

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP PRODUK
KOSMETIK YANG MENGANDUNG BAHAN BERBAHAYA
DALAM JUAL BELI ONLINE (E-COMMERCE)**

**LEGAL PROTECTION FOR CONSUMER OF DANGEROUS COSMETICS
IN E-COMMERCE**

Dian Sera Fauzela¹, Miraya Dardanila², Tabrani³

Analisis Pemanfaatan Teknologi Balitbangda Provinsi Lampung¹

Fungsional Perencana Ahli Muda BAPPEDA Provinsi Lampung²

Penata Penerbitan Ilmiah Ahli Muda Balitbangda Provinsi Lampung³

E-mail : tamajunio@gmail.com, mirayadardanila@gmail.com, tabrani666@gmail.com

Dikirim 12 Januari 2023, Direvisi 12 Maret 2023, Disetujui 28 Maret 2023

Abstrak: Keinginan dasar manusia untuk tampil menarik menyebabkan industri kosmetik terus berkembang. Perkembangan industri kosmetik semakin pesat dengan adanya media internet yang menghadirkan jual beli online (*e-commerce*). Kondisi ini dimanfaatkan oleh oknum-oknum tertentu yang ingin memperoleh keuntungan lebih besar dengan cara menjual produk kosmetik yang mengandung bahan berbahaya melalui upaya jual beli online (*e-commerce*). Adapun tujuan penulisan jurnal ilmiah adalah untuk memahami perlindungan hukum pada konsumen terhadap keberadaan kosmetik yang mengandung bahan berbahaya dalam transaksi jual beli online (*e-commerce*), faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat membeli kosmetik menggunakan jasa jual beli online serta faktor yang mempengaruhi peredaran kosmetik berbahaya di masyarakat. Metode yang dipakai pada penelitian ini adalah metode hukum normatif. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini adalah adanya proses perizinan dan penegakan hukum yang dilakukan pemerintah untuk mencegah keberadaan kosmetik yang mengandung bahan berbahaya. Untuk faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat membeli kosmetik menggunakan jasa jual beli online (*e-commerce*) adalah lebih hemat waktu dan tenaga, kemudahan dalam transaksi, kelengkapan informasi, perbandingan harga dan keberadaan produk yang tersedia setiap saat. Sedangkan faktor yang mempengaruhi peredaran kosmetik berbahaya di masyarakat adalah rendahnya tingkat pendidikan masyarakat, masyarakat yang mudah tergiur akan harga murah serta pola pikir masyarakat yang menyukai hasil instan.

Kata kunci: Kosmetik, Jual beli online, Perlindungan Hukum

Abstract: The basic human desire to look attractive causes the cosmetic industry to continue to grow. The development of the cosmetics industry is increasing rapidly with the existence of internet media that presents *e-commerce*. This condition is exploited by certain individuals who wish to gain greater profits by selling dangerous cosmetics through *e-commerce*. The purpose of writing scientific journals is to understand legal protection for consumers against the existence of dangerous cosmetics in *e-commerce*, the factors that influence people to buy cosmetics using online buying and selling services and factors that influence the circulation of dangerous cosmetics in society. The method used in this research is normative legal method. The results obtained in this study are the permitting process and law enforcement carried out by the government to prevent the existence of dangerous cosmetics. The factors that influence people to buy cosmetics using *e-commerce* are saving time and effort, ease of transaction, completeness of information, price comparison and availability of products at any time. Meanwhile, the factors that influence the circulation of dangerous cosmetics in society are the low level of public education, people who are easily tempted by low prices and the mindset of people who like instant results.

Keywords: Cosmetics, E-commerce and Legal Protection.

PENDAHULUAN

Globalisasi adalah sebuah istilah yang memiliki hubungan dengan peningkatan keterkaitan dan ketergantungan antar bangsa dan antarmanusia di seluruh dunia melalui perdagangan, investasi, perjalanan, budaya populer, dan bentuk-bentuk

interaksi yang lain sehingga batas-batas suatu negara menjadi bias. Dalam banyak hal, globalisasi mempunyai banyak karakteristik yang sama dengan internasionalisasi, dan istilah ini sering dipertukarkan (Apridar, 2012). Keberadaan globalisasi menjadi suatu kenyataan yang harus dihadapi oleh seluruh negara di dunia.

Secara sederhana globalisasi dapat difeniskan sebagai sebagai suatu proses yang melalui dua dimensi dalam interaksi antar bangsa, yaitu dimensi ruang dan waktu. Ruang makin dipersempit dan waktu semakin dipersingkat dalam interaksi dan komunikasi pada skala dunia (Krisna, 2005). Globalisasi di bidang ekonomi menjadi pergerakan yang secara lambat mengusai aktivitas ekonomi seluruh negara. Kenyataannya, terjadinya globalisasi ekonomi menjadi wujud ekspansi modal negara maju (Firmansyah & Hendra, 2015).

Salah satu dampak dari terjadinya globalisasi adalah perkembangan teknologi (Muslimin dkk, 2022). Perkembangan teknologi yang paling banyak memberikan pengaruh adalah keberadaan media internet. Keberadaan media internet menghadirkan kemudahan bagi masyarakat dalam memperoleh informasi dan wawasan mengenai produk dan barang kebutuhan sehari-hari.

