

Perlindungan Konsumen Produk Skincare Pada Penjualan Secara *Online*

Oti Handayani¹, Esther Masri²

¹²Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Email: otih.handayani@gmail.com; esthermasri45@gmail.com

*Corresponding author

Article info

Received: Oct 17, 2023

Revised: Sep 27, 2023

Accepted: Nov 12, 2023

DOI: <https://doi.org/10.31599/krtha.v17i3.3084>

Abstract : *Skincare is a skin care product that is popular among the majority of female consumers. One way to obtain skincare products is through online purchases, which, despite its advantages, also has disadvantages such as not meeting expectations (cheap prices but containing harmful substances) and being prone to fraud. The aim of this research is to understand the regulations regarding online buying and selling and consumer protection for skincare products using the online buying and selling system, particularly in terms of negative impacts on consumer health. This research is a doctrinal study that utilizes primary, secondary, and tertiary legal sources. The results of this research are as follows: Firstly, the online buying and selling of skincare products through marketplaces, as stipulated in Articles 1457 and 1458 of the Civil Code, utilize electronic contracts that include the identification of the parties involved, object and specifications, requirements for electronic transactions, pricing and costs, cancellation procedures, rights of aggrieved parties, and dispute resolution. Online buying and selling is recognized as a legitimate and accountable electronic transaction based on Government Regulation Number 71 of 2019 on the Implementation of Electronic Systems and Transactions. Online buying and selling is also regulated by the fatwa of the National Sharia Council of the Indonesian Ulema Council, No. 05/DSN-MUI/IV/2000, which provides provisions regarding payment, goods, parallel salam, goods delivery, cancellation, and disputes. Secondly, consumers of skincare products through online buying and selling are protected by the state both preventively through legislation (Consumer Protection Law No. 8 of 1999, Health Law No. 36 of 2009, Law No. 19 of 2016 on Amendments to Law No. 11 of 2008 on Electronic Information and Transactions, Civil Code, and Criminal Code) and repressively (compensation by businesses; non-litigation through the Consumer Dispute Settlement Board (BPSK); litigation through the courts).*

Keywords : *customer protection, online buying and selling, skincare product*

Abstrak : Skincare merupakan produk perawatan kulit yang digemari oleh mayoritas konsumen wanita. Salah satu cara untuk mendapatkannya melalui pembelian secara online yang selain memiliki kelebihan tetapi juga kekurangan diantaranya tidak sesuai ekspektasi (harga murah namun mengandung zat berbahaya) dan rawan penipuan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaturan tentang jual beli barang secara online dan perlindungan konsumen produk skincare yang menggunakan sistem jual beli online dalam hal terjadinya dampak negatif pada kesehatan konsumen. Penelitian ini adalah penelitian doctrinal dengan menggunakan sumber bahan hukum primer, sekunder dan tersier. Hasil dari penelitian ini yang pertama bahwa Jual beli skincare secara online melalui



marketplace sebagaimana pasal 1457 dan 1458 KUH Perdata menggunakan kontrak elektronik yang memuat: identitas para pihak; objek dan spesifikasi; persyaratan transaksi elektronik; harga dan biaya; prosedur pembatalan; hak pihak yang dirugikan; penyelesaian sengketa. Jual beli online diakui sebagai transaksi elektronik yang sah dan dapat dipertanggungjawabkan berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Jual beli online juga diatur dalam fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No: 05/DSN-MUI/IV/2000 mengenai Jual Beli Salam berisi ketentuan tentang pembayaran, barang, salam parallel, penyerahan barang, pembatalan, perselisihan; kedua Konsumen produk skincare melalui jual beli online dilindungi oleh negara baik secara preventif melalui peraturan perundang-undangan (UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU No. 36 tahun 2009 tentang Kesehatan, UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas UU No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, KUH Perdata dan KUHP) juga secara represif (ganti kerugian oleh pelaku usaha; non litigasi (BPSK); litigasi (pengadilan).

