

BAB I

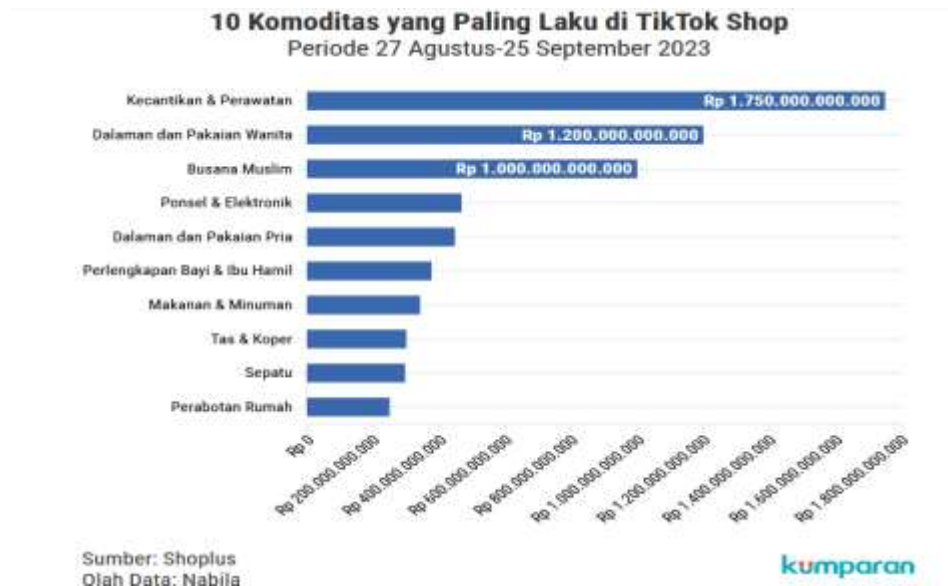
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada tahun 2024, penjualan kosmetik secara online di Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan, didorong oleh meningkatnya jumlah industri kecil dan menengah (IKM) kosmetik yang mencapai lebih dari 1.500 unit usaha yang tersebar di berbagai daerah. Berdasarkan (Kompas,2024) dalam laporan Kompas Market Insight Dashboard kategori perawatan dan kecantikan menjadi bintang utama dengan kontribusi penjualan mencapai 51,6% di 2024 dan proyeksi pertumbuhan 17% di tahun berikutnya di platform e-commerce. Data tersebut setidaknya tercermin melalui kompilasi Kompas.co.id dalam belanja masyarakat di tiga platform utama yakni Shopee, Tokopedia & Blibli. Produk kecantikan dan perawatan kulit mendominasi platform seperti Shopee dan Tokopedia sepanjang 2024, dengan nilai penjualan Rp31,9 triliun dari total Rp61,8 triliun di sektor FMCG. Pada momen flash sale seperti 10.10 dan 11.11, kategori ini bahkan menyumbang lebih dari 60% total penjualan FMCG, dengan masing-masing Rp221,4 miliar dan Rp236,5 miliar.

Perkembangan e-commerce telah membuka akses pasar yang lebih luas bagi IKM, memungkinkan produk lokal dikenal dan diminati oleh konsumen domestik maupun internasional. Selain itu, tren penggunaan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube sebagai platform promosi, serta strategi pemasaran melalui

influencer marketing, turut berkontribusi pada peningkatan penjualan produk kosmetik secara online. Produk kecantikan dan perawatan menjadi salah satu yang mendominasi di Tiktok shop (kumparan.com,2023).



Gambar 1. Komoditas Paling Laku di Tiktok Shop

Namun, di balik pesatnya pertumbuhan penjualan kosmetik secara online, peredaran kosmetik ilegal juga semakin merajalela. Kemudahan akses di platform e-commerce dan media sosial memungkinkan penjual menawarkan produk tanpa izin edar dari BPOM, bahkan beberapa di antaranya mengandung bahan berbahaya. Konsumen yang tergiur harga murah sering kali tidak menyadari risiko penggunaan produk tanpa sertifikasi. Kurangnya pengawasan yang ketat terhadap penjualan daring menjadi celah bagi oknum tidak bertanggung jawab untuk memasarkan kosmetik palsu atau ilegal, sehingga meningkatkan risiko bagi kesehatan masyarakat.

