

**TANGGUNG JAWAB PLATFORM E-COMMERCE DAN MERCHANT
TERHADAP KONSUMEN DARI PEREDARAN KOSMETIKA TANPA
IZIN EDAR (CONTOH PUTUSAN NOMOR
142/PID.SUS/2020/PN.JKT.BRT)****Felicia Ade Putri**

Mahasiswi Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara

(E-mail: feliciaadep@gmail.com)**Prof. Dr. Jeane Neltje, S.H., M.H., APU***(Corresponding Author)*(Meraih Sarjana Hukum (S.H) dari Universitas 17 Agustus Jakarta (1999), Magister Hukum
(M.H.) dari Universitas Tarumanagara (1997), Doktor (Dr.) dari Universitas Padjajaran (2004).(Email: jeaneneltje@gmail.com)**Abstract**

The rise of cosmetics distribution in Indonesia, has a good and bad impact on consumers. In this modern era, cosmetics can also be circulated via the internet, one of which is through e-commerce platforms. So that business actors in the e-commerce platform or it can be called merchants can distribute cosmetics even though they do not have a distribution license from the authorized agency. Cosmetics without distribution permits can be distributed through the e-commerce platform freely, without requiring a permit as stipulated by the minister or BPOM. For example, use Decision Number 142/Pid.Sus/2020/PN.Jkt.Brt, where merchants who distribute cosmetics without distribution permits through several e-commerce platforms in Indonesia. But what about the responsibilities of e-commerce platforms and merchants as business actors because they have harmed consumers by distributing cosmetics that do not have a distribution license. The purpose of this study is to find out more about the responsibilities of e-commerce platforms and merchants. In order to answer these problems, a normative research method is used and uses two approaches, namely the statutory approach and the case approach, with deductive analysis techniques. The results of this study indicate the need for strict supervision of cosmetics circulating through the e-commerce platform circulated by merchants as business actors providing products to consumers.

Keywords: *Cosmetics without distribution authorization, platform e-commerce, merchant.*

I. PENDAHULUAN**A. Latar Belakang**

Manusia diciptakan dengan penampilan dan rupa yang berbeda, seperti perbedaan warna kulit, mata, dan lain sebagainya. Suatu hal yang wajar apabila manusia memiliki keinginan untuk tampil dengan baik dan sempurna, khususnya bagi wanita. Banyak wanita yang menggunakan uangnya agar tampil lebih baik seperti yang diinginkan, untuk mencapai tujuan itu, banyak wanita yang membeli berbagai macam produk-produk kecantikan, seperti kosmetika, serta pergi ke salon untuk berbagai macam perawatan. Maraknya penggunaan kosmetika mengakibatkan

peningkatan dalam penyebaran kosmetika dari dalam negeri hingga luar negeri dengan berbagai macam merek serta kegunaan.

Mudahnya berbagai kosmetika masuk ke dalam wilayah Indonesia memiliki dampak baik serta buruk bagi konsumen.¹ Dampak baiknya, yaitu arus barang yang semakin lancar dan tidak terhambat oleh wilayah, membuat konsumen lebih mudah dalam membeli berbagai macam produk yang diinginkan, serta konsumen memiliki kebebasan dalam memilih berbagai macam kosmetika sesuai dengan kualitas dan fungsi yang diinginkan, dan juga konsumen lebih mudah menyesuaikan dengan kemampuan finansialnya. Lalu salah satu dampak buruknya adalah pelaku usaha berusaha untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya, dengan mengesampingkan hak-hak konsumen, sehingga banyak kosmetika yang beredar tidak memenuhi standar mutu/ kualitas yang telah ditetapkan dan tidak memiliki izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Pengertian mengenai kosmetika sendiri diatur dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1176/MENKES/PER/VIII/2010 tentang Notifikasi Kosmetika Pasal 1 Angka 1, yaitu “Kosmetika adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar) atau gigi dan mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan/atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik.”

Izin edar sendiri adalah suatu bentuk persetujuan yang dikeluarkan oleh BPOM atas suatu makanan atau obat-obatan, dan juga kosmetika yang akan dijual di dalam wilayah Indonesia. Baik kosmetika yang berasal dari dalam negeri maupun yang berasal dari luar negeri harus melalui pendaftaran untuk mendapatkan nomor izin edar dari BPOM. Nomor pendaftaran ini digunakan oleh BPOM untuk mengawasi

¹ Antara, “Alasan Kosmetika Impor Lebih Digemari di Indonesia”, <https://cantik.tempo.co/read/1226426/alasan-kosmetika-impor-lebih-digemari-di-indonesia/full&view=ok>, diakses tanggal 20 september 2020

produk-produk tersebut selama beredar di pasaran, tujuannya adalah apabila terjadi permasalahan akan lebih mudah menelusuri siapa pelakunya.²

Beberapa kelompok pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab memanfaatkan keinginan konsumen untuk tampil lebih baik, dengan memproduksi ataupun memperdagangkan produk kosmetika yang tidak memenuhi standar mutu kepada masyarakat. Konsumen yang ditargetkan tersebut akan tergiur membeli produk kosmetika dengan merek yang telah terkenal dengan harga yang murah. Contohnya *skincare* seperti Innisfree yang dijual secara bebas, akan tetapi tidak ada Nomor Badan POMnya, serta memiliki harga yang jauh di bawah dari harga produk aslinya. Produk seperti ini mudah didapatkan baik di internet maupun tempat perbelanjaan seperti mall.

Produk yang dijual dengan merek terkenal memiliki harga yang mahal apabila membeli di toko resmi dan memiliki nomor Badan POM. Berbeda dengan membeli dari toko yang tidak resmi, perbandingan harganya bisa mencapai setengah harga di bawah harga produk aslinya. Dengan tulisan bahwa produk kosmetika tersebut berasal dari luar negeri dengan harga yang murah, maka konsumen dengan mudah percaya bahwa produk tersebut aman karena berasumsi bahwa produk kosmetika tersebut diimpor langsung dari negara asalnya. Ketidaktahuan konsumen terhadap efek samping yang akan ditimbulkan dari produk tersebut dijadikan suatu alasan mengapa konsumen tetap mengonsumsi produk tersebut.

