

Perlindungan hukum terhadap konsumen atas peredaran skincare palsu di e-commerce

Jimi¹, Muiz²,

^{1,2}, Universitas Pamulang, Indonesia, Email : jimi6153@gmail.com

Naskah Diterima : 25 Juni 2026; Diterima Publikasi : 29 Juli 2026

Abstract

Technological advancements have transformed buying and selling patterns from conventional market-based systems to digital transactions via e-commerce. The convenience offered by e-commerce benefits sellers by expanding their market reach and allows consumers to access a wider variety of products at competitive prices. One of the most sought-after product categories is beauty products (skincare). However, behind this convenience lies a serious problem: the rampant circulation of counterfeit skincare products, which causes financial losses and health issues for consumers. This phenomenon is exacerbated by consumers' difficulty in distinguishing between genuine and counterfeit products, as well as the manipulation of reviews and testimonials by unscrupulous sellers. Normatively, Indonesia has established legal instruments through Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection and Law No. 11 of 2008 on Electronic Information and Transactions as the foundation for consumer protection. This study aims to analyze the forms of legal protection and identify obstacles in their implementation using a normative legal research method. The results show that legal protection for consumers is provided through civil remedies (refunds or medical expenses), criminal penalties for the dissemination of misleading information, and dispute resolution through both litigation and non-litigation channels (BPSK). Although legal instruments are in place, their implementation still faces significant obstacles due to the reactive nature of regulations, weak oversight and seller identity verification systems by e-commerce platforms, and low consumer digital literacy in verifying the legality of BPOM-approved products.

Keyword: Consumer Protection, E-commerce, Electronic Transactions

Abstrak

Perkembangan teknologi telah mengubah pola transaksi jual beli dari sistem konvensional di pasar menjadi transaksi digital melalui e-commerce. Kemudahan yang ditawarkan e-commerce memberikan manfaat bagi penjual dalam memperluas jangkauan pasar dan bagi konsumen dalam memperoleh produk yang lebih variatif dengan harga yang kompetitif. Salah satu produk yang paling banyak diminati adalah produk kecantikan (skincare). Namun, di balik kemudahan tersebut, muncul permasalahan serius berupa maraknya peredaran skincare palsu yang menimbulkan kerugian material maupun gangguan kesehatan bagi konsumen. Fenomena ini diperparah oleh sulitnya konsumen membedakan produk asli dan palsu, serta praktik manipulasi ulasan dan testimoni oleh oknum penjual yang tidak bertanggung jawab. Secara normatif, Indonesia telah memiliki instrumen hukum melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagai dasar perlindungan bagi konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum serta mengidentifikasi kendala dalam implementasinya dengan menggunakan metode penelitian hukum normatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum bagi konsumen diakomodasi melalui mekanisme ganti rugi perdata (refund atau biaya medis), sanksi pidana terhadap penyebaran informasi menyesatkan, serta penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi dan non-litigasi (BPSK). Meskipun instrumen hukum telah tersedia, implementasinya masih menghadapi hambatan besar akibat sifat regulasi yang reaktif, lemahnya pengawasan serta sistem verifikasi identitas penjual oleh platform e-commerce, dan rendahnya literasi digital konsumen dalam memverifikasi legalitas produk BPOM.

Kata kunci: Perlindungan konsumen, E-commerce, Transaksi Elektronik

PENDAHULUAN

Kegiatan jual beli telah berlangsung berabad-abad bahkan diperkirakan sudah terjadi sekitar tahun 6000 - 9000 sebelum masehi (Nubika, 2018). Pada awalnya kegiatan perdagangan yang terjadi di dunia hanya sebatas saling tukar menukar kebutuhan pokok atau yang lebih dikenal sebagai sistem barter. Namun seiring berkembangnya zaman, sistem barter kemudian ditinggalkan karena dianggap sulit dalam menentukan besaran

*) Mochamad Rizal korespondensi: dosen03438@unpam.ac.id

nilai barter (Svizzero & Tisdell, 2019). Sistem pembayaran menggunakan koin logam sendiri tercatat dalam sejarah pertama kali diterapkan oleh bangsa Mesopotamia sekitar 3000 SM. Sedangkan penggunaan uang kertas sendiri tercatat pertama kalinya di Tiongkok (Sari, 2016).