Salah satu upaya pemanfaatan fasilitas internet adalah peluang usaha. Peluang usaha dapat dilakukan oleh pengusaha menengah ke bawah untuk mengenalkan produknya tanpa menggunakan banyak modal. Sedangkan peluang usaha bagi pengusaha menengah ke atas adalah ajang promosi produk yang akan dijual agar lebih dikenal secara luas (Yulianto dkk, 2015). Pada akhirnya strategi pemasaran menjadi hal yang pokok dalam mengembangkan produk yang akan dijual (Ardansyah dkk, 2022). Saat ini, strategi pemasaran dengan menggunakan media internet telah menjadi trend (Beni dkk, 2022).

Peluang usaha pada kenyataannya mewujudkan fungsi internet sebagai media transaksi jual beli secara online. Pada transaksi jual beli online, proses jual beli dapat dilakukan walaupun dipisahkan jarak dan waktu. Peluang jual beli pada era globalisasi lebih banyak mengarah pada penggunaan media internet atau dikenal dengan istilah jual beli online (*e-commerce*). Menurut Yulianto dkk (2015),

e-commerce adalah proses dari pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran untuk berbagai produk dan jasa yang diperjualbelikan dalam pasar global berjaringan para pelanggan dengan dukungan dari jaringan pada mitra bisnis di seluruh dunia. Secara sederhana pengertian *e-commerce* sendiri adalah segala bentuk transaksi perdagangan atau perniagaan barang atau jasa dengan menggunakan media elektronik (Barkatullah & Prasetyo, 2005). Kegiatan dalam *e-commerce* antara lain transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis dan sistem pengumpulan otomatis.

Berdasarkan pada hasil survei yang dilakukan Insight Center pada tahun 2021, salah satu dari tiga produk yang paling banyak diperjual belikan di media online adalah produk kecantikan atau kosmetik. Kosmetik menjadi hal yang sangat penting saat ini bagi semua orang terutama kaum wanita, mengingat keinginan dasar manusia terutama wanita untuk tampil lebih cantik dan menarik. Pada perkembangan pasar industri kosmetik, bukan hanya wanita saja yang menggunakan kosmetik, tetapi kaum pria, bahkan anak anak dan orang tua menjadi sasaran baru industri ini. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan diri dan menambah daya tarik. Tingginya minat dan daya beli masyarakat terhadap produk kosmetik, pada kenyataannya tidak diiringi dengan pengetahuan masyarakat tentang produk yang aman digunakan, sehingga masyarakat dianggap belum mampu memilah produk yang aman atau tidak untuk digunakan. Disisi lain keberadaan iklan dan promosi yang dilakukan secara terus-menerus oleh pelaku usaha tentang keberadaan kosmetik yang mampu mengubah penampilan secara mudah dan cepat menyebabkan konsumen menggunakan produk kosmetik. Kenyataan ini dimanfaatkan oleh oknum-oknum tertentu untuk memperjual belikan produk

kosmetik yang tidak berstandar dan tidak memiliki izin edar (ilegal), yang pada akhirnya membahayakan kesehatan konsumen penggunaannya.

Penulisan jurnal ilmiah ini memiliki tujuan untuk memahami perlindungan hukum pada konsumen terhadap keberadaan kosmetik yang mengandung bahan berbahaya dalam transaksi jual beli online (e-commerce), faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat membeli kosmetik menggunakan jasa jual beli online (e-commerce) serta faktor yang mempengaruhi peredaran kosmetik berbahaya di masyarakat.

LANDASAN TEORI

Kosmetik

Kosmetik adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ genital bagian luar) atau gigi atau mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik.¹ Pengertian kosmetik ini selaras dengan pasal 1 ayat 1 Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1175/MENKES/PER/VIII/2010 tentang Izin Produksi Kosmetika.

¹Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor : HK.00.05.41745 Tahun 2003 Tentang Kosmetik, BPOM RI, Jakarta, 2003, hlm 2.

Penggunaan kosmetik mulai memperoleh perhatian pada abad ke -19, sedangkan industri kosmetik mulai berkembang besar-besaran pada abad 20. Secara etimologi kometik berasal dari bahasa Yunani “kosmetikos” yang berarti keterampilan menghias dan mengatur (Pangaribuan, 2017). Keberadaan kosmetik saat ini semakin beraneka rupa dengan bentuk dan ragam serta keunggulan dalam memberikan fungsi bagi konsumen.

Penggunaan kosmetik harus disesuaikan dengan dengan aturan pakainya, misalnya kulit, iklim, cuaca, waktu penggunaan, umur dan jumlah pemakaiannya sehingga tidak menimbulkan efek yang tidak diinginkan (Djajadisastra, 2005). Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kosmetik adalah suatu campuran bahan yang digunakan pada tubuh bagian luar dengan berbagai cara untuk merawat dan mempercantik diri sehingga dapat menambah daya tarik dan menambah rasa percaya diri pemakai dan tidak bersifat mengobati atau menyembuhkan suatu penyakit tertentu. Kosmetik yang beredar di masyarakat dibagi menjadi 2 golongan besar menurut jenis bahan dasar dan cara pengolahannya :

a. Kosmetik Tradisional

Kosmetik tradisional adalah kosmetik alamiah atau kosmetik asli yang dapat dibuat sendiri langsung dari bahan segar atau yang telah dikeringkan, buah-buahan dan tanam-tanaman disekitar kita.

b. Kosmetik Modern

Kosmetik modern adalah kosmetik yang diproduksi secara pabrik (laboratorium), dimana telah di campur dengan zat-zat kimia untuk mengawetkan kosmetik tersebut agar tahan lama sehingga tidak cepat rusak. (Pangaribuan, 2017)

