

**ANALISIS HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN
PENGGUNAAN E-COMMERCE TERHADAP PRODUK
KOSMETIK ILEGAL DI KOTA GORONTALO**

OLEH

**BINTANG RAHTOMI RAHIM
H1121070**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan
Mencapai Gelar Sarjana Hukum



**PROGRAM SARJANA STRATA SATU (S1)
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS IHSAN GORONTALO
2025**

LEMBARAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

ANALISIS HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN PENGGUNAAN E-COMMERCE TERHADAP PRODUK KOSMETIK ILLEGAL DI KOTA GORONTALO

OLEH :

BINTANG RAHTOMI RAHIM

NIM : H1121070

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum
Pada Fakultas Hukum Universitas Ichsan Gorontalo

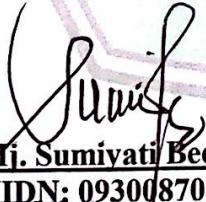
Disetujui Oleh Tim Pembimbing

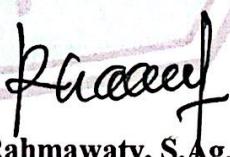
Pada Tanggal 19 Oktober 2024

Menyetujui,

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

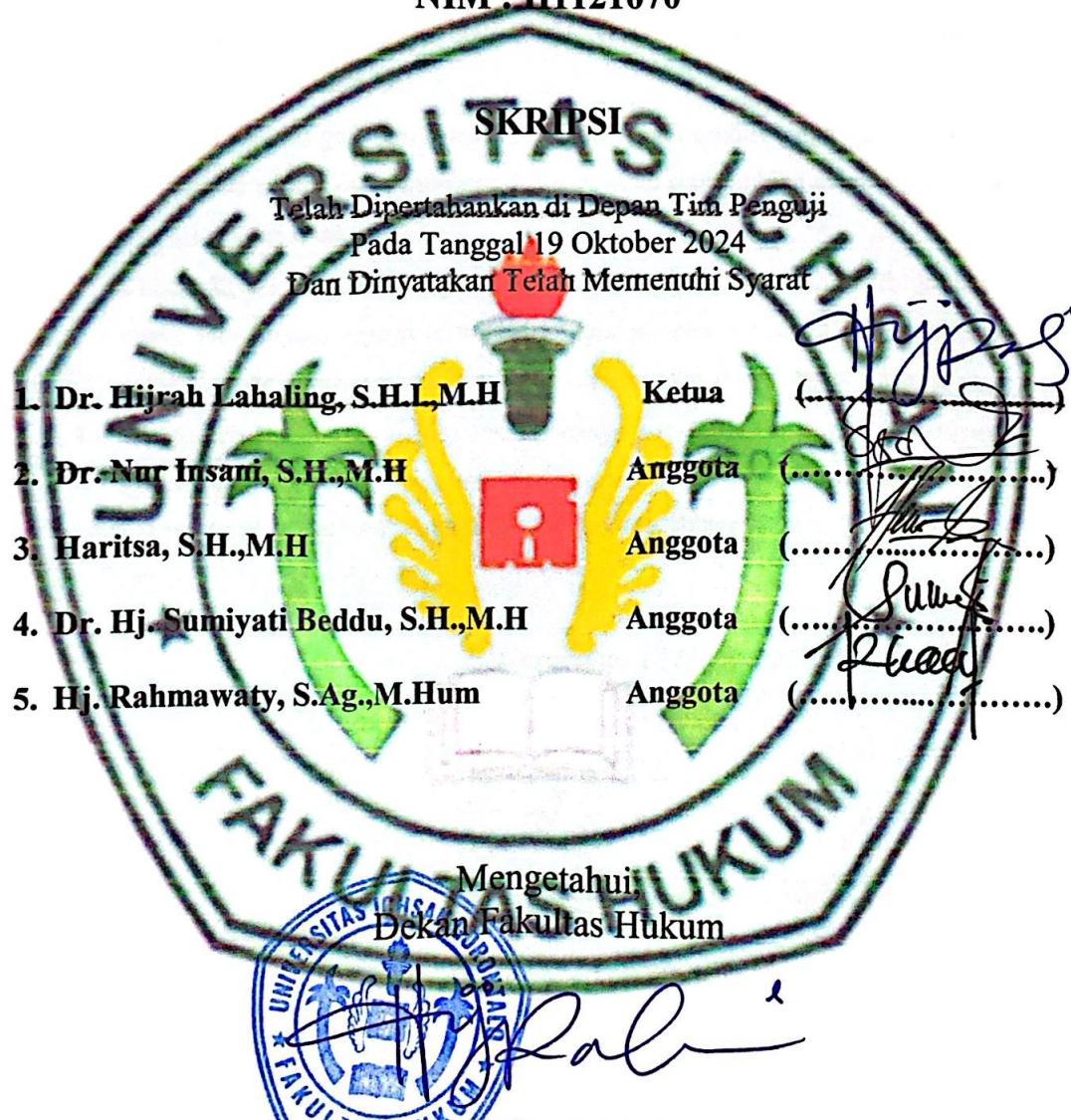

Dr. Hj. Sumiyati Beddu, S.H., M.H.
NIDN: 0930087002


Hj. Rahmawaty, S.Ag., M.Hum
NIDN: 0915107601

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

ANALISIS HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN PENGGUNAAN E-COMMERCE TERHADAP PRODUK KOSMETIK ILLEGAL DI KOTA GORONTALO

OLEH:
BINTANG RAHTOMI RAHIM
NIM : H1121070



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **BINTANG RAHTOMI RAHIM**

NIM : **H1121070**

Konsentrasi : **Hukum Perdata**

Program Studi : **Ilmu Hukum**

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini berjudul "*Analisis Hukum Perlindungan Konsumen Penggunaan E-commerce Terhadap Produk Kosmetik Ilegal Di Kota Gorontalo*" adalah benar-benar asli/merupakan karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana baik di Universitas Ichsan Gorontalo maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dan bimbingan dan atau saran pembimbing dan penguji pada saat ujian skripsi ini.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah disebutkan dengan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila terdapat kekeliruan dikemudian hari terbukti pernyataan yang saya buat tidak benar, maka saya akan bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi ini.

Gorontalo, 15 April 2025
Yang membuat pernyataan



BINTANG RAHTOMI RAHIM
NIM : H1121070

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul, (ANALISIS HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN PENGGUNAAN E-COMMERCE TERHADAP PRODUK KOSMETIK ILEGAL DI KOTA GORONTALO) sesuai dengan yang direncanakan. Penelitian ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat untuk mengikuti ujian skripsi. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat penulis selesaikan. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih Kepada:

1. Kedua Orangtua penulis, Ibu Misriyola Bahua Dan Ayah Syafrudin Rahim untuk beliau berdualah skripsi ini penulis persembahkan, Terima kasih atas segala kasih sayang yang diberikan dalam membesarkan dan membimbing penulis selama ini sehingga penulis dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita – cita. Kesuksesan dan segala hal baik kedepannya akan penulis dapatkan adalah karena dan untuk orangtua penulis.
2. Bapak Muh. Ichsan Gaffar S.E,M.AK, Selaku Ketua Yayasan pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (YPIPT) Universitas Ichsan Gorontalo.
3. Ibu Dr. Juriko Abdussamad, M.Si, selaku Rektor Universitas Ichsan Gorontalo.
4. Bapak H. Amiruddin S.Kom.,M.Kom Selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Ichsan Gorontalo.

5. Bapak Reyter Biki,SE.,MM Selaku Wakil Rektor II Bidang Keuangan dan Kepegawaian Universitas Ichsan Gorontalo.
6. Bapak Dr. Kindom Makkulawuzar, S.Hi,M.H Selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan Dan Kerja Sama Universitas Ichsan Gorontalo.
7. Ibu Dr. Hijrah Lahaling, S.Hi.,M.H Selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Ichsan Gorontalo.
8. Ibu Dr. Nur Insani, S.H.,M.H Selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik Fakultas Hukum Universitas Ichsan Gorontalo.
9. Bapak Jupri, S.H.,M.H Selaku Wakil dekan II Fakultas Hukum Universitas Ichsan Gorontalo.
10. Ibu Dr. Darmawati, S.H.,M.H Selaku Ketua Prodi Fakultas Hukum Universitas Ichsan Gorontalo.
11. Ibu Dr. HJ. Sumiyati Beddu. S.H.,M.H selaku pembimbing I, yang telah membimbing penulis selama mengerjakan skripsi ini.
12. Ibu Rahmawati, S.Ag.,M.Hum selaku pembimbing II, yang telah membantu penulis selama mengerjakan skripsi ini.
13. Bapak dan Ibu dosen yang telah mendidik dan membimbing penulis selama mengerjakan skripsi ini.
14. Ucapan terima kasih terhadap Balai POM DiGorontalo sebagai Tempat penelitian.
15. Kepada kakak kandung tercinta, Tinto M. Rahim dan adik tercinta Geo Rahim, Albani Rahim, dan Arisa Fatmawaty yang selalu memberikan dukungan selama penulis menyusun skripsi ini.

16. Sahabat saya, Mas Ikram, Mas Agil, Mas Alith, Mas Amat, Mas Rehan, egi, zia, putri, yiyin, yang selalu memberikan motivasi, suport dan semoga keberhasilan selalu bersama kalian.
17. Teman-teman kelas Reguler Pagi A, karena sudah menjadi bagian dari perjalanan penulis selama menempuh jenjang perkuliahan.
18. Teman-Teman Team Depo United, yang selalu memberikan dukungan dan suport semoga keberhasilan selalu Bersama kalian
19. Untuk Teman-Teman Angkatan 2021 (VONIS 21) Yang Sama-Sama Berjuang Demi Mengejar Cita-Cita Dan Gelar Bersama

Gorontalo,.....2025

Bintang Rahtomi Rahim

ABSTRAK

BINTANG RAHTOMI RAHIM. H1121070. ANALISIS HUKUM TERHADAP PERLINDUNGAN KONSUMEN PENGGUNAAN ECOMMERCE DI KOTA GORONTALO

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana memberikan perlindungan hukum kepada konsumen yang menggunakan kosmetik ilegal dan tanggung jawab pelaku usaha terhadap produk kosmetik yang berbahaya. Jenis penelitian hukum yang digunakan adalah metode penelitian empiris yaitu turun langsung ke lapangan dan menggunakan sumber data primer berupa observasi tentang upaya perlindungan bagi konsumen pengguna E-commerce di Kota Gorontalo, yaitu dengan menganalisis upaya penyelesaian serta faktor penyebab terjadinya dalam menangani kasus transaksi E-commerce melalui marketplace facebook atas peredaran kosmetik ilegal berbahaya. Perlindungan hukum bagi konsumen pengguna e-commerce terhadap produk kosmetik ilegal diatur dalam UU Nomor 8 Tahun 2009 tentang perlindungan konsumen, Undang-undang ini mengatur tentang hak konsumen serta kewajiban dan larangan bagi pengusaha. UU ITE dan Peraturan pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 juga mengatur soal kegiatan e-commerce serta kewajiban dan larangan bagi pelaku usaha. Tanggung jawab pelaku usaha terhadap kosmetik ilegal dan berbahaya dapat dilaksanakan dengan mengganti atau mengembalikan uang konsumen dan juga mendapat sanksi administratif yakni penarikan produk

Kata kunci: perlindungan konsumen, kosmetik ilegal



ABSTRACT

BINTANG RAHTOMI RAHIM. H1121070. LEGAL ANALYSIS OF CONSUMER PROTECTION USING E-COMMERCE IN GORONTALO CITY

The problem developing in this study is how to provide legal protection to consumers who use illegal cosmetics and the responsibility of business actors for dangerous cosmetic products. The type of legal research used is an empirical research method, namely going directly to the field and using primary data sources in the form of observations on protection efforts for consumers using E-commerce in Gorontalo City through efforts analysis to resolve and the causal factors in handling E-commerce transaction cases through the Facebook marketplace for the circulation of dangerous illegal cosmetics. Legal protection for consumers using ecommerce against illegal cosmetic products is regulated in Law Number 8 of 2009 concerning consumer protection that regulates consumer rights, obligations, and prohibitions for entrepreneurs. The ITE Law and Government Regulation Number 80 of 2019 also regulate e-commerce activities, obligations, and prohibitions for business actors. The responsibility of business actors for illegal and dangerous cosmetics can be carried out by replacing or refunding consumer money and receiving administrative sanctions, namely product withdrawal.

Keywords: consumer protection, illegal cosmetics



MOTTO

“Dunia itu tempat berjuang, istirahat itu disurga.”

(Syekh Ali Jaber)

“kebanyakan orang merasa sukses itu adalah jerih payah diri sendiri, tanpa campur tangan tuhan, mengingat Tuhan adalah sebagai ibadah vertikal dan menolong sesama sebagai ibadah horizontal.”

(Bob Sadino)

“Maka Sesungguhnya Bersama Kesulitan Ada Kemudahan.”