Pada awalnya kegiatan jual beli umumnya dilakukan di suatu tempat yang disebut dengan Pasar. Tempat ini menjadi bertemunya antara penjual dan pembeli dan tempat terjadinya transaksi. Namun seiring berkembangnya zaman dan teknologi, kegiatan jual beli tidak hanya terjadi di pasar konvensional. Teknologi memberikan jalan alternatif lain yang membantu mempertemukan penjual dan pembeli lebih mudah. Pasar digital ini biasanya disebut sebagai e-commerce (Ika & Dwilestari, 2024).

E-commerce sendiri membantu penjual untuk meningkatkan jangkauan pasar mereka, serta membantu pembeli dalam menemukan produk kebutuhannya yang lebih variatif dan dengan harga yang lebih kompetitif (Mahera, 2025). Menurut Asosiasi Penyelenggara Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII) data pada tren penggunaan e-commerce meningkat secara signifikan dengan produk kebutuhan kecantikan (skin care) menjadi produk yang sering dicari sekaligus produk terlaris di berbagai laman e-commerce (Yati, 2023).

Namun dibalik kemudahan berbelanja di e-commerce masih banyak masalah yang menjadi pelik salah satunya adalah peredaran produk-produk palsu. Peredaran produk palsu tentunya menjadi masalah yang sangat serius karena bisa mengakibatkan kerugian pada pelanggan, terlebih apabila produk tersebut bisa mengakibatkan gangguan pada kesehatan. Peredaran produk kecantikan (skin care) palsu menjadi salah satu persoalan serius yang membanjiri berbagai macam e-commerce pada saat ini (Martono et al., 2026). Fenomena ini menjadi pisau bermata dua, antara kemudahan dalam berbelanja online dan resiko akan mudahnya peredaran barang palsu di e-commerce.

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) yang menggandeng Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) mencatat adanya peningkatan laporan serta aduan dari konsumen terkait adanya fenomena peredaran skincare palsu yang dibeli melalui e-commerce (Decembria, 2025). Fenomena peredaran produk skincare palsu yang dilakukan oleh oknum penjual tidak bertanggung jawab, fenomena ini juga diperparah dengan banyaknya konsumen yang masih kesulitan dalam membedakan produk skincare yang asli dan yang palsu. Beberapa oknum penjual skincare palsu menggunakan trik marketing yang licik, diketahui beberapa dari para oknum membayar sejumlah buzzer untuk memberikan testimoni dan rating sesuai pesanan para oknum penjual skincare palsu (Akmaliyah et al., 2021). Hal ini tentu saja memperkeruh fenomena peredaran produk skincare palsu, karena akibat dari adanya fenomena ini banyak konsumen yang harus menanggung kerugian, baik kerugian material dan juga kerugian pada kesehatan kulit para konsumen.

Di negara Indonesia sendiri secara normatif telah memiliki instrumen hukum yang menjadi payung perlindungan bagi konsumen seperti Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen serta undang-undang No. 11 Tahun 2018 tentang informasi dan Transaksi Elektronik. Meskipun negara Indonesia telah memiliki instrumen hukum secara normatif yang bisa mengakomodasi perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik, namun dalam implementasi penegakan hukum nya masih banyak menemukan hambatan yang kompleks seperti anomitas dari identitas penjual, mudahnya menghapus jejak digital, yurisdiksi lintas wilayah, serta masih lemahnya mekanisme pengawasan oleh pihak e-commerce dalam mengawasi peredaran produk-produk palsu (Pembayun & Gunawan, 2025).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian mengenai perlindungan hukum untuk konsumen yang menjadi korban dari peredaran skincare palsu di e-commerce dinilai sangat penting untuk dilakukan. Kajian ini diharapkan bisa membantu untuk mengedukasi pembaca mengenai bentuk-bentuk perlindungan hukum bagi para konsumen yang menjadi korban dari peredaran skincare palsu serta untuk mengidentifikasi kendala dalam implementasi perlindungan hukum terhadap konsumen yang membeli skincare palsu melalui e-commerce.

*) Mochamad Rizal korespondensi: dosen03438@unpam.ac.id

METODE

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian normatif, karena penelitian ini mengkaji penerapan norma norma hukum positif.

