Metode Pengabdian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Implikasi Hukum

Hukum harus beradaptasi dengan tuntutan masyarakat. Masyarakat menginginkan reformasi hukum. Reformasi ini bertujuan untuk mendorong kemajuan manusia guna mengurangi perilaku anarkis, tidak menentu, dan tak terkendali yang berdampak signifikan terhadap masyarakat, terutama kelas bawah atau akar rumput. Harapan kita dari perubahan yang baik adalah pemulihan kondisi yang lebih baik, alih-alih kemerosotannya. Akibatnya, transformasi yang kita cita-citakan membutuhkan waktu dan pendekatan sistematis, alih-alih dapat dicapai secara instan.

Reformasi hukum merupakan masalah sosioekonomi dan sosiologis yang secara intrinsik terkait dengan pengaruh politik, aspirasi individu, dan pertimbangan finansial. Mengenai kemajuan masyarakat dan kerangka regulasi hukum yang baru, tidak dapat disangkal bahwa perbaikan hukum yang terstruktur dan sistematis menghasilkan dampak substansial terhadap kehidupan sosial.

Sebelum adanya modifikasi hukum yang disahkan oleh parlemen, pemerintah, atau lembaga peradilan, terdapat tuntutan publik yang mendesak akan perubahan tersebut. Semakin cepat hukum melakukan intervensi untuk mereformasi masyarakat, semakin besar dampaknya terhadap pertumbuhan masyarakat. Sebaliknya, pemberlakuan hukum yang berlarut-larut untuk mengatasi reformasi masyarakat justru mengurangi efektivitas dan keadilannya dalam pembangunan masyarakat, seiring dengan berkembangnya sikap masyarakat. Terdapat dua jenis perlindungan hukum yang optimal bagi konsumen dalam transaksi daring di era digital:

1. Perlindungan hukum di luar pengadilan melalui Undang-undang ITE memberikan kesempatan kepada pihak yang bersengketa untuk menyelesaikan sengketa melalui jalur damai atau non-pengadilan. Tetapi karena dalam hal gugatan berada di bidang perdagangan digital, dengan media perdagangan berada di internet, pada dasarnya gugatan keperdataan non-pengadilan menjadi pilihan utama dalam penyelesaian sengketa yang optimal dan ekonomis. Dalam pasal 39 ayat (2) Undang-undang ITE, metode penyelesaian sengketa non-pengadilan seperti arbitrase dan alternatif penyelesaian sengketa lainnya diatur secara lebih khusus dalam Undang-undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Atribase dan Alternatif dalam penyelesaian sengketa

lainnya.

Undang-undang Nomor 30 Tahun 1999 menjelaskan bahwa terdapat 6 metode penyelesaian sengketa non litigasi, yakni arbitrase, konsultasi, negoisasi, mediasi, konsiliasi, serta penilaian para ahli pasal 1 Nomor 10 UU Nomor 30 tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif bentuk penyelesaian sengketa khusus perdagangan elektronik, secara khusus Harus terbagi menjadi dua pengertian dalam hubungannya terhadap penyelesaian sengketa non litigasi. Pertama yaitu hal perdagangan, ialah wilayah pengaturan Undang-undang Nomor 30 tahun 1999, permasalahan yang dapat diselesaikan secara Arbitrase hanya sengketa di didang perdagangan.

Aturan di atas menegaskan bahwa ketentuan kewenangan arbitrase sebagai media penyelesaian sengketa non litigasi hanya terdapat dalam dunia perdagangan. Selanjutnya terkait perdagangan yang dilakukan secara elektronik, Pasal 4 Ayat (3) mengakui adanya bentruk perjanjian penyelesaian sengketa yang dilakukan dalam komunikasi media sosial seperti e-mail sebagai bentuk dokumen yang sah dalam menangkalkan penyelesaian sengketa anatr para pelaku yang membuat kontrak perdagangan terkait sifat penyelesaian sengketa non litigasi dalam Undang-undang Nomor 30 tahun 1999, merupakan syarat awal yang wajib dipenuhi untuk menggunakan metode penyelesaian sengketa non litigasi adalah terdapat aturan dalam perjanjian para pelaku yang bertujuan untuk mengikat dalam bentuk perdagangan. (Pasal 2 UU No. 30 tahun 1999 Undang-undamg Nomor 30 tahun 1999 Tentang ARbitrase dan Alternatif penyelesaian Sengketa).

