

## **PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE KOSMETIK BERMEREK PALSU MELALUI E-COMMERCE**

Oleh :

Revia Nanda, Dwi Desi Yayi Tarina

Fakultas Hukum, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

[reviananda@upnvj.ac.id](mailto:reviananda@upnvj.ac.id), [dwidesyayitarina@upnvj.ac.id](mailto:dwidesyayitarina@upnvj.ac.id)

### **ABSTRACT**

*Currently trade through the online media (e-commerce) is increasing rapidly, as well as the high consumerism resulting in an opportunity for traders to gain profit. As with many products that are sold freely by trader through the internet media, one of which is a cosmetic product with various type brand, price, and qualities their online media (e-commerce). But there are fake cosmetics produced similar the original and with a price are affordable than the original cosmetic. The purpose of writting this journal is to know the legal protection of consumer rights who have been harmed over fake branded cosmetics through e-commerce and to explain the responsibility of marketplace against transaction fake branded cosmetics through e-commerce. This writing method uses a type of normative legal research using the Legislative Approach. The use of fake cosmetics is detrimental and endangers the health of consumers. The responsibility of marketplace is following up on consumer reports is by applying the removal of fake cosmetic products in the platform, while the responsibility of trader that sell fake cosmetics give compensation to consumers.*

**Keywords:** *Consumer Protection, Fake Cosmetics, E-commerce.*

### **ABSTRAK**

*Saat ini perdagangan melalui media online (e-commerce) semakin pesat, serta tingkat konsumerisme yang cukup tinggi mengakibatkan peluang bagi pelaku usaha untuk meraih keuntungan. Seperti halnya banyak produk-produk yang dijual bebas oleh pelaku usaha melalui media online tersebut, salah satunya produk kosmetik dengan berbagai jenis merek, harga, dan kualitas yang beredar di media online (e-commerce), tetapi adapula kosmetik palsu yang dibuat semirip mungkin dengan kosmetik yang asli dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan kosmetik yang aslinya. Tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap hak konsumen yang telah dirugikan atas kosmetik bermerek palsu melalui e-commerce dan untuk menjelaskan tanggung jawab marketplace terhadap transaksi jual beli kosmetik bermerek palsu melalui e-commerce. Metode dari penulisan ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif dengan pendekatan perundang – undangan. Penggunaan kosmetik palsu merugikan bagi konsumen dan membahayakan kesehatan konsumen. Tanggung jawab e-commerce ialah menindaklanjuti laporan konsumen yaitu serta melakukan penghapusan produk kosmetik palsu di platformnya, sedangkan tanggung jawab*

*pelaku usaha yang menjual kosmetik palsu ialah dengan memberikan ganti rugi kepada konsumen.*

**Kata Kunci:** *Perlindungan Konsumen, Kosmetik Palsu, E-commerce.*

## **A. Pendahuluan**

Seiring atas pesatnya perkembangan teknologi informasi saat ini telah membuat pelaksanaan kegiatan perdagangan dalam masyarakat lebih mudah. Dalam era teknologi saat ini, perkembangan yang terjadi pada seluruh aspek kehidupan termasuk di dalamnya kegiatan perdagangan melalui media online (*e-commerce*). Kebiasaan masyarakat yang dulunya melakukan transaksi jual beli bertatap muka, kini perlahan perlahan-lahan menjadi suatu cara baru dengan transaksi jual beli secara online atau melalui internet. Sehingga setiap orang dapat langsung melihat produk yang dijualnya untuk melakukan transaksi online. Keadaan yang demikian mempunyai manfaat bagi satu pihak yakni konsumen karena konsumen dapat dengan mudah memenuhi kebutuhannya akan barang dan/atau jasa yang dibutuhkan, serta dapat dengan leluasa memilih berbagai jenis dan kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen.<sup>1</sup>

Pada era perdagangan melalui media online (*e-commerce*) seperti saat ini, mengingat tingkat konsumerisme yang cukup tinggi maka mengakibatkan adanya peluang bagi pelaku usaha melalui jual beli media online (*e-commerce*) yang tidak akan disia-siakan untuk meraih keuntungan yang besar dengan cukup menawarkan barang yang akan dijualnya melalui online. Beberapa contoh media dari online shop yang dapat disebut sebagai Marketplace (Pasar Online) antara lain, Shopee, Lazada, Tokopedia dan lain-lain. Marketplace adalah sebuah platform yang memfasilitasi penjual dan pembeli bertemu melalui website dan memfasilitasi transaksi penjualan barang dan/atau secara online.