Seiring dengan berkembangnya industri kosmetika. Pemerintah membuat beberapa aturan yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha di bidang kosmetik. Pemerintah menciptakan peraturan-perundang-undangan perizinan di bidang usaha kosmetika sebagai wujud perlindungan terhadap konsumen. Menurut Pudjiastuti (2017) perizinan di bidang kosmetika meliputi :

a. Izin Usaha (IUI, TDI/SIUP)

Izin usaha dilakukan berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 107 Tahun 2015 tentang Izin Usaha

Industri. Izin usaha merupakan wewenang Kementerian Perindustrian atau Pemerintah Provinsi/Kota/Kabupaten. Keberadaan izin ini memiliki fungsi sebagai legalitas pendirian usaha atau kegiatan usaha bidang produksi, distributor atau perdagangan.

b. Izin Produksi

Izin produksi dilakukan berdasarkan Permenkes Nomor 1175/VIII/2010 tentang Izin Produksi Kosmetika. Izin produksi merupakan wewenang Dirjen Farmasi & Alat Kesehatan Kemenkes. Keberadaan izin ini memiliki fungsi untuk melakukan pengendalian terhadap produksi kosmetika untuk memenuhi CPKB

c. Izin Edar

Izin edar dilakukan berdasarkan Peraturan Kepala BPOM Nomor Hk.00.05.1.23.3516 tentang Izin Edar Produk Obat, Obat Tradisional, Kosmetik, Suplemen Makanan. Izin edar merupakan wewenang BPOM. Keberadaan izin ini adalah meregistrasi produk kosmetik agar produk tersebut secara sah dapat di edarkan di wilayah Indonesia.

d. Persetujuan Impor

Persetujuan impor dilakukan berdasarkan Permenkes Nomor 14/2016 tentang Rekomendasi Persetujuan Impor Barang Komplementer. Persetujuan impor merupakan wewenang Kementerian Perdagangan. Izin ini digunakan untuk menyeleksi dan mengendalikan usaha yang melakukan impor barang komplementer, barang untuk keperluan tes pasar dan pelayanan purna jual.

Keberadaan sejumlah izin dilakukan untuk menjamin keberadaan produk kosmetik tersebut layak beredar. Dalam upaya memperoleh izin tersebut, produk kosmetik yang di edarkan pastinya telah

dinyatakan aman, dan tidak boleh mengandung zat-zat berbahaya. Zat-zat berbahaya yang seringkali dijumpai dalam produk kosmetik adalah: Merkuri (Hg), zat pewarna Rhodamin B dan Merah K.3 serta Hidroquinon >2 %. Bahan-bahan seperti tersebut diatas telah dilarang penggunaannya semenjak tahun 1998 melalui Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 445/MENKES/PER/V/1998 tentang Bahan Zat Warna, Substratum, Zat Pengawet dan Tabir Surya pada Kosmetik.

Penggunaan Merkuri (Hg) dalam kosmetik dapat memberi efek samping berupa perubahan warna kulit yang menyebabkan bintik-bintik hitam pada wajah, alergi serta iritasi kulit. Pemakaian kosmetik yang mengandung Merkuri (Hg) dalam jangka panjang dapat menyebabkan kerusakan permanen pada otak, ginjal dan gangguan perkembangan janin bagi ibu hamil. Sedangkan zat warna Rhodamin B sangat berbahaya jika mengenai kulit, mata ataupun terhirup. Dampak yang terjadi berupa iritasi kulit, iritasi mata, iritasi saluran pernapasan dan pencernaan serta berpotensi menyebabkan kanker hati. Keberadaan Rhodamin B tidak dapat di metabolisme oleh hati sehingga menyebabkan terganggunya fungsi hati (Mukaromah & Maharani, 2008).

Hukum Perlindungan Konsumen

Konsumen didefinisikan sebagai setiap orang atau pemakai yang menggunakan barang di masyarakat serta diperuntukan bagi kepentingan pribadi, orang lain dan juga makhluk hidup lainnya dan tidak untuk dijual kembali. Adapun jenis konsumen dapat dibedakan menjadi 2 (dua) : 1. Konsumen akhir sebagai pembeli suatu produk yang memakai produk tersebut ataupun jasa yang diperuntuk diri sendiri dan tidak diperjualbelikan kembali. Contoh : konsumen perorangan ataupun kelompok. 2. Konsumen antara dapat diartikan sebagai konsumen yang membeli atau menggunakan suatu barang, baik barang dagangan maupun administrasi untuk keperluan fungsional perkumpulan

organisasi. Contoh : grosir, distributor, pengecer dan agen (Miru & Yodo, 2004)

Perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia telah diatur dalam pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa “Pelindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.

Asas Pelindungan Konsumen

Berdasarkan keberadaan Undang-Undang Nomor 08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pada pasal 2 dijelaskan tentang asas-asas dalam perlindungan konsumen antara lain:

- a. Asas Manfaat
Asas ini berusaha menjaga keamanan pembeli dalam memperoleh kemanfaatan semaksimal mungkin untuk keinginan pelanggan dan pengusaha secara menyeluruh.
- b. Asas Keadilan
Asas keadilan memiliki manfaat yaitu kebebasan kepada pembeli dan pelaku bisnis untuk mendapatkan hak istimewa mereka dan melakukan komitmen/kewajiban mereka secara merata.
- c. Asas Keseimbangan
Asas keseimbangan adalah pemberian keselarasan diantara kepentingan pelanggan, pelaku bisnis dan otoritas publik secara material maupun spiritual.
- d. Asas Keamanan dan Keselamatan
Pelaku usaha harus memberikan jaminan keamanan dan keselamatan bagi pembeli dalam memanfaatkan pemakaian dan penggunaan produk.
- e. Asas Kepastian Hukum
Pelaku usaha ataupun pembeli yang mematuhi aturan akan memperoleh kepastian hukum yang sah.