Segala sengketa yang muncul dari kegiatan perdagangan elektronik atau electronic atau kata lain eccommerce dispute. Seperti yang sudah dikemukakan di atas, bahwa semakin pesatnya kegiatan eccommerce makan semakin banyak peluang terjadinya suatu sengketa yang muncul karenanya, bagian dari sengketa yang muncul yaitu akibat dari perbuatan hukum dalam e-contrad. Pada dasarnya suatu sengketa perdagangan diselesaikan melalui jalur litigasi atau non-litigasi secara langsung, tetapi pada saat ini terdapat suatu prosedur yang inovatif dalam menyelesaikan sengketa yang muncul dari aktivitas pemasaran di dunia maya (eccommerce) yaitu yangh disebut dengan penyelesaian sengketa melalui media internet atau dengan sebutan Online Dis[pute Resolution (ODR).

2. Perlindungan hukum melauai jalur Litigasi. Penyelesaian sengketa dalam perjanjian jual beli secara online dapat diselesaikan secara litigasi dan non-litigasi. Penyelesaian sengketa melalui non-litegasi dapat ditempuh dengan cara damai (mediasi), konsolidasi atau arbitrase. Mediasi merupakan prosedur penyelesaian sengketa non-litigasi yang dapat menguntungkan karena mediator mendukung para pihak untuk meraih kesepakatan. Walaupun implikasinya tidak mengikat dan final, medaisi tetap optimal dalam menyelesaikan perakara, terutama dalam tranksaksi ecommerce yang berfungsi di dunia maya dan mempunyai ciri unik yang berbeda dari real life.

Tranksaksi di dunia maya dan di dunia nyata terdapat perbedaan, terutama dalam pemahaman hukumnya. Sebagian masyarakat hanya mengetahui aspek teknis dunia maya tanpa menyadari adanya implikasi hukumnya. Meskipun media online tidak dimiliki oleh satu pihak saja, perbuatan hukum di dunia maya tetap memiliki dampak yang nyata karena pada umumnya perbuatan tersebut tetap diatur oleh hukum perdata yang sama dengan dunia nyata, terutama saat terjadinya pelanggaran perjanjian.

3.2 Regulasi Hukum

Hukum perlindungan terhadap konsumen merupakan bagian yang penting atau utama dalam aktivitas tranksaksi jual beli, karena mremberikan keamanan dan mencegah adanya kerugian bagi pembeli. Dengan adanya upaya hukum ini, konsumen berhak mendapatkan produk yang sesuai dengan dijanjikan oleh penjual. Informasi yang terbuka dari pihak usaha juga sangat penting untuk membangun kepercayaan dan kenyamanan para konsumen. Kedua belah pihak, pembeli dan penjual usaha, harus saling mendapatkan keuntungan yang adil tanpa merugikan salah satu pihak. (Fitriani, Nike, Fakultas Hukum, 2023)

- Undang-undang perlindungan konsumen memiliki beberapa tujuan penting, diantaranya:
1. Meningkatkan kesadaran dan kemandirian konsumen untuk melindungi

2. Mengangkat harta dan martabatnya konsumen agar terhindarnya dari akses buruk pemakaian produk.
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih dan menuntut hak-haknya
4. Menciptakan system perlindungan konsumen yang transparan serta memiliki kepastian hukum.
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha untuk bersikap jujur dan bertanggung jawab.
6. Meningkatkan mutu produk dan menjamin keberlangsungan produksi barang dan/atau jasa yang aman, myaman bagi konsumen

Hak-hak konsumen diatur dalam pasal 4 Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yaitu: (Kurniawan, Ridha, Agung Antoro, Agus Irawan, M S Alfarisi, 2025)

1. Hak atas keamanan dan keselamatan
2. Hak untuk memilih barang
3. Hak atas informasi yang benar
4. Hak untuk didengar
5. Hak atas advokasi dan perlindungan
6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen
7. Hak untuk diperlakukan secara adil
8. Hak untuk mendapat kompensasi jika terjadi kesalahan apabila barang /atau jasa tidak sesuai dengan perjanjian atau sebagaimana mestinya.
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Indonesia memiliki undang-undang yang berkaitan dengan Perlindungan Konsumen. Hal ini diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur berbagai hak konsumen, meliputi hak atas kenyamanan, keamanan, dan perlindungan dalam memanfaatkan barang atau jasa; hak untuk memilih dan menerima barang atau jasa sesuai dengan nilai, kondisi, dan jaminan yang dijanjikan; serta hak untuk memperoleh informasi yang tepat, transparan, dan benar mengenai barang atau jasa yang dimanfaatkan. Konsumen memiliki hak untuk menyampaikan pendapat dan keluhan, mendapatkan advokasi dan penyelesaian sengketa yang adil, mengakses pendidikan dan pelatihan konsumen, serta menerima perlakuan yang adil dan nondiskriminatif. Selain itu, konsumen berhak atas penggantian kerugian jika barang atau jasa yang diberikan tidak sesuai dengan perjanjian atau cacat. Hak-hak ini dilengkapi dengan ketentuan tambahan yang diuraikan dalam peraturan perundang-undangan. Sebaliknya, konsumen berkewajiban untuk membaca dan mematuhi petunjuk penggunaan produk demi keamanan, melakukan transaksi yang jujur, memenuhi perjanjian pembayaran, dan menyelesaikan sengketa secara tepat dan adil. Untuk menjaga martabat konsumen dan meningkatkan perlindungan, penting untuk meningkatkan pengetahuan, pemahaman, kewaspadaan, kompetensi, dan otonomi konsumen, sehingga mereka dapat membela diri dalam setiap transaksi (Nadifah & Suryono, 2025)