Kebiasaan konsumen yang tidak teliti dalam membeli suatu produk, adalah faktor yang mempengaruhi suatu produk laku keras dipasaran.³ Pelaku usaha yang dimaksudkan oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah “setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam

² Edtriana Meliza, “Pelaksanaan Pengawasan Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) Terhadap Peredaran Makanan Tanpa Izin Edar (TIE) Di Kota Pekanbaru Tahun 2012”, *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, vol. 1 No. 1, 2014, hal. 10.

³ Zakari Rasyid dan Ermanto Fahamsyah, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Dugaan Manipulasi Iklan Pelaku Usaha Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, *Jurnal Hukum Adigama*, Volume No. 2 Tahun 2019, hal. 2.

wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”⁴ Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terbatas pada pabrikan saja, tetapi termasuk juga distributor, serta para importir.⁵

Perkembangan dari transaksi elektronik berkaitan erat dari peningkatan pertumbuhan internet, karena transaksi elektronik bergantung dengan jaringan internet. Pertumbuhan pengguna internet yang semakin pesat merupakan fakta yang membuat internet menjadi salah satu media yang efektif bagi pelaku usaha untuk mempromosikan dan menjual barang maupun jasa ke calon konsumen dari seluruh dunia.⁶ Sehingga dapat dikatakan, bahwa kemajuan dalam teknologi komunikasi dan informasi ini telah melahirkan cara transaksi baru di dalam dunia perdagangan dan bisnis, yaitu *e-commerce transaction*. *E-commerce* sendiri merupakan model bisnis yang modern, tanpa perlu menghadirkan pelaku bisnis secara fisik (*non face*) dan tidak menggunakan tanda tangan asli (*non-sign*).⁷

E-commerce adalah kegiatan perdagangan atau bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufacturers*), *service providers*, dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan mengandalkan jaringan komputer (*computer networks*), yaitu *e-commerce* sudah meliputi seluruh spectrum kegiatan komersial.⁸ Menurut *World Trade Organization* (WTO), cakupan *e-commerce* meliputi bidang produksi, distribusi, pemasaran, penjualan, dan pengiriman barang atau jasa melalui cara elektronik. Sementara Kamels K Bajaj dan Debjani Nag menyatakan bahwa *e-commerce* adalah pertukaran informasi bisnis tanpa

⁴ Indonesia, *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 1999, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 3821)*, pasal 1 angka 3

⁵ Gunawan Widjaja et al., *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Edisi Khusus, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), hal. 12.

⁶ Abdul Halim Barkattulah, “Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Penyelesaian Sengketa Transaksi Elektronik Internasional menurut UU No. 11 Tahun 2008”, *Jurnal Hukum Bisnis*, Vol. 29 No. 1 Tahun 2010, hal. 51.

⁷ Dianne Eka Rusmawati, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce*”, *Fiat Justisia Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 7. No. 2, Mei-Agustus 2013, hal. 193.

⁸ Ninick Suparni, *Cyberspace Problematika & Antisipasi Pengaturannya*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), hal. 3.

menggunakan kertas (*paperless exchange of business information*), melainkan melalui *Elektronik Data Exchange (EDI)*, *E-mail*, *Electronic Bulletin Board (EBB)*, *Electronic Fund Transfer* dan teknologi-teknologi lainnya yang menggunakan jaringan internet.⁹

Penjualan kosmetika tidak hanya terbatas pada toko yang ada pada tempat perbelanjaan. Akibat dari kemajuan teknologi yang memudahkan untuk mengakses internet, banyak pelaku usaha yang memulai bisnisnya melalui *platform e-commerce*, misalnya seperti Shopee dan Tokopedia. Pelaku usaha yang mengedarkan produknya melalui *platform e-commerce* disebut sebagai *merchant*. Cara untuk dapat menjual produk pun terbilang cukup mudah apabila berjualan di *platform e-commerce* ini. Berdasarkan dari laporan terbaru We Are Social, pada tahun 2020 disebutkan bahwa ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia. Dibandingkan tahun sebelumnya, ada kenaikan 17% atau 25 juta pengguna internet di Indonesia.¹⁰ Lalu selama tahun 2018 transaksi dari 13.485 usaha *e-commerce* sebanyak 24.821.916 transaksi dengan nilai transaksi yang mencapai 17,21 triliun Rupiah. Dari data tersebut bisa dikatakan bahwa rata-rata setiap usaha *e-commerce* melakukan transaksi selama tahun 2018 sebanyak 1.841 kali dengan rata-rata nilai transaksinya sebanyak 694 ribu Rupiah.¹¹ Pada kenyataannya, masih banyak *merchant* yang menjual produknya melalui *platform e-commerce* maupun toko yang tidak memiliki izin edar dengan sengaja.¹²

Peluang usaha akhirnya dilirik oleh para pelaku usaha, lalu para pelaku usaha membuat situs untuk melakukan transaksi jual beli *online*. Bahkan, ada juga beberapa gerai toko yang mulai memasarkan produknya melalui situs jual beli *online* ini. Sampai saat ini, sudah sangat banyak situs baik dari dalam negeri maupun luar negeri

⁹ *Ibid*, hal. 32.

¹⁰ Agus Tri Haryanto, "Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia", <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>, diakses tanggal 13 agustus 2020

¹¹ Nia Anggraini Romaza et al, *Statistik E-Commerce 2019*, (Jakarta, Badan Pusat Statistik, 2019), hal. 22.

