

PERLINDUNGAN HUKUM YANG DILAKUKAN OLEH BPOM TERHADAP PEREDARAN KOSMETIK TANPA IZIN EDAR DI E-COMMERCE

Tri Mutiara Masdar, Sutarman Yodo, Rahmia Rachman

^aFakultas Hukum, Universitas Tadulako

trimutiara883gmail.com

^aFakultas Hukum, Universitas Tadulako

sutarmanyodo@gmail.com

^aFakultas Hukum, Universitas Tadulako

rahmiarahaman@gmail.com

Corresponden author e-mail: trimutiara883gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the legal protection provided by the Food and Drug Monitoring Agency (BPOM) against the circulation of cosmetics without marketing authorization on e-commerce platforms. This study uses empirical legal research methods. The results show that BPOM provides legal protection through preventive and repressive measures. Preventive measures are implemented through product registration and evaluation, cyber patrols, education for businesses and the public, and collaboration with e-commerce providers. Meanwhile, repressive measures are implemented through product recalls, link takedowns, administrative sanctions, and criminal law enforcement against businesses that violate regulations. Obstacles encountered include limited oversight of the large number of seller accounts, the use of fake identities, and the cross-regional and cross-border nature of electronic transactions. However, the implementation of this legal protection still faces obstacles, such as limited oversight of businesses using fictitious identities, the dynamics of digital technology, and low consumer legal awareness. Therefore, regulatory strengthening, increased inter-agency coordination, and optimization of digital monitoring technology are needed to improve the effectiveness of consumer protection in the cosmetics sector.

Keywords: Legal Protection, BPOM, Cosmetics Without Distribution Permits, E-Commerce

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum yang dilakukan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) terhadap peredaran kosmetik tanpa izin edar di platform e-commerce. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum empiris. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BPOM melakukan perlindungan hukum melalui upaya preventif dan represif. Upaya preventif dilakukan melalui registrasi dan evaluasi produk, pengawasan siber (cyber patrol), edukasi kepada pelaku usaha dan masyarakat, serta kerja sama dengan penyelenggara e-commerce. Sementara itu, upaya represif dilakukan melalui penarikan produk, pemblokiran tautan (take down), pemberian sanksi administratif, hingga proses penegakan hukum pidana terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan. Kendala yang dihadapi meliputi keterbatasan pengawasan terhadap banyaknya akun penjual, penggunaan identitas palsu, serta sifat lintas wilayah dan lintas negara dari transaksi elektronik. Namun demikian, pelaksanaan perlindungan hukum tersebut masih menghadapi kendala, seperti keterbatasan pengawasan terhadap pelaku usaha yang menggunakan identitas fiktif, dinamika teknologi digital, serta rendahnya kesadaran hukum konsumen. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi, peningkatan koordinasi antarinstansi, serta optimalisasi teknologi pengawasan digital guna meningkatkan efektivitas perlindungan konsumen di bidang kosmetik.

Keywords: Perlindungan Hukum, BPOM, Kosmetik Tanpa Izin Edar, E-Commerce

I. PENDAHULUAN

Revolusi Industri 4.0 mendorong pemanfaatan teknologi dalam kehidupan menjadi lebih luas, hal itu secara fundamental berakibat pada berubahnya cara manusia berpikir, hidup, dan berhubungan antara satu dengan yang lain. Salah satu teknologi yang paling berperan dalam perubahan sosial budaya masyarakat Indonesia tersebut ialah pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, dalam hal ini adalah kemunculan berbagai macam *platform* media sosial.

Pada dasarnya, kecantikan merupakan suatu hal yang sangat diidam-idamkan oleh setiap perempuan. Bahkan, menjadi terlihat cantik dan awet muda telah menjadi konsep pemikiran turun temurun dari generasi ke generasi (Bungin Dan Hermia Rohmatika, 2023). Kehadiran media sosial yang dipenuhi dengan gambar dan pesan kecantikan ideal yang berupaya membentuk pandangan masyarakat tentang standar kecantikan yang diinginkan, semakin mengokohkan konsep pemikiran tersebut. Oleh karena itu, maka tidak mengherankan jika banyak dari kaum perempuan melakukan usaha apa saja dalam perawatan tubuh demi mendapatkan bentuk tubuh dan warna kulit yang sesuai dengan standar kecantikan yang ada. Bahkan, mereka tidak segan-segan untuk menghabiskan uangnya untuk mempercantik diri melalui penggunaan produk kecantikan, dalam hal ini adalah kosmetik.

Penggunaan media sosial yang terus mengalami peningkatan dan proporsi penduduk pada usia muda yang relatif tinggi, serta perubahan gaya hidup masyarakat, membuat industri kosmetik di Indonesia terus mengalami peningkatan dengan pesat. Pada tahun 2019 industri kosmetik meningkat sebanyak 7% dari tahun 2018, di tahun 2020 meningkat lagi sebanyak 9,61%, lalu kemudian mengalami peningkatan lagi di tahun 2022 dari yang berjumlah 819 industri kosmetik pada tahun 2021 menjadi 913 industri kosmetik per Juli 2022 (Putriana Rachmawati, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa industri kosmetik merupakan salah satu bidang usaha yang cukup menjanjikan di pasaran.

Perkembangan teknologi dan perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari di era Revolusi Industri 4.0 ini, membuat industri *e-commerce* terus mengalami pertumbuhan di Indonesia. Bahkan, Indonesia menempati posisi pertama dalam kontribusi angka paling besar dan menjadi negara dengan pertumbuhan *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara pada tahun 2018, dimana mencapai angka 12,2 miliar USD, dan diperkirakan akan meningkat mencapai 53 miliar USD pada tahun 2025 (Raudina Salma, Berto Mulia Wibawa, 2021). Ketersediaan beraneka ragam barang di *platform e-commerce* ini menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk berbelanja menggunakan *platform* ini, sebab mereka dapat menemukan berbagai produk yang mereka cari dan dengan harga yang bervariasi mulai dari yang paling murah hingga yang paling mahal, atau dari merek yang terkenal sampai yang tidak terkenal sekalipun tersedia di pasar online ini.

Berbagai kemudahan yang ditawarkan dalam *e-commerce* tidak hanya memberi dampak positif (sebagaimana yang sudah dipaparkan pada paragraf sebelumnya) bagi penggunaannya. Namun, ada juga dampak negatif yang selalu bisa menjerat siapa saja pengguna dari *platform* jual beli online ini. Penipuan, pencurian identitas, dan penjualan produk palsu adalah beberapa resiko yang selalu menggentayangi setiap pembeli atau konsumen di pasar *online*. Ironisnya, penipuan *online* ini sudah menjadi praktik yang

umum di pasar produk Kesehatan, termasuk juga produk kosmetik yang merupakan bagiannya(Laksana, 2024).

Pada 20 Maret 2025, BPOM RI mengungkapkan bahwa beberapa produk kosmetik dari merek Tabita, seperti *Tabita Daily Cream*, *Tabita Glow Daily Cream*, *Tabita Glow Night Cream*, *Tabita Nightly Cream*, *Tabita Royal Jelly*, dan *Tabita Skin Care Smooth Lotion* tidak memiliki izin edar dan ditemukan mengandung merkuri dan hidrokinon yang membahayakan kesehatan konsumen. BPOM segera bertindak dengan menghentikan peredarannya melalui *e-commerce*, serta bekerja sama dengan Asosiasi *E-Commerce* Indonesia (idEA) untuk menarik konten promosi dan penjualan secara *online*(Asirah, Andi Muhammad Sofyan, 2023).