Dalam kegiatan komersial, selain Undang-Undang Perlindungan Konsumen, terdapat Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2014 yang mengamanatkan standarisasi dan penilaian kepatuhan untuk melindungi konsumen. Undang-undang ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan perlindungan konsumen, pelaku usaha, pekerja, negara, dan kelompok lainnya, sekaligus meningkatkan kepastian hukum, kelancaran, dan efisiensi dalam transaksi perdagangan. (Kurniawan et al., 2018)

3.3 Tantangan Produk Ilegal di Era Digital

Kemajuan teknologi informasi membawa dampak besar terhadap pola distribusi barang, termasuk pangan dan obat-obatan. Aktivitas perdagangan kini semakin mudah dilakukan secara daring, namun hal ini juga membuka peluang bagi maraknya peredaran produk ilegal. Dalam konteks pengawasan, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) menghadapi sejumlah hambatan yang cukup kompleks, diantaranya:

1. Volume dan kecepatan penyebaran produk ilegal di berbagai platform digital sangat tinggi. Sistem pengawasan manual tidak lagi memadai karena penjual dapat dengan mudah mengunggah, mengganti, atau memindahkan lapak ke platform lain dalam hitungan jam.

Situasi ini memperluas jangkauan pasar dan membuat pengendalian menjadi jauh lebih sulit. (BPOM, 2021)

2. Kedua, identifikasi pelaku usaha ilegal menjadi tantangan tersendiri. Banyak penjual menggunakan identitas palsu atau anonim, sehingga sulit dilacak dan diproses secara hukum. Koordinasi lintas lembaga, seperti antara BPOM, Kementerian Komunikasi dan Informatika, serta aparat penegak hukum, menjadi sangat penting untuk menindak pelanggaran tersebut.
3. Tingkat literasi konsumen terhadap produk legal masih rendah. Sebagian besar masyarakat belum terbiasa memverifikasi nomor izin edar BPOM sebelum membeli produk secara online, sehingga sering kali menjadi korban penipuan atau salah informasi.
4. keterbatasan sumber daya pengawasan juga berpengaruh. Jumlah pelaku usaha daring yang terus meningkat tidak sebanding dengan kapasitas personel dan infrastruktur pengawasan di daerah. Di beberapa wilayah, pengawasan digital masih terbatas karena keterbatasan teknologi dan SDM.

Selain itu, regulasi yang berlaku belum sepenuhnya responsif terhadap perkembangan teknologi digital. Banyak ketentuan hukum yang masih mengacu pada bentuk pemasaran konvensional dan belum mampu menjangkau metode promosi daring.

Tantangan lainnya adalah kurangnya koordinasi antar lembaga dan platform digital, seperti marketplace dan penyedia layanan internet, yang membuat pengawasan belum sepenuhnya optimal. (Masyarakat., 2025)

Peredaran produk pangan ilegal di era digital muncul dari beberapa faktor kunci, adapun tantangan produk ilegal di era digital yaitu:

1. Kemudahan akses teknologi dan distribusi digital

Kemudahan akses teknologi di era digital telah memberikan ruang luas bagi pelaku usaha ilegal untuk memasarkan produk pangan tanpa melalui proses legal formal seperti izin edar, sertifikasi kelayakan, atau pemeriksaan keamanan kesehatan. Melalui berbagai platform seperti marketplace, media sosial, live shopping, hingga layanan iklan digital berbayar, pelaku dapat menjangkau konsumen dalam skala besar secara cepat dan tanpa biaya operasional yang tinggi. Distribusi digital yang bersifat fragmentatif dan lintas wilayah membuat pengawasan menjadi semakin sulit dilakukan, karena banyaknya akun penjual yang bersifat anonim dan mudah muncul kembali setelah penutupan atau pemblokiran. Fenomena ini mengubah pasar digital menjadi ruang tanpa batas yang menampung berbagai jenis produk pangan, termasuk yang tidak memenuhi standar keamanan atau mengandung bahan berbahaya, sehingga menimbulkan ancaman besar bagi kesehatan publik dan konsumen yang tidak terlindungi.