Tujuan Hukum Perlindungan Konsumen

Tujuan hukum perlindungan konsumen ada pada pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha;
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Hak dan Kewajiban Konsumen

Hak Konsumen

Berdasarkan keberadaan Undang-Undang Nomor 08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pada pasal 4 dijelaskan tentang hak konsumen antara lain:

- a. Hak konsumen yang berkaitan dengan dasar kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Hal ini merupakan hak yang paling penting dan harus dihormati oleh produsen kosmetik.

- b. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa.
- c. Hak untuk di dengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- d. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- e. Hak untuk pembinaan dan pendidikan konsumen.
- f. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- g. Hak untuk memperoleh ganti jika mengalami kerugian, penggantian dan juga kompensasi, apabila produk tidak sesuai dengan yang seharusnya.

Kewajiban Konsumen

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pada pasal 5 dijelaskan kewajiban konsumen antara lain:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan.
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Teori Perjanjian

Masalah perjanjian telah didefinisikan dalam pasal 1313 KUH Perdata yang berbunyi : perjanjian merupakan pembuktian dimana sekurang-kurangnya satu orang mengikatkan diri kepada sekurang-kurangnya satu orang lainnya. Dalam prakteknya, pelaksanaan perjanjian

dapat dilakukan seorang diri atau pun dalam bentuk badan usaha. Pada sektor perdagangan, individu atau badan usaha yang melakukan perjanjian dikenal dengan istilah pelaku usaha dan konsumen. Pelaku usaha harus memahami hak dan kewajibannya sesuai dengan pasal 6 dan pasal 7 Undang-Undang Nomor 08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Hak pelaku usaha adalah:

- a. Hak untuk menerima bayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang tidak beritikad baik.
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- e. Hak-hak yang diatur dalam peraturan perundangan lainnya.

Kewajiban pelaku usaha adalah:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau

mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.

- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

Saat ini globalisasi ekonomi merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Hal ini berimplikasi pada perdagangan bebas yang menyebabkan perdagangan dan persaingan semakin cepat, ketat dan *fair* (Apridar, 2012). Kondisi ini diiringi oleh perkembangan teknologi dan keberadaan media internet, maka proses ekonomi mulai mengenal istilah perdagangan elektronik atau jual beli online (*e-commerce*). Perdagangan ini memungkinkan pelaku usaha dan konsumen berinteraksi di dunia virtual. Sistem perdagangan secara *e-commerce* dirancang untuk menandatangani perjanjian secara elektronik. Penandatanganan ini dimulai saat pembelian, pemeriksaan dan pengiriman (Barkatullah & Prasetyo, 2005). Upaya yang dilakukan pemerintah untuk mengatur masalah transaksi online dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Teknologi dan Elektronik yang telah diubah melalui Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Sedangkan penjelasan lebih lengkap mengenai undang-undang, dibahas di Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Pada pasal 1 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik dijelaskan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan

komputer, dan/atau media elektronik lainnya.

Transaksi jual beli yang dilakukan secara online mengakibatkan terbitnya perjanjian yang dilakukan secara online atau yang lebih dikenal dengan istilah kontrak elektronik. Keabsahan kontrak elektronik harus sesuai dengan pasal 46 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik yang menyatakan kontrak elektronik sah apabila :

- a. Terdapat kesepakatan para pihak;
- b. Dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan;
- c. Terdapat hal tertentu;
- d. Objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan dan ketertiban umum.

Dalam kontrak elektronik juga terdapat syarat-syarat yang harus dipenuhi. Hal ini diatur dalam pasal 47 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, yaitu :

- a. Data identitas para pihak;
- b. Objek dan spesifikasi;
- c. Harga dan biaya;
- d. Prosedur dalam hal terdapat pembatalan oleh para pihak;
- e. Ketentuan yang memberikan hak kepada pihak yang dirugikan untuk dapat mengembalikan barang dan/atau meminta penggantian produk jika terdapat cacat tersembunyi;

Pilihan hukum penyelesaian transaksi elektronik.

METODOLOGI

Penelitian menggunakan metode hukum normatif. Menurut Soekanto & Mamudji (2003), penelitian hukum normatif adalah penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data

sekunder. Penelitian hukum normatif disebut juga penelitian hukum doktrinal. Menurut Marzuki (2010), penelitian hukum normatif adalah suatu proses untuk menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi.

Pada penelitian jenis ini, seringkali hukum dikonsepsikan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan atau hukum dikonsepsikan sebagai kaidah atau norma yang menjadi patokan berperilaku manusia yang dianggap pantas (Amiruddin & Asikin, 2006). Dalam penelitian ini akan dikaji regulasi hukum yang berlaku dan norma hukum yang ada. Regulasi yang berlaku mulai dari hukum perlindungan konsumen sampai dengan teori perjanjian

Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statue approach*) dan konseptual (*conseptual approach*). Pada penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dengan mengumpulkan bahan-bahan pustaka, informasi-informasi yang terkandung dalam undang-undang yang berlaku, serta penelitian-penelitian serupa yang telah dilakukan sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Upaya perlindungan hukum terhadapkonsumen dari keberadaan kosmetik yang mengandung bahan berbahaya dalam transaksi jual beli online (*e-commerce*)

Kosmetik telah menjadi kebutuhan pokok yang digunakan setiap hari untuk dapat menjaga penampilan. Kosmetik dibutuhkan tidak hanya oleh kaum wanita, tetapi kaum pria, bahkan anak-anak dan orang tua menjadi sasaran baru industri ini. Penggunaan kosmetik dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan diri dan menambah daya tarik.