Nur Lenny Astia adalah salah seorang korban dari penggunaan kosmetik tanpa izin edar, Ia menggunakan salah satu produk krim wajah yang ternyata di dalamnya mengandung bahan berbahaya berupa merkuri atau hidrokinon. Awal penggunaan krim tersebut menunjukkan hasil yang memuaskan, kulit wajahnya menjadi lebih glowing dari sebelumnya. Sehingga membuat ia merasa puas dengan khasiat krim tersebut. Namun, setelah penggunaan dalam jangka waktu yang cukup panjang (kurang lebih selama dua tahun), kulitnya malah berubah menjadi hitam kemerahan seperti bekas kulit yang terbakar. Setelah dikonsultasikan dengan dokter kulit, dikatakan bahwa perubahan warna kulit tersebut disebabkan oleh efek samping dari merkuri atau hidrokinon yang terkandung di dalam produk kosmetik tersebut(Tri Ardhya, 2025).

Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia (BPOM RI), selama tahun 2018 menemukan kosmetik tanpa izin edar yang mengandung bahan dilarang (BD) / bahan berbahaya (BB) senilai 112 miliar rupiah, serta obat tradisional (OT) tanpa izin edar yang mengandung bahan kimia obat (BKO) senilai 22,13 miliar rupiah. Selain itu, hasil pengawasan patroli siber pada tahun 2019 berhasil mengidentifikasi sebanyak 24.573 situs penjualan obat dan makanan tanpa izin edar. Jumlah tersebut kemudian meningkat hampir 100% menjadi 48.058 tautan selama semester I tahun 2020. Peningkatan jumlah situs penjual obat dan makanan tanpa izin edar tersebut menunjukkan bahwa produk-produk tanpa izin edar laku keras di pasar *online*. Hal ini juga menunjukan bahwa upaya terhadap perlindungan konsumen belum secara maksimal dilakukan, sehingga memberi peluang bagi pelaku usaha nakal dalam memanfaatkan peluang untuk mengedarkan atau menjual kosmetik tanpa izin edar(Kusumadewi Yessy Dan Grace Sharon, 2022).

Kedudukan Indonesia sebagai negara hukum, mewajibkan semua orang yang tinggal dan hidup di wilayah kekuasaan Negara Kesatuan Republik Indonesia harus taat kepada aturan hukum yang berlaku. Dengan beredarnya kosmetik tanpa izin edar di Indonesia, hal itu telah melanggar Pasal 2 Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.4.1745 Tentang Kosmetik. Dimana dalam pasal tersebut dikatakan bahwa Produk kosmetik haruslah menggunakan bahan yang memenuhi standar dan persyaratan mutu serta pengawasan lain yang ditetapkan.,Produk kosmetik haruslah diproduksi dengan menggunakan cara pembuatan kosmetik yang baik dan Produk kosmetik haruslah terdaftar pada dan mendapat izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan.

Pasal 10 ayat (1) Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Tentang Kosmetik juga telah dilanggar dalam pengedaran kosmetik tanpa izin edar. Dimana dalam Pasal 10 ayat (1) tersebut telah dikatakan dengan jelas bahwa produk kosmetik sebelum diedarkan haruslah didaftarkan terlebih dahulu untuk mendapatkan izin edar dari Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan. Selain itu, pengedaran kosmetik tanpa izin edar juga telah melanggar UUPK Nomor 8 Tahun 1999.

Berdasarkan data awal yang diperoleh dari media *online* Balai POM Kota Palu, menunjukkan bahwa peredaran kosmetik tanpa izin edar yang dipasarkan secara *online* di Kota Palu tidak kalah besar jumlahnya dengan kota-kota besar yang ada di Indonesia. Balai POM Kota Palu berhasil menindak gudang pembuatan kosmetik tanpa izin edar yang dipasarkan secara *daring/online* di wilayah Sulawesi Tengah. Dimana dalam penindakan tersebut, ditemukan sejumlah 1091 tanpa izin edar (Balai Pom Kota Palu, 2025).

UUPK Nomor 8 Tahun 1999 mencerminkan prinsip normatif yang menjadi landasan dalam pembuatan peraturan tersebut, yaitu menciptakan keseimbangan hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha dalam sistem ekonomi nasional. Undang-undang ini menetapkan tujuan utama berupa perlindungan hukum bagi konsumen dari tindakan yang berpotensi merugikan, seperti penyampaian informasi yang keliru, penyediaan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan standar keselamatan, serta praktik usaha yang bersifat merugikan (Aifan, 2024). Selain itu, regulasi ini juga memiliki tujuan untuk membangun sistem perlindungan konsumen yang adil melalui mekanisme pengawasan, penegakan hukum, serta pemberian sanksi yang sesuai terhadap pelanggaran.

Demi tercapainya tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen, diperlukan adanya pembinaan dan pengawasan dari berbagai pihak yang terkait sehingga dapat meminimalisir kerugian yang didapatkan oleh konsumen. Lalu, apabila telah dilakukan pembinaan dan pengawasan, namun konsumen belum merasa puas dan masih merasa dirugikan dapat mengajukan gugatan terhadap pelaku usaha yang mana oleh badan penyelesaian sengketa dapat diberikan sanksi administratif berupa ganti rugi paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah). Selain itu, pelaku usaha yang memproduksi atau menjual produk kosmetik yang merugikan bagi konsumen dapat dijatuhi pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah) sebagaimana diatur pada pasal 62 UUPK (Syamsudin, Zuhrah, 2020). Namun kenyataannya, efek jera yang diharapkan timbul dari penerapan undang-undang ini masih jauh dari kenyataan. Sebagaimana yang disampaikan oleh Taruna Ikrar selaku Kepala BPOM, bahwa ia prihatin atas hukuman ringan yang kerap dijatuhkan kepada pelaku pengedar kosmetik dan skincare tanpa izin edar. Lebih lanjut, ia juga mengatakan bahwa hukuman yang terkesan ringan ini seringkali membuat pelanggaran ini terus berulang.

II.METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian berdasarkan lapangan (Yuridis Empiris). Penelitian ini juga dikenal sebagai penelitian sosial yakni mencakup penelitian yang menggunakan identifikasi hukum. Oleh sebab itu, penelitian ini dikatakan penelitian yang dilakukan dengan berdasarkan pada keadaan yang benar-benar terjadi saat ini yang akan diteliti. Penelitian ini menggunakan penelitian empiris dengan pendekatan sosiologis hukum dan normatif. Data dikumpulkan dengan wawancara untuk memahami bagaimana pengawasan yang dilakukan oleh BPOM Kota Palu terhadap peredaran kosmetik tanpa izin edar melalui *e-commerce*.

III.HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan hukum yang dilakukan BPOM terhadap peredaran kosmetik tanpa izin edar di *e-commerce* didasari oleh kerangka hukum yang kuat. Dasar hukum ini memastikan setiap tindakan BPOM memiliki legitimasi dan dapat

dipertanggungjawabkan. Tanpa landasan yang jelas, tindakan pengawasan dan perlindungan BPOM berisiko dianggap melampaui kewenangan. Oleh karena itu, pemahaman atas kerangka hukum menjadi kunci agar proses perlindungan hukum berjalan efektif dan sesuai prosedur.