2. Rendahnya literasi digital dan kesadaran keamanan pangan masyarakat

Rendahnya literasi digital dan pengetahuan keamanan pangan di masyarakat menjadi penyebab meningkatnya pembelian produk ilegal secara daring. Banyak konsumen lebih fokus pada harga yang lebih murah, testimoni palsu, atau klaim berlebihan seperti “alami”, “tanpa bahan kimia”, atau “obat herbal tradisional” tanpa melakukan verifikasi izin BPOM, komposisi, atau tanggal kedaluwarsa. Selain itu, strategi pemasaran digital sering memanfaatkan influencer, selebriti, dan konten viral yang menciptakan persepsi positif tanpa bukti ilmiah, sehingga memperkuat efek bandwagon dan mempengaruhi keputusan pembelian. Ketidakmampuan konsumen membedakan informasi kredibel dan manipulatif membuat mereka rentan menjadi target penjualan produk ilegal yang dapat membahayakan kesehatan. Situasi ini menunjukkan bahwa edukasi publik mengenai keamanan pangan dan kemampuan verifikasi informasi merupakan aspek penting dalam pengendalian peredaran produk ilegal.

3. Tantangan penegakan hukum dan yurisdiksi digital

Penegakan hukum terhadap peredaran produk ilegal di ruang digital menghadapi tantangan besar, terutama karena pelaku dapat dengan mudah mengganti akun, identitas toko, atau lokasi setelah dilakukan pemblokiran oleh otoritas. Platform digital yang bersifat lintas negara juga menyebabkan kesulitan dalam menentukan yurisdiksi penegakan hukum, terutama

terhadap produk impor ilegal seperti suplemen makanan, makanan bayi, hingga herbal yang masuk melalui jalur grey market atau distribusi gelap tanpa izin BPOM. Untuk menangani hal ini, diperlukan sinergi lintas lembaga termasuk Kementerian Kominfo, Bea Cukai, Kepolisian, serta pihak e-commerce untuk mendeteksi, memutus rantai distribusi, dan melakukan penindakan hukum. Namun koordinasi tersebut masih menghadapi hambatan teknis, regulatif, dan administratif, sehingga proses investigasi sering kali tidak sebanding dengan kecepatan pelaku memperbarui strategi dan saluran penjualan. (Darnia, M Elpha, E Enjely Utami, R Marsya, D Permata Pertiwi, 2023)

4. Keterbatasan mekanisme audit digital otomatis dan teknologi pengawasan

Pengawasan manual yang selama ini dilakukan BPOM tidak lagi mampu mengimbangi kecepatan volume transaksi digital yang mencapai ribuan unggahan produk setiap hari di berbagai platform. Saat ini, teknologi berbasis Artificial Intelligence (AI) dan machine learning yang dapat mendeteksi iklan atau tautan produk ilegal secara otomatis masih dalam tahap pengembangan dan belum sepenuhnya terimplementasi dalam sistem pengawasan nasional. Kurangnya integrasi database izin edar dengan platform e-commerce mengakibatkan banyak produk ilegal lulus verifikasi awal dan bebas dipasarkan. Kondisi ini menciptakan celah sistemik yang dimanfaatkan oleh pelaku ilegal untuk terus memperluas aktivitas mereka karena risiko deteksi sangat rendah, sementara potensi keuntungan sangat tinggi. Oleh karena itu, penguatan teknologi pengawasan digital berbasis analitik data besar (big data) menjadi kebutuhan mendesak untuk memastikan pengawasan produk pangan lebih responsif, terukur, dan adaptif terhadap ekosistem digital yang terus berkembang. (Halwi, 2025)