¹² Mia Amelia & A.M. Tri Anggraini, "Peran Pemerintah dalam Mengawasi Peredaran Obat Keras Golongan G Tanpa Surat Izin Edar Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus: Putusan Nomor 874/Pid.Sus/2018/PN.Sda)", *Jurnal Hukum Adigama*, Volume No. 3 Tahun 2020, hal. 271.

yang mempromosikan dirinya sebagai penyedia layanan transaksi jual beli secara *online*. Secara umum dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

1. pelaku usaha secara langsung membuat situs jual beli
2. pelaku usaha membuka fasilitas jual beli
3. terdapat situs yang didalamnya juga terdapat forum untuk melakukan transaksi jual beli secara *online*. Dari ketiga kategori tersebut, dapat dikelompokkan bahwa pemilik situs turut bertanggung jawab dan pemilik situs yang melepas tanggung jawab terhadap transaksi jual beli *online* tersebut.¹³

Dalam bertransaksi di pasar konvensional, apabila konsumen merasa dirugikan atas perbuatan pelaku usaha, konsumen dapat langsung melakukan komplain. Akan tetapi ketika konsumen melakukan transaksi melalui *e-commerce* atau di internet, ketika perbuatan *merchant* merugikan konsumen, pada umumnya sulit bagi konsumen untuk melakukan komplain kepada *merchant* tersebut. Misalnya barang yang dikirimkan oleh *merchant*, tidak sesuai dengan yang ditawarkan melalui *platform e-commerce*, lalu konsumen tidak mengetahui keberadaan dari *merchant* tersebut, atau *merchant* bisa saja tidak menerima komplain setelah barang telah dikirimkan kepada konsumen, atau bahkan *merchant* dapat beritikad tidak baik. Lemahnya posisi konsumen ini, seringkali dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya. Faktor ketidaktahuan konsumen, tidak jelasnya informasi yang diberikan atas barang/jasa yang ditawarkan pelaku usaha, konsumen yang tidak paham akan mekanisme menjadi salah satu faktor penyebab lemahnya kedudukan konsumen. Oleh sebab itu, dalam rangka menciptakan perdagangan yang sehat bagi konsumen dalam melakukan transaksi melalui *e-commerce*, maka perlu diusahakan suatu bentuk pengaturan hukum yang baru

¹³ Ari Wahyudi Hertanto, "Pencantuman Batasan Tanggung Jawab Pemilik/Pengelola Situs dalam Transaksi Jual Beli Secara Online dan Dampaknya Bagi Konsumen", *Jurnal Hukum dan Pembangunan Tahun ke-45*, No. 1 Januari-Maret, 2015, hal. 107.

sekaligus memadai yang sanggup mengatur segala aktivitas dalam bertransaksi secara elektronik melalui *platform e-commerce*.¹⁴

Tujuan perlindungan konsumen adalah agar pelaku usaha sadar tentang pentingnya perlindungan konsumen serta menumbuhkan sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha, dan meningkatkan kualitas barang untuk menjamin kelangsungan usaha produksi barang, kesehatan, kenyamanan, dan keselamatan konsumen. Dalam hal ini *platform e-commerce* yang tidak dapat menjamin kualitas barang yang diedarkan di dalam *platform e-commerce* tersebut tidak memenuhi tujuan dari perlindungan konsumen, serta *merchant* yang mengedarkan sendiri produk tersebut ke dalam *platform e-commerce* tidak jujur dalam mengedarkan kosmetika, sehingga tujuan dari perlindungan konsumen itu belum terpenuhi, dan menimbulkan kesenjangan antara *das sollen* dan *das sein*.

Tujuan dari UUPK untuk penelitian ini dapat dilihat dalam pasal yang terdapat dalam UUPK, yaitu bahwa “pelaku usaha dilarang memproduksi atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh peraturan perundang-undangan.”¹⁵ *Merchant* sendiri dalam mengedarkan kosmetika melalui *platform e-commerce* ternyata belum memiliki izin edar untuk kosmetik tersebut. Kosmetika yang diedarkan tidak memenuhi standar yang dipersyaratkan oleh Undang-Undang kesehatan, sehingga dapat merugikan konsumen. Pada prakteknya, UUPK belum terlaksana dengan baik sehingga konsumen masih saja dirugikan oleh pihak pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab.

Platform e-commerce dalam penelitian ini diposisikan sebagai pelaku usaha penyedia jasa. Pelaku usaha dalam melaksanakan kegiatan usahanya berlandaskan dengan UUPK. Pertimbangan dibuatnya UUPK adalah agar menumbuhkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab. Akan tetapi tujuan dibuatnya UUPK ini

¹⁴ Elisatris Gultom, *Cyber Law: Suatu Pengantar Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Perdagangan Melalui Elektronik Commerce*, (Bandung: Elips, 2002), hal. 55.

¹⁵ Indonesia, *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 1999, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 3821)*, Pasal 8 ayat (1) huruf a.

belum terlaksana secara maksimal, karena beberapa *merchant* masih melakukan peredaran kosmetika tanpa izin edar dalam *platform e-commerce*. Serta *platform e-commerce* sendiri belum ketat dalam memberikan izin pelaku usaha untuk melakukan peredaran kosmetika di dalam *platform e-commerce*.

Berdasarkan dari uraian diatas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian serta pembahasan lebih lanjut dalam bentuk skripsi yang berjudul ” Tanggung Jawab *Platform e-commerce* dan *Merchant* terhadap Konsumen dari Peredaran Kosmetika Tanpa Izin Edar (Contoh Putusan Nomor 142/Pid.Sus/2020/PN.Jkt.Brt)”.

B. Perumusan Masalah

Bagaimana tanggung jawab *platform e-commerce* dan *merchant* terhadap konsumen dalam peredaran kosmetika tanpa izin edar (contoh Putusan Nomor 142/Pid.Sus/2020/PN.Jkt.Brt)?

C. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian yang dipakai oleh penulis adalah penelitian normatif atau penelitian hukum doktrinal, yaitu penelitian hukum yang menggunakan sumber data sekunder atau data yang diperoleh melalui bahan kepustakaan.¹⁶ Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji kebijakan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen untuk meneliti tanggung jawab dari *platform e-commerce* dan *merchant* terhadap konsumen.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian adalah penelitian preskriptif yaitu bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, dan sifat-sifat populasi daerah tertentu. Apabila diambil beberapa sampel tersebut dengan suvei deskriptif.¹⁷ Penelitian ini bersifat memberikan analisis terhadap kebijakan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang dapat

¹⁶ Mukti Fajar dan Yulianto Ahmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris* (Yogyakarta: Pustaka Fajar, 2017), hal. 154.

¹⁷ Suryana, *Metodologi Penelitian* (Bandung: UPI, 2010), hal. 18.

digunakan dalam peredaran kosmetika tanpa izin edar melalui *platform e-commerce* oleh *merchant*.