Kerangka hukum utama bagi BPOM bersumber dari Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, UUPK Nomor 8 Tahun 1999 dan UU ITE. Perlindungan hukum yang dilakukan oleh BPOM terhadap peredaran kosmetik tanpa izin edar di *e-commerce* tidak hanya bersumber dari regulasi di bidang kesehatan dan perlindungan konsumen, tetapi juga berkaitan secara langsung dengan pengaturan transaksi elektronik sebagaimana diatur dalam UU ITE Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana telah diubah dengan UU Nomor 19 Tahun 2016. Hal ini disebabkan karena peredaran kosmetik melalui *e-commerce* pada dasarnya terjadi dalam suatu hubungan hukum keperdataan yang lahir dari perjanjian jual beli elektronik antara pelaku usaha dan konsumen.

Dalam konteks transaksi elektronik, Pasal 9 UU ITE menegaskan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap, benar, dan jujur mengenai syarat kontrak, identitas pelaku usaha, serta karakteristik barang yang diperdagangkan. Kewajiban tersebut menjadi sangat relevan dalam peredaran kosmetik, karena legalitas produk termasuk kepemilikan izin edar dari BPOM merupakan bagian esensial dari informasi yang harus diketahui oleh konsumen sebelum melakukan transaksi. Penjualan kosmetik tanpa izin edar melalui *e-commerce* menunjukkan adanya pelanggaran terhadap kewajiban hukum pelaku usaha dalam transaksi elektronik, karena konsumen tidak memperoleh informasi yang benar mengenai keamanan dan legalitas produk yang dibelinya.

Pelaku usaha yang mengedarkan kosmetik tanpa izin edar dalam transaksi elektronik tidak hanya melanggar ketentuan administratif di bidang pengawasan obat dan makanan, tetapi juga dapat dimintai pertanggungjawaban secara perdata. Dalam perspektif hukum perdata, perbuatan tersebut dapat dikualifikasikan sebagai wanprestasi apabila produk yang diserahkan tidak sesuai dengan yang diperjanjikan, atau sebagai perbuatan melawan hukum apabila peredaran produk tersebut menimbulkan kerugian bagi konsumen. Dengan demikian, perlindungan hukum terhadap konsumen dalam peredaran kosmetik daring tidak hanya berorientasi pada penindakan administratif oleh BPOM, tetapi juga berfungsi untuk menjamin pemenuhan hak-hak keperdataan konsumen.

Selain pelaku usaha, penyelenggara *platform e-commerce* juga memiliki peran penting dalam perlindungan hukum transaksi elektronik. Pasal 15 UU ITE mengatur bahwa penyelenggara sistem elektronik bertanggung jawab untuk menyelenggarakan sistem yang andal, aman, dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam konteks perdagangan kosmetik secara daring, ketentuan ini mengandung makna bahwa *platform e-commerce* tidak dapat sepenuhnya melepaskan diri dari tanggung jawab ketika sistem yang dikelolanya digunakan sebagai sarana peredaran kosmetik tanpa izin edar (Rahmia Rachman, 2022). Keberadaan produk tanpa izin edar dalam suatu *platform* menunjukkan adanya potensi kelalaian dalam pengawasan internal, yang secara tidak langsung dapat merugikan konsumen.

Selain Undang-Undang tersebut, BPOM juga berpedoman pada Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) serta Peraturan BPOM Nomor 14 Tahun 2024 tentang Pengawasan Obat dan Makanan yang Diedarkan Secara Daring. Regulasi ini mengatur kewajiban *platform e-commerce* untuk bekerja sama dalam menurunkan konten pelanggaran dan memberikan data penjual kepada pihak berwenang. Menurut Staf Teknis BPOM, "Dengan peraturan

ini, kami memiliki dasar hukum yang jelas untuk meminta *e-commerce* menutup akun penjual yang menjual produk tanpa izin edar(Intan Kumala, 2025).” Selain itu, Keputusan Kepala BPOM Nomor HK.00.05.4.1745 tentang Kosmetik menjadi dasar penarikan produk yang tidak memiliki izin edar resmi. Pada pelaksanaannya, BPOM juga berkoordinasi dengan kepolisian dan kejaksaan ketika pelanggaran sudah memasuki ranah pidana. Prinsip legalitas dan akuntabilitas selalu dijunjung agar setiap tindakan dapat dipertanggungjawabkan.

Selain kewenangan administratif dan pidana, BPOM juga memiliki keterkaitan tidak langsung dengan aspek hukum perdata dalam konteks perlindungan konsumen. Berdasarkan UUPK Nomor 8 Tahun 1999, khususnya Pasal 19 sampai Pasal 23, tanggung jawab untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen berada pada pelaku usaha yang menimbulkan kerugian akibat produk yang tidak memenuhi standar keamanan. Dalam hal ini, BPOM tidak bertindak sebagai pihak dalam penyelesaian sengketa perdata, tetapi hasil pengawasan dan sertifikasi yang dikeluarkannya dapat menjadi alat bukti administratif yang memperkuat posisi konsumen ketika mengajukan gugatan atau penyelesaian sengketa melalui BPSK maupun pengadilan(Hanisah Febrilian, Imelda Pandiangan, 2025). Peran ini menunjukkan bahwa BPOM berfungsi secara fasilitatif dalam mendukung pemenuhan hak-hak konsumen melalui penyediaan data dan hasil pemeriksaan resmi yang dapat dijadikan dasar pembuktian.

Tantangan terbesar bagi BPOM adalah memastikan regulasi selalu relevan dengan perkembangan perdagangan digital yang cepat. Oleh karena itu, pembaruan peraturan, penguatan koordinasi lintas lembaga, dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia menjadi langkah penting agar perlindungan hukum terhadap peredaran kosmetik tanpa izin edar di *e-commerce* berjalan lebih efektif dan adaptif.

Perlindungan hukum yang bersifat preventif dilakukan BPOM dengan tujuan mencegah terjadinya kerugian konsumen sebelum terjadinya pelanggaran hukum. Konsep perlindungan ini menitikberatkan pada pembentukan norma hukum, pengaturan standar, pembinaan, serta pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah maupun lembaga yang berwenang. Dalam perspektif hukum perlindungan konsumen, perlindungan preventif berperan penting dalam memastikan bahwa pelaku usaha melaksanakan kegiatan usahanya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Upaya tersebut diwujudkan melalui kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan mutu produk yang diperdagangkan.

Selain itu, perlindungan preventif juga dilakukan melalui sosialisasi kepada masyarakat dan pelaku usaha mengenai pentingnya izin edar serta risiko penggunaan kosmetik tanpa izin edar. Sosialisasi tersebut bertujuan meningkatkan kesadaran hukum pelaku usaha agar mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan, sekaligus memberikan edukasi kepada konsumen agar lebih selektif dalam memilih produk kosmetik yang diperdagangkan secara daring. Dalam perspektif transaksi elektronik, langkah preventif ini sejalan dengan ketentuan Pasal 9 UU ITE yang mewajibkan pelaku usaha menyediakan informasi yang lengkap dan benar mengenai produk yang diperdagangkan. Dengan adanya pengawasan dan edukasi yang dilakukan BPOM, pelaku usaha diharapkan dapat memenuhi kewajibannya dalam memberikan informasi yang jujur dan transparan kepada konsumen. Menurut Kepala BPOM Palu, ”Kewajiban izin edar merupakan instrumen utama untuk menjamin keamanan konsumen. Produk kosmetik yang telah memiliki izin edar berarti telah melalui proses evaluasi bahan, mutu, dan keamanan sehingga secara hukum layak dikonsumsi masyarakat(Intan Kumala,

2025).” Tanpa adanya izin edar, konsumen berada pada posisi yang sangat rentan karena tidak memiliki jaminan atas keamanan produk yang digunakan.