3.4 Faktor Peredaran Produk Ilegal di Era Digital

1. Faktor Media sosial yang dimana sebagai sarana distribusi produk ilegal juga menjadi tantangan tersendiri karena sifatnya yang cepat meluas, dan sulit untuk diawasi. Penjual bisa dengan mudah menggunakan akun palsu, mengganti nomor kontak, dan menyamarkan lokasi agar tidak terlacak oleh aparat. Hal ini memungkinkan mereka untuk terus beroperasi meskipun telah dilakukan tindakan sebelumnya. Hal ini juga menunjukkan bahwa strategi penegakan hukum yang berbasis konvensional masih perlu dilengkapi dengan pendekatan yang berbasis teknologi digital dan kerja sama lintas sektor yang lebih adaptif terhadap perubahan zaman.
2. Faktor hukum juga menjadi hambatan utama dalam penegakan terhadap penjualan kosmetik ilegal di media social. Meskipun sudah ada regulasi yang mengatur dalam bentuk Undang-Undang Kesehatan, UU ITE, dan UU Perlindungan Konsumen, tetapi dalam praktiknya masih ditemukan keterbatasan dalam implementasi. salah satu kendala utamanya adalah ketidaksesuaian antara ancaman sanksi dalam undang-undang dengan pelaksanaan hukum di lapangan. Misalnya, pelanggaran terhadap penjualan produk ilegal dapat dikenai ancaman hukuman yang cukup tinggi, tetapi dalam praktiknya para pelaku justru hanya dikenakan sanksi administratif atau pembinaan yang tidak memberikan efek jera.
3. Yang ketiga Faktor sosial dan budaya juga turut mempengaruhi maraknya penjualan dan pembelian kosmetik ilegal. Standar kecantikan yang mengedepankan kulit putih, wajah tirus, dan penampilan instan mendorong masyarakat, terutama perempuan, untuk mencari produk kosmetik yang memberikan hasil cepat dengan harga yang terjangkau, meskipun tanpa jaminan keamanan dari bpom.

3.5 Upaya Penangkalan Produk Ilegal di Era Digital

Sebagai respons terhadap meningkatnya peredaran produk ilegal secara daring, BPOM melaksanakan sejumlah langkah strategis. Salah satu langkah utama adalah melakukan patroli siber, yaitu pemantauan aktif terhadap iklan dan penjualan produk yang dicurigai tidak memiliki izin edar. Melalui sistem ini, BPOM dapat mengidentifikasi serta menindaklanjuti ribuan tautan yang melanggar ketentuan.

Selanjutnya, BPOM bekerja sama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam pemblokiran situs dan penghapusan konten ilegal. Sinergi ini berhasil menutup puluhan

ribu tautan yang mempromosikan atau menjual produk tanpa izin, sebagai bagian dari perlindungan konsumen di ranah digital. (Rifaldy, 2025)

BPOM juga mengembangkan Program INTERAKSI (Input Nomor Izin Edar Ketika Promosi), yang mewajibkan pelaku usaha mencantumkan nomor izin edar resmi pada setiap iklan digital. Kebijakan ini bertujuan mendorong transparansi dan akuntabilitas pelaku usaha di dunia maya. Selain itu, BPOM menjalin kemitraan dengan berbagai marketplace seperti Shopee dan Tokopedia untuk melakukan penyaringan terhadap produk tanpa izin dan menurunkan konten yang melanggar aturan.

Di sisi regulatif, diterbitkan Peraturan BPOM Nomor 14 Tahun 2024 yang memperkuat perlindungan konsumen dalam transaksi produk makanan dan obat-obatan secara daring. Upaya ini dilengkapi dengan program edukasi publik dan literasi digital, seperti kampanye #CekBPOM, yang bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya memeriksa legalitas produk sebelum membeli.

Selain pengawasan dan edukasi, BPOM juga mengembangkan aplikasi BPOM Mobile, yang memungkinkan masyarakat melakukan verifikasi izin edar melalui pemindaian kode QR atau barcode. Aplikasi ini menjadi inovasi penting dalam memperkuat partisipasi masyarakat dalam pengawasan mandiri.

Terakhir, BPOM tetap menegakkan penindakan hukum yang tegas terhadap pelaku usaha yang terbukti mengedarkan produk ilegal, melalui penarikan, pemusnahan barang, serta penerapan sanksi administratif maupun pidana sesuai ketentuan perundangundangan.

Secara keseluruhan, upaya BPOM dalam menangkal peredaran produk ilegal di era digital merupakan bentuk adaptasi pengawasan yang berbasis teknologi. Pendekatan yang menggabungkan pengawasan siber, kolaborasi lintas lembaga, penguatan regulasi, serta peningkatan kesadaran publik menjadi kunci utama dalam menciptakan sistem perdagangan digital yang aman dan berkeadilan bagi masyarakat.