Kebutuhan akan produk-produk kosmetik menjadikan industri kosmetik

memiliki peluang besar dalam sektor bisnis, terlebih lagi globalisasi yang tengah terjadi dan majunya teknologi informasi seperti media internet. Globalisasi menyebabkan perdagangan tidak terhalang ruang dan waktu. Ruang makin dipersempit dan waktu semakin dipersingkat dalam interaksi dan komunikasi pada skala dunia. Hal ini berdampak pada pelaku usaha yang lebih mudah menjual produk-produknya tanpa terhalang batas wilayah. Keadaan ini juga sangat menguntungkan konsumen sebagai pengguna kosmetik. Karena kemudahan dalam memperoleh barang yang dibutuhkan.

Upaya yang dilakukan pemerintah untuk memberi perlindungan konsumen dimulai dengan proses :

1. Proses perizinan

Proses perizinan dilakukan sebagai wujud perlindungan terhadap konsumen. Proses perizinan di bidang kosmetika meliputi :

- a. Izin Usaha (IUI, TDI/SIUP)
Izin usaha dilakukan berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 107 Tahun 2015 tentang Izin Usaha Industri. Izin usaha merupakan wewenang Kementerian Perindustrian atau Pemerintah Provinsi/Kota/Kabupaten. Keberadaan izin ini memiliki fungsi sebagai legalitas pendirian usaha atau kegiatan usaha bidang produksi, distributor atau perdagangan.
- b. Izin Produksi
Izin produksi dilakukan berdasarkan Permenkes Nomor 1175/VIII/2010 tentang Izin Produksi Kosmetika. Izin produksi merupakan wewenang Dirjen Farmasi & Alat Kesehatan Kemenkes. Keberadaan izin ini memiliki fungsi untuk melakukan pengendalian terhadap produksi kosmetika untuk memenuhi CPKB
- c. Izin Edar
Izin edar dilakukan berdasarkan Peraturan Kepala BPOM Nomor

Hk.00.05.1.23.3516 tentang Izin Edar Produk Obat, Obat Tradisional, Kosmetik, Suplemen Makanan. Izin edar merupakan wewenang BPOM. Keberadaan izin ini adalah meregistrasi produk kosmetik agar produk tersebut secara sah dapat di edarkan di wilayah Indonesia.

- d. Persetujuan Impor
Persetujuan impor dilakukan berdasarkan Permenkes Nomor 14/2016 tentang Rekomendasi Persetujuan Impor Barang Komplementer. Persetujuan impor merupakan wewenang Kementerian Perdagangan. Izin ini digunakan untuk menyeleksi dan mengendalikan usaha yang melakukan impor barang komplementer, barang untuk keperluan tes pasar dan pelayanan purna jual.

Produk yang tidak memiliki izin atau ilegal sangat rentan untuk mengandung bahan-bahan yang berbahaya seperti Merkuri (Hg) atau Rhodamin B sebagai pewarna. Sehingga pada akhirnya produk-produk tersebut tidak memiliki jaminan layak, aman bahkan bermutu bagi konsumen apabila digunakan secara jangka panjang maupun jangka pendek. Tidak diperbolehkannya penjualan kosmetik secara ilegal mengingat keberadaan kosmetik yang langsung berkontak dengan kulit manusia. Sehingga pemakaian zat berbahaya seperti Merkuri (Hg) dan Rhodamin B dapat menyebabkan iritasi kulit, perubahan warna kulit bahkan berpotensi menyebabkan kanker.

Di sisi lain, keberadaan kosmetik ilegal berkembang pesat karena keserakahan oknum pelaku usaha yang ingin memperoleh keuntungan yang besar dari penjualan kosmetik. Apalagi penggunaan zat berbahaya seperti Merkuri (Hg) akan memberikan efek yang cepat apabila dicampurkan dalam kosmetik. Hal ini tentunya sangat menarik minat masyarakat yang menginginkan hasil instan dalam penggunaan produk kosmetik. Tidak hanya

itu, distributor kosmetik juga dapat terjerat dalam tindak pidana apabila mengetahui produk kosmetik tersebut ilegal dan tetap memasarkan produk yang ditengarai ilegal tersebut.

Adapun cakupan mengenai aspek perlindungan konsumen menurut Heryansyach & Latumahina (2022) terbagi atas 2 (dua) hal, yakni :

- a. Perlindungan konsumen terhadap suatu produk/barang yang pada akhirnya yang datang di tangan pembeli tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan di awal sebelum adanya transaksi/sewaktu ada transaksi jual beli.
- b. Perlindungan hukum dimana adanya suatu syarat yang dianggap tidak adil bagi para pembeli dalam melakukan transaksi tersebut.