Dalam praktiknya, BPOM Palu melaksanakan patroli siber secara berkala terhadap berbagai *platform e-commerce*. Patroli ini bertujuan mendeteksi penjualan kosmetik tanpa izin edar sebelum menimbulkan kerugian yang lebih luas. Apabila ditemukan produk yang tidak terdaftar, BPOM segera berkoordinasi dengan BPOM pusat dan pihak *platform* untuk menghentikan penayangan produk tersebut. Dalam perspektif hukum perdata, pengawasan ini berfungsi sebagai upaya pencegahan wanprestasi dan perbuatan melawan hukum oleh pelaku usaha. Pelaku usaha yang mengedarkan kosmetik tanpa izin edar pada dasarnya telah melanggar kewajibannya sebagaimana diatur dalam Pasal 7 dan Pasal 8 UUPK Nomor 8 Tahun 1999. Dengan adanya pengawasan BPOM, potensi kerugian konsumen dapat ditekan sehingga sengketa perdata dapat dihindari sejak awal.

Selain perlindungan preventif, BPOM juga menjalankan perlindungan hukum yang bersifat represif apabila pelanggaran telah terjadi. Perlindungan represif ini diwujudkan melalui tindakan administratif berupa peringatan, penghentian kegiatan usaha, penarikan produk dari peredaran, serta rekomendasi penindakan lanjutan. Perlindungan represif yang dilakukan BPOM juga memiliki implikasi dalam ranah hukum perdata, khususnya terkait tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen. Pelaku usaha yang memperdagangkan kosmetik tanpa izin edar dapat dianggap melanggar kewajiban hukum untuk menyediakan produk yang aman dan sesuai dengan informasi yang dijanjikan (Endang Sri Wahyuni, 2020). Berdasarkan Pasal 19 UUPK, pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi atas kerugian yang dialami konsumen akibat penggunaan produk yang tidak memenuhi standar keamanan. Dalam hal ini, hasil pengawasan dan pengujian BPOM dapat digunakan sebagai alat bukti yang memperkuat posisi konsumen dalam menuntut pertanggungjawaban pelaku usaha melalui mekanisme penyelesaian sengketa konsumen maupun melalui pengadilan. Hasil wawancara dengan pihak Balai POM Palu menunjukkan bahwa ketika ditemukan pelaku usaha yang tetap mengedarkan kosmetik tanpa izin edar meskipun telah diberikan peringatan, BPOM akan melakukan penarikan produk dari peredaran dan meminta *platform e-commerce* untuk menutup akun penjual. Tindakan ini bertujuan menghentikan kerugian konsumen yang sedang dan berpotensi terjadi.

Dalam perspektif hukum perdata, tindakan penarikan produk dan penghentian penjualan memiliki implikasi penting bagi pemenuhan hak konsumen. Pasal 19 UUPK menegaskan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerugian yang dialami konsumen akibat barang yang diperdagangkan (Rahmia Rachman, Elyezer Hamonangan Silalahi, 2025). Temuan BPOM mengenai kosmetik tanpa izin edar dapat dijadikan dasar pembuktian bahwa pelaku usaha telah melanggar kewajiban hukumnya, sehingga memperkuat posisi konsumen apabila menuntut ganti rugi melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau pengadilan. Kepala BPOM Palu juga menyampaikan bahwa hasil pengawasan dan pengujian laboratorium BPOM sering dimanfaatkan sebagai alat bukti administratif dalam proses hukum lanjutan. Dengan demikian, meskipun BPOM tidak menyelesaikan sengketa perdata secara langsung, perannya sangat signifikan dalam mendukung perlindungan hukum konsumen secara keperdataan.

Dalam hubungan hukum yang melibatkan pelaku usaha, konsumen, dan penyelenggara *e-commerce*, BPOM turut berperan menjaga keseimbangan kedudukan para pihak. Penyelenggara *e-commerce*, meskipun tidak memproduksi kosmetik, tetap memiliki tanggung jawab untuk memastikan *platform* yang dikelolanya tidak digunakan

untuk memperdagangkan produk tanpa izin edar. Penutupan akun penjual atas rekomendasi BPOM memiliki konsekuensi keperdataan berupa terhentinya hubungan kontraktual antara penjual dan *platform*, serta mencegah terjadinya kerugian lebih lanjut bagi konsumen.

Tahapan awal dalam perlindungan hukum BPOM terhadap peredaran kosmetik tanpa izin edar di *e-commerce* dimulai dari pemberian peringatan atau teguran tertulis kepada pelaku usaha. Langkah ini bersifat administratif dan preventif untuk memberi kesempatan memperbaiki pelanggaran sebelum dikenai sanksi lebih berat. Berdasarkan Pasal 60 ayat (1) UUPK Nomor 8 Tahun 1999, BPOM memiliki kewenangan memberikan teguran kepada pelaku usaha yang merugikan konsumen.

Pemberian teguran dilakukan setelah BPOM memperoleh bukti kuat melalui patroli siber atau laporan masyarakat. Data yang terkumpul diverifikasi untuk memastikan keabsahan pelanggaran, termasuk pengecekan izin edar dan komposisi produk. Menurut Petugas Fungsi Penindakan BPOM, “Kami tidak bisa langsung bertindak tanpa bukti yang lengkap; semua harus diverifikasi agar teguran tepat sasaran.” Teguran disampaikan melalui surat resmi atau notifikasi digital bekerja sama dengan pihak *e-commerce*, mengingat banyak pelaku menggunakan identitas palsu. Cara ini memudahkan komunikasi dan mempercepat respons dari penjual.

Selain bersifat peringatan, teguran juga berfungsi sebagai sarana edukasi hukum. BPOM menggunakan kesempatan ini untuk memberikan pemahaman kepada pelaku usaha mengenai bahaya produk tanpa izin edar serta pentingnya kepatuhan terhadap peraturan. Kepala BPOM Palu menegaskan, “Kami tidak hanya menindak, tetapi juga mengedukasi agar pelaku memiliki kesadaran hukum yang lebih baik (Intan Kumala, 2025).” Pendekatan ini sejalan dengan prinsip *ultimum remedium*, yakni mendahulukan langkah administratif sebelum penindakan pidana.