1. Pendekatan Penelitian

a. Pendekatan Perundang-undangan (Statute Approach)

Pendekatan ini adalah yang paling fundamental. Peneliti mengkaji semua regulasi yang berkaitan, seperti UU Perlindungan Konsumen, UU ITE, UU Kesehatan, dan peraturan turunannya.

b. Pendekatan Konseptual (Conceptual Approach)

Pendekatan ini digunakan untuk menganalisis konsep-konsep hukum seperti "perlindungan konsumen", "produk palsu", "tanggung jawab pelaku usaha", dan "platform marketplace" berdasarkan pandangan para ahli dan doktrin hukum.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata “perlindungan” dapat dipahami sebagai suatu cara, proses, atau perbuatan untuk melindungi. Kata ini berakar dari kata “lindungi” yang memiliki makna membentengi, mencegah, mempertahankan, serta mengayomi (Bahasa, n.d.). Sedangkan perlindungan hukum dapat memiliki arti sebagai upaya hukum yang diberikan oleh aparat penegak hukum kepada Masyarakat dengan tujuan untuk memberikan rasa aman (Shidarta, 2025). Upaya ini dapat bersifat preventif maupun represif.

Hal ini sejalan dengan beberapa pengertian perlindungan hukum menurut para ahli. Menurut Satjipto Rahardjo perlindungan hukum adalah suatu upaya dalam melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengakomodasi hak asasi manusia yang dimiliki oleh setiap individu. Rahardjo juga menjelaskan bahwa pada hakikatnya perlindungan hukum adalah tindakan dalam memberi pengayoman kepada Masyarakat yang telah dirugikan oleh orang lain (Prayoga et al., 2023). Pemberian perlindungan hukum ini dimaksudkan agar masyarakat merasa aman dan bisa menikmati hak-hak yang telah diberikan oleh hukum.

Dalam praktiknya perlindungan hukum memiliki dua sifat yakni perlindungan hukum secara preventif dan represif. Salah satu tokoh yang membedakan perlindungan hukum berdasarkan sifatnya adalah Philipus M. Hadjon. Ia mengklasifikasikan perlindungan hukum menjadi dua sifat berdasarkan bentuk sarannya. Dalam perlindungan hukum preventif rakyat memiliki kesempatan untuk mengutarakan gagasannya sebelum sebuah gagasan definitif disahkan oleh pihak berwenang (Purwito, 2023). Hal ini bisa mencegah terjadinya sengketa. Sedangkan perlindungan hukum secara represif memiliki tujuan untuk menyelesaikan sengketa yang telah terjadi.

Dari beberapa pengertian diatas dapat kita Tarik benang merah dari pemahaman mengenai perlindungan hukum ialah hak-hak fundamental yang dimiliki oleh setiap individu akibat adanya perampasan hak asasi manusia sehingga menimbulkan kerugian. Perlindungan hukum ini di akomodasi oleh negara sesuai dengan

*) Mochamad Rizal korespondensi: dosen03438@unpam.ac.id

system hukum yang dimiliki masing-masing negara dengan tujuan untuk memberikan keadilan serta keamanan bagi setiap rakyatnya (Cally et al., 2024).

A. Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Korban Peredaran Skincare Palsu di E-Commerce

Di negara Indonesia sendiri perlindungan hukum bagi konsumen telah diatur di dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) serta Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Terdapat beberapa bentuk perlindungan hukum yang disediakan oleh negara melalui Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 dan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 bagi korban pembelian skincare palsu yang beredar di e-commerce. Beberapa bentuk perlindungan itu dapat diklasifikasikan menjadi tiga bentuk utama sebagai berikut:

1. Ganti Rugi Perdata

Berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada pasal 19 dijelaskan bahwasannya bagi konsumen yang menjadi korban serta mendapatkan kerugian atas produk yang dijual oleh pelaku usaha, korban memiliki hak untuk mendapatkan hak Ganti rugi. Dalam Pasal 19 UUPK ini telah diatur mengenai bentuk Ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat dari konsumsi produk yang diperdagangkan. Hal ini dilakukan sebagai bentuk perlindungan hukum bagi konsumen yang menjadi korban serta menjadi bentuk tanggung jawab dari pelaku usaha (Setiawan & Afrita, 2025).