Menurut Undang-Undang di Indonesia, kosmetik ilegal adalah produk kosmetik yang beredar tanpa memenuhi ketentuan yang ditetapkan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Berdasarkan Undang-Undang No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan dan Peraturan BPOM No. 23 Tahun 2019 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika, kosmetik ilegal umumnya memiliki ciri-ciri dimana tidak memiliki izin edar dari BPOM, mengandung bahan berbahaya atau dilarang seperti merkuri, hidrokuinon, atau pewarna sintesis yang dapat membahayakan kulit dan kesehatan, diproduksi tanpa mengikuti standar kesehatan dan keamanan, dimana produk dibuat di fasilitas yang tidak memenuhi standar produksi kosmetik yang baik (Good Manufacturing Practice/GMP), palsu atau tiruan dari merek terkenal misalnya kosmetik yang menyerupai produk asli tetapi tidak diproduksi oleh perusahaan resmi. Penggunaan kosmetik ilegal yang mengandung bahan berbahaya seperti merkuri dapat menyebabkan efek samping serius, termasuk kerusakan kulit permanen, gangguan fungsi organ, dan peningkatan risiko kanker. Konsumen yang tergiur oleh harga murah dan klaim hasil instan sering kali menjadi korban dari produk-produk berbahaya ini. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk lebih waspada dan memastikan bahwa produk kosmetik yang dibeli memiliki izin edar resmi dari BPOM.

Peredaran kosmetik ilegal di Indonesia, terutama melalui platform online, telah menimbulkan kekhawatiran serius terkait kesehatan konsumen. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) menemukan 1.541 produk kosmetik ilegal yang beredar di pasaran sepanjang 2022, dengan 13 di antaranya mengandung merkuri, bahan

berbahaya yang dapat menyebabkan kerusakan kulit hingga kanker kulit (kumparan, 2022). Pada periode Oktober–November 2024, BPOM menyita 235 item kosmetik ilegal, dengan total 205.400 produk senilai lebih dari Rp8,91 miliar. Mayoritas produk ini didistribusikan dan dipromosikan secara online, terutama melalui e-commerce (Kompas, 2022). Selain itu, BPOM bersama Polda Metro Jaya dan TNI membongkar gudang kosmetik impor ilegal yang beroperasi lewat akun "Kimberlybeauty88" di platform Shopee dan Tokopedia. Operasi ini berhasil menyita 157 item kosmetik ilegal tanpa izin edar, mayoritas impor dari China, dengan nilai ekonomi mencapai Rp2,2 miliar (idn.times,2022). Sehingga berdasarkan masalah tersebut, Perlindungan hukum yang memadai diperlukan bagi mereka yang mengalami konsekuensi kesehatan dan ekonomi dari penggunaan kosmetik ilegal .

Perlindungan hukum bagi korban kosmetik ilegal di Indonesia sangat penting untuk memastikan hak-hak konsumen terlindungi dan mencegah dampak negatif lebih lanjut. Konsumen yang mengalami kerugian akibat penggunaan kosmetik ilegal, seperti gangguan kesehatan atau kerusakan kulit, berhak mendapatkan perlindungan berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 4 berbunyi: (Winata, 2022)

“Hak konsumen adalah:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan
- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;

- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Dari Pasal 4 sebagaimana tersebut di atas, konsumen berhak untuk mendapat informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang, yang dalam hal ini yaitu produk kosmetik. Sedangkan bagi pelaku usaha, ia wajib untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai produk kosmetik tersebut. Hal ini diatur dalam Pasal 7 huruf (b) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang berbunyi:

“... memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan pengguna, perbaikan, dan pemeliharaan.”