Kasus penipuan dalam bentuk palsu obat, kosmetik, dan makanan sayangnya bukanlah hal yang baru di Indonesia. Ada sebagian orang yang memanfaatkan kurangnya pengetahuan masyarakat untuk keuntungan sendiri, tanpa memperhatikan bahaya yang bisa terjadi pada orang banyak. Oleh karena itu, masyarakat harus lebih bijak dalam memilih barang yang dibeli dan dikonsumsi, seperti obat, kosmetik, maupun makanan. Kasus pemalsuan kosmetik kerap terdengar karena banyak konsumen kurang teliti dalam memilih, begitu juga dengan kasus obat palsu dan makanan dengan tanggal kedaluarsa yang tidak jelas. Berikut beberapa tips yang bisa dilakukan konsumen untuk menghindari produk ilegal atau palsu: (Rizkt, 2025)

1. Periksa kemasan dan label produk Pastikan kemasan masih dalam kondisi tertutup rapat dan terkunci, menunjukkan bahwa produk belum pernah terbuka oleh siapa pun. Konsumen juga bisa memeriksa komposisi atau bahan yang tertera di label, serta memperhatikan tanggal kedaluarsa.
2. Jangan tergiur harga murah Meskipun harga murah bisa jadi alasan seseorang membeli produk, kadang produk yang sama bisa memiliki perbedaan harga cukup besar antar toko. Kasus seperti ini perlu lebih diwaspadai, karena tidak menutup kemungkinan adanya produk palsu baik dalam kemasan maupun isinya.
3. Masyarakat bisa lebih waspada dalam memilih produk dengan memeriksa langsung melalui situs resmi Badan Pengawas Obat dan Makanan RI (BPOM) di cekbpom.go.id.

Selain itu, untuk mengatasi tantangan tersebut, BPOM telah mengembangkan sejumlah strategi pengawasan preventif, detektif, dan represif yang diadaptasikan dengan ekosistem digital. (Subagyo, 2023)

1. Salah satu kebijakan strategis yaitu penguatan e-surveillance, yaitu pemantauan otomatis berbasis teknologi terhadap platform digital, marketplace, dan media sosial untuk mendeteksi produk yang tidak memiliki izin edar. Sistem ini dikembangkan untuk menangkap pola penjualan mencurigakan serta memverifikasi legalitas produk secara cepat. Pendekatan ini memungkinkan BPOM melakukan tindakan real time seperti pelaporan, pemblokiran, hingga investigasi lebih lanjut.
2. Selain itu, BPOM menerapkan kolaborasi lintas platform melalui kerja sama formal dengan

berbagai marketplace besar seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan TikTok Shop. Kerja sama ini memungkinkan sistem integrasi data izin edar sehingga produk tanpa registrasi dapat otomatis ditolak sebelum diunggah ke marketplace. Mekanisme ini merupakan langkah proaktif yang bertujuan meminimalkan peredaran sebelum produk ilegal masuk ke rantai distribusi digital.

3. Di sisi lain, kampanye edukasi publik juga menjadi pilar penting. Kampanye seperti Cek KLIK (Kemasan, Label, Izin Edar, Kedaluwarsa) dilakukan melalui media sosial, webinar, hingga kolaborasi dengan konten kreator untuk meningkatkan kesadaran konsumen dalam memilih produk yang aman. Edukasi ini diarahkan untuk membangun budaya konsumsi kritis yang tidak mudah terpengaruh iklan atau klaim tanpa bukti ilmiah.
4. Langkah represif pun tidak diabaikan. BPOM melakukan penindakan berupa penyitaan, penutupan akun penjual, pemblokiran situs, hingga proses hukum terhadap pelaku usaha yang melanggar. Khusus produk impor ilegal, BPOM bekerja sama dengan Bea Cukai untuk memperketat pengawasan di pintu masuk seperti pelabuhan dan bandara. Bahkan, dalam kasus tertentu yang melibatkan peredaran masif atau membahayakan kesehatan masyarakat, BPOM melakukan operasi nasional seperti Operasi Pangea yang merupakan kolaborasi dengan Interpol untuk pemberantasan kejahatan farmasi dan pangan digital.
5. Upaya penguatan sistem pelaporan masyarakat juga menjadi strategi penting. Melalui aplikasi seperti BPOM Mobile dan Halo BPOM, masyarakat dapat memeriksa legalitas produk secara mandiri sekaligus melaporkan produk mencurigakan. Mekanisme ini memperluas jaringan pengawasan melalui pendekatan partisipatif sehingga masyarakat tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga mitra pengawasan.