Bentuk-bentuk Ganti rugi juga lebih lanjut dijelaskan pada Pasal 19 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen yakni bisa berbentuk Pengembalian kerugian dana (refund) atau pelaku usaha dapat menggantinya dengan produk sejenis yang nilai harganya setara. Jika korban tidak menginginkan dari dua bentuk Ganti rugi tersebut, pelaku usaha harus mengganti kerugian korban dengan perawatan Kesehatan atas kerusakan kulit yang disebabkan oleh pemakaian produk skincare palsu (Rimbing et al., 2024). Selain itu pada pasal 19 ayat 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah mengatur batas waktu dari pemberian Ganti rugi adalah 7 (tujuh) hari setelah transaksi terjadi. Hal-hal tersebut bisa terjadi karena terdapat beberapa hak konsumen yang telah dilanggar oleh pelaku usaha, hak-hak yang dilanggar tersebut anatara lain:

- a. Hak konsumen atas direnggutnya kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi produk (Pasal 4 huruf a).
- b. Hak konsumen atas direnggutnya memilih serta mendapatkan barang yang sesuai serta jaminan atas kondisi/manfaat produk yang dijanjikan (Pasal 4 huruf b).
- c. Hak konsumen atas direnggutnya informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang (Pasal 4 huruf c).
- d. Hak konsumen untuk mendapatkan Ganti rugi atau kompensasi atas barang yang diterima apabila tidak sesuai dengan perjanjian (Pasal 4 huruf h).

Selain itu pelaku usaha juga dilarang untuk memproduksi, menjual, atau mendistribusikan barang yang tidak sesuai dengan label informasi, keterangan, serta iklan dan promosi yang mereka lakukan (Pasal 8 huruf f)

*) Mochamad Rizal korespondensi: dosen03438@unpam.ac.id

2. Sanksi Pidana

Dalam praktik transaksi elektronik, pelaku usaha dilarang keras untuk membuat serta menyebarkan informasi bohong mengenai produk yang mereka jual, sehingga tidak menyesatkan serta mengakibatkan kerugian kepada konsumen (Ratnawati et al., 2023). Dalam konteks ini iklan dan promosi produk skincare harus memberikan informasi yang benar serta tidak melebih-lebihkan. Selain itu pelaku usaha juga wajib untuk memberikan informasi mengenai kandungan atau formulasi bahan skincare yang sesuai (Zuleika et al., 2025). Hal ini telah diatur pada pasal 28 ayat (1) Undang-Undang mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) yang berbunyi sebagai berikut: “Setiap orang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik”.

Apabila pelaku usaha memberikan informasi produk yang dilebih-lebihkan serta menyesatkan konsumen, maka bisa dikenakan Sanksi Pidana. Sanksi pidana tersebut sudah tertuang pada Pasal 28 ayat (1) UU ITE. Dalam pasal tersebut dijelaskan bahwasannya sanksi pidana bagi para pelanggar adalah pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dengan pidana denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah). Pasal 28 ayat (1) UU ITE memiliki karaktersitik khusus. Pasal ini bukanlah delik umum, artinya tidak semua informasi hukum dapat dipidanakan. Pasal 28 ayat (1) UU ITE justru lebih dikhususkan untuk pelanggaran pada kegiatan transaksi elektronik salah satunya adalah kegiatan jual beli di e-commerce.

3. Upaya Penyelesaian Sengketa

Terdapat dua jalur upaya hukum yang dapat ditempuh oleh para korban yang dirugikan atas beredarnya skincare palsu sebagai berikut:

a. Jalur Litigasi (Melalui Pengadilan)

Jalur litigasi adalah cara yang umum dilakukan dalam upaya penyelesaian sengketa. Ketika seorang konsumen yang dirugikan oleh oknum pelaku usaha, konsumen bisa melakukan gugatan terhadap pelaku usaha melalui peradilan umum. Dalam kasus seperti penjualan skincare palsu di e-commerce, pelaku usaha dapat digugat atas tuduhan Wanprestasi (Pasal 1234 KUH Perdata) mengenai perilaku pelaku usaha yang tidak memenuhi prestasi sebagaimana yang telah dijanjikan. Selain itu pelaku usaha yang menyebarkan produk skincare palsu di e-commerce juga dapat digugat karena Perbuatan Melawan Hukum (PMH) atas Pasal 1365 KUH Perdata mengenai perilaku pelaku usaha yang melakukan perbuatan melawan hukum serta merugikan konsumen.

b. Jalur Non-Litigasi

Selain melalui jalur peradilan atau jalur litigasi, konsumen yang telah dirugikan atas perilaku pelaku usaha yang mengedarkan produk skincare palsu juga dapat menggunakan alternatif jalur penyelesaian sengketa yakni menggunakan jalur Non-Litigasi. Konsumen bisa menggugat oknum pelaku usaha kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Setelah konsumen membuat gugatan, BPSK kemudian berwenang untuk membantu menyelesaikan sengketa yang terjadi diantara pelaku usaha dengan konsumen. Hal tersebut telah diatur dalam pasal 45 ayat (1) tentang Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK).