3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang bersifat autoritatif, artinya mempunyai otoritas, dengan kata lain mengikat atau yang membuat orang taat pada hukum seperti peraturan perundang-undangan dan putusan hakim.¹⁸

Bahan hukum primer yang digunakan adalah:

- 1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
- 2) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik;
- 3) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan;
- 4) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan;
- 5) Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1175/MENKES/PER/VIII/2010 tentang Izin Produksi Kosmetika;
- 6) Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1176/MENKES/PER/VIII/2010 tentang Notifikasi Kosmetika;
- 7) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 1998 tentang Pengamanan Sediaan Farmasi dan Alat Kesehatan;

b. Bahan Hukum Sekunder,

Bahan hukum sekunder yaitu memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, yaitu berupa literatur buku, artikel prosiding (nasional maupun internasional), naskah akademik, Rancangan Undang-Undang, artikel jurnal (nasional maupun internasional), dan diktat perkuliahan.

c. Bahan Non-Hukum

¹⁸ *Ibid*, hal. 181.

Bahan non-hukum adalah bahan di luar bahasan hukum yang memperkaya dan memperluas wawasan, memberikan penjelasan dan membantu dalam mengaitkan pembahasan untuk menyelesaikan permasalahan.¹⁹ Bahan non-hukum yang digunakan dalam Penulisan ini yaitu: kamus hukum dan penelusuran dari internet.

4. Pendekatan Penelitian

Berkaitan dengan penelitian normatif, terdapat berbagai macam pendekatan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian hukum menurut Peter Mahmud Marzuki adalah sebagai berikut: Pendekatan kasus (*case approach*), pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan historis (*historical approach*), pendekatan perbandingan (*comparative approach*), dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*).²⁰

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kasus (*case approach*), dan pendekatan perundang-undangan (*statue approach*). Pendekatan undang-undang dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkut paut dengan isu hukum yang sedang ditangani.²¹ Pendekatan undang-undang dalam penelitian ini mengacu pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, lalu meninjau tanggung jawab *platform e-commerce* dan *merchant* terhadap konsumen dalam peredaran kosmetika tanpa izin edar.

Pendekatan kasus dilakukan dengan cara melakukan telaah terhadap kasus-kasus yang berkaitan dengan isu yang dihadapi yang telah menjadi putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum yang tetap.²² Pendekatan yang memahami alasan hukum yang digunakan oleh hakim dalam Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Barat Nomor 142/Pid.Sus/2020/PN.Jkt.Brt. perlunya fakta materiil karena hakim mencari aturan hukum yang tepat untuk diterapkan kepada putusan tersebut.

¹⁹ *Ibid*, hal. 184.

²⁰ *Ibid*, hal.184

²¹ Bambang Sunggono, *Metode Penelitian Hukum*, Cetakan ke-6. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 133

²² *Ibid*, hal.134.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deduktif. Penggunaan metode deduksi berpangkal dari pengajuan premis mayor. Kemudian diajukan premis minor, dari kedua premis itu kemudian ditarik suatu kesimpulan atau *conclusion*. Akan tetapi di dalam argumentasi hukum, silogisme hukum tidak sesederhana silogisme tradisional.²³

Penelitian ini menganalisis fakta-fakta peredaran kosmetika tanpa izin edar melalui *platform e-commerce* dalam Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Barat Nomor 142/Pid.Sus/2020/PN.Jkt.Brt., lalu ditarik kesimpulan apakah *platform e-commerce* juga memiliki tanggung jawab akibat dari peredaran kosmetik tanpa izin edar.

II. PEMBAHASAN

Kasus Posisi pada Putusan Nomor 142/Pid.Sus/2020/PN.Jkt.Brt dimana pelaku usahanya merupakan WNA yang melakukan kegiatan usahanya di dalam wilayah negara Republik Indonesia. Terdakwa bernama Zhang Zhijie bekerja sama dengan Alex Chandra yang merupakan salah satu tersangka yang belum tertangkap. Pelaku usaha yang merupakan terdakwa, menyewa lokasi serta mempekerjakan beberapa karyawan dalam menjalankan usahanya. Terdakwa memesan kosmetika dari China melalui website Alibaba.com untuk dijual kembali di Indonesia. Salah satu kosmetika yang dijual terdakwa, diracik sendiri oleh karyawan terdakwa yang bernama Ayu Lestari, berdasarkan arahan terdakwa yang tidak memiliki keahlian di bidang kesehatan.

Terdakwa mengedarkan kosmetika tersebut kepada konsumen melalui *platform e-commerce*. Kemudian terdakwa dilaporkan oleh warga setempat, dan diperiksa oleh pihak yang berwajib. Ketika ditanyakan mengenai izin edar atas penjualan kosmetika tersebut, terdakwa mengaku tidak memiliki izin edar kosmetika yang diedarkannya. Ketika diadili, terdakwa yang juga merupakan pelaku usaha tidak dijerat dengan UUPK melainkan berdasarkan UU Perdagangan. Hal ini menyebabkan terdakwa tidak dibebani tanggung jawab terhadap konsumen, karena di dalam UU Perdagangan itu sendiri tidak

²³ *Ibid*, hal. 89.

diatur mengenai tanggung jawab pelaku usaha.

Mengenai kosmetika tanpa izin edar telah diatur dalam UU Kesehatan Pasal 98 ayat (1), yaitu “Sediaan farmasi dan alat kesehatan harus aman, berkhasiat/bermanfaat, bermutu, dan terjangkau.” Sediaan farmasi yang dimaksud dalam UU kesehatan yaitu, “sediaan farmasi adalah obat, bahan obat, obat tradisional, dan kosmetika.” Pengertian mengenai kosmetika sendiri diatur dalam PERMENKES RI No. 1176 tentang Notifikasi Kosmetika Pasal 1 Angka 1, yaitu “Kosmetika adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar) atau gigi dan mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan/atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik.”