Adapun hubungan hukum antara penjual dan pembeli yang dilakukan melalui online yang melibatkan adanya 3 (tiga) pihak. Pihak pertama yakni pembeli, pihak kedua yakni penjual dan pihak ketiga yakni situs online seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan lain-lain. Akan tetapi situs belanja online tidak terlibat langsung dalam transaksi antara penjual dan pembeli, karena situs online ini hanyalah sebagai media sarana dalam menjalankan usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha. Banyak produk-produk secara bebas dijual pelaku

---

<sup>1</sup> Erman Rajagukguk, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Mandar Maju, 2010, hlm.1.

usaha melalui media belanja online tersebut, salah satu contohnya adalah produk kosmetik yang beredar secara online dengan berbagai jenis merek, harga, dan kualitas.

Saat ini khususnya wanita mempunyai keinginan untuk tampil lebih cantik dan menarik. Kebanyakan dari wanita tertarik untuk membeli kosmetik untuk memenuhi keinginannya. Sehubungan dengan hal tersebut, mengingat maraknya peredaran kosmetik palsu yang dibuat semirip mungkin dengan yang asli dan dengan harga yang cukup terjangkau dibandingkan dengan kosmetik yang aslinya, seperti misalnya palsu dari merek *Naked Pallete by Urban Decay*, *BioAqua*, *Mac* yang banyak ditemukan di e-commerce, hal ini tentunya membuat masyarakat awam tertarik untuk membelinya tanpa memperhatikan keaslian dan kelayakan dari produk tersebut serta berbahaya atau tidaknya produk tersebut saat digunakan diwajahnya, juga ada atau tidaknya izin edar dari Badan POM.

Faktanya, masih ada pihak pelaku usaha dan juga pihak marketplace yang sebagai sarana pertemuan antara pelaku usaha dan pembeli ini tidak sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, juga terutama aturan-aturan khusus mengenai kosmetika.

Seperti sebuah kasus yaitu pada bulan Februari 2020, kepolisian Bandung menemukan pabrik pembuatan kosmetik palsu, pelaku usaha menyatakan bahwa hasil kosmetik buatannya dijual dan ditawarkan di media marketplace seperti Shopee. Produk kosmetik yang ditemukan juga tidak memiliki izin edar.<sup>2</sup> Sedangkan dalam melakukan kegiatan pembuatan kosmetika wajib menggunakan pedoman Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik (CPKB).

Kasus lainnya yang terjadi yakni pada bulan November 2020 Balai Besar POM di Jakarta bersama dengan Korwas PPNS Polda Metro Jaya berhasil menyita lebih dari 27.000 pcs kosmetik ilegal di sebuah ruko di Jakarta Utara. Kosmetik ilegal tanpa izin edar / TIE tersebut dijual secara *online* melalui situs *e-commerce*. Produk kosmetik ilegal yang

---

<sup>2</sup> Bongkar kosmetik ilegal, dijual di Shopee. Dikutip dari: [https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-4908930/bongkar-kosmetik-ilegal-made-in-bandungpolisi-dijual-di-shopee?\\_ga=2.73920790.561609711.1589547070-944170004.1589344222](https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-4908930/bongkar-kosmetik-ilegal-made-in-bandungpolisi-dijual-di-shopee?_ga=2.73920790.561609711.1589547070-944170004.1589344222), diakses pada 27 November 2020 pukul 17.40 WIB.

ditemukan untuk selanjutnya disita oleh penyidik sebagai barang bukti dan akan dilakukan langkah hukum sesuai ketentuan yang berlaku.<sup>3</sup>

Hal ini dapat ditemukan di Peraturan BPOM Nomor 25 Tahun 2019 Tentang Pedoman Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik dalam Pasal 2 ayat 1 dan 2. Serta produk kosmetik yang dijual harus terdaftar dan mendapat izin dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) yang merupakan lembaga negara yang memiliki kewenangan untuk mengawasi dan menerbitkan izin edar produk yang dikonsumsi. Serta hal ini diatur didalam pasal 8 ayat 1 huruf a Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 yang berbunyi bahwa “pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan”.

Dalam hal ini pihak konsumen berhak untuk memperoleh keamanan atas barang dan/atau jasa yang ditawarkan. Barang dan/atau jasa tersebut tidak diperbolehkan membahayakan jika dikonsumsi, agar tidak merugikan konsumen.<sup>4</sup> Ketika kosmetik palsu yang mengandung bahan-bahan berbahaya digunakan oleh konsumen, maka akan menimbulkan efek samping dan dapat membahayakan kesehatan konsumen. Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen memiliki sejumlah hak yang terdapat dalam pasal 4, diantaranya hak atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.