3.6 Efektivitas Strategi BPOM dalam Menangani Produk Ilegal di Era Digital

Menurut Handoko, agar sistem pengawasan efektif, maka sistem tersebut harus memenuhi beberapa kriteria tertentu. Kriteria utama yang harus dipenuhi adalah: 1) mengawasi kegiatan-kegiatan yang benar, 2) tepat waktu, 3) dengan biaya yang efektif, 4) tepat akurat, dan 5) dapat diterima oleh pihak yang bersangkutan. Semakin baik sistem pengawasan memenuhi kriteria-kriteria tersebut, maka semakin efektif pula sistem pengawasan tersebut. Berikut penjelasan lebih lanjut mengenai karakteristik pengawasan yang efektif: (Tamaela, 2025)

1. Akurat: informasi mengenai pelaksanaan kegiatan harus benar dan tepat. Jika data yang diberikan tidak akurat, organisasi bisa mengambil tindakan koreksi yang keliru, atau justru menciptakan masalah yang tidak ada.
2. Tepat waktu: informasi harus dikumpulkan, disampaikan, dan dievaluasi secepat mungkin agar kegiatan perbaikan dapat dilakukan segera.
3. Objektif dan menyeluruh: informasi harus mudah dipahami, bersifat objektif, dan mencakup semua aspek yang perlu dilihat.
4. Terpusat pada titik pengawasan strategis: sistem pengawasan harus fokus pada bidang-bidang yang sering terjadi penyimpangan atau bisa menimbulkan kerusakan yang sangat fatal.
5. Realistis secara ekonomis: biaya yang dikeluarkan dalam sistem pengawasan harus lebih rendah atau setidaknya sama dengan manfaat yang diperoleh dari sistem tersebut.
6. Realistis secara organisasional. Sistem pengawasan harus cocok atau harmonis dengan kenyataan-kenyataan organisasi.
7. Terkoordinasi dengan aliran kerja organisasi. Informasi pengawasan harus terkoordinasi dengan aliran kerja organisasi, karena (1) setiap tahap dari proses pekerjaan dapat mempengaruhi sukses atau kegagalan keseluruhan operasi, dan (2) informasi pengawasan harus sampai pada seluruh personalia yang melakukannya.
8. Fleksibel. Pengawasan harus mempunyai fleksibilitas untuk memberikan tanggapan sebagai petunjuk dan operasional.
9. Sistem pengawasan efektif harus menunjukkan, baik deteksi atau deviasi dari standar, tindakan koreksi apa yang seharusnya diambil.
10. Diterima para anggota organisasi. Sistem pengawasan harus mampu mengarahkan pelaksanaan kerja para anggota organisasi dengan mendorong perasaan otonomi, tanggung

jawab dan berprestasi.

Apa bila semua kriteria diatas terpenuhi, makan, bisa membuat sistem pengawasan menjadi lebih efektif. Mulyadi (2007: 770), mengemukakan beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi pengawasan adalah : (Yuliana, 2025)

1. Perubahan yang selalu terjadi baik dari luar maupun dari dalam organisasi.
2. Kompleksitas organisasi memerlukan pengawasan yang formal karena adanya desentralisasi kekuasaan.
3. Kesalahan/Penyimpangan yang dilakukan anggota organisasi.

Sistem pengawasan BPOM dapat dilakukan dengan 7 kategori antara lain regulasi, standarisasi, registrasi, inspeksi, sampling dan public warning dan layanan konsumen. (Angriawan & Mutiarin, 2019)

4. KESIMPULAN

Di era digital, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola distribusi dan pemasaran makanan, obat-obatan, dan kosmetik di Indonesia secara signifikan. Kemudahan transaksi daring memang memberikan manfaat bagi masyarakat, tetapi juga menimbulkan tantangan baru, seperti maraknya produk ilegal yang belum memiliki izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Rendahnya literasi konsumen, terbatasnya sumber daya pengawasan, dan regulasi yang belum sepenuhnya responsif terhadap perkembangan teknologi semakin memperparah permasalahan ini. Untuk mengatasi tantangan tersebut, BPOM telah menerapkan beberapa strategi, antara lain patroli siber, kolaborasi dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika, platform marketplace, serta inisiatif seperti INTERAKSI, aplikasi BPOM Mobile, dan kampanye edukasi seperti #CekBPOM. Upaya ini mencerminkan komitmen BPOM untuk memperkuat perlindungan konsumen melalui pengawasan yang adaptif, kolaboratif, dan berbasis digital. Oleh karena itu, peningkatan efektivitas pengawasan dan penegakan hukum, serta edukasi publik yang berkelanjutan, merupakan kunci untuk menciptakan sistem perdagangan digital yang aman, transparan, dan adil. Pemutakhiran regulasi yang sejalan dengan perkembangan teknologi juga merupakan langkah strategis untuk memastikan perlindungan konsumen di era digital terlaksana secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, J., Hasan, A. ul, Naqvi, T., & Mubeen, T. (2019). A Review on Software Testing and Its Methodology. *Manager's Journal on Software Engineering*, 13(1), 32–38. <https://doi.org/10.26634/jse.13.3.15515>
- Aljawarneh, S., Aldwairi, M., & Yassein, M. B. (2018). Anomaly-based intrusion detection system through feature selection analysis and building hybrid efficient model. *Journal of Computational Science*, 25(1), 152–160. <https://doi.org/10.1016/j.jocs.2017.03.006>
- BPOM. (2021). Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2021 Tentang Sertifikasi Cara Pembuatan Kosmetika Yang Baik. *Kementerian Kesehatan RI*, 1 pasal 1. <https://standar-otskk.pom.go.id/storage/uploads/de1dad09-8386-442d-bc0a-ddb9abf299d9/PerBPOM-No.-33-tahun-2021.pdf>.
- Darnia, M Elpha, E Enjely Utami, R Marsya, D Permata Pertiwi, and N. N. (2023). *Strategi Penguatan Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Era Digital*. 1(4).
- Fitriani, Nike, Fakultas Hukum, and U. P. (2023). *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Transaksi Jual Beli Online Dalam Hal Terjadinya Kerugian*. 1–15. <https://doi.org/10.11111/nusantara.xxxxxxx>.
- Guo, Y., Han, S., Li, Y., Zhang, C., & Bai, Y. (2018). K-Nearest Neighbor combined with guided filter for hyperspectral image classification. *International Conference On Identification, Information and Knowledge in the Internet of Things*, 159–165.