Maka, setiap kosmetika yang diedarkan oleh pelaku usaha, harus mendapatkan izin edar dari Menteri, dan mengikuti prosedur-prosedur yang telah diatur dalam PERMENKES RI No. 1175 tentang Izin Produksi Kosmetika. Dalam Putusan Nomor 142/Pid.Sus/2020/PN.Jkt.Brt, ditemukan beberapa barang bukti yang berupa kosmetika tanpa izin edar, yang dipesan terdakwa dari China melalui website Alibaba.com, kemudian diedarkan kembali di Indonesia. Akan tetapi, kosmetika yang diedarkan terdakwa tidak memiliki izin edar dari Badan Besar Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia (BPOM RI) maupun instansi berwenang lainnya. Berikut barang bukti yang ditemukan:

- A. 30 (tiga puluh) buah Innisfree (masker wajah) sheabutter;
- B. 30 (tiga puluh) buah Innisfree (masker wajah) pomegranate;
- C. 30 (tiga puluh) buah Innisfree (masker wajah) outmeal;
- D. 30 (tiga puluh) buah Innisfree (masker wajah) tomato;
- E. 30 (tiga puluh) buah Innisfree (masker wajah) brokoli;
- F. 30 (tiga puluh) buah Innisfree (masker wajah) bamboo;
- G. 30 (tiga puluh) buah Innisfree (masker wajah) fig;
- H. 3 (tiga) koli lipstick pipera merek Peripera;
- I. 16 (enam belas) dus Gather Beauty Miyuleni;
- J. 21 (dua puluh satu) drum berisi bubuk Spirulina;
- K. 1 (satu) botol berisi kapsul natural herbal spirulina organik;

- L. 1 (satu) bundel bon pembelian kosmetika;
- M. 1 (satu) satu lembar bon penjualan kosmetika.

Semua barang bukti tersebut dirampas dari terdakwa dan dimusnahkan. UU Kesehatan juga mengatur mengenai hukuman apabila mengedarkan sediaan farmasi yang tidak memiliki izin edar. Hal ini diatur dalam Pasal 196 UU Kesehatan, yaitu “Setiap orang yang dengan sengaja memproduksi atau mengedarkan sediaan farmasi dan/atau alat kesehatan yang tidak memenuhi standar dan/atau persyaratan keamanan, khasiat atau kemanfaatan, dan mutu sebagaimana dimaksud dalam Pasal 98 ayat (2) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).” Terdakwa memproduksi sendiri salah satu kosmetika, dan dibuat tanpa keahlian khusus yang dimiliki di bidang kesehatan.

Kosmetik yang diracik sendiri oleh terdakwa yaitu jenis bubuk spirulina (bahan untuk membuat masker wajah), dibuat oleh salah satu karyawan terdakwa berdasarkan arahan dari terdakwa. Perbuatan yang dilakukan terdakwa ini diatur dan diancam, pidana dalam Pasal 197 jo pasal 106 ayat (1) UU Kesehatan. Pasal 106 ayat (1), “Sediaan farmasi dan alat kesehatan hanya dapat diedarkan setelah mendapat izin edar.”

Karena pelaku usaha berkewajiban untuk beritikad baik, maka dalam melakukan peredaran kosmetika, pelaku usaha seharusnya memiliki izin terlebih dahulu. Kosmetika yang diedarkan harus memenuhi persyaratan teknis sebagaimana yang telah diatur, persyaratan teknis tersebut meliputi persyaratan kemanfaatan, keamanan, mutu, penandaan, serta klaim. Persyaratan tersebut sesuai dengan Kodeks Kosmetika Indonesia serta persyaratan lain yang telah ditetapkan Menteri. Pasal 8 UUPK telah mengatur mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, salah satunya terkait dengan larangan pelaku usaha untuk memproduksi atau memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh ketentuan perundang-undangan, dalam hal ini ketentuan perundang-undangan yang dimaksud adalah undang-undang kesehatan. Larangan tersebut termasuk larangan pelaku usaha dalam mengedarkan kosmetika yang tidak memiliki izin edar.

Dijelaskan dalam PERMENKES No. 1175, pasal 1 angka 2 bahwa “izin produksi

adalah izin yang harus dimiliki oleh pabrik kosmetika untuk melakukan kegiatan pembuatan kosmetika.” dan Pasal 1 Angka 4 menjelaskan bahwa “Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik, yang selanjutnya disingkat CPKB adalah seluruh aspek kegiatan pembuatan kosmetika yang bertujuan untuk menjamin agar produk yang dihasilkan senantiasa memenuhi persyaratan mutu yang ditetapkan sesuai dengan tujuan penggunaannya.” Berdasarkan ketentuan tersebut, pelaku usaha harus memenuhi ketentuan yang telah ditetapkan, baik untuk peredaran kosmetika maupun pembuatan kosmetika. Dalam pembuatan kosmetika, pelaku usaha wajib menerapkan CPKB.

Tata cara untuk memperoleh izin industri diatur dalam Pasal 9 PERMENKES No. 1175, dan terbagi atas dua (2), yaitu izin produksi industri kosmetika golongan A dan golongan B. Pasal 9 tersebut menjelaskan:

- (1) “Permohonan izin produksi industri kosmetika golongan A diajukan dengan kelengkapan sebagai berikut:
- A. Surat permohonan;
 - B. Fotokopi izin usaha industri atau tanda daftar industri yang telah dilegalisir;
 - C. Nama direktur/pengurus;
 - D. Fotokopi Kartu Tanda Penduduk (KTP) direksi perusahaan/pengurus;
 - E. Susunan direksi/pengurus;
 - F. Surat pernyataan direksi/pengurus tidak terlibat dalam pelanggaran peraturan perundang-undangan di bidang farmasi;
 - G. Fotokopi akta notaris pendirian perusahaan yang telah disahkan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - H. Fotokopi Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP);
 - I. Denah bangunan yang disahkan oleh Kepala Badan;
 - J. Bentuk dan jenis sediaan kosmetika yang dibuat;
 - K. Daftar peralatan yang tersedia;
 - L. Surat pernyataan kesediaan bekerja sebagai apoteker penanggung jawab; dan;
 - M. Fotokopi ijazah dan Surat Tanda Registrasi Apoteker (STRA) penanggung jawab yang telah dilegalisir.

- (2) Permohonan izin produksi industri kosmetika golongan B diajukan dengan kelengkapan sebagai berikut:
- A. Surat permohonan;
 - B. Fotokopi izin usaha industri atau tanda daftar industri yang telah dilegalisir;
 - C. Nama direktur/pengurus;
 - D. Fotokopi Kartu Tanda Penduduk (KTP) direksi perusahaan/pengurus;
 - E. Susunan direksi/pengurus;
 - F. Surat pernyataan direksi/pengurus tidak terlibat dalam pelanggaran peraturan perundang-undangan di bidang farmasi;
 - G. Fotokopi akta notaris pendirian perusahaan yang telah disahkan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan sepanjang pemohon berbentuk badan usaha;
 - H. Fotokopi Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP);
 - I. Denah bangunan yang disahkan oleh Kepala Badan;
 - J. Bentuk dan jenis sediaan kosmetika yang dibuat;
 - K. Daftar peralatan yang tersedia;
 - L. Surat pernyataan kesediaan bekerja penanggung jawab; dan
 - M. Fotokopi ijazah dan Surat Tanda Registrasi penanggung jawab yang telah dilegalisir.”