(Q.S Al-Insyirah, 94:56)

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	x
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Umum Tentang Konsumen	11
2.1.1 Pengertian Konsumen	11
2.1.2 Pengertian Perlindungan Konsumen	13
2.1.3 Hak Konsumen	14
2.1.4 Kewajiban Konsumen.....	15
2.2 Tinjauan Umum Tentang Pelaku Usaha	16
2.2.1 Pengertian Pelaku Usaha	16
2.2.2 Hak Pelaku Usaha	17
2.2.3 Kewajiban Pelaku Usaha	17
2.2.4 Perbuatan Yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha Menurut UUPK .	18
.....	
2.2.5 Tanggungjawab Pelaku Usaha	20
2.3 Tinjauan Umum Tentang <i>E-Commerce</i>	22
2.3.1 Pengertian <i>E-commerce</i>	22
2.3.2 Jenis-Jenis <i>E-commerce</i>	23
2.3.3 Karakteristik <i>E-commerce</i>	25
2.4 Tinjauan Umum Mengenai Jual Beli Online	26
2.4.1 Pengertian Jual Beli	26
2.4.2 Hak dan Kewajiban Jual Beli	27
2.4.3 Jual Beli Online Menurut Undang-Undang No.7 Tahun 2014	
Tentang Perdagangan (UU Perdagangan)	29
2.5 Tinjauan Umum Tentang Facebook Marketplace	29
2.5.1 Pengertian Marketplace Facebook	29
2.5.2 Sejarah Singkat Mengenai Marketplace Facebook	30
2.5.3 Dasar Hukum Marketplace Facebook	30
2.6 Kerangka Pikir	31
2.7 Definisi Operasional	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian	34

3.2 Objek Penelitian.....	35
3.3 Lokasi Dan Waktu Penelitian	35
3.4 Jenis Dan Sumber Data	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data	36
3.6 Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	37
4.1.1 Sejarah Balai Pengawasan Obat Dan Makanan	37
4.1.2 Visi Misi Balai Pengawasan Obat Dan Makanan	39
4.1.3 Tugas Dan Fungsi.....	39
4.2 Bentuk Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Illegal Dalam Transaksi E-Commerce Melalui MarketPlace Facebook.....	41
4.2.1 Penarikan Produk.....	43
4.2.2 Ganti Rugi.....	45
4.3 Faktor Penyebab Terjadinya Peredaran Produk Kosmetik Illegal Dalam Transaksi E-commerce Melalui Marketplace Facebook.....	49
4.3.1 Pelaku Usaha	51
4.3.2 Konsumen	54
BAB V PENUTUP	57
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu platform media sosial paling populer di era digital saat ini adalah Facebook. Mengingat basis pengguna saat ini, pengguna Facebook mungkin dapat berkomunikasi satu sama lain kapan saja dan dari lokasi mana pun. Program Facebook juga menyertakan fitur yang dikenal sebagai pasar. Salah satu cara untuk menggambarkan fungsi ini adalah sebagai pasar digital yang berfungsi sebagai platform untuk transaksi antara pengguna Facebook. Fungsi pasar di aplikasi Facebook sendiri hanya menawarkan lokasi atau cara untuk melakukan transaksi; tidak menawarkan opsi pengiriman atau pembayaran. Oleh karena itu, apabila para pihak atau pengguna bertransaksi melalui fitur marketplace Facebook, maka mereka harus melakukan pengaturan pembayaran dan pengiriman barang sesuai dengan ketentuan perjanjian yang disepakati antara kedua belah pihak atau pengguna, tanpa adanya jaminan keamanan dari Facebook sebagai perantara.

Adanya e-commerce tidak hanya memberi pengaruh positif namun juga memberikan pengaruh negatif. Pada zaman sekarang berbagai macam produk kecantikan wajah dengan berbagai produk dan merek yang berbeda yang beredar yang dijual secara offline maupun online yang dipasarkan menggunakan platform

media sosial atau E-commerce. Karena pengaruh media sosial terhadap gaya hidup masyarakat, banyak sekali orang yang menggunakan aplikasi belanja online shop.¹

Diantara berbagai jenis produk kecantikan salah satunya ialah kosmetik. Berbagai macam perwatan kecantikan, dimana perawatan yang dilakukan mulai dari ujung rambut sampai dengan ujung kaki, seperti memakai masker, luluran, hingga pemakaian kosmetik dan juga skincare (perawatan wajah).²

Distribusi kosmetik memiliki banyak dampak negatif, namun konsumen tidak menyadari risiko dan keamanannya. Konsumen menggunakan cara cepat, seperti menggunakan berbagai macam kosmetik, untuk mendapatkan kulit yang menarik. Banyak kosmetik yang tidak aman dan tidak sesuai beredar di pasaran; Biasanya, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) belum memberikan izin untuk kosmetik tersebut.

Karena banyak sekali orang yang menjalankan bisnis secara daring, saat ini ada jual beli daring. Mereka menggunakan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan lainnya untuk mempromosikan produk yang ingin mereka jual.

Di satu sisi, pelanggan diuntungkan dari situasi seperti itu karena menyediakan berbagai pilihan untuk memenuhi permintaan barang dan/atau jasa yang diinginkan. Di sisi lain, kecenderungan ini menempatkan pelanggan pada

¹ Oktaviyani Pestauli Sinaga, Nelli Herlina, Herlina Manik, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui Media Facebook", Zaaken Journal of Civil and Business, Vol. 4, No.1, hlm 73, Faculty of Law, Jambi University, 2023

² Aqsa Qazwani Haqkul Akbar, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Peredaran Kosmetik Yang Berbahay

posisi yang lemah dan membuat hubungan mereka dengan pelaku korporasi menjadi tidak seimbang. Sebab, bisnis memanfaatkan taktik penjualan dan saran promosi yang merugikan pelanggan untuk mendapatkan keuntungan besar dari mereka.³

Kementerian perdagangan juga telah menerbitkan Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui sistem elektronik ini. Peraturan ini merupakan penyempurnaan terhadap Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 serta bertujuan untuk membentuk lingkungan *e-commerce* yang sehat, adil, dan bermanfaat dengan memperhatikan perkembangan teknologi yang berubah-ubah seiring berjalannya waktu.⁴ Peraturan tersebut merupakan salah satu bentuk upaya pemerintah dalam melindungi UMKM lokal dan produsen dalam negeri.

Marketplace facebook juga diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) mengatur izin khusus perdagangan elektronik untuk pelaku usaha dan penyelenggara transaksi perdagangan elektronik.

Perlindungan konsumen merupakan aspek penting dalam menjamin keadilan dan keamanan bagi pembeli dalam transaksi *e-commerce*. Dalam konteks

³ Ahmad Miru dan Sutarmen Yodo, Hukum Perlindungan Konsumen, PT. RajaGrapindo Persada, Cet.IX Jakarta,2015,hlm. 37

⁴ Ignatia Maria Sri Sayekti, “Kemendag Terbitkan Permendag No. 31 Tahun 2023 guna Bangun Perdagangan Digital Sehat”, URL:<https://pressrelease.kontan.co.id/news/kemendag-terbitkan-permendag-no-31-tahun-2023-guna-bangun-perdagangan-digital-sehat> (diakses pada 20 Oktober 2023 pukul 20.12)

ini, konsumen sering kali berada pada posisi yang lemah karena kurangnya informasi, ketidakpastian mengenai identitas penjual, dan kerentanan terhadap penipuan. Di Indonesia, perlindungan konsumen diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen (UUPK). Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan kerangka hukum yang mendasar untuk melindungi hak-hak konsumen, termasuk dalam transaksi *e-commerce*. Artinya perlindungan konsumen sangat dibutuhkan oleh masyarakat mengingat belum seluruh kalangan cakap dalam bermedia sosial, perlindungan hukum yang diberikan aplikasi facebook belum sempurna. Hal ini bisa di komparasi pada *e-commerce* yang lain dalam fitur yang diberikan.

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen mengatur bahwa pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan kompensasi, ganti rugi, atau pengembalian uang kepada konsumen yang dirugikan. Namun, pelaksanaan tanggung jawab ini sering kali menemui hambatan, terutama dalam konteks *e-commerce* yang melibatkan banyak pihak dan transaksi lintas batas.⁵

Kepentingan sebuah permasalahan yang ada di dunia hukum pada bidang *E-commerce* yaitu mampu memberi sebuah perlindungan kepada seorang konsumen dalam menjalankan media yang bersifat internet apabila menimbulkan kerugian atau wanprestasi yang disebabkan oleh pelaku usaha, dimana telah tercantum pada UU No. 8/1999 mengenai perlindungan seorang konsumen yang berikutnya disebut (UUPK). Di Negara Indonesia transaksi jual beli *e-commerce* secara spesifik diatur

⁵ . Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999

melalui UU No. 11/2008 mengenai sistem informasi serta sebuah transaksi yang ada pada bidang eletronik (UU ITE). Unsur wanprestasi seperti memenuhi janji tetapi tidak sesuai yang dijanjikan dapat dikatakan telah dipenuhi oleh pelaku usaha. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), jika melihat kasus produk kosmetik ilegal dalam ranah transaksi elektronik dapat dijelaskan perlindungan hukum apa saja yang dapat diberikan kepada konsumen apabila terjadi peredaran produk kosmetik ilegal dalam transaksi elektronik dan bagaimana pertanggungjawaban pelaku usaha atas peredaran produk kosmetik ilegal dalam perdagangan melalui transaksi elektronik.

Pada zaman yang semakin berkembang ini, semua hal bisa jadi lebih mudah dan lebih cepat, salah satunya yaitu yang terjadi pada sistem jual beli yang sering dilakukan oleh masyarakat. Pada saat ini, sistem jual beli tidak hanya dilakukan dengan cara manual, namun jual beli dapat dilakukan dengan cara *online* menggunakan barang elektronik atau yang biasa disebut dengan *e-commerce*.

Dalam pengertiannya, *e-commerce*⁶ didefinisikan sebagai pertukaran produk dan layanan melalui komputer pada media jaringan antara bisnis, keluarga, individu, pemerintah, dan komunitas atau organisasi swasta lainnya. Jaringan digunakan untuk memesan barang dan jasa, tetapi pembayaran dan pengiriman dapat dilakukan secara online atau offline. Marketplace Facebook merupakan salah satu platform web yang sering digunakan untuk transaksi e-commerce.

⁶ Candra Ahmadi dan Dadang hermawan, E-Business dan *E-commerce*, (Yogyakarta: CV Andi Offset,2017), 35-36.

Transaksi *e-commerce* telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Pertumbuhan pesat teknologi informasi dan komunikasi mendorong banyak konsumen untuk beralih dari transaksi konvensional ke transaksi online. Namun, perkembangan ini tidak luput dari berbagai tantangan terutama terkait dengan perlindungan konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha.⁷

Transaksi dalam *e-commerce* menjelaskan bahwa permasalahan yang ada dalam transaksi jual beli yang dilakukan pada media elektronik memiliki ruang timbulnya resiko yang cukup besar. Resiko besar yang sering timbul pada transaksi Jual Beli elektronik melalui marketplace Facebook adalah Penipuan produk, produk yang diterima konsumen tidak sesuai dengan deskripsi produk. Pada layanan TikTok Shop juga masih ditemukan barang barang yang belum terverifikasi oleh (FDA) bahkan (BPOM), hal ini tentu dapat membahayakan kesehatan masyarakat sebagai konsumen barang tersebut. Produk produk yang belum tersertifikasi tersebut masih ada dalam toko toko di marketplace facebook bahkan diperjualbelikan dalam siaran langsung.

Namun, meskipun sudah ada regulasi yang mengatur perlindungan konsumen, implementasi di lapangan masih menghadapi berbagai kendala. Konsumen sering kali tidak menyadari hak-hak mereka atau bagaimana cara mengklaimnya. Selain itu, ada juga tantangan terkait dengan penegakan hukum yang efektif terhadap pelanggaran yang terjadi di ranah digital. Oleh karena itu, penting untuk meninjau lebih dalam bagaimana perlindungan hukum terhadap

⁷ . perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *E-commerce*

konsumen dalam transaksi *e-commerce* dapat ditingkatkan agar konsumen merasa aman dan terlindungi saat bertransaksi online.

Selain perlindungan konsumen, tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi *e-commerce* juga menjadi perhatian utama. Wanprestasi atau ketidakmampuan pelaku usaha untuk memenuhi kewajiban kontraktualnya sering kali merugikan konsumen. Dalam banyak kasus, konsumen mengalami kerugian akibat produk yang tidak sesuai dengan deskripsi, pengiriman yang tertunda, atau bahkan produk yang tidak pernah diterima.

Menelaah bagaimana (UUPK) dapat diterapkan secara efektif dalam menangani kasus wanprestasi oleh pelaku dalam transaksi *e-commerce* adalah hal yang kursial. Ini termasuk mengevaluasi mekanisme penyelesaian sengketa yang tersedia, efektivitas penegakan hukum, serta edukasi kepada konsumen dan pelaku usaha mengenai hak dan kewajiban mereka. Upaya ini diharapkan dapat menciptakan ekosistem *e-commerce* yang lebih adil dan transparan, serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perdagangan digital.

Perdagangan elektronik, terkadang dikenal sebagai perdagangan elektronik, adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan perdagangan melalui fasilitas elektronik di mana transaksi, termasuk penjualan dan pembelian, dilakukan melalui media elektronik di jaringan internet.⁸

⁸ . Triton PB, 2006, Mengenal *E-commerce* dan Bisnis di dunia Cyber, Argo Publisher, Yogyakarta, h.16

Banyak Pelaku usaha dan masyarakat yang melakukan transaksi elektronik dengan menggunakan media elektronik akan menghadapi akibat hukum. Tentunya, para pihak yang terlibat harus memperhatikan Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata saat melakukan perjanjian yang mengikat secara hukum (KUH Perdata). Salah satu pihak dapat melakukan wanprestasi apabila perbuatan yang disepakati tidak dilakukan sesuai dengan perjanjian. Pelanggaran kontrak dapat terjadi baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Pihak yang tidak sengaja melakukan wanprestasi dapat melakukan wanprestasi karena terpaksanya tidak melaksanakan atau tidak mampu melaksanakan.⁹

Terdapat tanggung jawab pelaku jika ditemukan adanya wanprestasi dalam transaksi perdagangan usaha yang diatur dalam Pasal 19 (UUPK). Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.¹⁰

Kasus ini bermula pada Maret 2024, saat empat orang wanita berinisial DM, FCP, SA, dan CG melaporkan efek samping yang parah akibat penggunaan Handbody Markalak yang dijual oleh Elis alias pemilik Ebudo, perusahaan perawatan kulit yang diduga mengandung bahan berbahaya yang menyebabkan tangan perih, gatal, dan terasa panas. Menurut pengaduan korban, barang dagangan

⁹ Ahmadi Miru, 2007, Hukum Kontrak Dan Perancangan Kontrak, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, (selanjutnya disingkat Ahmadi Miru II) h.74

¹⁰ Janus Sidabalok, 2014, Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia, Cet. Ke-3, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, h.7

tersebut diperoleh melalui unggahan promosi atau siaran langsung di laman Facebook Pemilik Ebudo.¹¹

Hal ini merugikan konsumen karena mereka tidak mengetahui batas waktu penggunaan kosmetik saat membeli dan menggunakannya. Hal ini menjadi masalah terutama jika batas waktu yang ditetapkan telah lewat.