2. Proses penegakan hukum

Pemerintah selaku regulator berupaya mengatasi masalah perlindungan konsumen melalui keberadaan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pada regulasi tersebut, dijelaskan tentang hak dan kewajiban konsumen seperti diatur dalam pasal 4 dan pasal 5. Sedangkan hak dan kewajiban pelaku usaha yang memproduksi barang diatur dalam pasal 6 dan pasal 7. Selanjutnya upaya yang dilakukan pemerintah terhadap peredaran produk kosmetik adalah :

a. Proses pengawasan

Proses pengawasan tentang peredaran dan perdagangan kosmetika dilakukan selain melibatkan BPOM sebagai lembaga pemerintah, juga harus melibatkan masyarakat secara luas sebagai pengguna kosmetik agar hak-hak masyarakat sebagai konsumen bisa terpenuhi.

b. Penerapan sanksi administrasi

Penerapan sanksi administrasi dilakukan sebagai tindak lanjut proses pengawasan

yang dilakukan. Sanksi administratif bersifat represif.

c. Hukuman Pidana

Sesuai dengan pasal 7 ayat 2 Peraturan BPOM Nomor Hk.00.05.1.23.3516 tentang Izin Edar Produk Obat, Obat Tradisional, Kosmetik, Suplemen Makanan. Maka sanksi pidana yang diberikan pada adalah sebagai berikut:

1. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang kesehatan

- a) Pasal 196 mengenai perbuatan yang dengan sengaja memproduksi atau mengedarkan sediaan farmasi dan/atau alat kesehatan yang tidak memenuhi standar dan/atau persyaratan keamanan, khasiat atau kemanfaatan, dan mutu sebagaimana dimaksud dalam Pasal 98 ayat (2) dan ayat (3) di pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- b) Pasal 197 bahwa setiap orang yang dengan sengaja memproduksi atau mengedarkan sediaan farmasi dan/atau alat kesehatan yang tidak memiliki izin edar sebagaimana pasal 106 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 15 (lima belas) tahun dan denda paling banyak Rp. 1.500.000.000 (satu miliar lima ratus juta rupiah).

2. Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

- a) Pasal 62 yaitu larangan yang diberikan kepada pelaku usaha yang memproduksi maupun menjual produk kosmetik yang nyatanya “merugikan” bagi pembeli maka akan dikenakan hukuman penjara paling lama 5 (lima) tahun dan denda sebesar Rp. 2.000.000.000,- Serta apabila didapati perbuatan curang terhadap kosmetik yang diedarkan, maka akan diberi hukuman tambahan, yakni :

- i. Perampasan barang;
- ii. Pengumuman putusan hakim;
- iii. Membayar ganti rugi;
- iv. Adanya penghentian untuk melakukan kegiatan yang bersifat merugikan konsumen;
- v. Barang yang telah diedarkan wajib ditarik kembali dan tidak diperbolehkan di edarkan;
- vi. Izin usaha dicabut.

3. Pasal 386 ayat 1 KUHP

Pasal 386 : ayat (1) barang siapa menjual, menawarkan atau menyerahkan barang makanan, minuman, atau obat – obatan yang diketahui bahwa itu dipalsu, dan menyembunyikan hal itu, diancam dengan pidana penjara paling lama empat tahun.

Pada produk-produk yang dijual secara online juga diatur oleh pemerintah sesuai dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Sehingga transaksi yang dilakukan secara online tetap dapat disebut transaksi yang sah selama mengikuti kaidah yang ada dalam peraturan diatas.

II. Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat membeli kosmetik menggunakan jasa jual beli online (*e-commerce*)

- a. Lebih hemat waktu dan tenaga Berdasarkan artikel Bayu (2022) yang memaparkan hasil survei dataindonesia.id pada tahun 2022, berbelanja secara online memberikan banyak kemudahan bagi konsumennya. Saat berbelanja online, konsumen bisa menghemat waktu berbelanja. Karena tidak

membutuhkan waktu untuk pergi ke toko, merasakan macetnya perjalanan dan panjangnya antrian.

Disisi lain berbelanja merupakan sesuatu yang melelahkan, karena saat berbelanja harus berpindah dari satu tempat ke tempat yang lain untuk memperoleh barang yang di inginkan. Konsumen juga cenderung hanya melihat dan memilih barang yang ada di etalase karena rasa sungkan untuk meminta bantuan kepada pramuniaga (Olii dkk, 2020). Sedangkan saat berbelanja online konsumen bisa puas melihat-lihat dan memilih barang tanpa ada rasa sungkan. Dengan demikian, belanja online dapat disimpulkan mampu menghemat waktu dan tenaga.

- b. Kemudahan dalam transaksi
Kemudahan dalam melakukan transaksi jual beli online (*e-commerce*) disebabkan adanya media internet. Media internet menjadi salah satu kebutuhan masyarakat saat ini. Keberadaan media internet, memicu suburnya transaksi jual beli online (*e-commerce*) karena kemudahan transaksinya.
- c. Kelengkapan informasi
Menurut Kotler & Armstrong (2003), terdapat beberapa faktor yang menyebabkan konsumen berbelanja online, salah satunya adalah kelengkapan informasi. Konsumen dapat berinteraksi dengan situs penjual untuk mencari informasi, produk atau jasa yang benar-benar konsumen inginkan, kemudian memesan atau mendownload informasi ditempat. Keadaan mengenai kelengkapan informasi ini seringkali terabaikan saat konsumen belanja di toko konvensional.
- d. Perbandingan harga
Keberadaan internet sebagai mesin pencari mengakibatkan konsumen

dengan mudah memperoleh informasi mengenai harga suatu produk dan membandingkan harga produk tersebut dengan produk lainnya yang serupa. Kemudahan ini diperoleh saat kita berbelanja secara online. Pada akhirnya kita akan memilih untuk berbelanja produk dengan harga jual yang cenderung lebih murah dibandingkan produk yang dibeli langsung di toko resmi.