Selain berdampak secara administratif, tindakan teguran tertulis juga memiliki implikasi hukum perdata bagi pelaku usaha dan konsumen. Bagi konsumen, teguran BPOM dapat dijadikan dasar pembuktian administratif yang memperkuat posisi mereka untuk menuntut ganti rugi sebagaimana diatur dalam Pasal 19 UUPK Nomor 8 Tahun 1999. Ketentuan ini menegaskan bahwa pelaku usaha wajib memberikan kompensasi, penggantian, atau perawatan kesehatan apabila produk yang dijual menimbulkan kerugian. Adapun bagi pelaku usaha, teguran dari BPOM merupakan peringatan hukum awal yang menunjukkan adanya pelanggaran terhadap kewajiban perlindungan konsumen (Edi Wahjuni, 2022). Apabila pelaku mengabaikan teguran tersebut, maka selain menghadapi sanksi administratif lanjutan, pelaku juga dapat digugat secara perdata atas kerugian yang timbul akibat kelalaiannya dalam memastikan keamanan produk.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa teguran tertulis merupakan tahap awal yang strategis dalam penegakan hukum BPOM. Langkah ini berfungsi menghentikan pelanggaran sekaligus membangun kesadaran pelaku dan masyarakat. Namun, efektivitasnya sangat bergantung pada itikad baik pelaku usaha serta dukungan pihak *e-commerce*. Jika teguran diabaikan, BPOM akan melanjutkan ke tahap penindakan hukum yang lebih tegas demi menjamin perlindungan konsumen dan menciptakan ekosistem perdagangan digital yang aman. Apabila langkah administratif tidak efektif, BPOM akan meningkatkan ke tahap represif melalui penghentian kegiatan dan penarikan produk.

Tahapan kedua dalam perlindungan hukum yang dilakukan oleh BPOM terhadap peredaran kosmetik tanpa izin edar di *e-commerce* adalah penghentian kegiatan usaha dan penarikan produk dari peredaran. Langkah ini dilakukan apabila pelaku usaha tidak mematuhi teguran yang telah diberikan sebelumnya. Tahap ini bersifat represif karena

bertujuan langsung menghentikan peredaran produk berbahaya di masyarakat. Menurut Kepala BPOM Palu, “Jika pelaku tetap menjual produk tanpa izin edar setelah diberikan teguran, kami wajib menghentikan aktivitas tersebut agar tidak semakin merugikan masyarakat(Intan Kumala, 2025).” Dengan demikian, tindakan ini menjadi bentuk perlindungan konkret terhadap kesehatan konsumen.

Pada pelaksanaannya, BPOM bekerja sama dengan *platform e-commerce* untuk menonaktifkan akun penjual yang melanggar serta menghapus konten promosi produk tanpa izin edar. Koordinasi ini penting karena banyak pelaku menggunakan beberapa akun untuk menghindari pengawasan. Selain di ranah digital, BPOM juga melakukan inspeksi lapangan bersama kepolisian untuk menarik produk dari gudang penyimpanan, toko, atau distributor yang masih menjual produk tanpa izin edar. Proses penarikan ini dilakukan berdasarkan hasil verifikasi dan bukti kuat agar tidak menimbulkan sengketa hukum.

Selanjutnya, BPOM melakukan uji laboratorium terhadap produk yang disita guna memastikan kandungan bahan berbahaya yang dapat memperkuat dasar penegakan hukum. Hasil uji menjadi bukti ilmiah bagi tindakan hukum lanjutan. Selain itu, BPOM juga mengumumkan daftar produk yang ditarik melalui situs resmi dan media massa untuk memperingatkan masyarakat agar tidak menggunakan produk berisiko tersebut. Publikasi ini berfungsi ganda, yaitu sebagai bentuk transparansi dan sebagai upaya edukatif agar masyarakat lebih waspada dalam membeli kosmetik secara daring.

Dari tahapan ini, dapat disimpulkan bahwa penghentian kegiatan usaha dan penarikan produk merupakan tindakan penting dalam menjaga keamanan konsumen sekaligus memastikan kepatuhan terhadap regulasi. Tahap ini memperlihatkan sinergi antara BPOM, Kominfo, kepolisian, dan *platform e-commerce* dalam melaksanakan fungsi pengawasan. Meskipun menghadapi tantangan seperti anonimitas pelaku dan luasnya jangkauan pasar digital, langkah ini menjadi bukti bahwa penegakan hukum oleh BPOM telah berjalan sistematis, terukur, dan berlandaskan hukum yang kuat.

Koordinasi dengan aparat penegak hukum merupakan tahapan penting dalam proses perlindungan hukum BPOM terhadap peredaran kosmetik tanpa izin edar di *e-commerce*. BPOM memiliki kewenangan administratif dalam pengawasan dan penindakan awal, tetapi tidak memiliki kewenangan untuk melakukan tindakan pidana secara langsung. Oleh karena itu, kerja sama dengan kepolisian, Kejaksaan, dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menjadi kunci agar setiap pelanggaran dapat ditindaklanjuti sesuai ketentuan hukum. Langkah ini memastikan bahwa penegakan hukum berjalan efektif, terukur, dan sesuai prinsip legalitas.

Koordinasi biasanya dimulai sejak BPOM menemukan indikasi pelanggaran serius. Setelah bukti awal terkumpul melalui patroli siber dan hasil uji laboratorium, laporan lengkap diserahkan kepada kepolisian untuk dilakukan penyidikan lebih lanjut. Menurut Kepala BPOM Palu, “Penindakan tidak bisa kami lakukan sendiri. Kami hanya memiliki kewenangan administratif, sehingga untuk proses pidana kami harus berkoordinasi dengan kepolisian dan Kejaksaan(Intan Kumala, 2025).” Kehadiran kepolisian sangat membantu dalam memberikan kekuatan hukum serta keamanan dalam operasi penarikan produk, sementara Kejaksaan memastikan berkas kasus lengkap sebelum dibawa ke pengadilan.

Selain itu, koordinasi juga dilakukan dengan Kominfo untuk menangani aspek digital, seperti penghapusan konten yang melanggar di *platform e-commerce*. BPOM memberikan data akun dan tautan yang terindikasi menjual produk tanpa izin edar, kemudian Kominfo menindaklanjuti dengan proses takedown. Namun, koordinasi ini tidak lepas dari kendala, seperti perbedaan prioritas antarinstansi, keterbatasan

teknologi pelacakan digital, serta birokrasi yang panjang dalam proses administrasi. Meski demikian, kolaborasi yang intensif dapat menghasilkan hasil yang signifikan, seperti dalam kasus kosmetik merek Tabita, di mana ribuan produk berhasil disita dan akun penjual ditutup berkat sinergi BPOM, kepolisian, kejaksaan, dan Kominfo.

elain koordinasi dalam ranah pidana, kerja sama lintas lembaga juga berperan penting dalam memperkuat penegakan hukum perdata, khususnya terkait tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen. Berdasarkan Pasal 19 sampai Pasal 23 UUPK Nomor 8 Tahun 1999, pelaku usaha berkewajiban memberikan ganti rugi atas kerugian yang ditimbulkan akibat peredaran produk yang tidak memenuhi standar keamanan. Dalam konteks ini, koordinasi BPOM dengan kepolisian, kejaksaan, dan Kominfo tidak hanya bertujuan menghentikan peredaran produk ilegal, tetapi juga menghasilkan bukti administratif yang dapat memperkuat posisi konsumen jika menempuh penyelesaian sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) maupun pengadilan. Penindakan yang dilakukan BPOM, seperti penyitaan produk dan publikasi daftar produk berbahaya, sering dijadikan bukti pendukung dalam gugatan perdata untuk menunjukkan adanya kelalaian pelaku usaha. Dengan demikian, koordinasi BPOM dan aparat penegak hukum bukan hanya menghasilkan efek jera secara pidana, tetapi juga memberikan jaminan perlindungan keperdataan bagi konsumen yang dirugikan.