Dalam kaitan ini, hubungan antara konsumen dengan pelaku usaha yang terus berkembang membutuhkan suatu aturan yang memberikan kepastian terhadap tanggung jawab, hak, dan kewajiban dari semua pihak<sup>5</sup>. Sementara faktanya, ternyata beberapa pelaku usaha tidak melaksanakan sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Sehingga hal ini melanggar hak konsumen demi mendapatkan informasi yang jelas dan benar tentang produk kosmetik yang digunakannya.

---

<sup>3</sup> Balai Besar POM di Jakarta Sita Puluhan Ribu Kosmetik Ilegal Senilai Lebih dari 4 Miliar Rupiah. Dikutip dari: <https://www.pom.go.id/new/view/more/berita/20191/Balai-Besar-POM-di-Jakarta-Sita-Puluhan-Ribu-Kosmetik-Ilegal-Senilai-Lebih-dari-4-Miliar-Rupiah.html> , diakses pada 10 Desember 2020 pukul 19.52 WIB.

<sup>4</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009, hlm. 33.

<sup>5</sup> Sri Redjeki, *Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen pada Era Perdagangan Bebas*, Bandung: Mandar Maju, 2000, hlm. 34.

Berkaitan dengan uraian diatas maka dari itu perlindungan hukum bagi konsumen yang menggunakan kosmetik palsu perlu diperhatikan lebih lanjut, mengingat semakin maraknya peredaran kosmetik palsu di masyarakat. Perlindungan yang dimaksud agar konsumen lebih terlindungi karena konsumen memiliki hak penting untuk dilindungi dari pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan pelaku usaha, selain itu juga guna meningkatkan kesadaran pelaku usaha akan pentingnya perlindungan konsumen sehingga tercipta kejujuran dan tanggung jawab dalam berusaha.

Berdasarkan latar belakang yang penulis paparkan, maka terdapat 2 (dua) fokus permasalahan yang akan dibahas, yakni Bagaimana perlindungan konsumen yang dirugikan atas produk kosmetik bermerek palsu dalam transaksi jual beli melalui *e-commerce*? Serta bagaimana tanggung jawab *e-commerce* terhadap transaksi jual beli kosmetik bermerek palsu?

## **B. Metode Penelitian**

### **1. Metode Pendekatan**

Penelitian ini merupakan penelitian yuridis normatif. Dan pendekatan masalah dalam penelitian yang penulis gunakan adalah pendekatan perundang-undangan (*statue approach*). Pendekatan Undang-Undang yaitu pendekatan yang dilakukan dengan menelaah serta mempelajari semua peraturan perundang-undangan dan regulasi yang berkaitan dengan isu hukum yang sedang di teliti. Kemudian dikaitkan dengan kaidah-kaidah hukum dan fakta-fakta hukum dalam masyarakat.

Pendekatan yuridis normatif diarahkan pada ketentuan yang diberlakukan sesuai dengan permasalahan yang dibahas, dalam hal ini terkait dengan perlindungan hukum kepada konsumen yang diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

### **2. Spesifikasi Penelitian**

Spesifikasi penelitian menggunakan deskriptif analitis yaitu melakukan deskripsi terhadap hasil penelitian menggunakan data yang lengkap dilakukan analisis terhadap hasil penelitian dengan menggunakan peraturan perundang-undangan dan teori yang relevan.

### **3. Metode Pengumpulan Data**

Cara pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yang pertama yaitu studi kepustakaan terhadap data sekunder, merupakan teknik untuk mendapatkan data sekunder melalui dokumen-dokumen yang terkait dengan rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian<sup>6</sup>

#### **4. Metode Analisis Data**

Dalam teknik analisis data penulis menggunakan data yang didapat dianalisis dengan menggunakan Teknik pengolahan data secara kualitatif, yaitu dengan memilih data dengan kualitasnya untuk dapat menjawab permasalahan yang di ajukan. Untuk penyajiannya dilakukan secara deskriptif analisa analisa yaitu suatu cara analisa data yang dilakukan dengan jalan menyusun secara sistematis yang bertolak dari norma-norma, asas-asas dan peraturan perundang-undangan yang ada sebagai hukum positif yang kemudian dianalisis secara kualitatif, dengan tidak menggunakan statistik dan rumus-rumus, sehingga diperoleh kesimpulan dari hasil penelitian