Pelaku usaha berkewajiban untuk memenuhi semua persyaratan mengenai perdagangan dalam bidang kosmetika, sebelum pelaku usaha mengedarkan produknya ke pasaran. Pelaku usaha yang disebut juga sebagai *merchant* tidak melakukan kewajiban dan tanggung jawabnya sebagaimana tertera dalam syarat dan ketentuan penggunaan *platform* dan surat edaran MENKOMINFO nomor 5 tahun 2016. Dimana *merchant* dalam hal ini adalah terdakwa, mengunggah konten yang dilarang oleh *platform* dan tidak mematuhi kewajibannya seperti yang telah diatur dalam peraturan perundang-undangan, baik UUPK maupun dalam peraturan perundang-undangan lainnya yang terkait.

Karena *merchant* merupakan pelaku usaha penyedia produk dalam hal ini adalah kosmetika tanpa izin edar, maka kerugian hal tersebut menjadi tanggung jawab dari *merchant* karena telah melanggar ketentuan yang diatur dalam penggunaan *platform e-*

commerce. Tanggung jawab *merchant* dalam SE MENKOMINFO Nomor 5 Tahun 2016 yaitu:

- A. Bertanggungjawab atas semua konten atau substansi yang diunggahnya sesuai dengan kewajiban sebagaimana huruf D angka 1;
- B. Bertanggungjawab atas laporan atau pengaduan mengenai konten yang diunggahnya;
- C. Bertanggungjawab sesuai dengan syarat dan ketentuan dari penyedia *platform*.

Sehingga, peredaran kosmetika yang dilakukan *merchant* di dalam *platform e-commerce* tidak menjadi tanggung jawab penyedia *platform*.

Kemudian terkait *platform e-commerce*, situs yang mempertemukan antara penjual dan pembeli. *Platform e-commerce* sebagai perantara antara pelaku usaha dan konsumen atau dikenal juga dengan *marketplace*, seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada. Beberapa *platform e-commerce* telah mengatur mengenai larangan untuk menjual barang tertentu di dalam *platform e-commerce* tersebut, termasuk kosmetika yang tidak memiliki izin edar. Akan tetapi, *platform e-commerce* tidak memeriksa produk yang akan dijual pelaku usaha di dalam *platform e-commerce* tersebut.

Platform E-commerce juga mengatur mengenai sanksi yang akan diberikan kepada pelaku usaha apabila melanggar ketentuan atau perjanjian yang telah diatur dalam *platform e-commerce* tersebut. *Platform e-commerce* yang telah dianalisis mengenai ketentuan dalam penggunaan situsnya, yaitu Tokopedia, Shopee, dan Lazada, dengan tegas telah menyatakan bahwa pengguna, baik konsumen maupun pelaku usaha, harus menyetujui ketentuan yang diatur apabila akan mengakses *platform e-commerce* tersebut. Pengguna tidak diperbolehkan untuk mengakses apabila tidak menyetujui ketentuan yang telah ditetapkan oleh *platform e-commerce*, sehingga ketika membuka situs atau aplikasi *platform e-commerce* tersebut, terdapat ketentuan yang harus dibaca terlebih dahulu dan disetujui agar dapat mengakses ke dalam *platform e-commerce* tersebut.

Tidak hanya larangan dalam peredaran produk tertentu, *platform e-commerce* juga mengatur mengenai batasan tanggung jawab *platform e-commerce*. Karena *platform e-commerce* dianggap hanya sebagai pihak ketiga dalam transaksi antara pelaku usaha

dan konsumen di dalam *platform e-commerce* tersebut, maka *platform e-commerce* menentukan bahwa tanggung jawab atas produk yang dijual adalah tanggung jawab pelaku usaha. Sehingga, tanggung jawab seperti peredaran kosmetika tanpa izin edar dibebankan kepada pelaku usaha sebagai penyedia produk di dalam *platform e-commerce*. Jika dilihat dalam UUPK mengenai kewajiban pelaku usaha, dalam hal ini *platform e-commerce* sebagai pelaku usaha penyedia jasa, *platform e-commerce* telah beritikad baik dengan cara mengatur syarat penggunaan *platform* itu sendiri. *Platform e-commerce* berkewajiban untuk menjamin bahwa produk yang dijual di dalam *platform e-commerce* tersebut aman untuk digunakan oleh konsumen.

Dalam Surat Edaran MENKOMINFO nomor 5 tahun 2016, telah disebutkan bahwa penyedia *platform* tidak bertanggung jawab apabila terbukti, yang melakukan kesalahan ataupun kelalaian adalah pihak *merchant*. Dalam hal ini, *platform e-commerce* telah melakukan kewajibannya dengan mengatur penggunaan *platform* oleh pengguna *platform*. Peredaran kosmetika sendiri juga telah dilarang untuk diedarkan, sehingga peredaran kosmetika tanpa izin edar yang terjadi dalam Putusan Nomor 142/Pid.Sus/2020/PN.Jkt.Brt merupakan kesalahan dari pihak *merchant* yang tidak mengikuti syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh *platform e-commerce*. Maka dalam putusan tersebut, *platform e-commerce* tidak perlu ikut bertanggung jawab atas kesalahan yang dilakukan oleh pihak *merchant*.