Lebih lanjut, koordinasi ini juga memiliki konsekuensi perdata terhadap hubungan hukum antara pelaku usaha dan *platform e-commerce*. Ketika BPOM dan Kominfo mencabut izin edar atau menonaktifkan akun penjual, tindakan tersebut berimplikasi pada pemutusan hubungan kontraktual antara penjual dan *platform*. Hal ini dapat menimbulkan kewajiban perdata bagi pelaku usaha, seperti pengembalian pembayaran atau penggantian kerugian konsumen, serta tanggung jawab bagi *platform* untuk memastikan hanya produk legal yang diperjualbelikan. Tindakan administratif seperti penutupan toko daring atau penghapusan konten penjualan merupakan bentuk sanksi keperdataan tidak langsung karena berdampak pada hak dan kewajiban perdata pelaku usaha terhadap pihak platform dan konsumen. Dengan demikian, koordinasi lintas lembaga tidak hanya memperkuat aspek pidana, tetapi juga membangun keseimbangan tanggung jawab perdata di antara semua pihak dalam ekosistem perdagangan digital.

Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa koordinasi lintas lembaga merupakan elemen krusial dalam perlindungan hukum BPOM di era digital. Keberhasilan perlindungan hukum tidak hanya bergantung pada kekuatan regulasi, tetapi juga pada efektivitas kerja sama antarinstansi. Oleh karena itu, BPOM perlu terus memperkuat mekanisme koordinasi, mempercepat birokrasi, dan meningkatkan dukungan teknologi agar proses penegakan hukum terhadap peredaran kosmetik tanpa izin edar dapat berjalan lebih cepat, efisien, dan memberikan perlindungan maksimal bagi konsumen.

Tahap terakhir dalam perlindungan hukum BPOM terhadap peredaran kosmetik tanpa izin edar di *e-commerce* adalah penyelesaian melalui ranah pidana. Langkah ini ditempuh ketika pelaku usaha tetap melakukan pelanggaran meskipun telah diberikan teguran dan sanksi administratif, atau jika pelanggaran yang dilakukan tergolong berat karena menimbulkan risiko besar bagi kesehatan masyarakat. Tujuannya adalah memberikan efek jera kepada pelaku sekaligus menunjukkan komitmen negara dalam melindungi konsumen dari produk berbahaya. Menurut Kepala BPOM Palu, "Jika pelanggaran sudah mengancam keselamatan masyarakat luas, kami tidak bisa hanya berhenti pada sanksi administratif. Kasus seperti ini harus dibawa ke ranah pidana agar ada efek jera(Intan Kumala, 2025)."

Dasar hukum penyelesaian pidana tercantum dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, UUPK Nomor 8 Tahun 1999, dan Kitab Undang-Undang

Hukum Pidana (KUHP). Pasal 196 dan 197 UU Kesehatan menegaskan bahwa pelaku yang memperdagangkan produk berbahaya dapat dipidana penjara dan denda, sementara Pasal 62 UU Perlindungan Konsumen memberi sanksi pidana hingga lima tahun dan/atau denda dua miliar rupiah. Berdasarkan ketentuan ini, BPOM bekerja sama dengan kepolisian untuk melakukan penyidikan, kejaksaan untuk penuntutan, dan pengadilan untuk proses persidangan. Petugas Fungsi Penindakan menjelaskan bahwa bukti harus lengkap sebelum kasus dilimpahkan agar penyidikan dan penuntutan berjalan lancar.

Dalam praktiknya, proses penyelesaian pidana tidak mudah karena menghadapi kendala seperti pelaku yang menggunakan identitas palsu, lamanya penyidikan, dan birokrasi antarinstansi. Staf Teknis BPOM menyebutkan bahwa lembaga ini sering diminta menjadi saksi ahli di pengadilan untuk menjelaskan kandungan berbahaya suatu produk. Salah satu contoh nyata adalah kasus kosmetik merek Tabita, di mana pelaku tetap menjual produk mengandung merkuri meskipun telah diperingatkan. Berkat koordinasi BPOM, kepolisian, dan kejaksaan, pelaku akhirnya dijatuhi hukuman penjara dan denda. Kasus ini menunjukkan bahwa penegakan hukum yang tegas dapat memberikan efek jera sekaligus melindungi masyarakat dari risiko kesehatan.

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa penyelesaian melalui ranah pidana merupakan upaya terakhir (*ultimum remedium*) dalam penegakan hukum BPOM. Tahap ini ditempuh jika langkah administratif tidak lagi efektif. Namun, hasil evaluasi menunjukkan bahwa efektivitas setiap tahapan penegakan hukum masih beragam. Teguran administratif yang bersifat pembinaan sering kali belum cukup menekan pelanggaran, terutama di ranah *e-commerce* yang peredarannya sangat cepat dan mudah diulang oleh pelaku dengan identitas baru. Di sisi lain, penindakan pidana terbukti memberikan efek jera lebih kuat, tetapi pelaksanaannya masih menghadapi hambatan teknis seperti keterbatasan data digital, lambatnya proses penyidikan, serta kesulitan pelacakan pelaku lintas *platform*.

Kondisi ini menunjukkan bahwa efektivitas perlindungan hukum tidak dapat hanya bergantung pada satu tahapan, melainkan membutuhkan kombinasi yang seimbang antara sanksi administratif, upaya represif, dan kerja sama lintas lembaga. BPOM perlu memperkuat sistem patroli siber, mempercepat proses verifikasi laporan masyarakat, serta mengoptimalkan koordinasi dengan Kominfo dan aparat penegak hukum agar proses penindakan lebih cepat dan memiliki efek pencegahan yang nyata. Dengan strategi yang lebih terintegrasi, penegakan hukum di bidang kosmetik tanpa izin edar dapat berjalan lebih efektif, adaptif terhadap perkembangan digital, dan benar-benar memberikan perlindungan hukum bagi konsumen.

Perlindungan hukum terhadap peredaran kosmetik tanpa izin edar di *e-commerce* merupakan proses yang sangat kompleks dan penuh tantangan, terutama karena sifat perdagangan digital yang cepat, anonim, dan lintas batas. Meskipun Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) memiliki landasan hukum yang kuat, tantangan di lapangan sering kali menghambat efektivitas pengawasan. BPOM harus terus beradaptasi dan mengembangkan mekanisme pengawasan baru untuk menghadapi dinamika pasar digital yang jauh berbeda dari perdagangan konvensional. Kompleksitas ini mencakup aspek teknis, regulasi, koordinasi antarinstansi, hingga kesadaran hukum masyarakat.

Keterbatasan sumber daya dan rendahnya kesadaran hukum turut memperparah tantangan ini. Jumlah petugas pengawas *e-commerce* di BPOM sangat terbatas dibandingkan dengan luasnya jangkauan perdagangan digital, membuat pengawasan tidak optimal. Lebih lanjut, rendahnya kesadaran hukum masyarakat menjadi faktor penghambat karena banyak konsumen termotivasi oleh harga murah dan klaim cepat

tanpa memeriksa izin edar, yang baru disadari setelah mengalami efek samping. Sementara itu, pelaku usaha juga sering mengelak tanggung jawab dengan alasan tidak tahu atau mengaku hanya sebagai reseller, yang menyulitkan proses pembuktian, apalagi jika harus dibawa ke pengadilan yang membutuhkan bukti lengkap seperti hasil uji laboratorium dan riwayat distribusi.