#### **C. Perlindungan Konsumen yang Dirugikan Atas Produk Kosmetik Bermerek Palsu Dalam Transaksi Jual Beli Melalui *E-Commerce***

Perlu diperhatikannya hak konsumen yang diabaikan oleh pelaku usaha. Di era globalisasi dan perdagangan bebas saat ini, banyak berbagai macam produk barang dan/atau jasa bermunculan yang diperjualbelikan kepada konsumen. Apabila konsumen tidak cermat dan berhati-hati dalam memilih barang dan/atau jasa yang diinginkan, konsumen hanya menerima begitu saja barang/jasa yang dikonsumsinya.<sup>7</sup>

Ketentuan mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik dapat ditemukan dalam “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen” dan “Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik” yang telah diperbaharui oleh “Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.” Undang-undang Perlindungan Konsumen menjadi dasar hukum bagi perlindungan konsumen di Indonesia dan Undang-Undang Informasi dan

---

<sup>6</sup> Soerjono Soekanto, Pengantar Penelitian Hukum, (Jakarta: Universitas Indonesia, 1984), hlm. 252

<sup>7</sup> Sudaryatmo, *Memahami Hak Anda Sebagai Konsumen*, Jakarta: PIRAC, Cetakan I, 2001, hlm. 23.

Transaksi Elektronik menjadi dasar hukum bagi konsumen untuk melakukan transaksi elektronik.

Berdasarkan Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen adalah segala upaya untuk menjamin kepastian hukum dalam melindungi konsumen. UU Perlindungan Konsumen sendiri yakni mengatur tentang hak dan kewajiban pelaku usaha, serta cara mempertahankan haknya dan menjalankan kewajibannya tersebut.<sup>8</sup> Konsumen dan pelaku usaha memiliki hak dan kedudukan yang sama dalam hukum. Hak dan kewajiban inilah yang menjadi dasar dan acuan dalam melaksanakan transaksi jual beli terutama jual beli produk kosmetik bermerek palsu di media online (e-commerce).

Dalam Pasal 4 dan Pasal 5 UUPK telah diatur dengan jelas hak dan kewajiban konsumen, di dalam Pasal 4 huruf c dijelaskan bahwa konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Serta Pasal 9 UU ITE juga menjelaskan bahwa dalam menawarkan suatu produk melalui sistem elektronik, pelaku usaha wajib memberikan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan. Menurut Ahmadi Miru pentingnya hak atas informasi, karena informasi tidak memadai yang akan disampaikan kepada konsumen, dapat dikatakan merupakan salah satu dari bentuknya cacat produk yakni yang disebut sebagai cacat intruksi atau cacat yang disebabkan kurangnya informasi.<sup>9</sup>

Karena dengan pelaku usaha menjual kosmetik bermerek palsu yang masih ditemukan di media online tersebut merupakan melanggar hak konsumen dalam menjual produknya dengan tidak memberi informasi yang jelas dan lengkap, bahkan informasi yang tidak sesuai dengan produk yang dijualnya, yang dimana produk yang dijualnya tersebut adalah produk yang bermerek palsu atau produk yang sengaja dibuat mirip dengan produk aslinya. Menurut konsumen, sebelum ia menggunakan sumber dana (upah, gaji, honor, atau yang

---

<sup>8</sup> AZ Nasution, "Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Tinjauan Singkat Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999". Dikutip dari: <http://www.pemantauperadilan.com/opini/53aspek%20konsumen%20perlindungan%20konsumen%20tinjauan%20singkat%20UU%20norm.pdf>. Diakses pada tanggal 12 Desember 2020 pukul 21.20 WIB

<sup>9</sup> Ahmadi Miru, Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2005, hlm.41.

lain-lain) untuk melakukan transaksi barang dan/atau jasa tersebut, informasi tentang barang dan/atau jasa merupakan kebutuhan pokok,<sup>10</sup>

Selain dari konsumen berhak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur. Dalam ketentuan Pasal 8 huruf e UUPK dijelaskan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut. Serta didalam Pasal 9 ayat 1 huruf b dijelaskan bahwa pelaku usaha dilarang menawarkan, memproduksi, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar atau seolah-olah barang tersebut dalam keadaan baik atau baru.