*) Mochamad Rizal korespondensi: dosen03438@unpam.ac.id

B. Kendala Dalam Implementasi Perlindungan Hukum bagi Para Korban

Di Indonesia undang-undang yang mengatur mengenai kegiatan transaksi elektronik serta perlindungan konsumen telah dibentuk dan terus disempurnakan. Namun pada praktiknya Undang-Undang tersebut hanya akan menjadi instrument hukum yang tidak bisa mengakomodasi para korban karena masih banyaknya hambatan dilapangan dalam pemberian perlindungan hukum kepada konsumen sebagai upaya pengakan keadilan. Implementasi dalam pemberian perlindungan hukum bagi para konsumen yang menjadi korban atas peredaran skincare palsu di e-commerce menghadapi banyak kendala yang sifatnya sistemik (Marchvinn & Sudiro, 2024). Kendala-kendala tersebut berasal dari berbagai aspek ssebagai berikut:

1. Aspek Regulasi

Seperti yang kita ketahui bahwasannya Undang-Undang Perlindungan konsumen di Indonesia saat ini lebih berfokus pada upaya-upaya penyelesaian sengkatan setelah terjadinya kerugian. Perlu adanya perbaikan regulasi yang sifatnya lebih mencegah akan terjadinya kerugian bagi para konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia dinilai bersifat reaktif dengan kata lain konsumen hanya akan mendapatkan perhatian di mata hukum apabila konsumen telah menjadi korban dan telah mengalami kerugian. Langkah yang lebih bijak adalah bagaimana regulasi yang dibentuk bisa mencegah produk-produk berbahaya beredar di platform e-commerce.

Selain itu dalam praktiknya masih banyak ditemukan ketimpangan yang terjadi antara aturan dan penerapan di lapangan. Artinya masih banyak sekali kasus-kasus penyimpangan penegakan regulasi bukan berasal dari bahan hukumnya yang belum tersedia, namun berasal dari sumber daya manusia penegak hukum yang belum konsisten memberikan sanksi tegas terhadap pelaku usaha yang melenaggar, dengan kata lain penegakan hukum di Indonesia masih belum terlaksana dengan optimal dan efektif.

2. Aspek Platform E-commerce

Hambatan tidak hanya muncul dari factor internal hukum saja, akan tetapi juga muncul dari lemahnya pengawasan digital para penyedia jasa platform e-commerce. Beberapa platform e-commerce di Indonesia dinilai masih lemah dalam mengawasi produk-produk yang dijual oleh para pelaku usaha, sehingga sampai saat ini masih banyak produk-produk skincare palsu yang beredar dan bebas diperjual belikan di platform e-commerce di Indonesia. Seharusnya para penyedia jasa platform e-commerce juga melakukan tanggung jawabnya untuk melakukan seleksi dan memastikan setiap produk yang dijual telah sesuai dengan ketentuan.

Selain dinilai lemah dalam melakukan pengawasan terhadap produk-produk yang dijual, masih banyak platfrom e-commerce yang dinilai memiliki banyak celah yang dimanfaatkan oleh oknum pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab dalam melakukan verifikasi penjual. Banyak oknum penjual yang tidak bertanggung jawab memanfaatkan kelemahan ini untuk menjual produk illegal, karena mereka tahu bahwasannya verifikasi identitas mereka dalam menjual produk illegal di platform tersebut tidak ketat.

Proses verifikasi identitas penjual yang lemah ini juga kemudian akan membawa serta menimbulkan hambatan baru dalam implementasi pemberian perlindungan hukum bagi para korban. Karena platforme e-commerce berbasis di dunia maya dan lemahnya proses verifikasi identitas penjual, membuat banyaknya oknum

*) Mochamad Rizal korespondensi: dosen03438@unpam.ac.id

pelaku usaha yang memanipulasi identitasnya sebagai penjual yang anonym, palsu, serta berbeda dengan toko fisik membuat identitas penjual sulit dilacak.