Secara keseluruhan, jelas bahwa perlindungan hukum terhadap kosmetik tanpa izin edar di *e-commerce* membutuhkan pendekatan yang komprehensif. BPOM tidak dapat bergerak sendiri diperlukan regulasi yang adaptif, investasi dan pembaruan teknologi pengawasan yang memadai, dan kerja sama yang erat serta percepatan koordinasi dengan berbagai pihak terkait. Selain itu, peningkatan edukasi dan kesadaran hukum masyarakat adalah kunci untuk mengurangi permintaan terhadap produk tanpa izin edar. Tanpa perbaikan holistik di semua aspek ini, upaya penegakan hukum akan terus tertinggal dari perkembangan modus pelanggaran yang semakin canggih.

Kasus kosmetik merek Tabita menjadi contoh nyata yang menggambarkan kompleksitas dalam perlindungan hukum oleh BPOM terhadap peredaran produk tanpa izin edar di *e-commerce*. Meskipun populer karena klaim pemutihan kulit yang cepat, Tabita terbukti mengandung bahan berbahaya seperti merkuri dan hidrokuinon di atas batas aman. Peredaran produk ini yang masif di pasar digital dan media sosial menjadi perhatian utama BPOM, yang mengharuskan mereka untuk mengaktifkan mekanisme pengawasan dan penindakan terpadu, dimulai dari laporan masyarakat hingga proses peradilan.

Proses penindakan kasus Tabita bermula dari laporan masyarakat melalui Unit Layanan Pengaduan Konsumen (ULPK) yang mengeluhkan efek samping serius seperti iritasi dan luka bakar setelah penggunaan. Laporan ini memicu BPOM untuk segera melakukan patroli siber. Dalam patroli tersebut, BPOM menemukan ratusan akun penjual yang memasarkan produk Tabita menggunakan pola yang sama-banyak akun, deskripsi yang meyakinkan, dan testimoni palsu untuk menghindari deteksi. Staf ULPK BPOM menjelaskan, "Kami menerima banyak laporan dari konsumen, terutama terkait keluhan kesehatan setelah penggunaan produk Tabita. Laporan ini kemudian kami verifikasi dan teruskan ke tim penindakan." Bukti awal dari patroli siber ini kemudian diperkuat dengan uji laboratorium yang memastikan adanya kadar merkuri berbahaya, menegaskan produk ini tidak layak edar.

Setelah temuan dan verifikasi, BPOM melakukan langkah-langkah penindakan progresif. Awalnya, teguran resmi dikirimkan kepada penjual yang teridentifikasi, namun sebagian besar mengabaikannya dan tetap berjualan, bahkan dengan membuat akun baru. Karena teguran tidak efektif, BPOM meningkatkan penindakan dengan berkolaborasi dengan kepolisian untuk melakukan penggerebekan di gudang penyimpanan. Dalam operasi ini, ribuan unit produk Tabita senilai ratusan juta rupiah berhasil disita, yang bertujuan untuk memutus rantai distribusi fisik. Paralel dengan penarikan fisik, BPOM juga berkoordinasi dengan Kominfo untuk menghapus semua konten digital promosi dan penjualan produk tersebut.

Kasus ini kemudian dilanjutkan ke ranah pidana karena pelaku utama terbukti sengaja menjual produk berbahaya. BPOM menyerahkan berkas lengkap, termasuk hasil uji laboratorium dan data transaksi, kepada kejaksaaan dan pengadilan. Persidangan menghadirkan saksi dari BPOM, ahli kesehatan, dan konsumen yang dirugikan, yang memberikan kesaksian penting tentang dampak produk. Proses ini berhasil menghukum pelaku utama dengan hukuman penjara dan denda yang signifikan. Kepala BPOM Palu menegaskan, "Kami memastikan setiap berkas lengkap sebelum diserahkan ke kejaksaaan. Ini penting agar kasus tidak berhenti di tengah jalan."

Meskipun kasus Tabita menunjukkan keberhasilan BPOM dalam penindakan hingga ke ranah hukum, kasus ini juga menyoroti tantangan berkelanjutan di era digital. Selama proses hukum berlangsung, akun-akun baru terus bermunculan kembali menjual produk yang sama, menandakan bahwa penegakan hukum harus dilakukan secara adaptif, terintegrasi, dan berkesinambungan. Kasus ini memberikan pelajaran penting mengenai perlunya koordinasi lintas lembaga yang kuat (BPOM, Kepolisian, Kominfo) dan peningkatan edukasi kepada konsumen agar lebih berhati-hati saat membeli produk *online*, sebagai kunci untuk mencegah kasus serupa terulang di masa depan.

Selanjutnya, BPOM melakukan koordinasi intensif dengan aparat penegak hukum, termasuk kepolisian, kejaksaan, dan Kominfo. Kepolisian membantu dalam proses penyelidikan dan pengamanan operasi lapangan, sementara kejaksaan menangani aspek penuntutan dan persidangan. Kominfo memiliki peran penting dalam menghapus konten digital yang mempromosikan produk tanpa izin edar. Melalui koordinasi ini, perlindungan hukum dapat berjalan lebih komprehensif, mencakup aspek fisik dan digital sekaligus. Contoh nyata dari koordinasi yang berhasil adalah penanganan kasus kosmetik merek Tabita, di mana ribuan produk disita, ratusan akun penjual ditutup, dan pelaku utama dijatuhi hukuman pidana.

Perlindungan hukum BPOM terhadap peredaran kosmetik tanpa izin edar di *e-commerce* memerlukan pendekatan yang terintegrasi dan berkesinambungan. BPOM tidak dapat bekerja sendiri, tetapi harus menjalin kerja sama yang erat dengan aparat penegak hukum, pihak *platform* digital, perusahaan logistik, dan masyarakat. Hanya melalui kolaborasi yang kuat dan regulasi yang jelas, upaya perlindungan konsumen dapat terlaksana secara optimal, sehingga peredaran kosmetik tanpa izin edar dapat ditekan dan kesehatan masyarakat dapat terlindungi secara maksimal.

Secara yuridis normatif, kasus Tabita mencerminkan perlunya evaluasi mendalam terhadap efektivitas sistem hukum yang berlaku, baik dari sisi perdata, regulasi, maupun kelembagaan. Dari aspek hukum perdata, pelaksanaan tanggung jawab pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 19–23 UUPK Nomor 8 Tahun 1999 belum berjalan optimal karena mekanisme ganti rugi dan pemulihan hak konsumen sering terhambat oleh kesulitan identifikasi pelaku di ranah digital. Dari aspek regulasi, peraturan yang ada seperti UU Kesehatan, UU Perlindungan Konsumen, dan PP Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik belum sepenuhnya mampu menyesuaikan diri dengan dinamika transaksi daring yang cepat dan lintas *platform*.