Pemantauan peredaran kosmetik di Indonesia merupakan kewajiban dari BPOM RI, yaitu Direktorat Pengawasan Kosmetik yang melakukan pelayanan public terkait pengawasan di bidang kosmetik. Layanan yang diberikan oleh Direktorat Pengawasan Kosmetik, seperti ekspor-impor kosmetik, serta sertifikasi Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik (CPKB), yang mengacu pada ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia dan disesuaikan dengan kebutuhan pelayanan publik, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Dalam Putusan Nomor 142/Pid.Sus/2020/PN.Jkt.Brt ini, pelaku usaha dilaporkan oleh warga setempat, bahwa pelaku usaha tersebut melakukan penjualan kosmetika tanpa memiliki izin dari pihak yang berwenang. Sehingga ketika diadili, pelaku usaha tersebut dijerat dengan Pasal 106 jo Pasal 24 ayat (1) UU Perdagangan. Jika dilihat dengan

UUPK, ternyata UUPK dapat digunakan untuk menjerat pelaku usaha, apabila konsumen sendiri yang melaporkan kerugian yang diakibatkan oleh pelaku usaha.

Meskipun sudah dibuat lembaga-lembaga yang khusus menangani konsumen, seperti Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), dan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), rendahnya pengetahuan konsumen terkait hak dan kewajiban sebagai konsumen sendiri, menjadi masalah untuk menciptakan konsumen yang mandiri berdasarkan dengan tujuan dibentuknya UUPK.²⁴ Sehingga sudah seharusnya UUPK yang saat ini diperbarui, agar hak-hak konsumen dapat dilindungi secara maksimal

Akan tetapi karena kasus ini diputus dengan UU Perdagangan, sehingga yang ditangkap dan diadili hanyalah pelaku usaha kedua yang berada di dalam wilayah Negara Indonesia. UUPK sendiri juga membatasi pengertian konsumen dengan konsumen akhir. Hal ini terlihat dalam penjelasan Pasal 1 Angka 2 UUPK, yang berbunyi sebagai berikut, “Di dalam kepastakaan ekonomi dikenal istilah konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk. Sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Pengertian konsumen dalam undang-undang ini adalah konsumen akhir.” Meskipun Indonesia telah mengesahkan UUPK, banyak kalangan yang menilai bahwa UU tersebut belum memadai untuk memberikan perlindungan pada konsumen dalam transaksi-transaksi *e-commerce*.²⁵

Lebih buruk lagi, konsumen-konsumen yang terlibat dalam transaksi-transaksi *e-commerce* antar negara tidak mendapatkan perlindungan hukum yang memadai. Aturan-aturan yang ada di Indonesia yang mengatur permasalahan hukum yang diterapkan

²⁴ Nadhira Amaliah, “Penerapan Kewajiban Konsumen Untuk Membaca Informasi Barang Berupa Makanan Ringan dan Minuman Dalam Rangka Perlindungan Diri Sebagai Konsumen Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Di Kecamatan Sail”, <https://media.neliti.com/media/publications/184508-ID-penerapan-kewajiban-konsumen-untuk-memba.pdf>, hal. 10, diakses pada tanggal 9 November 2020.

²⁵ Ram/Apr, *Perlindungan Konsumen Dalam E-commerce Masih Lemah*, <https://www.hukumonline.com/berita/baca/hol2986/perlindungan-konsumen-dalam-ecommerce-masih-lemah?page=all>, diakses pada tanggal 21 Desember 2020.

(*applicable law*) dan yurisdiksi juga tidak cukup jelas untuk diterapkan dalam transaksi *e-commerce*.²⁶

²⁶ M. Arsyad Sanusi, *Hukum Teknologi dan Informasi*, (Jakarta: Tim Kemas Buku, 2005), hal. 233.

III. PENUTUP

A. Kesimpulan

Pelaku usaha dalam hal ini adalah *merchant* yang menyediakan produk kosmetika untuk diedarkan kepada konsumen, memiliki kewajiban untuk menjamin mutu barang, dalam hal ini adalah kosmetika, serta memberi kompensasi ganti rugi terhadap konsumen. *Merchant* juga memiliki tanggung jawab ganti rugi terhadap konsumen apabila produk barang yang diedarkannya rusak, tercemar atau menimbulkan kerugian kepada konsumen. Akan tetapi, *merchant* hanya bertanggung jawab apabila konsumen sendiri yang menuntut ganti rugi terhadap *merchant*, sehingga konsumen harus lebih cermat dalam mengkonsumsi produk barang yang diedarkan oleh *merchant*.

Platform e-commerce yang dalam hal ini diposisikan sebagai pelaku usaha, memiliki tanggung jawab yang terbatas kepada konsumen, karena *platform e-commerce* hanyalah sebagai pihak ketiga dalam transaksi antara *merchant* dan konsumen (pengguna *platform*). *Platform e-commerce* sendiri telah mengatur dalam penggunaannya, sehingga, *platform e-commerce* tidak bertanggung jawab apabila ada konsumen maupun pelaku usaha yang melanggar ketentuan tersebut. *Platform e-commerce* juga telah mengatur mengenai sanksi yang akan dikenakan kepada pengguna yang tidak mematuhi ketentuan yang ditetapkan, mengenai hal ini telah diatur juga di dalam ketentuan tersebut mengenai larangan untuk mengedarkan kosmetika yang tidak atau belum memiliki izin edar. Sehingga, pada dasarnya *platform e-commerce* telah melakukan kewajibannya dengan baik sebagai pelaku usaha, selama dapat dibuktikan bahwa kesalahan atau kelalaian yang merugikan konsumen adalah akibat dari *merchant*, maka *platform e-commerce* tidak bertanggung jawab.

Dalam Putusan Nomor 142/Pid.Sus/2020/PN.Jkt.Brt tidak disebutkan lebih lanjut apakah *platform e-commerce* telah menjalankan tanggung jawabnya, salah satunya yaitu menutup akun jualan dari terdakwa atau belum. Akan tetapi,

platform e-commerce telah melaksanakan kewajibannya dengan cara mengatur syarat dan ketentuan dari penggunaan *platform*, yang salah satunya merupakan larangan untuk mengedarkan kosmetika tanpa izin edar. Sehingga, peredaran kosmetika tanpa izin edar pada putusan tersebut merupakan tanggung jawab dari *merchant* yang tidak melakukan kewajibannya sebagai pelaku usaha dan tidak mengikuti persyaratan yang telah ditetapkan oleh *platform e-commerce*.

A. Saran

Platform e-commerce memang telah mengatur dalam penggunaan *platform e-commerce* tersebut serta batasan tanggung jawabnya. Akan tetapi, untuk mengurangi bertambahnya pelaku usaha yang mengedarkan kosmetika tanpa izin edar maupun produk lain yang dilarang oleh ketentuan perundang-undangan, maka lebih baik apabila *platform e-commerce* memperketat syarat bagi *merchant* yang akan berjualan melalui *platform e-commerce*. Bagi *merchant* agar memenuhi semua persyaratan yang telah diatur dalam syarat dan ketentuan di *platform e-commerce* dan undang-undang sebelum mengedarkan produknya, serta memenuhi semua kewajibannya sebagai pelaku usaha. Untuk konsumen agar lebih berhati-hati dalam membeli kosmetika tanpa izin edar, sebaiknya konsumen melihat terlebih dahulu izin edar dari kosmetika yang akan dibelinya, agar dapat mengurangi kerugian konsumen itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Book Chapter

- Ariestya, Fiena. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Tidak Menerima Uang Kembali Dalam Transaksi Jual Beli Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*. Pekanbaru: FH Universitas Riau, 2015.
- Arifin, Syamsyul. *Pengantar Hukum Indonesia*. Medan: Medan area University Press, 2012.
- Fajar, Mukti dan Yulianto. *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*. Yogyakarta: Pustaka Fajar, 2017.

- Gultom, Elisatris, *Cyber Law: Suatu Pengantar Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Perdagangan Melalui Elektronik Commerce*, Bandung: Elips, 2002.
- Hadjon, Philipus M. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: Percetakan M2 Print, 2007.
- Hamzah, Andi, *Kamus Hukum*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi, *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Miru, Ahmad. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2004.
- Muhammad, Abdulkadir. *Hukum Perusahaan Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2010.
- Raharjo, Satjipto. *Ilmu Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000.
- Romaza, Nia Anggraimi et al. *Statistik E-Commerce 2019*. Jakarta, Badan Pusat Statistik, 2019.
- Samsul, Inosentius. *Perlindungan Konsumen Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*. Jakarta: Universitas Indonesia, 2004.
- Sanusi, M.Arsyad. *Hukum Teknologi dan Informasi*. Jakarta: Tim Kemas Buku, 2005.
- Setiono, *Rule Of Law (Supremasi Hukum)*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2004.
- Sidharta. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo, 2004.
- Sidabalok, Janus. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014.
- Sunggono, Bambang. *Metode Penelitian Hukum*. Cetakan ke-6. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Suparni, Ninick, *Cyberspace Problematika & Antisipasi Pengaturannya*. Jakarta: Sinar Grafika, 2009.
- Suryana. *Metodologi Penelitian*. Bandung: UPI, 2010.
- Tim penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1991.
- Triwulan, Titik dan Shinta Febrian, *Perlindungan Hukum bagi Pasien*. Jakarta: Prestasi Pustaka, 2010.
- Widjaja, Gunawan dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000.

Wijayanti, Asri, *Hukum Ketenagakerjaan Pasca Reformasi*. Jakarta: Sinar Grafika, 2009.

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Kesehatan.

Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1175/MENKES/PER/VIII tentang Izin Produksi Kosmetika.

Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1176/MENKES/PER/VIII/2010 tentang Notifikasi Kosmetika.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 1998 tentang Pengamanan Sediaan Farmasi dan Alat Kesehatan.

Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia Platform dan Pedagang (*Merchant*) yang Berbentuk *User Generated Content*.

Jurnal

Barkattullah, Abdul Halim, “Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Penyelesaian Sengketa Transaksi Elektronik Internasional menurut UU No. 11 Tahun 2008”, *Jurnal Hukum Bisnis*, Vol. 29 No. 1 Tahun 2010.

Hertanto, Ari Wahyudi, “Pencantuman Batasan Tanggung Jawab Pemilik/Pengelola Situs dalam Transaksi Jual Beli Secara Online dan Dampaknya Bagi Konsumen”, *Jurnal Hukum dan Pembangunan Tahun ke-45*, No. 1 Januari-Maret, 2015.

Meliza, Edtriana, “Pelaksanaan Pengawasan Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) Terhadap Peredaran Makanan Tanpa Izin Edar (TIE) Di Kota Pekanbaru Tahun 2012”, *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 2014.

Mia Amelia & A.M. Tri Anggraini, “Peran Pemerintah dalam Mengawasi Peredaran Obat Keras Golongan G Tanpa Surat Izin Edar Menurut Undang-Undang Nomor

- 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus: Putusan Nomor 874/Pid.Sus/2018/PN.Sda), *Jurnal Hukum Adigama*, Volume No. 3 Tahun 2020.
- Rasyid, Zakari dan Ermanto Fahamsyah, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Dugaan Manipulasi Iklan Pelaku Usaha Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, *Jurnal Hukum Adigama*, Volume No. 2 Tahun 2019.
- Rusmawati, Dianne Eka, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce*”, *Fiat Justisia Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 7. No. 2, Mei-Agustus 2013.

Internet

- Agus Tri Haryanto, “Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia”, <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>, diakses tanggal 13 agustus 2020
- Amaliah, Nadhira “Penerapan Kewajiban Konsumen Untuk Membaca Informasi Barang Berupa Makanan Ringan dan Minuman Dalam Rangka Perlindungan Diri Sebagai Konsumen Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Di Kecamatan Sail”, <https://media.neliti.com/media/publications/184508-ID-penerapan-kewajiban-konsumen-untuk-memba.pdf>, hal. 10, diakses pada tanggal 9 November 2020.
- Antara, “Alasan Kosmetika Impor Lebih Digemari di Indonesia”, <https://cantik.tempo.co/read/1226426/alasan-kosmetika-impor-lebih-digemari-di-indonesia/full&view=ok>, diakses tanggal 20 september 2020.
- Muthiah, Aulia, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha kepada Konsumen tentang Keamanan Pangan dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen”, https://www.researchgate.net/publication/323310206_Tanggung_Jawab_Pelaku_Usaha_kepada_Konsumen_tentang_Keamanan_Pangan_dalam_Perspektif_Hukum_Perlindungan_Konsumen, diakses pada tanggal 12 oktober 2020.
- Ram/Apr, “Perlindungan Konsumen Dalam E-commerce Masih Lemah”, <https://www.hukumonline.com/berita/baca/hol2986/perlindungan-konsumen-dalam-iecommercei-masih-lemah?page=all>