Artinya, konsumen berhak mendapatkan kosmetik yang mengandung komposisi tidak berbahaya dan aman. Jika pelaku usaha tidak memperhatikan ketentuan ketentuan mengenai bahan-bahan kosmetik wajah yang mengandung bahan berbahaya mampu menimbulkan kerugian dan bahaya bagi konsumen kosmetik yang rata rata di pakai oleh mayoritasnya kaum perempuan. Kerugian yang ditimbulkan tidak hanya kerugian secara fisik seperti kerusakan pada kulit wajah, tetapi juga kerugian secara ekonomi akibat pembelian produk kosmetik demi untuk tampik cantik.

Selain daripada bahan-bahan yang terdapat dalam kosmetik palsu berbahaya, pada kosmetik palsu diberi label sebagaimana seperti kosmetik asli, sedangkan bahan-bahan yang digunakan mungkin saja berbeda. Dalam hal ini kosmetik palsu tentunya tidak memperoleh izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) maka masuk dalam cakupan kosmetik illegal. Dijelaskan juga pada Pasal 2 ayat 1 Peraturan BPOM Nomor 25 Tahun 2019 tentang Pedoman Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik bahwa industri kosmetika dalam melakukan kegiatan pembuatan kosmetika wajib menerapkan pedoman Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik.

Dalam hal ini pelaku usaha yang telah menjual produk kosmetik bermerek palsu termasuk melanggar ketentuan yang mengharuskan pelaku usaha untuk menjaga kualitas mutu produk yang hendak dijual kepada konsumen melalui media online. Konsumen telah

---

<sup>10</sup> Celine Tri Siwi Kristiyanti. *Op.Cit.*, hlm.70.



memperoleh perlindungan hukum yang sudah tertuang pada Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dengan demikian konsumen dapat memperoleh haknya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan adanya undang-undang yang mengatur tentang perlindungan konsumen, menyeimbangkan posisi konsumen dan pelaku usaha serta memenuhi kebutuhan pihak masing-masing.

Terlepas dari kewajiban yang dilanggar oleh pelaku usaha, tidak lupa bahwa konsumen terutama wanita sebagaimana mayoritas pengguna kosmetik harus lebih cermat serta teliti dalam membeli dan menggunakan kosmetik yang didapat melalui media online tersebut. Dalam hal ini konsumen diharapkan tidak mudah tertarik dengan iklan dan penawaran melalui media online dengan harga relatif lebih murah dibandingkan dengan produk kosmetik dengan merek yang asli yang sudah pasti harganya lebih mahal daripada produk yang palsu.

Apabila terdapat konsumen merasa bahwa dirugikan oleh pelaku usaha yang menjual kosmetik palsu, maka konsumen berhak meminta pertanggungjawaban karena pelanggaran hak konsumen yang telah dilanggar oleh pelaku usaha sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 4 UUPK. Konsumen dalam menggunakan produk kosmetik yang dibelinya berhak untuk mendapatkan suatu kenyamanan dan keselamatan.<sup>11</sup>

#### **D. Tanggung Jawab *E-commerce* Terhadap Transaksi Jual Beli Kosmetik Bermerek Palsu**

Berdasarkan kasus yaitu pada bulan Februari 2020, kepolisian Bandung menemukan pabrik pembuatan kosmetik palsu, pelaku usaha menyatakan bahwa hasil kosmetik buatannya dijual dan ditawarkan di media e-commerce seperti Shopee dengan nama “Sintren Olshop”. Produk kosmetik yang ditemukan juga tidak memiliki izin edar. E-commerce merupakan situs web yang memberikan layanan jual beli online dari berbagai sumber. Pemilik situs web atau aplikasi tidak memiliki produk apapun dan bisnisnya hanya menyediakan produk orang lain kepada pengguna dan memberikan kemudahan dengan memfasilitasinya. Dengan kata lain, pengertian online marketplace adalah model bisnis

---

<sup>11</sup> Gita Saraswati, Anak Agung Istri Ari Atu Dewi.” Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Bagi Konsumen Yang Menggunakan Produk Kosmetik Ilegal dan Berbahaya”, Kertha Negara: Journal Ilmu Hukum, Vol.7 No.5, 2019, hlm.9. URL: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Kerthanegara/article/view/50287/29919>. Diakses pada 27 Desember 2020 pukul 21.43 WIB

dimana situs web tidak hanya membantu untuk mempromosikan produk tapi juga menjembatani transaksi online antara penjual dan pembeli<sup>12</sup>

E-commerce berperan sebagai pengelola website serta sebagai pihak ketiga pun memiliki tanggung jawab kepada setiap konsumen. Tanggung jawab e-commerce bukanlah dalam bentuk menggantikan produk secara bentuk fisik, berikut merupakan contoh batas tanggung jawab dari e-commerce atau pengelola website yang dipilih salah satu yakni Shopee oleh penulis dari beberapa situs yang menyediakan layanan yang serupa dan yang ditampilkan secara online pada Shopee, akan tetapi tanggung jawab e-commerce tercermin dalam aspek-aspek berikut :