- e. Produk yang tersedia setiap saat
Salah satu kelebihan membeli barang di jual beli online adalah produk yang selalu tersedia setiap saat. Toko belanja online akan buka selama 24 (dua puluh empat jam) setiap harinya. Toko belanja online tidak mengenal istilah libur. Hal ini berbanding terbalik dengan toko konvensional yang mengenal jam buka dan jam tutup toko. Kondisi yang demikian menyebabkan konsumen gemar membeli produk menggunakan jasa jual beli online termasuk membeli kosmetik.

III. Faktor yang mempengaruhi peredaran kosmetik berbahaya di masyarakat

- a. Rendahnya tingkat pendidikan masyarakat.

Indonesia adalah salah satu negara dengan jumlah penduduk yang padat. Kepadatan jumlah penduduk tidak diimbangi dengan peningkatan kapasitas ekonomi, sehingga pada akhirnya kesejahteraan masyarakat jadi menurun.

Berdasarkan survey BPS yang dirilis pada tahun 2022. Tingkat pendidikan penduduk Indonesia didominasi oleh penduduk dengan pendidikan rendah. Jumlah penduduk yang tamat pendidikan menengah masih 29, 21 % dan jumlah penduduk yang lulus jenjang pendidikan tinggi hanya sebesar 9,67 %. Dominasi Penduduk dengan

tingkat pendidikan rendah menghadirkan berbagai problem sosial, salah satunya adalah rendahnya pengetahuan dan pemahaman akan produk kosmetik yang digunakan (Natah & Marwanto, 2020). Alih-alih menambah kepercayaan diri dengan menggunakan produk kosmetik, pada akhirnya konsumen lebih banyak tertipu karena tidak mengetahui bagaimana memilih kosmetik yang aman atau tidak untuk digunakan.

- b. Masyarakat yang mudah tergiur akan harga murah

Tingkat pendidikan penduduk yang rendah di Indonesia, menghadirkan pola pikir yang cenderung menyukai produk yang lebih murah dan ekonomis, hal ini juga termasuk pada saat memilih produk kosmetik. Seringkali masalah harga menjadi rujukan dan mengabaikan dampak dari penggunaan produk tersebut.

- c. Pola fikir masyarakat yang menyukai hasil instan

Indonesia sebagai negara kepulauan yang memiliki berbagai suku di dalamnya, memiliki keanekaragaman warna kulit, jenis rambut hingga fitur wajah. Hal ini menjadikan kecantikan perempuan Indonesia itu sangat unik, berbeda-beda dan tidak ada satu standar (Anna, 2022). Tetapi pada kenyataannya, masyarakat Indonesia memiliki kecenderungan untuk menentukan standar kecantikan menurut mereka. Salah satu standar kecantikan tersebut adalah memiliki kulit yang putih, muka tirus dan hidung mancung.

Kenyataan ini menjadikan pelaku usaha di bidang kosmetik berlomba-lomba untuk membuat produk yang di klaim mampu menjadikan kulit putih dalam penggunaan teratur. Bahkan terdapat beberapa produk yang mampu menghadirkan kulit putih dalam waktu cepat dan singkat. Tentunya masyarakat

umum sangat mudah tergiur dengan kondisi yang seperti ini. Sehingga produk produk kosmetik seperti ini sangat laris di pasaran.

Kenyataan ini menjadikan masyarakat gemar membeli produk ilegal tanpa ada izin edar, dengan iming-iming hasil yang cepat dan instan tanpa memikirkan jaminan keaslian produk

Pada akhirnya, hal-hal seperti ini yang menyebabkan peredaran produk kosmetik berbahaya akan tetap terus berkembang. Karena tetap akan ada konsumen yang berminat untuk membeli produk tersebut.

KESIMPULAN

Upaya yang dilakukan pemerintah untuk melindungi konsumen dari keberadaan kosmetik yang mengandung bahan berbahaya dimulai dari tahapan proses perizinan yang dilakukan terhadap kosmetik yang akan diperdagangkan. Selanjutnya setelah proses perizinan, terdapat proses penegakan hukum bagi pelaku usaha yang tidak mematuhi aturan yang ditetapkan.

Proses perizinan di bidang kosmetika dimulai dari keberadaan izin usaha, izin produksi, izin edar dan persetujuan impor. Selanjutnya dalam upaya penegakan hukum, terdapat tahapan pengawasan, sanksi administrasi dan hukum pidana yang akan dijatuhkan.

Terdapat beberapa regulasi yang diterbitkan pemerintah mengatur masalah perlindungan hukum terhadap konsumen yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Selanjutnya untuk melindungi konsumen dari transaksi digital yang merugikan, pemerintah menerbitkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang

Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

Keseluruhan upaya yang dilakukan pemerintah untuk memberikan perlindungan hukum bagi konsumen seharusnya sudah cukup melindungi hak konsumen, namun pada kenyataannya masih belum efektif seperti yang diharapkan semua pihak. Butuh kerjasama semua pihak secara menyeluruh untuk lebih memaksimalkan hasil yang diharapkan.

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat membeli kosmetik menggunakan jasa jual beli online (*e-commerce*) adalah : lebih hemat waktu dan tenaga, kemudahan dalam transaksi, kelengkapan informasi, perbandingan harga dan keberadaan produk yang tersedia setiap saat.

Selanjutnya faktor yang mempengaruhi peredaran kosmetik berbahaya di masyarakat adalah rendahnya tingkat pendidikan masyarakat, masyarakat yang mudah tergiur akan harga murah serta pola pikir masyarakat yang menyukai hasil instan.