Hak-hak konsumen telah dilanggar dan konsumen tentu sangat dirugikan akibat lemahnya upaya perlindungan konsumen dalam melakukan transaksi daring. Mengingat penanaman modal asing telah menjadi bagian dari pembangunan ekonomi Indonesia dan perekonomian negara ini sudah memiliki hubungan erat dengan sektor ekonomi dan daya saing dalam perdagangan internasional, maka perlindungan konsumen perlu mendapat perhatian yang lebih serius.¹² Karena semakin banyak masyarakat yang berbelanja secara daring, perekonomian masyarakat pun akan semakin berkembang karena konsumen memperoleh perlindungan hukum jika mengalami kerugian akibat wanprestasi penjual.¹³

Didasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengangkatnya dalam sebuah penelitian skripsi yang diberi judul: **“ANALISIS HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN PENGGUNAAN E-COMMERCE TERHADAP PRODUK KOSMETIK ILLEGAL DI KOTA GORONTALO”**

¹¹ <https://gorontalo.tribunnews.com/2024/11/05/kasus-pemilik-skincare-gorontalo-owner-ebudo-diserahkan-ke-kejari-sempat-viral-handbody-markalak>

¹² Ibid.

¹³ Kristiyanti, Celina Tri Siwi. Hukum Perlindungan Konsumen (Jakarta, Sinar Grafika, 2011), hlm, 126.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana perlindungan hukum konsumen terhadap produk kosmetik illegal dalam transaksi *e-commerce* melalui Marketplace Facebook
2. Apa faktor penyebab terjadinya peredaran produk kosmetik illegal dalam transaksi *e-commerce* melalui marketplace Facebook

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui Marketplace Facebook
2. Untuk mengetahui faktor penyebab terjadinya peredaran produk kosmetik ilegal dalam transaksi *e-commerce* melalui marketplace Facebook

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang dapat digunakan dalam penulisan hukum perdata pada khususnya dan dari hasil penelitian diharapkan dapat didalami dan dipakai mengenai teori-teori yang didapat dalam perkuliahan di Fakultas Hukum Universitas Ichsan Gorontalo.

2. Manfaat praktis

Dari hasil penelitian ini dapat menambah referensi bagi penelitian selanjutnya dan dapat menambah pengetahuan dan meningkatkan kemampuan penulis dibidang hukum yang dapat dipakai pada masyarakat nantinya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Umum Tentang Konsumen

2.1.1 Pengertian Konsumen

Konsumen adalah setiap orang yang memanfaatkan barang dan/atau jasa yang tersedia di masyarakat untuk kepentingan dirinya sendiri, keluarganya, orang lain, atau makhluk hidup lain, dan bukan untuk keuntungan finansial, dianggap sebagai konsumen.¹⁴ Menurut pengertian Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, "Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan."¹⁵ Definisi konsumen yang diusulkan oleh Amerika Serikat berasal dari kata konsumen, yang berarti pengguna. Namun, kata ini juga dapat diartikan lebih luas sebagai "korban pengguna produk yang cacat, terlepas dari apakah korban tersebut adalah pembeli, bukan pembeli tetapi pengguna, atau bahkan korban yang bukan pengguna, karena korban yang bukan pengguna juga dapat memperoleh manfaat dari perlindungan hukum."¹⁶

Konsumen didefinisikan oleh para ahli hukum sebagai siapa saja yang secara sah memperoleh dan menggunakan produk atau layanan. Pengguna akhir produk atau layanan untuk diri mereka sendiri atau keluarga mereka dikenal sebagai

¹⁴ Az Nasution, 1999, Hukum Perlindungan Konsumen, Daya Widya, Jakarta, hal 15

¹⁵ Pasal 1 UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

¹⁶ Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2009, Hukum Perlindungan Konsumen, Sinar Grafika, Jakarta, hal 23

konsumen. Setiap individu harus menjadi pelanggan barang atau layanan tertentu pada waktu tertentu, baik mereka bekerja sendiri atau dalam kelompok. Dalam bagian penjelasan disebutkan “didalam kepustakaan ekonomi dikenal konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah setiap orang yang mendapat dan menggunakan barang dan/jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (non komersial).¹⁷

Pengertian konsumen dalam Undang-undang ini adalah konsumen akhir. Dari ketentuan dalam Undang-undang tersebut secara tersurat nampaknya hanya menitik beratkan pada pengertian konsumen sebagai konsumen akhir yang mana hal tersebut bukan merupakan objek pembahasan dalam tulisan ini, namun secara tersirat juga mengandung pengertian konsumen dalam arti luas.¹⁸

Hal tersebut nampak pada penggunaan kata “pemakai”. Istilah “pemakai” dalam hal ini tepat digunakan dalam rumusan konsumen untuk mendukung pengertian konsumen akhir, namun sekaligus juga menunjukkan bahwa barang dan/jasa yang dipakai tidak serta merta hasil dari suatu transaksi jual beli. Artinya sebagai konsumen tidak selalu harus memberikan prestasinya dengan cara membayar uang untuk memperoleh barang dan/jasa tersebut. Dengan kata lain dasar hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha tidak perlu harus kontraktual (the privity of contract).¹⁹

¹⁷ Az Nasution, 2001, Hukum Perlindungan Konsumen, Diadit Media, Yogyakarta, hal 13

¹⁸ Sri Redjeki, 2000, Hukum Ekonomi, Bandung, Mandar Maju, hal 80

¹⁹ Ibid

2.1.2 Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan suatu istilah yang digunakan untuk menggambarkan suatu perlindungan hukum bagi konsumen dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri. Didalam pasal 1 angka 1 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dijelaskan:" Segala upaya untuk menjamin kejelasan hukum dalam perlindungan konsumen dianggap sebagai perlindungan konsumen. Cakupan perlindungan konsumen cukup luas dan mencakup perlindungan konsumen saat mereka membeli barang atau jasa, dari titik penjualan hingga akibat dari penggunaannya.²⁰

Bagian dari undang-undang yang dikenal sebagai undang-undang perlindungan konsumen juga mencakup prinsip atau peraturan yang mengatur dan melindungi kepentingan konsumen dari pelaku bisnis yang ceroboh dan sewenang-wenang yang dapat menggunakan posisi konsumen sebagai alat dalam operasi mereka. Undang-undang perlindungan konsumen, yang termasuk dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, mengatur upaya untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen.²¹

Akan ada akibat hukum bagi pelaku usaha yang bertindak sewenang-wenang. Oleh karena itu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan peraturan perundang-undangan lainnya yang juga dimaksudkan untuk melindungi konsumen, baik di bidang hukum publik (Hukum Pidana dan Hukum Tata Usaha Negara)

²⁰ Jannus Sibadolok, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, (Bandung: PT Citra Aditya Bhakti,2010), 7.

²¹ Ahmadi Miru, Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011, hlm. 1.

maupun hukum privat (Hukum Perdata), menentukan langkah-langkah kualitatif guna menjamin kepastian hukum dalam segala upaya.²²

Kedudukan hukum perlindungan konsumen dalam kajian hukum ekonomi menjadi lebih jelas dengan adanya keterlibatan disiplin ilmu lain, sebagaimana disebutkan di atas.²³ Karena perlindungan konsumen dan kepastian hukum saling berkaitan, maka kepastian hukum menjadi landasan perlindungan hukum. Jika kepastian hukum dapat tercapai maka perlindungan hukum juga terpenuhi, dengan demikian berdasarkan ketentuan UUPK ada dua persyaratan utama dalam perlindungan konsumen yaitu:

- A. Adanya jaminan hukum (law guarante), peraturan yang melindungi hak konsumen terhadap perilaku dari pelaku usaha, peraturan tersebut menjamin para subyek hukum.
- B. Adanya kepastian hukum (law certainly), perlindungan hukum pada tingkat normatif dan empiris.²⁴

2.1.3 Hak Konsumen

- a. Hak untuk memanfaatkan barang dan/atau jasa secara nyaman, aman, dan terlindungi;
- b. Hak untuk memilih dan memperoleh barang dan/atau jasa;

²² Ibid, hlm. 2.

²³ Sanusi Bintang Dan Dahlan, Pokok-Pokok Hukum Ekonomi dan Bisnis, Bandung: PT.Citra Aditya Bakti, 2000. Hlm. 3

²⁴ Wahyu Sasongko, Ketentuan-Ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen, Bandar Lampung, 2016, hlm. 33.

- c. Hak untuk memperoleh informasi yang akurat, transparan, dan benar mengenai keadaan dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk mendengar pengaduan dan pendapat tentang barang dan/atau jasa yang dimanfaatkan;
- e. Hak untuk memperoleh advokasi, perlindungan, dan upaya untuk menciptakan perlindungan konsumen yang layak;
- f. Hak untuk memperoleh pendidikan dan pelatihan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk memperoleh penyelesaian, ganti rugi, dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya.²⁵

2.1.4 Kewajiban Konsumen

- a. Demi keselamatan dan keamanan, baca atau patuhi panduan dan petunjuk sebelum menggunakan produk dan/atau layanan.
- b. Lakukan transaksi pembelian produk dan/atau layanan dengan itikad baik.
- c. Gunakan kurs yang disepakati untuk melakukan pembayaran.
- d. Perlindungan konsumen terjamin setelah upaya penyelesaian hukum.²⁶

²⁵ Halim Barkatullah A, 2010, Hak-Hak Konsumen, PT Nusa Media, Bandung, hal 40

²⁶ Ahmadi Miru , Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011, hlm. 1.

2.2 Tinjauan Umum Tentang Pelaku Usaha

2.2.1 Pengertian Pelaku Usaha

Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbadan hukum maupun tidak, yang didirikan, berkedudukan, dan menjalankan kegiatan usaha di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Pelaku usaha dapat melakukan kegiatan sendiri atau bersama-sama, yang melakukan berbagai kegiatan ekonomi.

Pelaku usaha yang dimaksud dalam penjelasan undang-undang adalah firma, BUMN, koperasi, importir, produsen, distributor, dan lain-lain: Abdul Halim Barkatullah dalam bukunya mendefinisikan produsen sebagai pelaku usaha yang membuat atau menghasilkan barang atau jasa dari barang atau jasa lain. Mereka dapat berupa orang perseorangan, perusahaan yang membuat makanan dan sandang, perusahaan yang bergerak di bidang perbankan, asuransi, transportasi, perusahaan yang membuat obat-obatan, dan sebagainya.²⁷

Pedagang eceran, pedagang kaki lima, warung, toko, supermarket, hypermarket, rumah sakit, dan sebagainya merupakan contoh pelaku usaha yang menyalurkan atau memperdagangkan barang atau jasa kepada masyarakat umum, menurut Abdul Halim Barkatullah. Meskipun pelaku usaha produsen dan distributor secara teori melakukan kegiatan yang berbeda, namun dalam undang-undang tidak dibedakan antara perilaku terlarang kedua pelaku usaha tersebut atau kewajiban yang harus mereka penuhi. Perbedaannya terletak pada bagaimana

²⁷ Abdul Halim Barkatullah, 2008, Hukum Perlindungan Konsumen, PT Nusa Media, Bandung, hal 111

masing-masing perusahaan mempertanggungjawabkan usahanya kepada pelanggan yang memanfaatkan produk atau jasa yang dihasilkannya.²⁸

2.2.2Hak Pelaku Usaha

- a. Berdasarkan Pasal 6 UUPK, hak pelaku usaha adalah sebagai berikut:
 - 1) Hak atas pembayaran yang sesuai dengan syarat dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang dipertukarkan;
 - 2) Hak atas pembelaan hukum terhadap perilaku konsumen yang menipu;
 - 3) Kemampuan untuk membela diri secara tepat di pengadilan atas perjanjian yang melibatkan konsumen;
 - 4) Hak untuk mendapatkan pemulihan nama secara tepat jika berdasarkan undang-undang ditetapkan bahwa barang dan/atau jasa yang dipinjamkan bukan merupakan sumber kerugian konsumen;
 - 5) Hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.²⁹

2.2.3Kewajiban Pelaku Usaha

- a. Dalam menjalankan usahanya, bertindak dengan itikad baik.
- b. Memberikan informasi yang akurat, mudah dipahami, dan benar mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, serta penjelasan tentang cara penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaannya.

²⁸ Ibid

²⁹ Az Nasution, Op Cit. Hlm. 9

- c. Melayani atau memperlakukan pelanggan secara adil, benar, dan tanpa prasangka;
- d. Memberikan jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang dijanjikan;
- e. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu;
- f. Memberikan penggantian, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian yang timbul akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dijanjikan;
- g. Memastikan mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau disiarkan sesuai dengan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- h. Jika produk dan/atau layanan yang diperoleh atau digunakan tidak memenuhi ketentuan kontrak, tawarkan penggantian, pembayaran, dan/atau penggantian biaya.

2.2.4 Perbuatan Yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Pasal 8

- a. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi 17 (tujuh belas) persyaratan dan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- b. Tidak mematuhi perhitungan berat bersih, isi bersih, dan jumlah sebagaimana tercantum dalam label produk;

- c. Tidak menyesuaikan perhitungan dengan ukuran sebenarnya baik dari segi ukuran, takaran, berat, maupun jumlah;
- d. Tidak mematuhi persyaratan, jaminan, ciri khas, atau atribut yang tercantum dalam label atau keterangan produk;
- e. Tidak memenuhi persyaratan yang tercantum dalam label atau keterangan produk mengenai mutu, isi, komposisi, cara pengolahan, pola, cara, atau kegunaan khusus;
- f. Tidak mengindahkan janji yang tercantum dalam label, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan/atau jasa;
- g. Tidak mencantumkan waktu terbaik untuk menggunakan atau memanfaatkan barang atau tanggal kadaluarsa barang;
- h. Tidak memperhatikan ketentuan produksi halal sebagaimana tercantum dalam pernyataan “halal” pada label;
- i. Tidak mencantumkan label atau memberikan penjelasan tentang barang yang meliputi nama barang, ukuran, berat/isi bersih, komposisi, petunjuk penggunaan, tanggal pembuatan, efek samping, nama dan alamat delapan belas pelaku usaha, dan keterangan lain untuk penggunaan yang diwajibkan dalam ketentuan tersebut;
- j. Tidak memberikan informasi dan/atau petunjuk penggunaan produk di Indonesia yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

- k. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang tercemar, rusak, atau cacat tanpa memberikan informasi yang benar dan lengkap mengenai barang tersebut.
- l. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan produk pangan dan farmasi yang tercemar, rusak, atau cacat, baik memberikan informasi yang benar dan lengkap maupun tidak.
- m. Pelaku usaha yang melanggar ketentuan ayat 1 dan 2 wajib menarik barang dan/atau jasa dari peredaran dan dilarang memperdagangkannya.³⁰

2.2.5 Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Pelaku usaha perlu bertanggung jawab dan mengawasi barang yang diproduksinya. Pengawasan ini perlu dilakukan dengan baik dan berkala. Jika tidak, orang yang memproduksi produk tersebut dapat dianggap bersalah. Jika kelalaian ini mengakibatkan konsumen jatuh sakit, cedera, atau bahkan meninggal akibat penggunaan produk, maka produsen harus bertanggung jawab.