1. Sediakan fasilitas pelaporan. Shopee dalam hal ini bertanggung jawab menyediakan fasilitas pelaporan untuk keluhan konsumen. Hal tersebut dapat dilihat dari fasilitas pengaduan 24 jam (dua puluh empat jam) dengan mengirimkan email ke [cs@shopee.co.id](mailto:cs@shopee.co.id) atau melalui customer service center shopee (telp: 150072). Konsumen dapat mengajukan keluhan dengan menunjukkan bukti-bukti yang sah, kemudian Shopee akan menindaklanjuti proses keluhan tersebut.<sup>13</sup>
2. Apabila terdapat produk cacat atau tidak memenuhi spesifikasi, Shopee bertanggung jawab. Dalam hal ini, tanggung jawab Shopee bukan untuk menggantikan produk secara langsung melainkan fungsi “Pusat Resolusi” yang disediakan oleh Shopee, yang dapat digunakan sebagai sarana bagi konsumen dan pelaku usaha untuk berdiskusi akan barang yang tidak sesuai kesepakatan. Shopee akan bertindak sebagai fasilitator untuk mencari solusi dan mengambil keputusan tentang wanprestasi yang terjadi tersebut.<sup>14</sup>
3. Memberikan garansi Shopee. Pembelian yang dilakukan oleh konsumen akan dilindungi oleh garansi Shopee. Garansi Shopee tersebut berlaku selama 7 hari. Jika konsumen ingin mengklaim produk yang cacat atau tidak sesuai dengan

---

<sup>12</sup> Pahlevi, “Pengertian Marketplace dan Jenis-Jenis Marketplace”. Dikutip dari: <https://www.pahlevi.net/pengertian-marketplace/>?. Diakses pada 15 Desember 2020 pukul 16.34 WIB

<sup>13</sup> Shopee “Syarat dan Ketentuan”. Dikutip dari : <https://help.shopee.co.id/s/article/Syarat-dan-Ketentuan-Mitra-Shopee>. Diakses pada 29 Desember 2020 pukul 13.50 WIB.

<sup>14</sup> *Ibid*

spesifikasinya dan ingin mengklaim kompensasi dari pelaku usaha, keluhan harus disampaikan dalam waktu 7 hari.<sup>15</sup>

4. Melakukan pemblokiran dan penghapusan terhadap produk yang dilarang. Dari sisi transaksi *e-commerce*, masih terdapat pelaku usaha yang menjual produk yang melanggar peraturan seperti salah satunya kosmetik bermerek palsu yang dimana tidak memiliki izin edar. Shopee memiliki tanggung jawab untuk melakukan pemblokiran terhadap produk-produk yang dilarang tersebut. Selain itu, konsumen juga berhak melaporkan produk yang dilarang tersebut kepada pihak Shopee.<sup>16</sup>

Berhubungan dengan tanggung jawab dari pihak e-commerce, maka posisi e-commerce seperti Shopee yang sebagai pihak ketiga yakni hanya sebagai perantara antara pelaku usaha dan konsumen, dimana sebagai pihak ketiga yang sebagai penyedia layanan yang berkaitan dengan jual beli. Tetapi, meskipun hanya sebagai pihak ketiga dan hanya sebagai penyedia saja, pihak penyedia layanan berperan dalam memastikan produk yang dijual di situs webnya adalah barang yang sah serta memiliki izin untuk diperjual belikan. Artinya, apabila ada sebuah produk kosmetik, harusnya memeriksa keaslian produk tersebut terlebih dahulu serta memastikan bahwa BPOM telah mengeluarkan izin edar terhadap produk tersebut.