SARAN

Peningkatan sinergi antarunsur perencana dan antara perencana dengan bidang-bidang, baik di internal perangkat daerah maupun antarperangkat daerah di lingkungan Pemerintah Provinsi Lampung.

Peningkatan kualitas partisipasi masyarakat dalam proses perencanaan pembangunan dengan membuka luas saluran komunikasi dan informasi publik. Pembinaan sistem perencanaan perlu dilakukan secara terintegrasi dengan melibatkan berbagai pihak baik unsur pimpinan, akademisi, masyarakat, serta stakeholder secara berkesinambungan dan terus menerus.

Peningkatan kapasitas dan kompetensi SDM perencana menjadi kebutuhan perangkat daerah, sehingga perencanaan lebih dapat dilakukan secara profesional dan efektif dalam menjawab kebutuhan

masyarakat. Peningkatan kompetensi, kapasitas, dan kapabilitas SDM perencana dapat dilakukan melalui Diklat, Bimtek, workshop, dan pendampingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amiruddin, dan H. Zainal Asikin.2006. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta, hlm 118.
- Anna, Lusya Kus. 2022. *Adakah Standar Kecantikan Perempuan Indonesia ?*.<https://lifestyle.kompas.com/read/2022/07/24/161900920/adakah-standar-kecantikan-perempuan-indonesia-?page=all>
- Apridar, 2012. *Ekonomi Internasional : Sejarah, Teori, Konsep dan Permasalahan dalam Aplikasinya*. Graha Ilmu. Yogyakarta, hlm 261.
- Ardansyah, H. Patmarina., N. Erisna & Ni Wayan Dewi Sriyani. 2022. *Analisis Strategi Pemasaran pada Massa Pandemi Covid-19 di Toko Laksmi Kebaya Lampung*. Inovasi Pembangunan : Jurnal Kelitbangan Volume 10 Nomor 2, hlm 109.
- Bayu, Dimas. 2022. *Laporan Survey Belanja Online 2022*. DataIndonesia.id
- Barkatullah, AH & Teguh Prasetyo. 2005. *Bisnis E-Commerce : Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta, hlm vii.
- Beni, S., A.P.Asmara., C.Lisias & E.Y. Yeni. 2022. *Analisis Penguatan Strategi Pemasaran dengan Memanfaatkan Media Sosial dalam Mempertahankan UMKM di Era New Normal*. Inovasi Pembangunan : Jurnal Kelitbangan Volume 10 Nomor 2, hlm 211.

- Djajadisastra. J. 2005. *Teknologi kosmetik*. Departemen Farmasi FMIPA. Universitas Indonesia. Tangerang
- Firmansyah, H & E.Hendra. 2015. *Implikasi Globalisasi Ekonomi dan Perdagangan Beras Terhadap Stabilitas Nilai Rupiah*. Jurnal Asy-Syari'ah Vol 15 April 2015 No 1, hlm 47.
- Heryansyach, R.S & R.E. Latumahina. 2022. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Peredaran Kosmetik Ilegal Secara Online*. Bureaucracy Journal : Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance. E-ISSN : 2777-0621, hlm 137.
- Kotler, P., & G. Armstrong. 2003. *Marketing (6th Edition)*. Pearson Prentice Hall. New Jersey.
- Krisna, 2005. *Pengaruh Globalisasi Terhadap Pluralisme Kebudayaan Manusia di Negara Berkembang*. Jurnal.internet,public Vol 1 No 2 September 2005, hlm 43.
- Marzuki, Peter Mahmud.2010. *Penelitian Hukum*. Kencana Prenada. Jakarta, hlm. 35.
- Miru, A, Sutarman Yodo. 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Mukaromah A.H, Maharani E.T. 2008. *Identifikasi Zat Warna Rhodamine B Pada Lisptik Berwarna Merah*. Jurnal Ilmu Kesehatan, Vol. 1 No. 1 Program Studi DIII Analisis Kesehatan Universitas Muhammadiyah.
- Muslimin, Erwin., Deden Heri & M. Erihadiana. 2022. *Kesiapan merespon Dampak Negatif dan Positif Dampak Globalisasi dalam Pendidikan Islam*. Jurnal Disrosah Islamiah. Volume 4 No 1 E-ISSN 2716-4883, hlm 60.
- Natah, L.C.B & Marwanto. 2020. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang Mengkonsumsi Produk Kosmetik Impor Ilegal yang Mengandung Bahan Berbahaya*. Jurnal Kertha Semaya Vol. 8 No.2. hlm 217.
- Olii, M.R., M.H. Pratiknjo & J.N. Matheosz. 2020. *Online Hop Sebagai Belanja Alternatif Belanja Masyarakat Kota Manado*. Jurnal Holistik. ISSN: 1979-0481.hlm 6.
- Pangaribuan, Lina. 2017. *Efek Samping Kosmetik dan Penanganannya Bagi Kaum Perempuan*. Jurnal Keluarga Sehat Sejahtera Vol 15 Desember 2017, hlm 21-22.
- Soekanto, Soerjono & Sri Mamudji, 2003.*Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta, hlm. 13.
- Yulianto, Fifit Alfiah., E.P.Harahap., B.J. Pahad., Andriyanto., I.A. Azhari dan R.S. Saputra. 2015. *Analisa Peranan Teknologi Internet sebagai Media Transaksi E-Commerce dalam Meningkatkan Perkembangan Ekonomi*. Seminar Nasional Teknologi Informasi & Multimedia. Yogyakarta, hlm 26.

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang kesehatan

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik