



Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Peredaran Kosmetik Yang Tidak Memenuhi Standar BPOM Di E-Commerce

Ni Made Yusi Vanes Mardiah¹, Ni Made Jaya Senastri², Putu Ayu Sriasih Wesna³

Fakultas Hukum, Universitas Warmadewa, Indonesia¹⁻³

Email Korespondensi: nimdyusivanesmardiah@gmail.com¹, nimadejayasenastri@gmail.com², ayuwesna@gmail.com³

Article received: 01 Januari 2026, Review process: 12 Januari 2026

Article Accepted: 22 Februari 2026, Article published: 18 Maret 2026

ABSTRACT

The circulation of illegal cosmetics through electronic commerce systems (e-commerce) has raised serious issues regarding consumer protection and health safety standards supervision in Indonesia. Legal challenges emerge when products that do not meet the standards of the Indonesian Food and Drug Authority (BPOM), such as products containing mercury or those without marketing authorization, can be easily accessed by the public through digital platforms. This study aims to analyze the legal regulations concerning the requirements for cosmetic product marketing authorization in Indonesia and to examine the forms of legal liability for business actors and digital platform providers for the circulation of cosmetics that do not meet BPOM standards in e-commerce. The type of research used is normative legal research with statutory, conceptual, and case approaches. The results indicate that the regulation of cosmetic marketing authorization is imperative under Law Number 17 of 2023 concerning Health and BPOM Regulations to guarantee product safety, quality, and benefits. Legal liability in the digital ecosystem is multi-layered, where business actors are strictly liable for consumer losses, while digital platform providers bear legal responsibility if they are negligent in supervising and curating illegal product content within their electronic systems.

Keywords: Marketing Authorization, Illegal Cosmetics, Legal Liability, Consumer Protection, E-Commerce.

ABSTRAK

Peredaran kosmetik ilegal melalui sistem perdagangan elektronik (e-commerce) telah memunculkan permasalahan serius terkait perlindungan konsumen dan pengawasan standar keamanan kesehatan di Indonesia. Tantangan hukum muncul ketika produk yang tidak memenuhi standar BPOM, seperti produk yang mengandung merkuri atau tanpa izin edar, dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat melalui platform digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaturan hukum mengenai syarat izin edar produk kosmetik di Indonesia serta mengkaji bentuk pertanggungjawaban hukum bagi pelaku usaha dan penyedia platform digital atas peredaran kosmetik yang tidak memenuhi standar BPOM di e-commerce. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan, pendekatan konseptual, dan pendekatan kasus. Hasil penelitian menunjukkan pengaturan izin edar kosmetik bersifat imperatif berdasarkan Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan dan Peraturan BPOM guna menjamin keamanan, mutu, dan kemanfaatan produk. Pertanggungjawaban hukum dalam

ekosistem digital bersifat berlapis, di mana pelaku usaha bertanggung jawab secara mutlak atas kerugian konsumen, sementara penyedia platform digital memikul tanggung jawab hukum apabila lalai dalam melakukan pengawasan dan kurasi terhadap konten produk ilegal di sistem elektroniknya.

Kata Kunci: Izin Edar, Kosmetik Ilegal, Pertanggungjawaban Hukum, Perlindungan Konsumen, E-Commerce.

PENDAHULUAN

Kemajuan dalam aspek teknologi informasi dan komunikasi yang berlangsung secara masif selama beberapa dekade belakangan telah memicu transformasi terhadap perdagangan global dan perilaku konsumsi masyarakat dunia (Amory et al., 2025). Aktivitas jual beli yang selama berabad-abad dilakukan secara konvensional melalui interaksi fisik di pasar tradisional maupun pusat perbelanjaan modern, kini telah bertransformasi sepenuhnya ke dalam sistem digital yang memanfaatkan platform *e-commerce* sebagai pilar utama ekonomi baru (Ariesti & Senastri, 2023). Pergeseran paradigma ini bukan sekadar perubahan medium bertransaksi, melainkan sebuah restrukturisasi total yang menghilangkan batas-batas ruang dan waktu, sehingga memungkinkan terjadinya pertukaran barang secara instan tanpa perlu adanya pertemuan tatap muka antara pihak-pihak yang terlibat. Digitalisasi ekonomi ini memberikan keuntungan strategis yang luar biasa bagi pertumbuhan ekonomi nasional maupun global dengan memperluas akses pasar lintas negara (Indrayana et al., 2021).

Melalui platform digital, para pelaku usaha dari berbagai skala dapat menjangkau basis konsumen di pelosok daerah terpencil hanya dengan bermodalkan koneksi internet, tanpa harus terbebani oleh biaya operasional fisik yang tinggi (Mahera & Suryadi, 2025). Kemudahan distribusi ini secara langsung berdampak pada ketersediaan berbagai produk konsumsi massal di tangan masyarakat, di mana produk kosmetik dan perawatan diri menempati posisi sebagai salah satu komoditas yang paling dominan karena sifatnya yang terus-menerus dibutuhkan dan sangat dipengaruhi oleh tren kecantikan yang berkembang di media sosial. Namun, di balik gemerlap kemudahan akses tersebut, kemajuan teknologi ini secara simultan memunculkan permasalahan sistemik yang sangat serius terkait pengawasan mutu, standarisasi, dan keamanan produk yang beredar luas. Tantangan terbesar muncul ketika sistem pasar terbuka di platform digital memungkinkan menyusup serta beredar dengan sangat mudah produk kosmetik yang tidak memenuhi standar keamanan kesehatan (Oktaviani et al., 2025).

Dominasi transaksi perdagangan berbasis digital di Indonesia kini dikuasai oleh platform *marketplace* raksasa seperti Tokopedia dan Shopee yang telah mengukuhkan posisi sebagai mediator utama dalam ekosistem ekonomi elektronik (Alamin et al., 2023). Platform-platform ini telah berkembang menjadi ekosistem kompleks yang mengelola sistem pembayaran, logistik, hingga penyelesaian sengketa antara jutaan penjual dan pembeli setiap harinya. Sebagai fasilitator, platform ini memiliki kekuatan besar dalam mengarahkan opini publik melalui algoritma rekomendasi, yang sayangnya jika tidak diawasi dengan ketat, dapat menjadi sarana promosi masif bagi produk-produk yang secara hukum tidak layak

diperdagangkan. Kurangnya mekanisme filterisasi yang ketat pada saat pendaftaran produk menciptakan celah lebar bagi produk tanpa izin edar resmi atau ada bahan kimia berbahaya di dalam produk untuk mencapai tangan konsumen sebelum pihak regulator sempat melakukan tindakan preventif.

Pertumbuhan sektor *e-commerce* yang ditandai dengan efisiensi waktu dan keterjangkauan harga sering kali tidak dibarengi dengan peningkatan tanggung jawab etika bisnis serta kesadaran hukum para pelaku usaha (Angga Alpiana et al., 2025). Banyak pelaku usaha cenderung lebih mengutamakan keuntungan materiil jangka pendek daripada keselamatan jangka panjang para konsumen mereka. Di balik pertumbuhan ekonomi digital tersebut, terdapat labirin permasalahan hukum pelik yang dipicu oleh dinamika perdagangan digital yang bersifat anonim dan cair. Penegakan hukum terhadap bisnis *online* ilegal masih sulit diatasi hanya dengan mengandalkan hukum positif konvensional, terutama ketika berhadapan dengan pemberian informasi produk yang bersifat menyesatkan (*misleading information*) yang sering dilaporkan masyarakat (Astrawan et al., 2022).

Kondisi itu menunjukkan ada celah perlindungan dalam aspek hukum bagi konsumen serta tantangan besar bagi otoritas negara dalam menjalankan fungsi pengawasan terhadap Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) (Nugraha & Fitriyanti, 2025). Meskipun pemerintah berupaya melakukan pembaruan regulasi, kecepatan inovasi teknologi dan kecerdikan pelaku usaha nakal sering kali melampaui adaptasi regulasi yang ada. Hal ini menyebabkan situasi yang tanpa batasan di mana kepastian hukum sulit ditegakkan, terutama ketika terjadi kerugian fisik atau gangguan kesehatan kronis akibat produk kosmetik ilegal yang bersembunyi di balik ribuan toko daring lainnya. Kenyamanan masyarakat dalam membandingkan harga kosmetik melalui telepon pintar menjadi pedang bermata dua karena kemudahan yang sama dimanfaatkan dalam hal memasarkan produk yang tidak memenuhi standar keamanan BPOM oleh pihak-pihak tidak bertanggung jawab.

Ancaman nyata dari peredaran kosmetik ilegal ini sangat mengkhawatirkan karena menyentuh aspek keselamatan jiwa dan integritas tubuh manusia yang paling mendasar. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) telah memperingatkan bahwa penggunaan kosmetik yang mengandung bahan kimia dilarang dapat menimbulkan dampak patologis fatal, mulai dari reaksi alergi kronis hingga kerusakan fungsi organ dalam akibat penyerapan logam berat melalui pori-pori kulit secara kontinu (Fatmawati, 2019). Mengingat karakteristiknya sebagai sediaan farmasi yang bersentuhan langsung dengan tubuh dalam durasi lama, setiap produk kosmetik secara yuridis wajib mematuhi standar mutu, kemanfaatan, serta keamanan sebagaimana diatur oleh BPOM sebagai bentuk perlindungan preventif negara (*state protection*).

Landasan hukum kewajiban ini termaktub secara eksplisit dalam Pasal 143 ayat (1) Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan, yang mewajibkan setiap orang yang memproduksi atau mengedarkan sediaan farmasi memenuhi perizinan berusaha sesuai standar pemerintah (Amanda et al., n.d.). Izin edar tersebut merupakan sertifikasi legal yang membuktikan produk telah melalui pengujian laboratorium komprehensif untuk memastikan standar keamanan dan

mutu. Produk tanpa nomor notifikasi secara hukum dikategorikan sebagai barang ilegal yang keberadaannya mengancam ketertiban umum dan kesehatan masyarakat. Pelanggaran terhadap ketentuan ini diklasifikasikan sebagai tindak pidana serius yang diancam dengan sanksi administratif hingga pidana berat sesuai Pasal 435 UU Kesehatan untuk memberikan efek jera (*deterrent effect*).

Kasus fenomenal seperti maraknya peredaran kosmetik bermerek Tabita Glow menjadi bukti empiris betapa lemahnya efektivitas sistem pengawasan digital saat ini. Produk ilegal Tabita Glow ini tetap menjadi primadona di pasar gelap digital karena janji hasil instan, padahal temuan laboratorium BPOM secara konsisten menunjukkan adanya kandungan merkuri (raksa) dan hidrokuinon dalam konsentrasi tinggi (Astaginy et al., 2023). Dampak klinis penggunaan merkuri sangat mengerikan, mulai dari rusaknya pigmen kulit hingga memicu gagal ginjal, kerusakan saraf pusat, dan kanker kulit. Meskipun BPOM rutin melakukan pemblokiran, pelaku usaha ilegal dengan mudah membuat akun baru dengan identitas palsu untuk kembali beroperasi di platform *e-commerce*.

Hal ini menyingkap fakta adanya celah hukum terkait tanggung jawab pihak platform *e-commerce* yang dimana sering kali terlindungi dalam status *intermediary liability* untuk menghindari akuntabilitas atas produk ilegal di platform mereka (Ardini et al., 2025). Ditinjau dari aspek perlindungan konsumen, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 (UUPK) mewajibkan pelaku usaha menjamin mutu barang dan memberikan ganti rugi atas kerugian konsumen. Namun, penegakan hukum menghadapi hambatan multidimensional karena karakteristik internet yang memungkinkan pelaku beroperasi secara anonim. Maka dari itu, memerlukan terobosan hukum yang mewajibkan platform melakukan verifikasi identitas yang lebih ketat serta pemulihan hak konsumen yang dirugikan secara fisik maupun materiil.

Sebagai langkah penguatan, pemerintah telah mengintegrasikan ketentuan pidana melalui Pasal 45 A ayat (1) UU Nomor 1 Tahun 2024 tentang perubahan UU ITE, yang mengancam penjara hingga 6 tahun bagi penyebar informasi menyesatkan yang merugikan konsumen dalam transaksi elektronik (Widodo et al., 2020). Mengingat urgensi perlindungan hak asasi konsumen dan kepastian hukum di ruang siber, penelitian ini menjadi krusial untuk mengkaji lebih dalam mengenai mekanisme pertanggungjawaban hukum para pihak terkait. Berdasarkan kompleksitas tersebut, penulis bermaksud melaksanakan studi mendalam yang berjudul **"Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Peredaran Kosmetik Yang Tidak Memenuhi Standar BPOM Di E-commerce"**.

METODE

Artikel ini menerapkan metode penelitian hukum yuridis normatif (*legal research*) yang menitikberatkan pada analisis bahan pustaka dalam menggali aturan dan prinsip hukum yang berlaku (Zainuddin & Karina, n.d.). Dalam membedah permasalahan mengenai pertanggungjawaban hukum atas distribusi kosmetik ilegal di platform *e-commerce*, peneliti menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan konseptual (*conceptual approach*), serta pendekatan kasus (*case approach*) (Romadhoni et al., 2025). Adapun instrumen hukum primer yang dijadikan fundamen utama dalam studi ini meliputi Undang-Undang Dasar

Negara Republik Indonesia Tahun 1945, UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU No. 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan, dan UU No. 1 Tahun 2024 mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik. Sementara itu, prosedur penghimpunan bahan hukum dilakukan lewat inventarisasi sistematis yang merujuk pada hierarki perundangan serta teknik studi kepustakaan. Proses ini melibatkan pencatatan serta dokumentasi arsip yang dikategorikan secara cermat berdasarkan relevansinya terhadap pokok permasalahan hukum yang sedang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Yuridis Terhadap Pengaturan Hukum Dan Persyaratan Teknis Izin Edar Produk Kosmetik Di Indonesia

Standarisasi kosmetik di Indonesia merupakan sebuah instrumen hukum administrasi negara yang bersifat preventif dan sangat krusial dalam upaya menjamin keselamatan jiwa serta kesehatan masyarakat luas. Secara konseptual, standarisasi ini bukan hanya sekadar pemenuhan aspek administratif bagi pelaku usaha untuk memasuki pasar, melainkan sebuah manifestasi dari kewajiban negara dalam menyelenggarakan perlindungan hukum melalui pengawasan yang ketat terhadap komoditas sediaan farmasi. Berdasarkan payung hukum terbaru, yakni Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan, pemerintah memegang tanggung jawab mutlak untuk memastikan mutu, kemanfaatan, serta keamanan sediaan farmasi serta produk kesehatan, contohnya seperti kosmetik. Hal ini dilakukan guna melindungi masyarakat dari risiko penggunaan zat kimia berbahaya yang dapat mencederaikan kesehatan fisik maupun biologis manusia secara permanen (Aulia et al., 2023). Dengan demikian, standarisasi kosmetik merupakan bentuk konkret pelaksanaan kewenangan negara dalam melindungi kepentingan publik melalui mekanisme hukum yang terukur dan berkekuatan hukum tetap.

Setiap produk kosmetik yang dijual di pasaran wajib melewati proses notifikasi teruntuk Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) sebagai bukti otentik produk kosmetik itu telah memenuhi standar legalitas (Pramudita et al., 2026). Izin edar berupa nomor notifikasi ini bukan sekadar formalitas prosedur administratif, melainkan sebuah sistem berbasis evaluasi ilmiah dan audit saintifik terhadap aspek keamanan dan mutu sebelum produk diberikan akses untuk beredar di masyarakat luas. Salah satu persyaratan utama yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha adalah kewajiban penyusunan Dokumen Informasi Produk (DIP) atau *Product Information File* (PIF) sebagaimana diatur dalam Peraturan BPOM Nomor 12 Tahun 2020 (Susantri et al., 2018). Dokumen ini merupakan instrumen transparansi yang memuat informasi teknis mendalam, mulai dari komposisi bahan, spesifikasi produk jadi, hingga data penilaian risiko (*risk assessment*) yang harus tersedia untuk diaudit sewaktu-waktu oleh otoritas berwenang.

Regulasi teknis mengenai bahan kosmetik diatur secara spesifik dalam Peraturan BPOM Nomor 25 Tahun 2025 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetik (Simbolon et al., 2025). Peraturan ini menetapkan daftar bahan terlarang (*negative list*) seperti merkuri dan zat warna karsinogenik yang dilarang keras karena terbukti secara klinis menimbulkan kerusakan organ tubuh (Aprilia et al., 2021). Penetapan

standar bahan ini menggunakan prinsip kehati-hatian (*precautionary principle*) dalam hukum kesehatan publik untuk memastikan bahwa setiap zat yang masuk ke dalam formulasi kosmetik tidak merusak integritas kulit dan kesehatan organ tubuh konsumen. Penilaian risiko ini menjadi sangat krusial mengingat kosmetika diaplikasikan secara langsung pada bagian luar tubuh manusia dalam jangka waktu yang panjang dan frekuensi yang berulang.

Selain persyaratan bahan, industri kosmetik wajib menerapkan standar produksi berupa Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik (CPKB) sebagaimana diatur dalam Peraturan BPOM Nomor 34 Tahun 2021 (Abidin & Sarmilah, 2024). CPKB merupakan sistem penjaminan mutu yang mengatur standar produksi secara holistik, mulai dari pengadaan bahan baku yang tervalidasi hingga higienitas pengemasan, guna menjamin konsistensi mutu produk di setiap *batch* produksi. Sistem ini didesain sebagai perlindungan hukum berlapis yang melibatkan pengawasan ketat sejak tahap pra-produksi di pabrik hingga produk tersebut sampai ke tangan konsumen terakhir. Dengan adanya persyaratan yang rigid ini, diharapkan industri kosmetik nasional dapat berkembang secara sehat dan memiliki daya saing yang kuat di kancah internasional.

Transparansi informasi kepada konsumen juga diperkuat melalui Peraturan BPOM Nomor 18 Tahun 2024 tentang Pelabelan, Promosi, dan Iklan Kosmetik (Piyo et al., 2025). Setiap produk wajib mencantumkan label yang akurat, jujur, dan mencakup informasi vital seperti nomor notifikasi, komposisi bahan, tanggal kedaluwarsa, serta peringatan penggunaan untuk mencegah kerugian akibat kesalahan penggunaan produk. Penegasan ini sangat penting agar masyarakat tidak terpedaya oleh iklan kosmetik yang menjanjikan penyembuhan penyakit kulit tertentu, yang secara regulasi dilarang dilakukan oleh produk kosmetika. Kewajiban mencantumkan nomor notifikasi secara eksplisit pada kemasan juga memudahkan konsumen untuk melakukan verifikasi mandiri melalui aplikasi BPOM *Mobile*.

Apabila dalam pengawasan ditemukan kosmetik yang diedarkan tanpa izin edar atau mengandung bahan berbahaya, negara memiliki kewenangan mutlak untuk menjatuhkan sanksi administratif dan pidana yang tegas (Samrin et al., 2024). Sanksi administratif dapat berupa penarikan produk dari peredaran (*recall*) sampai pencabutan nomor notifikasi secara permanen guna membersihkan pasar dari produk ilegal. Tindakan administratif ini diambil untuk melindungi kesehatan masyarakat, terutama dari produk yang beredar secara masif dan anonim melalui platform *e-commerce* tanpa adanya kontrol kualitas yang jelas. Hal ini menunjukkan komitmen serius negara dalam memastikan perlindungan kepada kesehatan masyarakat sebagai kepentingan umum yang berada di atas segalanya.

Di sisi lain, Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan menetapkan sanksi pidana berat berupa penjara serta denda maksimal hingga miliaran rupiah bagi pelaku yang sengaja mengedarkan sediaan farmasi berbahaya tanpa izin edar (Juliana & Suyanto, 2024). Ketegasan sanksi ini bertujuan untuk memberikan efek jera (*deterrent effect*) bagi produsen maupun pengedar di pasar digital. Peningkatan nilai denda yang signifikan dibandingkan aturan sebelumnya secara eksplisit dimaksudkan untuk menekan angka pelanggaran di tengah

masyarakat. Penegakan hukum ini mengintegrasikan sanksi administratif, perdata, hingga pidana untuk mewujudkan kepastian hukum.

Persyaratan izin edar kosmetik di Indonesia berfungsi sebagai instrumen perlindungan kesehatan dan keselamatan masyarakat yang bersifat absolut dan tidak dapat ditawar (Clarissa et al., 2026). Keberadaan regulasi yang komprehensif dari BPOM memastikan seluruh produk kecantikan yang digunakan oleh masyarakat sudah melewati proses *screening* yang objektif, saintifik, dan legal. Dengan sinergi antara regulasi yang kuat dan pengawasan yang konsisten, diharapkan peredaran kosmetik ilegal di *e-commerce* dapat diminimalisir demi meningkatkan kualitas hidup masyarakat yang dimana sejalan dengan cita-cita luhur amanat undang-undang kesehatan di Indonesia.

Pertanggungjawaban Hukum Pelaku Usaha Dan Penyelenggara Platform Digital Atas Peredaran Kosmetik Ilegal

Dalam ekosistem *e-commerce*, pelaku usaha memikul tanggung jawab hukum yang sangat kompleks serta terikat pada kerangka Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) (Annisa et al., 2025). Tanggung jawab secara mutlak (*strict liability*) ditanggung oleh pelaku usaha atas setiap pencemaran, kerusakan, maupun kerugian yang dialami konsumen dari dampak mengonsumsi barang yang diperdagangkan. Berdasarkan Pasal 19 ayat (1) UUPK, mekanisme ganti rugi ini merupakan bentuk perlindungan represif yang menjamin bahwa hak-hak fisik dan finansial konsumen tetap terlindungi meskipun kerugian telah terjadi akibat pelaku usaha yang lalai. Pelaku usaha tidak dapat berlindung di balik argumen bahwa mereka hanya merupakan distributor atau *dropshipper*, karena setiap pihak dalam rantai distribusi memiliki kewajiban untuk memastikan barang yang mereka tawarkan layak dan aman.

Kewajiban pelaku usaha di ruang digital juga mencakup transparansi informasi, di mana mereka dilarang keras memberikan informasi yang menyesatkan (*misleading information*) mengenai kondisi dan jaminan produk kosmetik (Martono et al., 2026). Mengingat kosmetik diaplikasikan langsung pada tubuh, informasi mengenai komposisi dan efek samping merupakan data vital yang tidak boleh dimanipulasi di etalase toko daring. Pelaku usaha yang mengaburkan fakta teknis atau memberikan janji hasil instan tanpa bukti ilmiah telah melakukan pelanggaran serius terhadap kewajiban itikad baik dalam melakukan kegiatan usaha. Hal ini selaras dengan norma dalam UU ITE terbaru yang memberikan larangan terhadap pendistribusian konten elektronik menyesatkan, terutama yang memicu kerugian finansial di sisi konsumen.

Penyedia platform digital atau *marketplace* kini tidak lagi hanya dipandang sebagai penyedia sarana teknologi pasif, melainkan sebagai entitas ekonomi yang memikul tanggung jawab hukum atas arus distribusi barang dalam sistemnya. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE), penyelenggara platform wajib melakukan pengawasan terhadap konten atau barang yang dilarang peredarannya oleh undang-undang. Karena kosmetik tanpa izin edar masuk dalam kategori barang dilarang, platform memiliki kewajiban hukum untuk melakukan tindakan *take down*

secara seketika apabila ditemukan produk ilegal di etalase digitalnya (Nur et al., 2024). Kegagalan platform dalam melakukan filterisasi dapat dianggap sebagai bentuk pembiaran yang melanggar prinsip *due care* dan itikad baik bisnis.

Tanggung jawab penyedia platform juga bersumber dari kewajiban dalam menjalankan sistem elektronik secara aman serta andal sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang ITE (Su et al., 2025). Unsur kelalaian (*negligence*) pada platform terpenuhi apabila mereka mengetahui atau seharusnya mengetahui keberadaan produk berbahaya seperti kosmetik yang telah masuk daftar hitam BPOM namun tidak melakukan tindakan pencegahan yang memadai. Platform dituntut untuk memiliki mekanisme audit dan verifikasi identitas penjual yang canggih guna memastikan infrastruktur digital mereka tidak disalahgunakan untuk aktivitas ilegal yang membahayakan keselamatan raga manusia. Jika platform mengabaikan peringatan resmi otoritas, maka perlindungan hukum *safe harbor policy* yang biasanya melindungi perantara dapat gugur, sehingga platform memikul tanggung jawab penuh atas kerugian yang timbul.

Secara doktrinal, tanggung jawab penyedia platform dalam *e-commerce* dianalisis melalui teori *conditional liability* (Ishep, 2025). Artinya, platform dapat dibebaskan dari tanggung jawab apabila mereka telah melakukan langkah preventif yang memadai, seperti verifikasi legalitas izin edar produk sebelum ditayangkan. Namun, jika platform secara sistematis memfasilitasi distribusi produk tanpa izin edar demi mengejar volume transaksi, maka hal tersebut dapat dinilai sebagai bentuk pembiaran yang melanggar hukum kesehatan. Tanggung jawab ini tidak hanya berhenti pada sanksi administratif, tetapi dapat berkembang menjadi tanggung jawab pidana apabila terbukti adanya kesengajaan dalam memfasilitasi perdagangan barang berbahaya.

Integrasi tanggung jawab antara pelaku usaha dan penyedia platform digital merupakan kunci dalam menciptakan ekosistem perdagangan elektronik yang aman (Sudira, 2024). Sinergi antara kebijakan internal platform, seperti verifikasi nomor notifikasi otomatis yang terhubung dengan *database* BPOM, dan pengawasan regulasi negara akan menekan angka peredaran kosmetik ilegal di ruang siber. Platform digital wajib memiliki tim sensor konten yang secara khusus mengawasi kategori produk kesehatan dan kecantikan dengan standar pengawasan sediaan farmasi. Dengan adanya integrasi data, produk kosmetik ilegal akan secara otomatis tertolak oleh sistem sebelum sempat terlihat oleh konsumen.

Kewajiban represif platform melibatkan tindakan tegas terhadap penjual yang terbukti berulang kali mengunggah kosmetik ilegal, yaitu berupa pemblokiran akun secara permanen. Platform tidak boleh hanya menghapus produknya, tetapi juga harus memutus akses bagi pelaku usaha nakal tersebut untuk kembali berdagang di platform yang sama. Tindakan tegas ini merupakan bagian dari tanggung jawab korektif platform untuk menjaga integritas ekosistem perdagangan elektronik agar tetap bersih dari praktik bisnis yang merugikan kesehatan publik. Kegagalan menjalankan kewajiban ini dapat menimbulkan konsekuensi hukum berlapis, mulai dari gugatan perdata hingga tindakan hukum oleh negara.

Implementasi tanggung jawab hukum yang efektif tidak hanya memberikan pemulihan hak bagi konsumen yang dirugikan, tetapi juga meningkatkan

kepercayaan masyarakat terhadap industri kosmetik nasional dan ekonomi digital Indonesia secara keseluruhan (Maulida et al., 2025). Platform yang memiliki standar keamanan tinggi akan lebih dipilih oleh konsumen yang peduli pada kesehatan, sehingga kepatuhan hukum sebenarnya sejalan dengan keberlanjutan bisnis jangka panjang. Dengan demikian, akuntabilitas di era digital menuntut semua pihak untuk tidak lagi bersikap netral terhadap barang berbahaya demi mewujudkan keadilan dan keselamatan bagi publik. Pemanfaatan teknologi seperti AI untuk menyaring kata kunci produk ilegal menjadi salah satu solusi praktis yang ditawarkan.

SIMPULAN

Penulisan artikel hukum ini menitikberatkan pada urgensi tanggung jawab hukum terkait distribusi kosmetik ilegal di platform *e-commerce*, sebuah pilar ekonomi modern yang sayangnya membawa risiko bagi kesehatan publik akibat minimnya pengawasan standar BPOM. Melalui metode yuridis normatif yang mengintegrasikan pendekatan perundang-undangan, konseptual, dan kasus, studi ini menemukan bahwa regulasi izin edar di Indonesia bersifat imperatif dan preventif. Berdasarkan amanat UU Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan serta Peraturan BPOM, setiap produk wajib memiliki nomor notifikasi guna memastikan aspek keamanan, mutu, dan kemanfaatan sediaan farmasi. Dalam perkembangan di aspek digitalisasi yang memungkinkan produk berbahaya seperti merkuri dalam *Tabita Glow* beredar secara anonim, konstruksi hukum menetapkan skema pertanggungjawaban berlapis. Pelaku usaha diwajibkan memikul tanggung jawab mutlak (*strict liability*) untuk mengganti kerugian materiil maupun fisik konsumen sesuai UU Perlindungan Konsumen. Sementara itu, penyedia *marketplace* mengemban kewajiban hukum untuk melakukan verifikasi identitas penjual secara ketat, pengawasan konten, serta penertiban produk ilegal demi menjamin kepastian hukum dan perlindungan hak asasi konsumen. Sebagai langkah integratif, penegakan hukum mencakup sinkronisasi sanksi administratif, perdata, hingga pidana melalui implementasi UU ITE terbaru guna menciptakan efek jera bagi pelanggar standar keselamatan publik di ruang siber.

DAFTAR RUJUKAN

- Abidin, M., & Sarmilah. (2024). Standar Halal dalam Industri Kosmetika dan Perawatan Badan. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Implementasi*, 1(1), 13-28. <https://journal.alifba.id/index.php/jiei/about>
- Alamin, Z., Missouri, R., Sutriawan, S., Fathir, F., & Khairunnas, K. (2023). Perkembangan E-commerce: Analisis Dominasi Shopee sebagai Primadona Marketplace di Indonesia. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(2), 120-131. <https://doi.org/10.52266/jesa.v6i2.2484>
- Amanda, J. P., Yetti, & Dewi, S. (n.d.). PENEGAKAN HUKUM TERHADAP SEDIAAN FARMASI YANG TIDAK MEMILIKI IZIN EDAR. *COLLEGIUM STUDIOSUM JOURNAL*, 7(2), 2024.
- Amory, J. D. S., Mudo, M., & J, R. (2025). Transformasi Ekonomi Digital dan Evolusi Pola Konsumsi: Tinjauan Literatur tentang Perubahan Perilaku Belanja di Era

-
- Internet. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 28–37.
<https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.14608>
- Angga Alpiana, D., Ayuningtyas, F., & Yustino Aribawa, M. (2025). Tanggungjawab Pelaku Usaha dalam Transaksi E-Commerce Perspektif Perlindungan Konsumen. *Lex Journal: Kajian Hukum Dan Keadilan*, 9(2).
<http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>
- Annisa, A. N., Adhan, S., Zazili, A., Yusdianto, & Rohaini. (2025). PERTANGGUNGJAWABAN HUKUM PELAKU USAHA TERHADAP PRAKTIK OVERCLAIM PADA PRODUK SKINCARE DALAM PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN. *Jurnal Kelitbangan*, 13(1).
<http://journalbalitbangdalamampung.org>
- Aprilia, L., Mahendrawati, N. L. M., & Senastri, N. M. J. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Melalui Sertifikasi Halal pada Produk Obat-obatan Berdasarkan Undang- Undang No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. *Jurnal Preferensi Hukum*, 2(2), 288–293.
<https://doi.org/10.22225/jph.2.2.3324.288-293>
- Ardini, N. P. A. M., Dharmawan, N. K. S., & Hardiyan, S. P. (2025). COMPARATIVE ANALYSIS OF PLATFORM LIABILITY FOR ILLEGAL PREMIUM ACCOUNT SALES: A STUDY OF SAFE HARBOR PRINCIPLES IN INDONESIA AND THE UNITED STATES. *Jurnal Masalah-Masalah Hukum*, 54(3).
- Ariesti, I. G. A. T. A., & Senastri, N. M. J. (2023). Legal Protection of Consumers in Online Transactions (E-Commerce). *Proceedings of the International Conference on "Changing of Law: Business Law, Local Wisdom and Tourism Industry"* (ICCLB 2023), 601–606. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-180-7_64
- Astaginy, N., Kumalasari, F., & Irasmia. (2023). Effect of Product Quality and Trust on Customer Loyalty of Tabita Skincare Cream. *Journal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 9(2), 252–262.
- Astrawan, K. Y., Mahendrawati, L. M., & Wesna, P. A. S. (2022). Perlindungan Hukum Bagi Investor Terhadap Pelaku Usaha yang Melakukan Bisnis Online Secara Ilegal. *Jurnal Analogi Hukum*, 4(2).
<https://doi.org/10.22225/ah.4.2.2022.172-176>
- Aulia, S. D., Assyfa, Mardiah, A. N. A., Maulida, N., Nurcahyati, S., Dewi, Y., & Yuniarsih, N. (2023). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PENYEBARAN BAHAN KIMIA KOSMETIK BERBAHAYA DAN BAHAN KIMIA BERBAHAYA PADA PANGAN DI LINGKUNGAN MASYARAKAT INDONESIA. *Jurnal Transparansi Hukum*, 6(1).
- Clarissa, A., Roza, I. D. M., Susanti, A. N., Riani, D., & Salsabila, M. (2026). Efektivitas Implementasi Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Digital pada Marketplace di Indonesia. *Hukum Inovatif: Jurnal Ilmu Hukum Sosial Dan Humaniora*, 3(1), 158–168.
<https://doi.org/10.62383/humif.v3i1.2837>
- Fatmawati, F. (2019). Meningkatkan Pemahaman Masyarakat dalam Sosialisasi Bahaya Cemaran Logam Berat Pada Kosmetik. *DIMAS*, 19(1).
-

- Indrayana, I. P. D., Budiarta, I. N. P., & Senastri, N. M. J. (2021). Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Online jika Terjadi Wanprestasi yang dilakukan oleh Pemberi Jasa Endorse. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 2(2), 435-439. <https://doi.org/10.22225/juinhum.2.2.3454.435-439>
- Ishep. (2025). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Peredaran Produk Palsu Di Pasar Digital. *JUKAHU: Jurnal Kajian Hukum*, 1(1), 9-16. <https://doi.org/>
- Juliana, A., & Suyanto. (2024). PERTANGGUNGJAWABAN PIDANA PELAKU USAHA ATAS PEREDARAN SEDIAAN FARMASI BERUPA KOSMETIK TANPA IZIN EDAR BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 17 TAHUN 2023 TENTANG KESEHATAN. *Jurnal Duta Hukum*, 1(2).
- Mahera, R. M., & Suryadi, N. (2025). Transformasi Mekanisme Pasar Dalam Ekonomi Berbasis Teknologi Digital. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(11). <https://doi.org/10.5281/zenodo.15564449>
- Martono, Y. F., Prayoga, S. D., Uswatun, U., Maulina, S., & Ayu, F. R. (2026). PERAN HUKUM PERIZINAN DALAM PERLINDUNGAN KONSUMEN PRODUK KOSMETIK ILEGAL. *GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal Dan Pembangunan*, 13(1). <https://www.pom.go.id,2024>
- Maulida, E., Abdi, M. M., & Nofrizal, D. (2025). Tinjauan Yuridis Dampak Overclaim Kosmetik terhadap Konsumen. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 4(10), 2902-2913. <https://doi.org/10.55681/sentri.v4i10.4736>
- Nugraha, A. B., & Fitriyanti, F. (2025). Antara UU dan Kebijakan Platform: Nasib UMKM yang Hidup dari Jualan Online. *Journal Evidence Of Law*, 4(3). <https://jurnal.erapublikasi.id/index.php/JEL>
- Nur, A. W., Rijal, B. M. D. M., & Mustafa, D. W. (2024). Tanggung Jawab Pelaksana Sistem Elektronik dalam Melindungi Informasi Pemakai Media Sosial Menurut Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 Mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik. *LEGAL: Journal of Law*, 3(1), 18.
- Oktaviani, F. D., Pelu, I. I. A. S., Baihaki, B., Amin, M., & Dewi, W. P. (2025). Pengawasan Peredaran Kosmetik Tanpa Izin Di Media Digital Melalui Platform Elamahamen. *Jurnal USM Law Review*, 8(3). <https://doi.org/10.31933/unesrev.v5i3>
- Piyo, S., Munawwarah, S., & Kadir, M. K. K. (2025). REKONSTRUKSI PERAN REAKTIF BPOM TERHADAP PENGAWASAN OVERCLAIM PRODUK SKINCARE. *Jurnal Hukum Bisnis (J-Kumbis)*, 3(1).
- Pramudita, M., Husodo, D. P., Tresna, I. K., Istikharoh, U., Isfihan, E., Nugraha, L. A., & Pattynama, F. M. (2026). Izin Edar Sebagai Legalitas Usaha Kosmetik Berdasarkan Undang- Undang Kesehatan Tahun 2023 Dan Peraturan Bpom. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 4(1), 2026. <https://doi.org/10.61104/alz.v4i1>
- Romadhoni, K., Rosidin, U., Kholik, M. A., & Alifi, A. (2025). Urgensi Pembaharuan Hukum melalui Pendekatan Ius Constitutum dan Ius Constituendum pada Tindak Pidana dalam Kegiatan Bisnis di Indonesia. *Al-Mustla: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman Dan Kemasyarakatan*, 7(2).

- Samrin, M. M., Renggong, R., & Zubaidah, S. (2024). PERTANGGUNGJAWABAN PELAKU PERCOBAAN TINDAK PIDANA MENGEDARKAN SEDIAAN FARMASI TANPA IZIN EDAR. *Clavia*, 22(3), 448-456. <https://doi.org/10.56326/clavia.v22i3.5432>
- Simbolon, A. G., Zayyaan Nasco, M., Rizkian, M. H., & Tsaqif, A. M. (2025). Efektivitas Regulasi dan Pengawasan Pemerintah dalam Mencegah Manipulasi Komposisi Produk Kosmetik : Kajian Hukum dan Kesehatan. *Jurnal Pustaka Cendekia Hukum Dan Ilmu Sosial*, 3(2). <https://pchukumsosial.org/index.php/pchs>
- Su, B. R., Lie, G., & Putra, M. R. S. (2025). Kekosongan Hukum dan Ketidakjelasan Tanggung Jawab Platform E-Commerce Atas Produk Ilegal dalam Transaksi Digital. *Rewang Rencang: Jurnal Hukum Lex Generalis*, 6(4). <https://jhlrg.rewangrencang.com/>
- Sudira, R. A. (2024). Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform Terhadap Barang Yang Melanggar Merek Dalam Perdagangan Online Marketplace (Studi Kasus: Penyelenggara Perdagangan Online Dan Isu Pemalsuan Produk). *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(2).
- Susantri, Y., Tgk Meurandeh Lr Keuchik Daud, J., Imarah, D., Besar, A., & Walny Rahayu, S. (2018). PENCANTUMAN INFORMASI PADA LABEL PRODUK KOSMETIK OLEH PELAKU USAHA DIKAITKAN DENGAN HAK KONSUMEN INCLUSION OF INFORMATION ON COSMETIC PRODUCTS LABEL BY THE BUSINESS ACTOR ASSOCIATED THE CONSUMER RIGHTS. *Jalan Putroe Phang No.1. Darussalam, Provinsi Aceh*, 2(1), 23111. <http://waspada.co.id>,
- Widodo, G., Purgito, P., & Suryani, R. (2020). Aspek Hukum Delik Penyebaran Berita Bohong (Hoax) Berdasarkan Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. *Pamulang Law Review*, 3(1), 57. <https://doi.org/10.32493/palrev.v3i1.6528>
- Zainuddin, M., & Karina, A. D. (n.d.). PENGGUNAAN METODE YURIDIS NORMATIF DALAM MEMBUKTIKAN KEBENARAN PADA PENELITIAN HUKUM USE OF NORMATIVE JURIDICAL METHODS IN PROVING THE TRUTH IN LEGAL RESEARCH. *Smart Law Journal*, 2023(2), 114-123. Retrieved <http://stikesyahoedsmg.ac.id/ojs/index.php/sljpISSN2830-6430;eISSN2830-683X>