Sementara itu, dari aspek kelembagaan, kewenangan BPOM masih terbatas pada ranah administratif, sehingga pelaksanaan sanksi sering bergantung pada koordinasi dengan lembaga lain seperti Kominfo, kepolisian, dan kejaksaan. Hal ini berimplikasi pada lambatnya penindakan dan tidak maksimalnya perlindungan konsumen. Oleh karena itu, ke depan diperlukan penguatan kewenangan yuridis BPOM, baik dalam bentuk revisi peraturan maupun pembentukan mekanisme penegakan hukum terpadu yang memungkinkan tindakan cepat terhadap pelaku pelanggaran digital. Dengan langkah tersebut, efektivitas hukum perdata dapat lebih terjamin, perlindungan terhadap hak-hak konsumen di ruang digital dapat diwujudkan secara konkret, serta tujuan utama hukum yaitu memberikan kepastian, keadilan, dan kemanfaatan bagi masyarakat dapat tercapai secara seimbang dalam praktik penegakan hukum di era digital (Asri Lasatu, Jubair, Insarullah, Nurhayati mardin, 2022).

IV.PENUTUP

Kesimpulan

Perlindungan hukum BPOM terhadap peredaran kosmetik tanpa izin edar di e-commerce dilakukan melalui upaya preventif berupa pengawasan aktif dan edukasi kepada konsumen, serta upaya represif berupa penarikan produk, penutupan akun penjual, dan koordinasi dengan aparat penegak hukum. Perlindungan ini berfungsi menjamin hak konsumen atas keamanan produk serta memperkuat tanggung jawab pelaku usaha, khususnya terkait ganti rugi atas kerugian yang ditimbulkan. Namun, perlindungan hukum tersebut masih menghadapi kendala berupa keterbatasan kewenangan di ruang digital, lemahnya kepatuhan pelaku usaha, dan rendahnya kesadaran hukum Masyarakat.

Saran

Perlindungan hukum terhadap konsumen perlu diperkuat. BPOM bersama aparat penegak hukum bertanggung jawab meningkatkan efektivitas upaya preventif dan represif terhadap pelaku usaha yang memperdagangkan kosmetik tanpa izin edar. Langkah yang dapat dilakukan adalah melalui edukasi hukum kepada masyarakat dan pelaku usaha, penegakan sanksi secara konsisten, serta penguatan koordinasi antar lembaga agar hak konsumen atas keamanan produk dapat terlindungi secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Aifan, Rosnani Lakunna. (2024). Kajian Yuridis Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual Beli Online. *Ilmu Hukum Toposantoro*, 1(4), 381–388
<http://jurnal.fh.untad.ac.id/index.php/TPS/article/view/2114>.
- Asirah, Andi Muhammad Sofyan, & A. M. M. (2023). Upaya Penegakan Hukum Peredaran Kosmetik Tanpa Izin Edar Melalui E-Commerce Oleh Ppns Bbpom Makassar. *UNES Law Review*, 5(3), 1016 ,<https://www.review-unes.com/law/article/view/437>.
- Asri Lasatu, Jubair,Insarullah,et al. (2022). "Outline of the Consumer Dispute Resolution Agency as a Means of Legal Protection: Is It Optimal?" *Jambura Law Review*, 4(2), 287–312, <https://doi.org/10.33756/jlr.v4i2.1784>.
- Balai Pom Kota Palu. (2025). *Amankan Kosmetik Tanpa Izin Edar, Balai Pom Di Palu Adakan Konferensi Pers*. Balai Pom.
- Bungin Dan Hermia Rohmatika. (2023). Hegemoni Budaya Warna Kulit Wanita Korea Sebagai Standar Kecantikan Wanita Indonesia. *Senaskah: Seminar Nasional Komunikasi Administrasi Dan Hukum*, 1(2)
<https://pdfs.semanticscholar.org/325a/fc1e7e2f3d3a3aaf6e0ca8ee95ed2989a837.pdf>.
- Edi Wahjuni. (2022). Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Akibat Kosmetik Bersteroid. *Jurnal Hukum*, 11(1), 67–82, <https://doi.org/10.56013/rechtens.v11i1.1268>.
- Endang Sri Wahyuni. (2020). Tanggung Jawab Perdata Pelaku Usaha terhadap Kerugian Konsumen dalam Transaksi Online. *Jurnal Yuridika*, 35(2), 214
<https://www.neliti.com/publications/148074/tanggung-jawab-pelaku-usaha-terhadap-kerugian-konsumen-dalam-transaksi-melalui-e>.
- Hanisah Febrilian, Imelda Pandiangan, A. S. A. (2025). Evaluasi Strategi Badan Pengawas Obat Dan Makanan (Bpom) Dalam Melindungi Konsumen Dari Produk Kosmetik. *Jurnal Administrasi Publik*, 2(3), 112–123
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Hanisah+Febrilian%2C+Imelda+Pandiangan%2C+A.+S.+A.+%282025%29.+Evaluasi+Strategi+Badan+

Pengawas+Obat+Dan+Makanan+%28+Bpom+%29+Dalam+Melindungi+Konsume
n+Dari+Produk+Kosmetik.+Jurnal+Administrasi+Publik%2C+2%283%29%2C+11
2%E2%80%93123&btnG=.

Intan Kumala. (2025). *Bidang Penindakan, Balai Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Provinsi Sulawesi Tengah, wawancara, Palu, 8 September.*

Kusumadewi Yessy Dan Grace Sharon. (2022). *Hukum Perlindungan Konsumen.* Lembaga Fatimah Azzahrah.

Laksana, T. G. (2024). Perlindungan Hukum Konsumen E-Commerce Pada Produk Kesehatan: Pembelajaran Pada Kejahatan Siber. *Indo Green Journal*, 2(1), 32 <https://doi.org/10.31004/green.v2i1.45>.

Putriana Rachmawati. (2023). Edukasi Terkait Keamanan Kosmetik Kepada Masyarakat. *Mitra Mas: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 102 <https://doi.org/10.25170/mitramas.v1i2.4308>.

Rahmia Rachman, Elyezer Hamonangan Silalahi, I. S. D. (2025). Perspektif Hukum terhadap Tindak Pidana Online Fraud dalam E-Commerce: Peran Kebijakan Internasional. *Yurispruden: Jurnal Fakultas Hukum Universitas Islam Malang*, 8(1), 118–141, <https://doi.org/10.33474/yur.v8i1.22911>.

Rahmia Rachman. (2022). Peningkatan Kesadaran Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Bagi Siswa Di Sma Negeri 1 PALU. *KADARKUM: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 70–83 <https://doi.org/10.26623/kdrkm.v3i1.4938>.

Raudina Salma, Berto Mulia Wibawa, D. P. S. (2021). Infestigasi Strategi Positioning Merek: Studi Kasus Industri E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Sains Dan Seni Its*, 10(1), https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Raudina+Salm+a%2C+Berto+Mulia+Wibawa%2C+D.+P.+S.+%282021%29.+Infestigasi+Strategi+Positioning+Merek%3A+Studi+Kasus+Industri+E-Commerce+Di+Indonesia.+Jurnal+Sains+Dan+Seni+Its%2C+10%281%29.&btnG=.

Syamsudin, Zuhrah, D. T. H. (2020). Tinjauan Kriminologis Pola Penjualan Kosmetik Tanpa Izin Edar Di Kota Bima. *Fundamental: Jurnal Publikasi Hukum*, 9(1), 25 <https://doi.org/10.34304/fundamental.v1i1.17>.

Tri Ardhya. (2025). Perlunya Kewaspadaan Soal Kosmetik Yang Banyak Dipromosikan Di Medsos. *Jurnal Kesehatan*, 1(2).