- Halwi, M. (2025). *BBPOM Mataram Ungkap Tantangan Pengawasan Obat Dan Makanan*. <https://share.google/jzSl4orgScrkn4Xg>.
- Handoko, D. (2016). Sistem Pendukung Keputusan Seleksi Penentuan Penerima Beasiswa Dengan Metode Simple Additive Weighting (SAW). In *Program Studi Teknik Informatika* (Vol. 5, Issue 2). Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Kurniawan, Ridha, Agung Antoro, Agus Irawan, M S Alfarisi, and O. T. (2025). *Penegakan Hukum Badan Pengawas Obat Dan Makanan (BPOM) Terhadap Perdagangan Bahan Pangan Kadaluwarsa Di Pasar Tradisional Kota Jambi*. 5, 81.
- Kurniawan, Y. I., Rahmawati, A., Chasanah, N., & Hanifa, A. (2019). Application for determining the modality preference of student learning. *Journal of Physics: Conference Series*, 1367(1), 1–11. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1367/1/012011>
- Kurniawan, Y. I., Soviana, E., & Yuliana, I. (2018). Merging Pearson Correlation and TAN-ELR algorithm in recommender system. *AIP Conference Proceedings*, 1977. <https://doi.org/10.1063/1.5042998>
- Low, C. (2015). *NSL-KDD Dataset*.
- Masyarakat, B. K. S. dan H. (2025). *BPOM Ajak Platform Marketplace Berpartisipasi Dalam Program INTERAKSI*. <https://www.pom.go.id/berita/bpom-ajak-platform-marketplace-berpartisipasi-dalamprogram-interaksi.%0A>
- R, Ela Oktavia Putri % Yunita, and Y. R. (2023). *Perlindungan Konsumen Terhadap Peredaran Produk Kosmetik Mengandung Bahan Berbahaya Yang Merugikan Konsumen (Studi Analisis Produk Kosmetik Temulawak New Day & Night Cream Beauty Whitening)*. 1, 1–19.
- Shams, E. A., & Rizaner, A. (2018). A novel support vector machine based intrusion detection system for mobile ad hoc networks. *Wireless Networks*, 24(5), 1821–1829. <https://doi.org/10.1007/s11276-016-1439-0>
- Sridevi, M., Aishwarya, S., Nidheesha, A., & Bokadia, D. (n.d.). *Anomaly Detection by Using CFS Subset and Neural Network with WEKA Tools*. Springer Singapore. <https://doi.org/10.1007/978-981-13-1747-7>
- Subagyo Sri Utomo, & Yoel Frans A. “Perlindungan Konsumen Dan Peran Badan Pengawas Obat Dan Makanan.” *Pasca Sarjana Unpassarjana Unpas 1* (2023). <https://doi.org/https://doi.org/10.56457/jjih.v1i2.107>.
- Tamaela, Kurniawan Willem. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Kegiatan Transaksi Elektronik (E-Commerce): Perspektif Undang - Undang Perlindungan Konsumen” 03, no. 03 (2025): 75–85.
- Undang-undang (UU) No. 18 Tahun 2012 (2012). <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39100>.
- Yuliana Indah Sari dan M. Rizki Azmi. “Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Produk UMKM Yang Tidak Bersertifikat SNI Dan BPOM Consumer Legal Protection for MSME Products Not Certified by SNI and BPOM.” *USM Law 8*, no. 2 (2025): 1–12.

Halaman ini dikosongkan