Kewajiban ini diatur dalam Pasal 1367 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan mengamanatkan pelaku usaha sebagai pihak yang memproduksi barang untuk menanggung segala kerugian yang mungkin timbul akibat pemakaian barang tersebut.³¹ Pasal 7 huruf (f) UUPK menyebutkan, bahwa “Pelaku usaha diwajibkan memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau pergantian

³⁰ Pasal 8 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

³¹ Pasal 1367 ayat 1 KUHPerdata

barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian”.

Selain itu, Pasal 19 sampai dengan Pasal 28 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menguraikan kewajiban pelaku usaha.³²

Pasal 19 1.

1. Ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen yang timbul akibat penggunaan barang dan/atau jasa yang diproduksi atau dijual menjadi tanggung jawab pelaku usaha.
2. Kompensasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa manfaat, perawatan medis, atau penggantian atau pertukaran dengan barang dan/atau jasa yang sepadan atau setara, sesuai dengan ketentuan peraturan perundangan yang berlaku.
3. Dalam jangka waktu tujuh (tujuh) hari sejak tanggal transaksi, ganti rugi diproses.
4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan 2 tidak menutup kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan tambahan informasi yang membuktikan adanya unsur kesalahan.

³² Pasal 19-28 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 2 tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

2.3 Tinjauan umum tentang *E-Commerce*

2.3.1 Pengertian *E-Commerce*

Menurut definisinya, e-commerce adalah proses pelaksanaan transaksi bisnis seperti distribusi, pembelian, penjualan, dan layanan melalui jaringan komputer, khususnya internet dan jaringan eksternal. Istilah ini juga merujuk pada perdagangan elektronik, yang berarti perdagangan melalui perangkat elektronik. E-commerce, dengan kata lain, adalah penggunaan internet untuk berbagai tujuan komersial. Pemasaran, promosi, hubungan masyarakat, transaksi keuangan, dan jadwal pengiriman hanyalah beberapa dari operasi bisnis yang dapat dilakukan secara daring. Seiring dengan kemajuan teknologi e-commerce, masih banyak ruang untuk inovasi dalam operasi bisnis daring.³³

E-commerce adalah pertukaran produk dan layanan melalui komputer pada media jaringan antara bisnis, rumah, orang, pemerintah, komunitas, dan organisasi swasta lainnya. Jaringan ini digunakan untuk memesan barang dan jasa, tetapi pembayaran dan pengiriman dapat dilakukan secara online atau offline.³⁴

³³ Yuswan Tio Arisandi, “Efektivitas Penerapan *E-commerce* dalam Pengembangan Usaha Kecil Menengah di Sentra Industri Sandal dan Sepatu Wedoko Kabupaten Siduarmo”, Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Airlangga, Vol.8 No.1, Juli Desember (2018), 8.

³⁴ Candra Ahmadi Dan Dadang Dermawan, *E-Business Dan E-commerce*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2017), 35-36

Perdagangan elektronik adalah ide yang relatif baru yang dapat didefinisikan sebagai proses pembelian dan penjualan barang atau jasa menggunakan internet atau sebagai proses pertukaran informasi, produk, dan jasa.³⁵

2.3.2 Jenis-Jenis *E-commerce*

Jenis-jenis *e-commerce* yang banyak dilakukan di Indonesia saat ini diantaranya sebagai berikut:

a) *Classified* atau Daftar Iklan Baris

Jenis e-commerce yang paling mendasar adalah iklan baris atau daftar iklan baris. Perusahaan menawarkan jenis bisnis ini sebagai layanan untuk menghubungkan produsen dan konsumen. Produsen diberi ruang oleh perusahaan untuk memamerkan atau memajang barang dagangan mereka. Pelanggan dapat menghubungi produsen secara langsung jika mereka tertarik dengan produk yang ditawarkan. Produsen dan konsumen bebas melakukan transaksi di manapun sesuai dengan kesepakatan mereka.

Perusahaan *e-commerce* tidak bertanggungjawab terhadap jalannya transaksi tersebut. Perusahaan *e-commerce* memperoleh keuntungan dari iklan premium yang terpasang di website tersebut.

b) Marketplace C2C (Costumer to Cosmtumer)

Bisnis e-commerce ini menyediakan tempat bagi para penjual untuk mengiklankan barang dagangan mereka, dan bisnis e-commerce juga menawarkan layanan metode pembayaran untuk transaksi yang dilakukan

³⁵ I Gusti Made Karmawan, "Dampak Peningkatan Kepuasan Pelanggan Dalam Proses Bisnis ECommerce Pada Perusahaan Amazon.com ComTech", Vol. 5 No.2, Desember (2014), 749

secara daring. Ini adalah fitur utama dari bentuk bisnis e-commerce untuk pasar C2C. Biasanya, akun pihak ketiga atau layanan escrow ditawarkan oleh mitra e-commerce.

Escrow berfungsi sebagai penghubung antara pembeli, penjual, dan pihak e-commerce. Jika terjadi perjanjian pembelian, penjual dapat mengirimkan produk kepada pembeli setelah pembeli mentransfer uang kepada pihak escrow. Dan setelah konsumen mengkonfirmasi kedatangan barang, maka pihak Escrow aka naman, dengan menggunakan jasa Escrow jika terjadi masalah dengan barang, dana akan bisa dikembalikan pada pembeli.

c) *Shopping Mall*

Jenis usaha Mall belanja online merupakan perusahaan e-commerce yang menawarkan layanan yang mirip dengan marketplace C2C, namun penjual di platform e-commerce tersebut hanya merek-merek terkenal yang sudah dikenal di pasar lokal maupun global. Verifikasi diperlukan untuk mengakses layanan tersebut, sehingga menyulitkan penjualannya. Pihak e-commerce memiliki kemampuan untuk memotong komisi dari vendor merek besar guna memaksimalkan keuntungan. Dengan begitu, pendapatan pun dapat meningkat.

d) Toko Online B2C (*Bussiness to Customers*)

Pada hakikatnya, jenis usaha ini lebih banyak bergerak di bidang penjualan barang-barang milik perusahaan e-commerce. Dengan demikian,

seluruh hasil penjualan produk menjadi milik perusahaan e-commerce itu sendiri dan tidak dibagikan kepada pihak ketiga. Meski menjadi salah satu model usaha yang paling maju di Indonesia, jenis usaha ini tentu sulit untuk dibangun. Selain membutuhkan modal yang tidak sedikit, pihak e-commerce bertugas mengelola sistem penyediaan dan penjualan barang.

e) Sosial Media Shop

Jenis bisnis daring ini dapat berkembang seiring dengan semakin populernya media sosial. Perusahaan e-commerce kini dapat secara langsung memanfaatkan potensi media sosial dengan membangun bisnis berbasis media sosial.

2.3.3 Karakteristik *E-commerce*

Transaksi di *e-commerce* berbeda dengan transaksi konvensional, transaksi di *e-commerce* mempunyai karakteristik yang khusus yaitu:

a) Memperluas Pasar

Berbeda dengan sistem bisnis tradisional yang terbatas lokasinya, jangkauan pasar dapat diperluas.

b) Biaya Terkendali

Perusahaan tidak perlu hadir secara fisik namun dapat melakukan transaksi dengan konsumen dari berbagai tempat.

c) Efisien

Tidak ada penghematan dalam waktu pengiriman, biaya kertas, perangko, dll. dengan sistem tanpa kertas, sedangkan distribusi dapat dilakukan secara elektronik.

d) Efektif

Konsumen dapat memperoleh informasi dan bertransaksi setiap saat dengan cepat.

e) Cash Flow Terjamin

Dengan adanya sistem arus kas e-commerce, Perusahaan akan terjamin karena Perusahaan akan menerima pembayaran terlebih dahulu sebelum mengirimkan barang yang dipesan oleh konsumen. Dengan begitu dapat mengurangi modal.

2.4 Tinjauan Umum Mengenai Jual Beli Online

2.4.1 Pengertian Jual Beli

Secara bahasa, jual beli dipahami sebagai tukar menukar, baik uang dengan barang atau barang dengan uang. Akan tetapi, karena sewa-menyewa dan perkawinan, yang objeknya adalah kemudahan dan kenikmatan, merupakan dua hal yang berbeda, maka tukar-menukar objek perdagangan dalam jual beli hanya terbatas pada benda. Jika disimak baik-baik, istilah "beli" dan "jual" merupakan gabungan dua kata yang saling bertentangan. Hal ini dikarenakan transaksi jual beli hanya dapat terjadi apabila ada pembeli dan penjual. Orang yang memiliki barang yang akan ditawarkan adalah penjual. Namun, orang yang membayar barang tersebut adalah pembeli. Tentu saja transaksi jual beli tidak dapat terjadi apabila salah satu pihak tidak hadir.

Meskipun bertolak belakang, istilah "jual" dan "beli" sering digunakan secara bergantian untuk merujuk pada hal yang sama. Akibatnya, pembeli dan penjual disebut demikian dalam perjanjian transaksi. Namun, jika hak digunakan

secara umum, ini menyiratkan bahwa istilah "penjual" mengacu pada pihak yang mengeluarkan barang. Namun, pembeli adalah pihak yang menanggung biaya. Penjuallah yang mendistribusikan produknya. Namun, pelangganlah yang menerima barang dan membayarnya.³⁶

Dengan kata lain, perjanjian jual beli adalah suatu perjanjian di mana satu pihak berjanji menyerahkan suatu barang dan pihak lain berjanji membayar sejumlah uang yang telah disepakati, menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer).³⁷

Syaikh al Qolyubi dalam hasysiah-nya menjelaskan bahwa jual beli yaitu akad saling mengganti dengan harta yang berakibat kepada kepemilikan terhadap satu benda atau manfaat untuk tempo waktu selamanya dan bukan untuk bertaqarrub kepada Allah.³⁸

2.4.2Hak dan Kewajiban Jual Beli

a. Hak dan kewajiban penjual

Menurut pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang berisi "jual beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan". Dari pasal tersebut dapat disimpulkan hak penjual adalah menyerahkan barang ke dalam kekuasaan dan kepunyaan si pembeli dan menanggung terhadap barang yang dijual itu.

³⁶Nasrun Haroen, 200, Fiqih Muamalah, Jakarta: Gaya Media Pratama, hlm. 111

³⁷ Rozikin, 1983, Undang-Undang dalam Hukum Perdata, Jakarta: Pratama Bakti, hlm. 372

³⁸ Abdul Azziz Muhammad Azzam, 2002, Perdata Dalam perspectif Islam, Jakarta: Mutu Ilmu, hlm. 24.

Mengenai “menanggung”, lebih lanjut diatur dalam Pasal 1491 Kitab Undang-undang Hukum Perdata, yang mengatakan bahwa “penjual harus menanggung barang itu terhadap cacat tersembunyi, yang sedemikian rupa sehingga barang itu tidak dapat digunakan untuk tujuan yang dimaksud, atau yang demikian mengurangi pemakaian, sehingga seandainya pembeli mengetahui cacat itu, sama sekali tidak akan membelinya atau tidak akan membelinya selain dengan harga yang kurang. Ia harus meminjam barang terhadap cacat yang tersembunyi, meskipun ia sendiri tidak mengetahui adanya cacat itu, kecuali jika dalam hal demikian ia telah meminta diperjanjikan bahwa ia tidak wajib menanggung sesuatu apa pun”.

Mengenai menjamin terhadap adanya cacat tersembunyi, Menurut Pasal 1504 KUH Perdata, yang dimaksud dengan jaminan terhadap cacat tersembunyi ialah cacat yang mengakibatkan barang tidak dapat dipergunakan sebagaimana mestinya atau yang membatasi pemakaianya, sehingga jika pihak yang bersangkutan mengetahui adanya cacat tersebut, ia tidak akan membeli barang itu sama sekali atau akan membelinya dengan harga yang lebih rendah.³⁹

b. hak dan kewajiban pembeli

Kewajiban pembeli adalah membayar uang pembelian pada waktu dan tempat yang ditentukan dalam perjanjian, sedangkan haknya adalah menyerahkan barang yang dibelinya dari penjual. Pasal 1514 KUH Perdata

³⁹ A Qirom Syamsudin Meliala, 2006, Jual Beli Dalam Pandangan Islam, Bandung: Bintang, hlm. 38.

menyatakan bahwa pembeli wajib membayar di tempat dan waktu penyerahan barang jika tidak ditentukan dalam perjanjian.⁴⁰

2.4.3 Jual Beli Online Menurut Undang-Undang No 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan (UU Perdagangan)

Dengan mengutamakan kepentingan nasional, UU Perdagangan ini mencerminkan tujuan untuk mengembangkan sektor perdagangan sebagaimana yang dijelaskan dalam kebijakan perdagangan. Pernyataan bahwa "Kebijakan perdagangan disusun berdasarkan kepentingan nasional" terdapat dalam Pasal 2 huruf (a) UU Perdagangan yang menyatakan hal tersebut sangat jelas. Kepentingan nasional tersebut meliputi mendorong pertumbuhan ekonomi, mendorong daya saing perdagangan, menjaga produksi dalam negeri, mengembangkan pasar tenaga kerja, menjaga konsumen, memastikan ketersediaan dan kelancaran barang dan jasa, memperkuat UMKM, dan lain sebagainya.

Ruang lingkup pengaturan perdagangan yang diatur dalam Undang-Undang Perdagangan ini adalah sebagai berikut: pengembangan ekspor; kerja sama perdagangan internasional; tugas dan perizinan pemerintah di bidang perdagangan; komite perdagangan nasional; standardisasi; perdagangan melalui sistem elektronik; perlindungan dan pengamanan perdagangan; pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah; dan sistem informasi perdagangan.

2.5 Tinjauan Umum Tentang MarketPlace Facebook

2.5.1 Pengertian MarketPlace

Marketplace, yang juga disebut e-commerce, adalah media promosi penjualan yang menggunakan teknologi internet. E-commerce adalah program yang memfasilitasi pembelian dan penjualan online.⁴¹

⁴⁰ Ibid., hlm. 46

⁴¹ Eka Septiana Sulistiyawati, "Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan Ukmk, Vol. 4, No. 1 (Oktober, 2020), h. 135.

Praktik pembelian dan penjualan barang dan jasa secara elektronik melalui transaksi komersial terkomputerisasi yang memanfaatkan internet, jaringan, dan teknologi digital lainnya dikenal sebagai pasar (e-commerce), menurut C. dan P. Loundon.⁴²

2.5.2 Sejarah Singkat Mengenai Facebook Marketplace

Facebook Marketplace pertama kali diluncurkan pada 3 Oktober 2016 sebagai fitur untuk memfasilitasi jual beli barang secara lokal melalui platform Facebook. Awalnya fitur ini hanya tersedia di Amerika Serikat, Inggris, Australia, dan Selandia Baru. Marketplace dikembangkan sebagai alternatif dari grup jual beli yang sudah populer di Facebook sebelumnya.⁴³

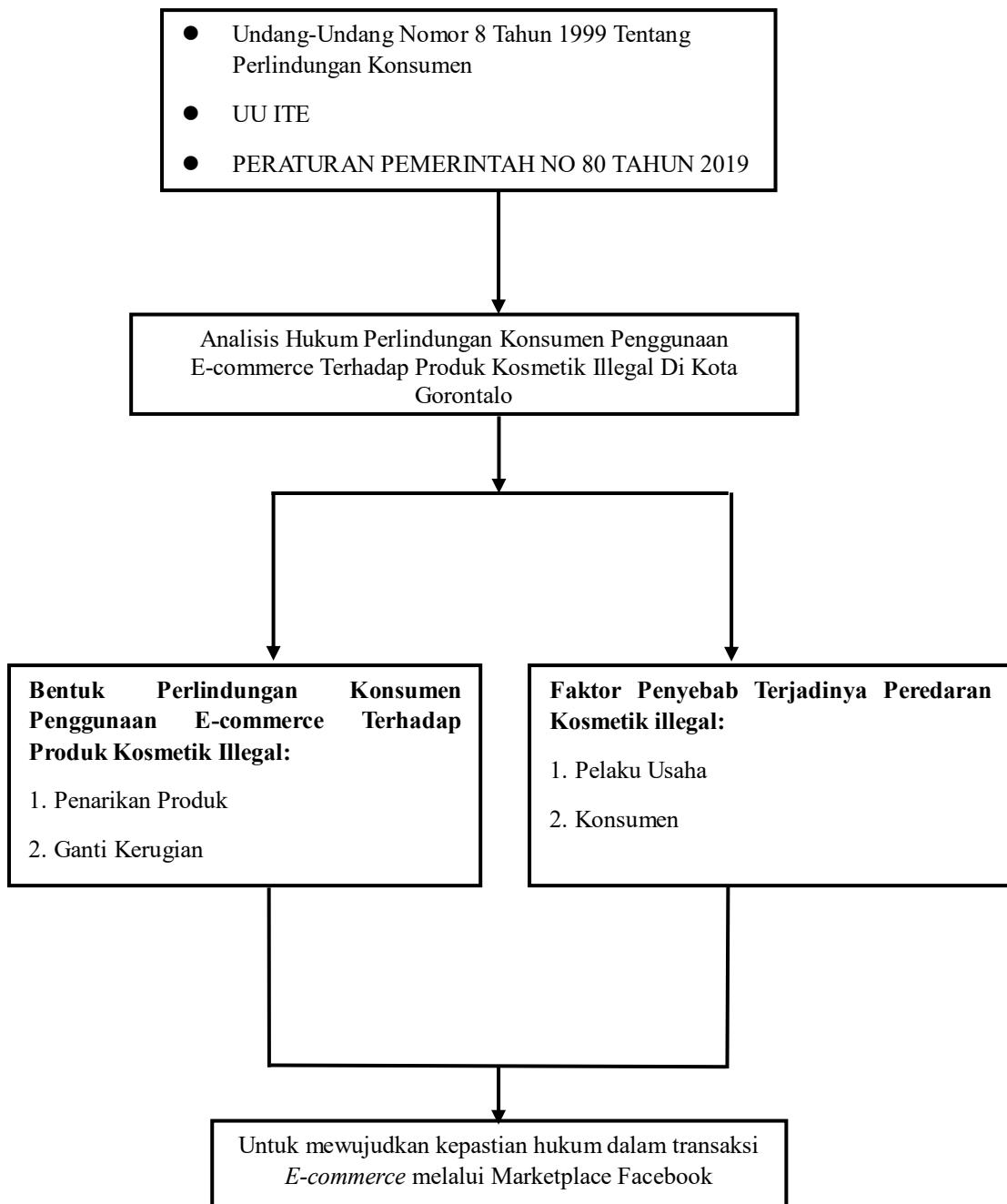
2.5.3 Dasar Hukum Facebook Marketplace

Dasar hukum Facebook marketplace di Indonesia didasarkan pada regulasi perdagangan elektronik, antara lain UU No. 11 Tahun 2008 tentang ITE yang mengatur transaksi elektronik, keamanan data, dan kewajiban penyelenggara sistem elektronik, UU No. 7 Tahun 2014 tentang perdagangan pada pasal 65-66 yang mengatur perdagangan elektronik dan kewajiban pelaku usaha dalam memberikan informasi yang benar kepada konsumen dan Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang PMSE yang mengharuskan marketplace terdaftar dan memiliki izin usaha, serta melindungi konsumen.

⁴² Kenny, “Pelatihan Penjualan Online Menggunakan Marketplace pada UKM di Bantul”, Vol.2, No. 1 tahun 2021, h. 80.

⁴³ Meta Newsroom, 2016

2.6 Kerangka Pikir



2.7 Definisi Operasional

1. Konsumen adalah orang yang menggunakan atau membeli barang dan jasa untuk kebutuhan dan untuk tujuan tertentu
2. E-commerce adalah kegiatan jual beli yang dilakukan secara elektronik melalui internet.
3. Perlindungan hukum dapat diartikan dengan upaya melindungi yang dilakukan pemerintah dengan sejumlah peraturan yang ada.
4. Kosmetik adalah bahan yang digunakan pada bagian luar tubuh manusia seperti kulit untuk membersihkan, mewangikan dan mengubah penampilan.
5. Ilegal adalah sesuatu yang tidak sah atau tidak sesuai dengan hukum
6. Penarikan produk adalah prosedur yang dirancang untuk melindungi Masyarakat dengan menghilangkan produk beresiko dari pasaran.
7. Pelaku usaha adalah orang perseorangan atau badan usaha yang melakukan kegiatan usaha di wilayah hukum negara republik Indonesia. Pelaku usaha dapat melakukan kegiatan usaha sendiri maupun Bersama-sama melalui perjanjian.
8. Ganti kerugian adalah hak seseorang untuk mendapat pemenuhan atas tuntutannya yang berupa imbalan sejumlah uang yang telah dirampas secara tidak adil
9. Facebook marketplace adalah fitur yang disediakan oleh facebook untuk memfasilitasi jual beli barang atau jasa secara online diantara pengguna platform tersebut.

10. Kepastian hukum adalah salah satu tujuan hukum dalam mewujudkan keadilan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian hukum yang dilakukan oleh penulis adalah menggunakan metode penelitian empiris, yaitu metode penelitian yang turun langsung ke lapangan dan menggunakan sumber data primer. Alasan digunakannya metode penelitian empiris karena dibutuhkan observasi tentang upaya perlindungan bagi konsumen pengguna E-Commerce di kota Gorontalo, yaitu dengan menganalisis upaya penyelesaian serta faktor penyebab terjadinya dalam menangani kasus transaksi E-Commerce melalui marketplace facebook atas peredaran kosmetik berbahaya.

Salah satu kategori kajian hukum adalah kajian hukum empiris. Fakta bahwa kajian hukum empiris dimulai dengan data primer, yaitu data yang dikumpulkan langsung dari masyarakat melalui penelitian lapangan, pada hakikatnya merupakan salah satu perbedaannya dengan kajian hukum normatif. Di sisi lain, kajian hukum normatif dimulai dengan data sekunder. Penelitian hukum empiris dilakukan melalui kegiatan wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini dapat direalisasikan terhadap penelitian mengenai epektivitas hukum yang sedang berlaku ataupun terhadap penelitian mengenai identifikasi hukum.⁴⁴

⁴⁴ Jonaedi dan Jhonny Ibrahim, Metode Penelitian Hukum Normatif Dan Empiris, Cetakan Ke (Depok: Prenadamedia Gorup,2018). H. 149

3.2 Objek Penelitian

objek penelitian yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah perlindungan konsumen penggunaan E-Commerce di kota Gorontalo

3.3 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Untuk mendapatkan data-data yang akurat dan data-data yang dibutuhkan oleh penulis dalam penulisan hukum ini, penulis melakukan penelitian di Badan Pengawasan Obat Dan Makanan di Gorontalo yang beralamat di Jl. Toto Tengah, Kec. Kabilia, Kabupaten Bone Bolango. Dalam hal pemilihan lokasi penelitian dikarenakan dilokasi tersebut terdapat informasi yang lengkap mengenai perlindungan konsumen pengguna e-commerce terhadap produk kosmetik illegal di kota Gorontalo melalui marketplace facebook.

3.4 Jenis Dan Sumber Data

Populasi dan sampel

3.4.1 Populasi adalah keseluruhan atau sekumpulan objek dengan ciri yang sama, populasi dapat berupa sekumpulan orang atau benda, kejadian, kasus, dengan ciri atau ciri yang sama. Penulis mewawancara Pejabat Balai Pengawasan Obat Dan Makanan di Gorontalo, BPSK, konsumen

3.4.2 Sampel merupakan himpunan dari populasi yang dianggap mewakili populasi dalam penelitian ini, sehingga yang menjadi sampel dalam penelitian ini yakni pejabat Balai POM Gorontalo, 1 orang di bidang fungsi penindakan, ketua BPSK, 1 orang konsumen

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini cara perolehan datanya menggunakan teknik sebagai berikut:

- a) Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data secara tanya jawab secara terstruktur (interview)
- b) Dokumentasi, yaitu melakukan pencatatan dokumen yang mempunyai keterkaitan dengan data yang dibutuhkan
- c) Observasi, yaitu Langkah pencatatan informasi sebagaimana yang dilakukan dan disaksikan selama melakukan penelitian nantinya.

3.6 Teknik Analisis Data

Penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif saat mengembangkan undang-undang ini, yang mencakup pengumpulan informasi, kualifikasi, menghubungkan teori-teori yang relevan, dan kemudian membuat kesimpulan untuk menentukan hasilnya. Pendekatan kualitatif adalah metode untuk memeriksa temuan penelitian yang menghasilkan analisis data deskriptif, yang mencakup informasi yang diberikan oleh responden baik secara lisan maupun tertulis serta perilaku aktual yang diselidiki dan diperiksa secara holistik.⁴⁵

⁴⁵ Mukti Fajar & yulianto achmad, 2010 hal. 192

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah Balai Pengawasan Obat Dan Makanan

Dalam rangka menjaga keselamatan masyarakat dari obat dan makanan yang dapat membahayakan kesehatan, maka dibentuklah Badan Pengawas Obat dan Makanan Provinsi Gorontalo pada tanggal 19 Maret 2008. Dalam rangka pemenuhan kewajiban dan tanggung jawab Badan Pengawas Obat dan Makanan Gorontalo sebagai lembaga pengawas obat dan makanan di Provinsi Gorontalo, maka peningkatan koordinasi dan kemitraan yang telah dilakukan dengan berbagai pihak sepanjang tahun 2021 akan lebih ditingkatkan lagi.

Berdasarkan Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan nomor 05018/KBPPOM/2001 Tahun 2001 dan beberapa kali mengalami perubahan sampai terakhir dengan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan RI nomor 12 Tahun 2018 tanggal 08 Juni 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis di Lingkungan BPOM yang telah dirubah dalam Peraturan BPOM Nomor 29 tahun 2019, BPOM di Gorontalo merupakan Unit Pelaksana Teknis (UPT) Badan POM yaitu satuan kerja bersifat mandiri yang melaksanakan tugas teknis operasional tertentu dan/atau tugas teknis penunjang tertentu di bidang pengawasan Obat dan Makanan.⁴⁶

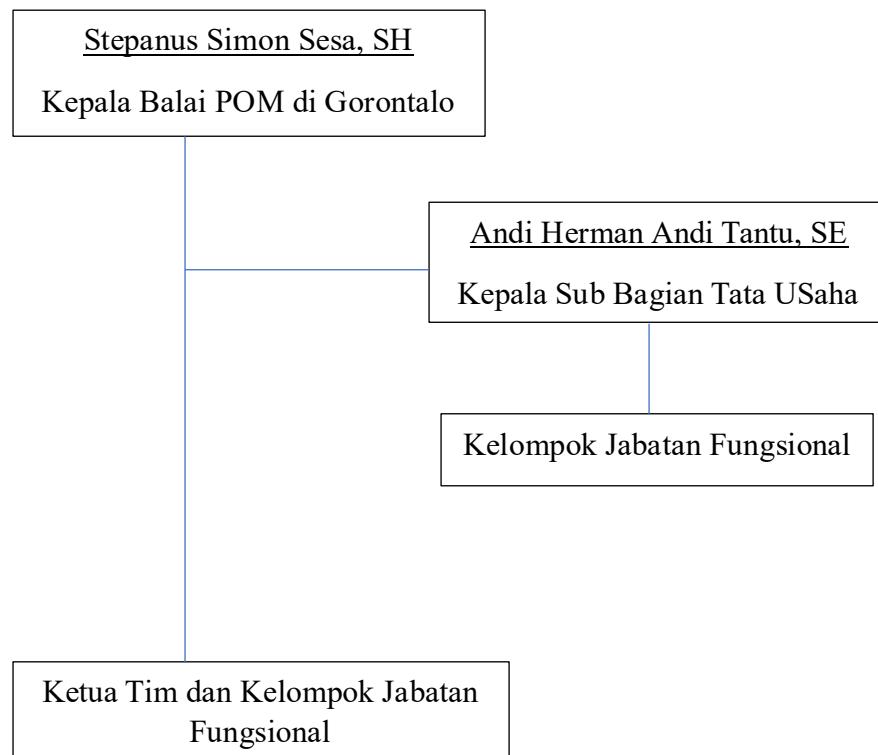
⁴⁶ <https://gorontalo.pom.go.id/profil>

Kedudukan BPOM di Gorontalo berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Badan, dipimpin oleh seorang Kepala yang secara teknis dibina oleh Deputi dan secara administratif dibina oleh Sekretaris Utama. BPOM di Gorontalo dikategorikan sebagai Balai POM.

Sebagai pelaksanaan amanah penyederhanaan birokrasi Badan POM telah menjalankannya yang tentunya terjadi perubahan SOTK baru yang dituangkan dalam Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 19 Tahun 2023 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis pada Badan Pengawas Obat dan Makanan.

Adapun total *catchment area* Balai POM di Gorontalo terdiri dari 6 Kabupaten/Kota, dengan rincian 1 kota dan 5 Kabupaten, yaitu Kota Gorontalo, Kabupaten Gorontalo, Kabupaten Bone Bolango, Kabupaten Gorontalo Utara, Kabupaten Boalemo dan Kabupaten Pohuwato.

Struktur Organisasi BPOM



4.1.2 Visi Misi Balai Pengawasan Obat Dan Makanan

A. Visi

Obat dan Makanan aman, bermutu, dan berdaya saing untuk mewujudkan Indonesia Maju yang Berdaulat, Mandiri, dan Berkepribadian berlandaskan Gotong-Royong.

B. Misi

1. Membangun SDM unggul terkait Obat dan Makanan dengan mengembangkan kemitraan bersama seluruh komponen bangsa dalam rangka peningkatan kualitas manusia Indonesia.
2. Memfasilitasi percepatan pengembangan dunia usaha Obat dan Makanan dengankeberpihakan terhadap UMKM dalam rangka membangun struktur ekonomi yang produktif dan berdaya saing untuk kemandirian bangsa;
3. Meningkatkan efektivitas pengawasan Obat dan Makanan serta penindakan kejahatan Obat dan Makanan melalui sinergi pemerintah pusat dan daerah dalam kerangka Negara Kesatuan guna perlindungan bagi segenap bangsa dan memberikan rasa aman pada seluruh warga;
4. Pengelolaan pemerintahan yang bersih, efektif, dan terpercaya untuk memberikan pelayanan publik yang prima di bidang Obat dan Makanan

4.1.3 Tugas Dan Fungsi

1. pelaksanaan pemeriksaan fasilitas produksi Obat dan Makanan;

2. pelaksanaan pemeriksaan fasilitas distribusi Obat dan Makanan dan fasilitas pelayanan kefarmasian;
3. pelaksanaan sertifikasi produk dan fasilitas produksi dan distribusi Obat dan Makanan;
4. pelaksanaan sampling Obat dan Makanan;
5. pelaksanaan pemantauan label dan iklan Obat dan Makanan;
6. pelaksanaan pengujian rutin Obat dan Makanan;
7. pelaksanaan pengujian Obat dan Makanan dalam rangka investigasi dan penyidikan;
8. pelaksanaan cegah tangkal, intelijen dan penyidikan terhadap pelanggaran ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang pengawasan Obat dan Makanan;
9. pelaksanaan pemantauan peredaran Obat dan Makanan melalui siber;
10. pengelolaan komunikasi, informasi, edukasi, dan pengaduan masyarakat di bidang pengawasan Obat dan Makanan;
11. pelaksanaan kerja sama di bidang pengawasan Obat dan Makanan;
12. pelaksanaan pemantauan, evaluasi, dan pelaporan di bidang pengawasan Obat dan Makanan;
13. pelaksanaan urusan tata usaha dan rumah tangga; dan
14. pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Kepala Badan

4.2 Bentuk Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Illegal Dalam Transaksi *E-commerce* Melalui Marketplace Facebook

Konsumen tidak akan merasa puas jika hanya memiliki satu produk kosmetik karena banyaknya jenis kosmetik yang tersedia di Indonesia, khususnya di kota Gorontalo. Produsen membuat kosmetik lalu menggunakan berbagai strategi agar konsumen mau membeli dan menggunakan produk tersebut, seperti mempercantik kemasan produk, memberikan harga yang wajar dan murah, serta memanfaatkan media sosial sebagai strategi pemasaran.⁴⁷

Mengenai dampak kosmetik, kosmetik dapat menyebabkan iritasi kulit, gangguan kesehatan, bahkan kanker kulit. Dalam hal ini, pelaku usaha yang ceroboh dalam memproduksi kosmetik tersebut mengakibatkan kerugian bagi konsumen.

Pelaku usaha wajib melakukan verifikasi terhadap setiap produk kosmetik yang diproduksi dan dijualnya, apakah mengandung bahan berbahaya dan tanggal kedaluwarsanya, guna memenuhi hak konsumen atas informasi produk yang jujur dan transparan mengenai kondisinya. Pada akhirnya, masyarakat sebagai konsumenlah yang akan dirugikan karena produk berbahaya yang tidak memiliki tanggal kedaluwarsa sering kali membuat masyarakat ragu apakah produk tersebut masih aman untuk digunakan.

⁴⁷ Ni Kadek Diah Sri Pratiwi & Made Nurmawati, 2019 “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Impor Tanpa Izin Edar Yang Dijual Secara Online”, Jurnal Kertha Semaya Fakultas Hukum Universitas Udayana, Vol. 7 No. 5

Selama masih banyak pelanggan yang merasa dirugikan dan memerlukan perhatian lebih besar, topik perlindungan konsumen akan terus dibahas.⁴⁸ Hak-hak konsumen harus dijunjung tinggi dan dilindungi. Untuk mengurangi praktik bisnis yang tidak jujur seperti distribusi barang berbahaya, pemerintah harus benar-benar menjamin dan menegakkan perlindungan hukum bagi konsumen.

Peraturan mengenai perlindungan konsumen telah diatur dalam Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Adapun pengertian perlindungan konsumen yakni terdapat di dalam Pasal 1 angka 1 “perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.” Berdasarkan ketentuan tersebut, Klausul-klausul ini memberikan kepastian hukum bagi konsumen, sehingga hak-hak mereka terlindungi. Di Indonesia, penegakan hak-hak konsumen sangat penting untuk mencapai keseimbangan antara konsumen dan pelaku usaha.⁴⁹

Larangan-larangan tentang kegiatan pelaku usaha di dalam memproduksi dan memperdagangkan suatu produk terdapat dalam Pasal 8 ayat (1) Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen namun karena pelaku usaha tersebut tidak ada tanggal kadaluarsa dan mengandung bahan berbahaya pada produk kosmetiknya maka pelaku usaha wajib melaksanakan kewajibannya sesuai Pasal 8 ayat (4) yakni “pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut wajib menariknya

⁴⁸ Zulham, 2013, Hukum Perlindungan Konsumen, Kencana Prenada Media Group, Cet. 1, Jakarta, h. 21

⁴⁹ Ahmad Miru, 2013, Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia, Cet. 2, Rajawali Press, Jakarta, h.102

dari peredaran". Diharapkan dengan ditetapkannya Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini akan meningkatkan kesadaran dan rasa tanggung jawab para pelaku usaha dalam menjalankan usahanya.⁵⁰ Agar pelaku usaha lebih bertanggung jawab dan mengubah caveat emptor menjadi caveat vendor sebagaimana yang dianjurkan dalam UU Perlindungan Konsumen, maka kesadaran dari pihak pelaku usaha sangat penting. Caveat emptor menghimbau kepada konsumen untuk lebih berhati-hati, sedangkan caveat emptor menghimbau kepada produsen dan pelaku usaha lainnya untuk lebih berhati-hati demi kepentingan masyarakat luas.⁵¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Fredy selaku pejabat BPOM di bidang Fungsi Penindakan pada tanggal 24 januari 2025 beliau menyatakan bahwa Oleh karena itu bentuk perlindungan hukum yang dilakukan oleh BPOM Gorontalo yaitu berupa penarikan produk dan juga ganti rugi.⁵²

4.2.1 Penarikan Produk

Permintaan pengembalian sejumlah produk atau seluruh produksi komersial dikenal sebagai penarikan kembali produk. Hal ini biasanya terjadi ketika suatu produk dianggap tidak aman atau kualitasnya rendah. Ketika suatu cacat ditemukan oleh produsen, distributor, importir, pengecer, atau pengguna, penarikan kembali produk akan dimulai.

⁵⁰ Adrian Sutedi, 2008, Tanggung Jawab Produk Dalam Perlindungan Konsumen, Ghilia Indonesia, Bogor, h.9

⁵¹ Yusuf Shofie, 2008, Kapita Selekta Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, Cet. 1, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, h.42

⁵² Wawancara pada tanggal 24 januari 2025

Penarikan produk terjadi bila suatu produk dianggap menimbulkan bahaya bagi konsumen atau melanggar regulasi keamanan. Badan Pembinaan Hukum Nasional (BPHN) mendefinisikan produk cacat adalah produk yang tidak sesuai dengan peruntukannya, baik karena kesalahan produksi yang disengaja maupun tidak sengaja, atau karena kejadian yang terjadi selama peredarannya, atau tidak memenuhi standar keamanan yang diharapkan bagi manusia atau harta benda pada saat digunakan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Fredy pejabat BPOM di bidang Fungsi Penindakan, 24 januari 2025 pada wawancara sebelumnya beliau mengatakan bahwa

“Pada bulan Maret tahun 2024 ada aduan dari konsumen yang merasakan efek samping serius dari penggunaan handbody berjenis markalak yang dijual elis yang ilegal dan mengandung bahan berbahaya yang bikin iritasi dan gatal-gatal pada kulit. Dalam pemeriksaan ditemukan produk tersebut tidak memiliki izin edar maka team melakukan penyitaan produk. Ini adalah suatu perlindungan kepada konsumen yang kami lakukan. Adapun yang dilakukan oleh pihak berwenang dalam melakukan penarikan ataupun penyitaan barang produk kosmetik yang berbahaya sesuai dengan Peraturan Kepala Badan POM Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2017 tentang kriteria dan tata cara penarikan, pemusnahan kosmetik”.⁵³

Berdasarkan dari penjelasan diatas peneliti menemukan bahwa untuk mengatasai terjadinya kerugian pada konsumen yang menggunakan kosmetik berbahaya dan tidak memiliki izin, maka bentuk perlindungan yang dilakukan adalah dengan cara terus melakukan pengawasan terhadap produk illegal dan mengandung zat berbahaya.

⁵³ Wawancara pada tanggal 24 januari 2025

Selain itu, peran masyarakat selaku konsumen atau pengguna produk juga memiliki kewajiban untuk memberi laporan apabila konsumen merasa dirugikan akibat menggunakan produk kosmetik yang mengandung zat berbahaya itu serta dapat melakukan penuntutan ganti rugi atas pembelian produk tersebut. Setelah pihak BPOM menerima laporan tersebut maka dari pihak BPOM akan langsung membuat peringatan tertulis kepada pihak pelaku usaha untuk tidak mengedarkan kosmetik tersebut sebelum memberikan sanksi yang lebih tegas.

4.2.2 Ganti Rugi

Dalam melakukan kegiatan usahanya, pelaku usaha menggunakan prinsip ekonomi dalam menjalankan usahanya. Mampu memaksimalkan keuntungan dengan modal yang minim merupakan salah satu prinsip pelaku ekonomi komersial. Akibatnya, kepentingan konsumen pun ikut terdampak. Konsumen harus berhati-hati dalam memilih kosmetik untuk melindungi hak-haknya sebagai konsumen. Tidak semua orang menyadari dan memahami hak-haknya sebagai konsumen. Adanya Undang-undang perlindungan konsumen Indonesia diharapkan dapat melindungi hak dan kedudukan yang setara bagi konsumen dan badan usaha. Hal ini menjadi dasar bagi konsumen untuk menuntut pelaku usaha jika merasa dirugikan akibat membeli barang yang sudah kedaluwarsa.⁵⁴

Asas keseimbangan perlindungan konsumen diharapkan mampu memberikan keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen.⁵⁵ Pelaku usaha bertanggung jawab penuh untuk menjamin keamanan produk kosmetik. Pelaku usaha harus siap

⁵⁴ Happy Susanto, 2008, Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan, Transmedia Pustaka, Jakarta, h. 5

⁵⁵ Ibid, h.7

bertanggung jawab atas segala kerugian yang timbul akibat kegiatannya apabila produk kosmetik tidak memenuhi ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Dalam pasal 19 UUPK diatur tentang “tanggung jawab pelaku usaha yakni:

- 1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- 2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan Kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku
- 3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- 4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapus kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- 5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.”

Dilihat dari isi pasal diatas, pelaku usaha berkewajiban untuk memberikan ganti rugi atas kerugian yang timbul. Selain itu, mengenai tanggung jawab pelaku usaha diatur juga didalam Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 (UU ITE) Pasal

9 yang menerangkan bahwa: “Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap, benar dan akurat tentang produk.”

Pada Pasal 15 ayat (3) menerangkan bahwa: “Penyelenggara sistem elektronik (termasuk pelaku usaha online) bertanggung jawab atas kerugian yang diderita oleh pengguna jika terjadi kesalahan dalam sistem elektroniknya.”

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 yang mengatur mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) merupakan regulasi yang mengatur aktivitas perdagangan secara online di Indonesia. Jika pelaku usaha melanggar ketentuan dalam PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), maka dapat dikenakan sanksi administratif sebagaimana diatur dalam pasal 80 berupa:

- A. Peringatan tertulis
- B. Denda administratif
- C. Pembatasan kegiatan usaha
- D. Pembekuan kegiatan usaha;
- E. Pencabutan izin usaha.

Pasal 1365 Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUH Perdata) yakni “Tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian itu karena kesalahannya untuk mengantikan kerugian tersebut”

Adapun yang disampaikan pada wawancara sebelumnya dengan bapak Fredy beliau juga mengatakan bahwa

“Perlindungan yang diberikan terhadap konsumen yang di rugikan yaitu ganti rugi, yang harus dilakukan oleh pelaku usaha yang menjual produk kosmetik illegal dan berbahaya sehingga merugikan konsumen yang mengandung zat berbahaya yakni dengan ganti rugi materil dan ganti rugi immateril. Dengan diatur tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen ini dapat meminimalisir terjadinya pelanggaran hak-hak konsumen. Sudah menjadi kewajiban pelaku usaha dan konsumen untuk mematuhi semua aturan-aturan yang ada didalam undang-undang Perlindungan Konsumen tersebut. Namun apabila dalam menggunakan produk kosmetik illegal dan berbahaya timbul permasalahan karena konsumen itu sendiri maka pelaku usaha tidak berkewajiban untuk melakukan Ganti rugi sesuai Pasal 19 UUPK. Tidak semua permasalahan dapat timbul karena pelaku usaha. Disinilah konsumen harus menjadi konsumen yang cerdas dalam memilih produk yang akan dipakai.”⁵⁶

Berdasarkan wawancara dengan ketua BPSK Kota Gorontalo pada tanggal 5 maret 2025, bahwa:

“Dalam proses mediasi di BPSK tidak terjadi kesepakatan antara pelaku usaha dengan korban sehingga tidak ada Ganti rugi yang diberikan oleh pelaku kepada korban.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan korban SA pada tanggal 8 maret 2025, beliau menjelaskan bahwa:

“Tidak ada Ganti rugi sama sekali yang diberikan pelaku usaha walaupun hanya uang transport dan biaya pengobatan. Korban mengajukan komplain kepada pelaku usaha dengan harapan mendapatkan Ganti rugi atau pengembalian dana. Sayangnya permintaan tersebut tidak direspon dengan baik.”⁵⁷

Dari hasil wawancara peneliti menemukan bahwa konsumen mengalami kerugian finansial untuk biaya pengobatan. Selain itu, ada tekanan mental akibat

⁵⁶ Wawancara pada tanggal 24 Januari 2025

⁵⁷ Wawancara bersama korban SA pada tanggal 8 maret 2025

kerusakan penampilan yang berdampak pada kepercayaan diri. Meskipun ada Undang-Undang Perlindungan konsumen, pelaksanannya lemah.

Ada ketidaksesuaian antara aturan yang ada dengan pelaksanaannya, pihak korban mengaku tidak mendapatkan ganti rugi, sedangkan didalam aturan harus ada ganti rugi bagi pihak korban. Kasus ini mencerminkan lemahnya perlindungan konsumen terhadap produk ilegal, serta perlunya kolaborasi antara pemerintah, platform digital, dan masyarakat untuk meminimalkan risiko serupa.

4.3 Faktor Penyebab terjadinya Peredaran Produk Kosmetik Ilegal Dalam Transaksi *E-commerce* Melalui Marketplace Facebook

Perkembangan zaman yang semakin modern yaitu ditandai dengan berkembangnya teknologi dari masa ke masa. Penggunaan teknologi seperti smartphone, komputer dan laptop sering digunakan Masyarakat untuk berkomunikasi jarak jauh, berbisnis, berkarya atau melakukan kegiatan sosial lainnya tanpa memikirkan masalah jarak dan waktu.

Pertumbuhan bisnis yang pesat didorong oleh penggunaan teknologi informasi karena teknologi ini memungkinkan orang untuk berkomunikasi dengan mudah lintas batas geografis dan menyajikan berbagai informasi. Selain itu, orang yang ingin menjalankan bisnis tidak perlu bertemu langsung; sebaliknya, mereka dapat melakukannya melalui komputer atau teknologi telekomunikasi.⁵⁸

⁵⁸ Rizqa Anas Fawzi, ‘Akibat Hukum Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual Beli Online Berdasarkan Undang-undang Informasi Dan Transaksi Elektronik’ vol. 8 (2020) hal. 646

Karena akses internet yang mudah, banyak informasi yang menyesatkan dan hal-hal yang tidak sesuai dengan kesepakatan bersama yang telah ditetapkan di situs web yang dibuat oleh para pelaku usaha. Akibatnya, teknologi di ranah internet dapat memberikan dampak yang merugikan bagi masyarakat. Ketika pelaku usaha melanggar suatu kontrak, maka akan ada akibat hukumnya. Namun, konsumen memiliki potensi untuk berperilaku yang dapat merugikan pelaku usaha online. Karena pada dasarnya pelaku usaha harus mempunyai kewajiban itikad baik dalam suatu kegiatan usahanya kepada customer. Itikad baik dapat menimbulkan kepercayaan satu dengan yang lain antara penjual dan konsumen sehingga menimbulkan hubungan yang baik.⁵⁹ Konsumen biasanya dirugikan oleh dampak negatif e-commerce. Dampak negatif ini meliputi masalah pada produk yang ditawarkan serta masalah lain yang tidak sesuai dengan perjanjian sebelumnya. Oleh karena itu, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dibuat untuk melindungi hak-hak konsumen.

Untuk mengetahui faktor dalam terjadinya peredaran produk kosmetik ilegal dalam transaksi e-commerce melalui marketplace facebook tersebut, peneliti melakukan observasi dan wawancara langsung.

Peneliti akan memaparkan dan mendeskripsikan faktor penyebab terjadinya peredaran produk kosmetik ilegal dalam transaksi e-commerce melalui marketplace facebook di kota Gorontalo sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

⁵⁹ Ibid

Maka hasil penelitian terdapat 2 faktor yaitu pelaku usaha dan masyarakat, sebagai berikut hasil dari wawancara dan fakta yang peneliti dapatkan didalam melakukan penelitian masing-masing dari faktor penyebab terjadinya peredaran produk kosmetik ilegal dalam transaksi E-commerce melalui marketplace facebook.⁶⁰

4.3.1 Pelaku Usaha

Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbadan hukum maupun tidak, yang berkedudukan di wilayah Negara Republik Indonesia atau yang menjalankan usaha di wilayah Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama dengan suatu badan, yang melakukan berbagai kegiatan ekonomi.

Adanya hubungan hukum dapat menimbulkan akibat hukum. Hubungan hukum mengandung hak dan kewajiban yang ditetapkan oleh undang-undang, artinya pelanggaran terhadap hak dan kewajiban tersebut dapat berakibat fatal dan pelanggarannya dapat menghadapi tuntutan hukum.⁶¹ Dalam hal ini pelaku usaha yang melanggar kewajibannya dan hak-hak yang dimiliki konsumen dengan menjual produk kosmetik tidak sesuai dengan standar mutu BPOM yang telah diterapkan oleh peraturan perundang-undangan maka pelaku usaha tersebut dapat dikenakan sanksi hukuman. Sanksi hukuman diatur di dalam peraturan-peraturan sebagai berikut:

⁶⁰ Hasil wawancara pada tanggal 24 januari 2025

⁶¹ Soedjono Dirdjodidworo, Pengantar Ilmu Hukum, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000), halaman 131

A. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Peraturan mengenai sanksi yang dapat dikenakan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran konsumen dapat berbentuk 2 hal, yaitu:

2. Sanksi Administratif Undang-undang memberikan kewenangan kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) untuk memberikan sanksi. Menurut Pasal 60 ayat (1) dan (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000.00 (dua ratus juta rupiah).
3. Sanksi pidana dapat diberikan kepada pelaku usaha dan/atau pengurusnya. Sanksi dapat berupa pidana pokok dan pidana tambahan. Sanksi pidana dalam batasan tertentu bertujuan untuk melindungi kepentingan masyarakat, dalam hal ini hak konsumen. Adanya sanksi perdata (Pasal 19 ayat (1), Pasal 18 ayat (3) UUPK) dan sanksi administrasi negara (Pasal 18 ayat (4) UUPK merupakan sarana-sarana yang diharapkan memiliki pengaruh preventif terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha.⁶² Sanksi pidana tambahan diatur didalam Pasal 63 mengatur sanksi pidana tambahan yang dapat berupa: pencabutan izin usaha, pengumuman putusan hakim, pembayaran ganti rugi, perintah pencabutan izin untuk kegiatan tertentu yang

⁶² Ibid, halaman 13.

mengakibatkan kerugian konsumen, dan kerahasiaan barang tertentu.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan bapak Fredy selaku pejabat BPOM di bidang Fungsi Penindakan terkait tentang faktor terjadinya peredaran produk kosmetik ilegal dalam transaksi e-commerce, pelaku usaha terhadap konsumen dalam pengawasan keamanan produk obat dan makanan, beliau menjelaskan bahwa

“Adanya unsur kesengajaan dari pelaku usaha dan tidak memberikan informasi terkait produk kosmetiknya dalam penjualan produk kosmetik yang mengandung bahan berbahaya berjenis handbody markalak sehingga mengakibatkan konsumen mengalami iritasi dan gatal-gatal, dan beliau menyampaikan bahwa pelaku usaha tersebut tetap bersikeras menjual produknya lewat online hingga melakukan penjualan secara live atau siaran langsung di akun facebooknya.”⁶³

Menurut pendapat penulis pengawasan pihak BPOM dalam peredaran produk kosmetik ilegal yang di edarkan secara online. Banyak platform e-commerce belum memiliki verifikasi ketat atas legalitas produk yang dijual. Perlu dilakukan pengawasan ketat dan melakukan kontrol di e-commerce agar peredaran produk kosmetik ilegal yang mengandung bahan berbahaya tidak beredar secara bebas di masyarakat.

Diperlukan pendekatan kolaboratif antara pemerintah, platform e-commerce, dan Masyarakat untuk mengatasi persoalan ini secara efektif.

⁶³Wawancara pada tanggal 24 januari 2025

4.3.2 Konsumen

kurangnya kesadaran konsumen menjadi salah satu faktor utama penyebaran kosmetik illegal di platform e-commerce. Peneliti mencerminkan pengetahuan yang terbatas mengenai produk kosmetik, termasuk cara membedakan antara produk legal dan illegal. Hal ini menyebabkannya lebih rentan terhadap penawaran produk yang tidak terjamin keamanannya.

Harga yang terjangkau merupakan salah satu faktor utama yang mendorong penyebaran kosmetik ilegal di platform e-commerce di Indonesia. Dalam lingkungan digital yang semakin berkembang, konsumen memiliki akses yang lebih mudah untuk mencari berbagai produk kosmetik dengan harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan produk resmi yang dijual di toko fisik. Keinginan untuk menemukan solusi kecantikan yang cepat dan ekonomis sering kali mempengaruhi konsumen untuk memilih kosmetik dengan harga yang lebih rendah, tanpa mempertimbangkan risiko yang mungkin ditimbulkan.

Harga yang lebih murah menjadi salah satu alasan utama mengapa konsumen lebih memilih membeli kosmetik ilegal. Di era digital, e-commerce memberikan kemudahan bagi konsumen untuk membandingkan harga produk dengan cepat dan memilih yang paling terjangkau. Hal ini sering kali membuat konsumen terjebak dalam jebakan harga murah tanpa mengecek keaslian atau kualitas produk yang dibeli. Banyak penjual kosmetik ilegal dan berbahaya memanfaatkan strategi pemasaran yang agresif, seperti memberikan diskon besar-besaran atau penawaran menarik lainnya, yang berhasil menarik perhatian konsumen.

Sayangnya, banyak dari konsumen ini tidak menyadari bahwasannya harga murah yang ditawarkan sering kali berkaitan dengan kualitas yang meragukan, bahkan risiko kesehatan yang serius. Sebagai contoh, beberapa kosmetik ilegal yang dijual owner ebudo ditemukan mengandung bahan kimia berbahaya seperti handbody markalak yang dapat menyebabkan gangguan Kesehatan, termasuk kerusakan kulit dan bahkan kanker

Pada wawancara sebelumnya dengan bapak Fredy beliau menjelaskan bahwa

“kurangnya pemahaman konsumen tentang risiko Kesehatan yang terkait dengan penggunaan kosmetik ilegal. Banyak konsumen tidak menyadari bahwasannya produk-produk tersebut dapat mengandung bahan berbahaya seperti handbody markalak, yang dapat menyebabkan dampak serius bagi Kesehatan. Penelitian ini mencerminkan bahwasannya Masyarakat sering kali tergiur oleh harga murah tanpa mempertimbangkan kualitas atau legalitas produk. Ketidakpahaman ini membuatnya lebih mudah terjebak dalam jebakan pemasaran yang menyesatkan.”⁶⁴

Dalam hasil wawancara diatas peneliti menganalisis bahwasannya Kurangnya kesadaran konsumen dalam membeli produk kosmetik secara online. Dan ditemukan banyak konsumen tidak cukup teliti dalam membeli produk kosmetik berbahaya terutama di platform e-commerce. Konsumen cenderung mengandalkan iklan dan rekomendasi dari teman tanpa memverifikasi keaslian produk terlebih dahulu. Hal ini menciptakan lingkungan dimana kosmetik ilegal dapat dengan mudah dipasarkan dan dijual kepada konsumen yang tidak menyadari risikonya.

Sehingga butuh adanya edukasi kepada masyarakat mengenai bahaya penggunaan kosmetik illegal serta cara mengenali produk yang aman. Program edukasi yang ditujukan untuk meningkatkan pengetahuan konsumen tentang

⁶⁴ Wawancara pada tanggal 24 januari 2025

keamanan produk kosmetik dapat membantu mengurangi penyebaran kosmetik ilegal. Misalnya, kampanye informasi melalui media sosial dan seminar komunitas dapat menjadi sarana efektif untuk menjelaskan risiko penggunaan kosmetik ilegal dan pentingnya memilih produk yang telah terverifikasi keamanannya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Bentuk perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce melalui Marketplace Facebook Kota Gorontalo, berupa penarikan produk dan Ganti kerugian. Meskipun regulasi undang-undang perlindungan konsumen dan peraturan pemerintah No. 80 tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik telah ada, namun implementasi di lapangan belum sepenuhnya efektif. Kosmetik ilegal dan mengandung zat berbahaya yang digunakan konsumen sangat merugikan konsumen, perlu adanya perlindungan hukum khusus untuk melindungi hak dari konsumen.
2. faktor utama yang menyebabkan peredaran produk kosmetik ilegal dalam transaksi e-commerce melalui marketplace facebook adalah pelaku usaha yang dengan sengaja menjual produk kosmetik berbahaya dan kurangnya kesadaran konsumen terhadap produk yang dijual, rendahnya kesadaran konsumen terhadap hak-haknya, serta kelemahan dalam mekanisme penyelesaian sengketa. Banyak pelaku usaha yang tidak memenuhi kewajiban mereka terhadap konsumen, seperti menjual produk tanpa izin edar atau menjajikan kualitas produk yang tidak sesuai dengan kenyataan.

5.2 Saran

1. kepada pengawasan BPOM dan pemerintah diharapkan untuk lebih aktif dalam melakukan pengawasan terhadap peredaran kosmetik berbahaya, perlu

dilakukan pengawasan ketat, dan melakukan control di E-Commerce dan perketat aturan impor dan beri sanksi berat pada pelanggar agar produk kosmetik yang mengandung bahan berbahaya tidak beredar secara bebas di Masyarakat.

2. kepada pihak BPOM dan pemerintah diharapkan untuk lebih aktif dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat mengenai pentingnya dalam memilih produk kosmetik serta konsekuensi hukum kepada pelaku usaha yang masih menjual produk kosmetik berbahaya. Sosialisasi ini dapat dilakukan melalui pertemuan warga, pemasangan papan pengumuman dan kampanye kesadaran hukum yang melibatkan tokoh Masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abdul Azziz Muhammad Azzam, 2002, *Perdata Dalam perspektif Islam*, Jakarta: *Mutu Ilmu*.
- Ahmadi Miru, 2007, *Hukum Kontrak Dan Perancangan Kontrak*, PT. *RajaGrafindo Persada*, Jakarta, (selanjutnya disingkat Ahmadi Miru II).
- _____, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, Jakarta: PT. *Raja Grafindo Persada*, 2011.
- _____, 2013, *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, Cet. 2, *Rajawali Press*, Jakarta.
- Abdul Halim Barkatullah, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT *Nusa Media*, Bandung.
- A Qirom Syamsudin Meliala, 2006, *Jual Beli Dalam Pandangan Islam*, Bandung: *Bintang*.
- Az Nasution, 1999, *Hukum Perlindungan Konsumen*, *Daya Widya*, Jakarta.
- _____, 2001, *Hukum Perlindungan Konsumen*, *Diadit Media*, Yogyakarta.
- Adrian Sutedi, 2008, *Tanggung Jawab Produk Dalam Perlindungan Konsumen*, *Ghalia Indonesia*, Bogor.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2009, *Hukum Perlindungan Konsumen*, *Sinar Grafika*, Jakarta.
- _____, 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen*, *Sinar Grafika*, Jakarta.
- Halim Barkatullah A, 2010, *Hak-Hak Konsumen*, PT *Nusa Media*, Bandung.
- Hariri, Wawan Muhan, *Hukum Perikatan Dilengkapi Hukum Perikatan dalam Islam*, Bandung: *Pustaka Setia*, 2011.

- Happy Susanto, 2008, *Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan*, Transmedia Pustaka, Jakarta.
- Jonaedi Efendi, Johnny Ibrahim, *Metode Penelitian Hukum: Normatif Dan Empiris* (Prenada Media, 2018).
- Jannus Sibadolok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung: PT Citra Aditya Bhakti,2010).
- _____, 2014, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, Cet. Ke-3, PT Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Munir Fuady, 2003, *Hukum Kontrak*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Nasrun Haroen, 2000, *Fiqih Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama.
- P.M. Marzuki, *Penelitian Hukum* (Kencana Prenada Media Group, 2011).
- Peter Mahmud Marzuki, 2014, *Penelitian Hukum Edisi Revisi*, Jakarta: Kencana Prenamedia Group.
- Rozikin, 1983, *Undang-Undang dalam Hukum Perdata*, Jakarta: Pratama Bakti.
- Sri Redjeki, 2000, *Hukum Ekonomi*, Bandung, Mandar Maju.
- Susanti Adi Nugraha, 2008, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara serta Kendala Implementasinya*, Kencana Prenada Media Group,Jakarta.
- Sanusi Bintang dan Dahlan, *Pokok-Pokok Hukum Ekonomi dan Bisnis*, Bandung: PT.Citra Aditya Bakti, 2000.
- Triton PB, 2006, *Mengenal E-commerce dan Bisnis di dunia Cyber*, Argo Publisher,Yogyakarta.
- Wahyu Sasongko, *Ketentuan-Ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandar Lampung, 2016..
- Wirjono Prodjodikoro, 2011, *Asas-asas Hukum Perjanjian*, Bandung: harapan Jaya.
- Yusuf Shofie, 2008, *Kapita Selekta Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Cet. 1, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.

Zulham, 2013, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana Prenada Media Group,
Cet. 1, Jakarta.

Ahmad Miru, 2013, *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di
 Indonesia, Cet. 2, Rajawali Press, Jakarta.*

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

UU ITE

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019

Website

<https://gorontalo.tribunnews.com/2024/11/05/kasus-pemilik-skincare-gorontalo-owner-ebudo-diserahkan-ke-kejari-sempat-viral-handbody-markalak>

<https://gorontalo.pom.go.id/profil>

Wawancara

Wawancara dengan pejabat BPOM pada tanggal 24 Januari 2025

Wawancara dengan BPSK pada tanggal 5 maret 2025

Wawancara dengan konsumen pada tanggal 8 maret 2025

JURNAL

*Ignatia Maria Sri Sayekti, "Kemendag Terbitkan Permendag No. 31 Tahun 2023
 guna Bangun Perdagangan Digital Sehat", URL: <https://pressrelease.kontan.co.id/news/kemendag-terbitkan-permendag-no-31-tahun-2023-guna-bangun-perdagangan-digital-sehat> (diakses pada 20 Oktober 2023 pukul 20.12)*

Ni Kadek Diah Sri Pratiwi & Made Nurmawati, 2019 "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Impor Tanpa Izin Edar Yang Dijual Secara Online", Jurnal Kertha Semaya Fakultas Hukum Universitas Udayana, Vol. 7 No. 5

Rizqa Anas Fawzi, 'Akibat Hukum Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual Beli Online Berdasarkan Undang-undang Informasi Dan Transaksi Elektronik' vol. 8 (2020)

LAMPIRAN DOKUMENTASI





**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS IHSAN GORONTALO
FAKULTAS HUKUM**

Surat Keputusan Mendiknas RI No. 84/D/O/2001
Terakreditasi BAN-PT Nomor : B060/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/S/0/2022, Tanggal 18 Oktober 2022
Jl. Ahmad Najamuddin No. 17 Telp. (0435) 829975 Fax. (0435) 829976 Gorontalo

SURAT REKOMENDASI BEBAS PLAGIASI

No. 171/FH-UIG/S-BP/IV/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Nur Insani, S.H.,M.H
NIDN : 0924076902
Jabatan : Wakil Dekan I Fakultas Hukum UNISAN Gorontalo

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama Mahasiswa : Bintang Rahtomi Rahim
NIM : H1121070
Program Studi : Ilmu Hukum
Fakultas : Hukum
Judul Skripsi : Analisis Hukum Perlindungan Konsumen Penggunaan E-Commerce Terhadap Produk Kosmetik Ilegal Di Kota Gorontalo

Sesuai hasil pengecekan tingkat kemiripan skripsi melalui aplikasi Turnitin untuk judul skripsi di atas diperoleh hasil Similarity sebesar 30%, berdasarkan Peraturan Rektor No. 32 Tahun 2019 tentang Pendekripsi Plagiat pada Setiap Karya Ilmiah di Lingkungan Universitas Ihsan Gorontalo dan persyaratan pemberian surat rekomendasi verifikasi calon wisudawan dari LLDIKTI WI. XVI, bahwa batas kemiripan skripsi maksimal 30%, untuk itu skripsi tersebut di atas dinyatakan BEBAS PLAGIASI dan layak untuk diujiankan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Gorontalo, 23 April 2025

Tim Verifikasi,

Mengetahui
Wakil Dekan I Bid. Akademik
dan Keuangan,

DR. NUR INSANI, S.H.,M.H.,
NIDN. 0924076902

DR. DARMAWATI, S.H.,M.H.,
NIDN. 0906088801

Terlampir :
Hasil Pengecekan Turnitin



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
LEMBAGA PENELITIAN**

Jl. Ahmad Nadzamuddin No.17, Kampus Unisan Gorontalo Lt.1 Kota Gorontalo 96128
Website: lembagapenelitian.unisan.ac.id, Email: lembagapenelitian@unisan.ac.id

Nomor : 342/PIP/B.04/LP-UIG/2025
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian (Pengambilan Data)

Kepada Yth.,

Kepala Balai Pengawasan Obat dan Makanan Gorontalo

di -

Tempat

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Dr. Rahmisyari, ST., SE., MM
NIDN : 0929117202
Pangkat Akademik : Lektor Kepala
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian Universitas Ichsan Gorontalo

Meminta kesediaannya untuk memberikan izin pengambilan data dalam rangka penyusunan **Proposal/Skripsi**, kepada:

Nama : Bintang Rahmati Rahim
NIM : H1121070
Fakultas : Hukum
Program Studi : Ilmu Hukum
Judul Penelitian : ANALISIS HUKUM TERHADAP PERLINDUNGAN KONSUMEN
PENGGUNAAN E-COMMERCE DI KOTA GORONTALO
Lokasi Penelitian : BALAI PENGAWASAN OBAT DAN MAKANAN GORONTALO

Demikian surat ini saya sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan banyak terima kasih.

Dikeluarkan di Gorontalo

Tanggal, 21/01/2025



**SURAT KETERANGAN
NOMOR : HM.03.04.23A.23A1.03.25.07**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Stepanus Simon Sesa, SH
NIP : 19710913 199703 1 001
Jabatan : Kepala Balai POM di Gorontalo

dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa :

Nama : Bintang Rahtomi Rahim
NIM : H1121070
Fakultas : Hukum
Program Studi : Ilmu Hukum

Adalah benar telah melakukan penelitian di Balai Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) di Gorontalo dengan judul *"Analisis Hukum Terhadap Perlindungan Konsumen Penggunaan E-Commerce di Kota Gorontalo"*.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Gorontalo, 10 Maret 2025
Kepala Balai POM di Gorontalo,



Stepanus Simon Sesa, SH

Hukum04 Unisan

Bintang

- SKRIPSI GENAP 2025 [3]
- Fak. Hukum
- LL Dikti IX Turnitin Consortium

Document Details

Submission ID	66 Pages
tm:oid:1:3225570652	
Submission Date	11,721 Words
Apr 23, 2025, 8:54 AM GMT+7	77,980 Characters
Download Date	
Apr 23, 2025, 8:57 AM GMT+7	
File Name	
bintang16pdf.pdf	
File Size	
512.6 kB	

30% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

- | | |
|-----|--|
| 31% |  Internet sources |
| 16% |  Publications |
| 16% |  Submitted works (Student Papers) |

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

- 31%  Internet sources
16%  Publications
18%  Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

Rank	Source	Percentage
1	 Internet ojs.unud.ac.id	4%
2	 Internet etheses.iainkediri.ac.id	3%
3	 Internet eprints.walisongo.ac.id	2%
4	 Internet dspace.uil.ac.id	1%
5	 Internet repository.uin-suska.ac.id	1%
6	 Internet digilib.unila.ac.id	1%
7	 Internet docplayer.info	1%
8	 Internet text-id.123dok.com	1%
9	 Internet bem.unud.ac.id	<1%
10	 Publication Erina Sintha Sari, B Rini Heryanti, Dharu Triasih. "PERLINDUNGAN HUKUM BAGI K...	<1%
11	 Student papers LL Dikti IX Turnitin Consortium	<1%

12	Student papers	
Universitas Islam Indonesia		<1%
13	Student papers	
LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part V		<1%
14	Student papers	
Universitas Putera Batam		<1%
15	Student papers	
Universitas Pendidikan Ganesha		<1%
16	Student papers	
Uplift Heights Preparatory		<1%
17	Internet	
repository.uhn.ac.id		<1%
18	Internet	
etheses.uin-malang.ac.id		<1%
19	Student papers	
Universitas Khairun		<1%
20	Internet	
ppid.pom.go.id		<1%
21	Internet	
123dok.com		<1%
22	Student papers	
Padjadjaran University		<1%
23	Internet	
repositori.uin-alauddin.ac.id		<1%
24	Student papers	
UIN Syarif Hidayatullah Jakarta		<1%
25	Internet	
es.scribd.com		<1%

26	Internet	
	m.tribunnews.com	<1%
27	Publication	
	Hendrik Aldi Saputra, Benhard Kurniawan Pasaribu. "PERTANGGUNG JAWABAN P...	<1%
28	Student papers	
	Universitas Islam Lamongan	<1%
29	Internet	
	repository.ub.ac.id	<1%
30	Internet	
	digilib.iain-palangkaraya.ac.id	<1%
31	Publication	
	- Wahyudiyono. "TRANSAKSI E-COMMERCE MASYARAKAT JAWA TIMUR", Jurnal Ko...	<1%
32	Student papers	
	Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang	<1%
33	Internet	
	e-jurnal.uajy.ac.id	<1%
34	Internet	
	www.jogloabang.com	<1%
35	Internet	
	repository.uib.ac.id	<1%
36	Internet	
	fh.unsoed.ac.id	<1%
37	Internet	
	repo.iai-tribakti.ac.id	<1%
38	Student papers	
	Universitas Diponegoro	<1%
39	Internet	
	bpommanado.id	<1%

40	Internet	
	eprints.uns.ac.id	<1%
41	Internet	
	mafiadoc.com	<1%
42	Internet	
	scholar.unand.ac.id	<1%
43	Student papers	
	Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia	<1%
44	Internet	
	repository.uir.ac.id	<1%
45	Internet	
	repository.uma.ac.id	<1%
46	Internet	
	repository.umj.ac.id	<1%
47	Publication	
	Fani Budi Kartika, Muhammad Ihsan, Bambang Indra Gunawan, Muhsin Lambok ...	<1%
48	Internet	
	judgeamar.blogspot.com	<1%
49	Internet	
	repository.uma.ac.id	<1%
50	Internet	
	zadoco.site	<1%
51	Internet	
	repository.unej.ac.id	<1%
52	Student papers	
	Sriwijaya University	<1%
53	Publication	
	Teguh Tresna Puja Asmara, Tri Handayani. "Ketidakpastian Hukum Penggunaan ...	<1%

54	Student papers	<1%
Universitas Jember		
55	Internet	<1%
www.scribd.com		

RIWAYAT HIDUP

Nama : Bintang Rahmati Rahim

Nim : H1121070

Fakultas : HUKUM

Program Studi : ILMU HUKUM

Tempat Tanggal Lahir : Bitung, 16 Februari 2003



Nama Orang Tua Kandung

- Ayah : Syafrudin Rahim
- Ibu : Misriyola Bahua

Saudara

- Kakak : Tinto Maulana Rahim
- Adik : Geo Rimanda Rahim
- Adik : Albani Ilyas Rahim
- Adik : Arissa Fatmawaty

Riwayat Pendidikan :

No	Tahun	Jenjang	Tempat	Ket
1	2009-2015	SD	SD N 1 LUWOO	Berizasah
2	2015-2018	SMP	SMPN 1 TELAGA	Berizasah
3	2018-2021	SMA	SMAN 2 KOTA GORONTALO	Berizasah