Sedangkan mengenai pelaku usaha dalam Pasal 1 ayat 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dijelaskan “pelaku usaha merupakan perseorangan atau badan usaha, baik yang merupakan badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”

Dalam perihal dimana pelaku usaha telah melakukan penjualan atas produk kosmetik bermerek palsu dimana hal tersebut adalah tindakan yang dilarang sebagaimana

---

<sup>15</sup> *Ibid*

<sup>16</sup> Shopee “Produk yang Dihapus atau Diblokir oleh Shopee”. Dikutip dari: <https://help.shopee.co.id/s/article/Mengapa-produk-saya-dihapus-atau-diblokir-oleh-Shopee>. Diakses pada: 29 Desember 2020 pukul 15.10 WIB.

dicantumkan dalam Pasal 8 UUPK tentang tindakan yang dilarang bagi pelaku usaha sehingga pelaku usaha wajib melakukan pertanggungjawaban seperti yang tertera dalam Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Konsumen yang telah belanja produk kosmetik bermerek palsu kemudian ternyata merugikan konsumen itu sendiri, sehingga dapat menggugat atau menuntut ganti rugi kepada pelaku usaha yang telah menyebabkan kerugian. Dilihat dari prinsip-prinsip tanggung jawab secara umum yakni<sup>17</sup> :

1. Prinsip praduga untuk selalu bertanggungjawab (*Presumption of liability*);
2. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggungjawab (*Presumption of non-liability*);
3. Prinsip tanggung jawab mengenai kelalaian (*liability based on fault*);
4. Prinsip tanggung jawab secara mutlak (*Strict liability*);
5. Prinsip bertanggung jawab dengan pembatasan (*Limitation of liability*).

Bentuk tanggung jawab oleh pelaku usaha yang dapat dilakukan ditinjau dari bentuk tanggung jawab secara mutlak (*Strict liability*). Berdasarkan prinsip tanggung jawab mutlak (*Strict liability*) yang dimana pelaku usaha wajib melakukan pertanggungjawaban terhadap konsumen yang merasa dirugikan oleh produk kosmetik yang dijualnya melalui *e-commerce*. Ketentuan ini tertuang dalam Pasal 19 ayat 1 UUPK yang menjelaskan “pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkan atau diperdagangkan.” Pelaku usaha dibebankan ganti rugi didasarkan pada kerugian, kerusakan, atau pencemaran yang dialami konsumen setelah menggunakan kosmetik bermerek palsu

Serta dijelaskan dalam Pasal 19 ayat 2 UUPK yakni ganti kerugian yang dimaksud merupakan ganti kerugian berupa pengembalian uang atau barang yang sejenis atau setara nilainya, pemberian santunan, atau penggantian kerugian terhadap keuntungan yang harusnya didapat oleh konsumen. Selain diatur oleh UUPK, Pasal 58 ayat 1 Undang-

---

<sup>17</sup> Gde Manik Yogiarta, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terkait dengan Jual Beli Telepon Seluler Tanpa Garansi”, Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal), Vol.5 No.1, 2016, hlm. 96. URL: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jmhu/article/view/20613/14457>. Diakses pada 8 Januari 2021 pukul 19.37 WIB.

Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan juga mengatur yaitu “setiap orang berhak menuntut ganti rugi terhadap seseorang, tenaga kesehatan, dan/atau penyelenggara kesehatan yang menimbulkan kerugian akibat kesalahan atau kelalaian dalam pelayanan kesehatan yang diterimanya.”

Dalam hal dikenakan sanksi, pelaku usaha yang menjual produk kosmetik bermerek palsu telah melanggar kewajibannya sebagai pelaku usaha dan melanggar hak-hak konsumen dengan menjual produk kosmetik bermerek palsu yang tidak sesuai dengan keasliannya yang telah ditetapkan oleh peraturan perundang-undangan maka pelaku usaha tersebut dapat dikenakan sanksi hukuman.<sup>18</sup> Sanksi tersebut diatur dalam Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengenai sanksi yang dapat dikenakan kepada pelaku usaha yang telah melakukan pelanggaran konsumen berupa sanksi administrative. Berdasarkan Pasal 60 ayat 1 dan 2 UUPK dijelaskan bahwa sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah). Adapula sanksi pidana diatur dalam Pasal 62 UUK yang dapat diberikan kepada pelaku usaha dapat berupa pidana pokok dan pidana tambahan apabila melakukan pelanggaran.

## **E. Simpulan**

Berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen memiliki hak-hak yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha, selain itu ada pula kewajiban yang harus dipatuhi oleh konsumen. Begitu juga pelaku usaha memiliki hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh konsumen. Penjualan kosmetik bermerek palsu yang dilakukan oleh pelaku usaha melalui media online telah melanggar beberapa pasal dari hak-hak konsumen.