Selain itu banyak sekali pelaku usaha yang kerap memanfaatkan lemahnya koordinasi antar pemegang regulasi seperti Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), serta Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Lemahnya koordinasi dari pihak pemegang regulasi di perparah dengan sikap yang lemah dalam pengawasan digital oleh penyedia platform e-commerce di Indonesia membuat celah yang lebar bagi para oknum pelaku usaha untuk lepas dari tanggung jawab hukum.

3. Aspek Konsumen

Masih banyak masyarakat yang kesusahan dalam membedakan serta mengenali keaslian produk skincare yang mereka beli. Tingkatan edukasi dan literasi para konsumen juga menjadi salah satu factor persebaran produk skincare palsu terus meningkat. Banyak masyarakat yang tidak melakukan pengecekan secara mendetail seperti cek nomor izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).

Selain itu perilaku masyarakat yang mudah tergiur dengan promosi palsu serta harga produk skincare yang murah, membuat tingginya angka permintaan terhadap produk skincare yang murah di masyarakat. Masih banyak masyarakat yang lebih mencari produk skincare dan tidak memperdulikan resiko yang mengintai dari produk-produk tersebut. Hal inilah yang membuat pasar persebaran skincare palsu terus hidup dan berkembang di berbagai platform e-commerce yang ada di Indonesia.

KESIMPULAN

Bentuk perlindungan hukum bagi konsumen yang menjadi korban peredaran skincare palsu di e-commerce secara normatif telah diakomodasi melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 (UU ITE). Perlindungan tersebut meliputi hak atas ganti rugi perdata berupa pengembalian dana (refund), penggantian produk sejenis, atau perawatan kesehatan jika terjadi kerusakan kulit akibat produk palsu sesuai Pasal 19 UUPK. Selain itu, pelaku usaha yang menyebarkan informasi bohong atau menyesatkan dapat dikenakan sanksi pidana penjara maksimal 6 tahun dan denda hingga Rp1 miliar berdasarkan Pasal 28 ayat (1) UU ITE. Konsumen juga memiliki pilihan jalur penyelesaian sengketa, baik melalui litigasi (pengadilan umum) atas dasar wanprestasi atau perbuatan melawan hukum, maupun non-litigasi melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Namun, implementasi perlindungan hukum ini masih menghadapi kendala sistemik dari aspek regulasi, platform, dan konsumen. Secara regulasi, hukum perlindungan konsumen di Indonesia dinilai masih bersifat reaktif, di mana penegakan hukum baru berjalan setelah timbul kerugian, ditambah dengan belum optimalnya konsistensi aparat penegak hukum dalam memberikan sanksi tegas. Dari sisi platform e-commerce, lemahnya sistem pengawasan dan verifikasi identitas penjual memudahkan oknum penjual anonim untuk mengedarkan produk ilegal tanpa jejak fisik yang jelas. Hal ini diperparah oleh rendahnya literasi konsumen yang mudah tergiur harga murah serta kurangnya kesadaran untuk melakukan pengecekan nomor izin edar BPOM sebelum bertransaksi.

DAFTAR PUSTAKA

Akmaliyah, S. S., Suherman, E., & Khalida, L. R. (2021). Pengaruh Buzzer Marketing Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Daviena (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2021 UBP Karawang). Jurnal Administrasi Dan Manajemen.

*) Mochamad Rizal korespondensi: dosen03438@unpam.ac.id

- Bahasa, B. P. dan P. (n.d.). Arti Kata “Perlindungan.” Retrieved April 23, 2025, from https://kbbi.web.id/lindung#google_vignette
- Cally, J., Delvilly, G., Kunci, K., & Gabriella, J. C. (2024). Jurnal hukum pidana & kriminologi. 5(1), 34–43.
- Decembria, D. (2025). BPOM Ungkap Lonjakan Temuan Kosmetik Ilegal Tahun 2025. 22 September. <https://www.bloombergtechnoz.com/detail-news/84755/bpom-ungkap-lonjakan-temuan-kosmetik-ilegal-tahun-2025>
- Ika, T., & Dwilestari, I. (2024). Analisis Dampak Marketplace Terhadap Pasar Tradisional Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Di Pasar Tradisional Seputih Raman Lampung Tengah). Jurnal Berkala Hukum Sosial Dan Agama, 1, 1–14
- Mahera, R. M. (2025). Transformasi Mekanisme Pasar Dalam Ekonomi Berbasis Teknologi Digital. Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial, 2(11), 333–338. 1558-4733-1-PB.pdf
- Marchvinn, J., & Sudiro, A. (2024). Perlindungan Hukum terhadap Korban Skincare Etiket Biru yang Dijual di E-Commerce berdasarkan Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999. JIHHP: Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik, 5(1), 451–457.
- Martono, Y. F., Prayoga, S. D., Uswatun, U., & Maulina, S. (2026). GOVERNANCE : Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan. GOVERNANCE, Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal Dan Pembangunan, 13, 55–65. <https://www.governance.lkispol.or.id/index.php/description/article/view/620>
- Nubika, I. (2018). BITCOIN Mengenal Cara Baru Berinvestasi Generasi Milenial (A. Mahardika (Ed.)). GENESIS LEARNING. [https://books.google.co.id/books?id=mMLEDwAAQBAJ&pg=P2&ots=4Onokt4zuF&dq=Sistem pembayaran menggunakan koin logam sendiri tercatat dalam sejarah pertama kali diterapkan oleh bangsa Mesopotamia sekitar 3000 SM&lr&pg=PR2#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=mMLEDwAAQBAJ&pg=P2&ots=4Onokt4zuF&dq=Sistem+pembayaran+menggunakan+koin+logam+sendiri+tercatat+dalam+sejarah+pertama+kali+diterapkan+oleh+bangsa+Mesopotamia+sekitar+3000+SM&lr&pg=PR2#v=onepage&q&f=false)
- Pembayun, E. P., & Gunawan, A. F. (2025). Jurnal Fakta Hukum Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi. Jurnal Fakta Hukum, 3, 84–94.
- Prayoga, D. A., Husodo, J. A., Elok, A., & Maharani, P. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Hak Warga Negara Dengan Berlakunya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2019 Tentang Pengelolaan Sumber Daya Nasional. 2, 188–200.
- Purwito, E. (2023). KONSEP PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DAN TANGGUNG JAWAB HUKUM PELAKU USAHA TERHADAP PRODUK GULA PASIR KADALUARSA DI KOTA SURABAYA. DEKRIT Jurnal Magister Ilmu Hukum, 13(1).
- Ratnawati, E., Nailufar, F., & Rosdiana. (2023). Perlindungan Konsumen Atas Penyebaran Berita Bohong Melalui Transaksi Elektronik Yang Mengakibatkan Kerugian Konsumen. Jurnal de Jure, 15(April), 64–76.
- Rimbing, N., Sondakh, M. T., & Sumilat, V. V. (2024). Gorontalo. Gorontalo Law Review, 7(1), 204–211.
- Sari, S. W. (2016). Perkembangan Dan Pemikiran Uang Dari Masa Ke Masa. An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah, 3(1). <https://doi.org/10.21274/an.2016.3.1.39-58>
- Setiawan, J., & Afrita, I. (2025). TANGGUNG JAWAB HUKUM PELAKU USAHA ATAS PRODUK. IX(1), 217–233.
- Shidarta. (2025). Perlindungan dan Pelindungan Sebagai Kosa Kata Hukum. [https://business-law.binus.ac.id/2025/07/27/perlindungan-dan-pelindungan-sebagai-kosa-kata-hukum/#:~:text=Kamus Besar Bahasa Indonesia \(KBBI,2\) %5Barkaik%5D jamban](https://business-law.binus.ac.id/2025/07/27/perlindungan-dan-pelindungan-sebagai-kosa-kata-hukum/#:~:text=Kamus+Bes+Bahasa+Indonesia+(KBBI,2)%5Barkaik%5D+jamban).
- Svizzero, S., & Tisdell, C. A. (2019). Barter and the Origin of Money and Some Insights from the Ancient Palatial Economies of Mesopotamia and Egypt. Economic Theory, Applications and Issues, July, 1–35.

*) Mochamad Rizal korespondensi: dosen03438@unpam.ac.id

Yati, R. (2023). Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang. https://teknologi.bisnis.com/read/20230308/101/1635219/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang#goog_rewarded

Zuleika, N., Juninda, N. A., Darwin, Y. A., & Malik, A. (2025). PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP TESTIMONI PALSU DALAM BERTRANSAKSI DI E-COMMERCE CONSUMER PROTECTION AGAINST FAKE TESTIMONIALS IN E-COMMERCE TRANSACTIONS. JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara, 1, 10160–10168