Bentuk tanggung jawab yang dapat dilakukan oleh *e-commerce* dimana berperan sebagai pengelola website serta sebagai pihak ketiga pun memiliki tanggung jawab kepada setiap konsumen. Tanggung jawab *e-commerce* bukanlah dalam bentuk menggantikan produk secara bentuk fisik, akan tetapi tanggung jawab *e-commerce* tercermin dalam aspek-aspek seperti, yaitu sediakan fasilitas pelaporan, “Pusat Resolusi” apabila terdapat produk

---

<sup>18</sup> Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Rajawali Pers, Cetakan Ketujuh, 2011, hlm 57.

cacat atau tidak memenuhi spesifikasinya yang berguna menjadi sarana konsumen untuk melakukan tuntutan kepada penjual akan barang, melakukan pemblokiran dan penghapusan terhadap produk yang dilarang. Serta berdasarkan prinsip tanggung jawab mutlak (*Strict liability*) dimana pelaku usaha wajib bertanggung jawab terhadap konsumen yang merasa dirugikan oleh produk kosmetik yang dijualnya melalui *e-commerce*. Ketentuan ini tertuang dalam Pasal 19 ayat 1 UUPK.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ahmadi Miru, Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2005, hlm.41.
- Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Rajawali Pers, Cetakan Ketujuh, 2011, hlm 57.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009, hlm. 33.
- Erman Rajagukguk, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Mandar Maju, 2010, hlm.1.
- Sri Redjeki, *Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen pada Era Perdagangan Bebas*, Bandung: Mandar Maju, 2000, hlm. 34.
- Sudaryatmo, *Memahami Hak Anda Sebagai Konsumen*, Jakarta: PIRAC, Cetakan I, 2001, hlm. 23.

### Jurnal

- AZ Nasution, “Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Tinjauan Singkat Undang-Undang No 8 Tahun 1999-L.N 1999 No 42 “, dikutip dari: <http://www.pemantauperadilan.com/opini/53aspek%20konsumen%20perlindungan%20konsumen%20tinjauan%20singkat%20UU%20norm.pdf>. Diakses pada 12 Desember 2020 pukul 21.20 WIB
- Gde Manik Yogiarta, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terkait dengan Jual Beli Telepon Seluler Tanpa Garansi”, *Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal)*, Vol.5 No.1, 2016, hlm. 96. URL: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jmhu/article/view/20613/14457>. Diakses pada 8 Januari 2021 pukul 19.37 WIB.
- Gita Saraswati, Anak Agung Istri Ari Atu Dewi.” *Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Bagi Konsumen Yang Menggunakan Produk Kosmetik Ilegal dan Berbahaya*”, Kertha Negara: *Journal Ilmu Hukum*, Vol.7 No.5, 2019, hlm.9. URL:

<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Kerthanegara/article/view/50287/29919>.  
Diakses pada 27 Desember 2020 pukul 21.43 WIB

### **Undang-Undang**

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan

Peraturan BPOM Nomor 25 Tahun 2019 tentang Pedoman Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik

### **Website**

Balai Besar POM di Jakarta Sita Puluhan Ribu Kosmetik Ilegal Senilai Lebih dari 4 Miliar Rupiah. Dikutip dari: <https://www.pom.go.id/new/view/more/berita/20191/Balai-Besar-POM-di-Jakarta-Sita-Puluhan-Ribu-Kosmetik-Ilegal-Senilai-Lebih-dari-4-Miliar-Rupiah.html>. Diakses pada 10 Desember 2020 pukul 19.52 WIB.

Bongkar kosmetik illegal, dijual di Shopee. Dikutip dari: [https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-4908930/bongkar-kosmetik-ilegal-made-in-bandungpolisi-dijual-di-shopee?\\_ga=2.73920790.561609711.1589547070-944170004.1589344222](https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-4908930/bongkar-kosmetik-ilegal-made-in-bandungpolisi-dijual-di-shopee?_ga=2.73920790.561609711.1589547070-944170004.1589344222). Diakses pada 27 November 2020 pukul 17.40 WIB.

Pahlevi, “Pengertian Marketplace dan Jenis-Jenis Marketplace”. Dikutip dari: <https://www.pahlevi.net/pengertian-marketplace/>?. Diakses pada 15 Desember 2020 pukul 16.34 WIB

Shopee “Produk yang Dihapus atau Diblokir oleh Shopee”. Dikutip dari: <https://help.shopee.co.id/s/article/Mengapa-produk-saya-dihapus-atau-diblokir-oleh-Shopee>. Diakses pada 29 Desember 2020 pukul 15.10 WIB

Shopee “Syarat dan Ketentuan”. Dikutip dari: <https://help.shopee.co.id/s/article/Syarat-dan-Ketentuan-Mitra-Shopee>. Diakses pada 29 Desember 2020 pukul 13.50 WIB.