Kata kunci : perlindungan konsumen, jual beli online, produk skincare

I. PENDAHULUAN

Masyarakat semakin sadar akan pentingnya kesehatan termasuk diantaranya kesehatan kulit terutama kulit wajah, hal ini tampak dari kecenderungan melakukan perawatan yang menghasilkan kulit wajah sehat. Perawatan tersebut dilakukan dengan berbagai cara baik dari dalam dengan cara alami seperti memperhatikan asupan makanan dan minuman yang dikonsumsi sehari-hari maupun dari luar dengan mengaplikasikan produk *skincare* seperti menggunakan tabir surya, moisturizer (pelembab), serum dan lain sebagainya.¹

Skincare adalah produk perawatan kulit yang memiliki tujuan mulai dari menenangkan, memulihkan, memperbaiki, hingga melindungi kulit. Dokter kulit di King of Prussia, Pennsylvania, Erum Ilyas mengatakan, seseorang yang rutin menggunakan *skincare* akan membuat kulitnya tetap sehat dan terawat dengan baik serta berdampak pada kesehatan fisik maupun mental.² *Skincare* merupakan salah satu produk yang digemari oleh konsumen wanita karena bagi sebagian besar kaum hawa cantik sudah menjadi kebutuhan primer.³

Motivasi seseorang dalam melakukan pembelian dapat dibedakan menjadi dua yaitu, motif pembelian primer dan selektif. Motif pembelian yaitu motif yang mendorongnya untuk membeli suatu produk.⁴ Motif pembelian tersebut dapat dijadikan tolok ukur bagi pelaku usaha dalam meneliti peluang pasar dengan melihat dari sudut pandang konsumen. Kecenderungan untuk beraktivitas, dimulai dari dorongan yang ada dalam dirinya (*selfdrive*)

¹ <https://ameera.republika.co.id/berita/rse9o9425/tren-kecantikan-2023-tak-sekadar-glowing-masyarakat-juga-ingin-punya-kulit-sehat>

² <https://www.kompas.com/tren/read/2023/01/21/21000165/mengenal-skincare-manfaat-dan-jenis-jenisnya?page=all>

³ Vindya Donna Adindarena, Vira Trinetta Adriana Djar, Mumun Surahman, *Pengaruh Motif Pembelian Rasional Dan Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Skin Care Pada Remaja Perempuan Dan Perempuan Dewasa*, Jurnal Riset Ekonomi, Vol. 2, No. 2, September 2022

⁴ Subianto, T. Studi Tentang "Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, Vol. 3, No. 3, Oktober 2007

menuju penyesuaian diri untuk memenuhi kebutuhan dan rasa puas. Dalam melakukan keputusan pembelian, seseorang memiliki motif tertentu yang mendorongnya melakukan pembelian barang atau jasa, baik secara rasional maupun emosional. Demikian pula produk *skincare*, seseorang tentu memiliki motif tertentu yang menjadi alasan ia membeli produk *skincare*. Motif rasional adalah motif yang didasarkan pada kenyataan-kenyataan seperti yang ditunjukkan oleh suatu produk kepada pengonsumsi. Faktor-faktor yang dipertimbangkan seperti kualitas, harga, layanan, ketersediaan barang, bentuk, efisiensi dalam penggunaan, keawetan, dapat dipercaya, keterbatasan waktu yang ada pada konsumen, kebersihan, dan efisiensi. Sedangkan motif emosional adalah motif yang berkaitan dengan perasaan atau emosi individu. Konsumen yang memiliki motif emosional akan memilih produk berdasarkan harga diri atau kebanggaan, kesenangan, kesukaan, keamanan, kepraktisan, kenyamanan, dan pengungkapan rasa cinta.⁵ Pembelian yang didasari motivasi emosional terjadi pada saat proses penyeleksian barang atau jasa, didasari oleh alasan yang subjektif dan pribadi, seperti kebanggaan, ketakutan, afeksi atau status. Konsumen sering kali terburu-buru untuk membeli produk dengan tidak mempertimbangkan kemungkinan yang akan terjadi untuk jangka panjang.⁶

Ada berbagai cara untuk mendapatkan produk *skincare* diantaranya melalui toko online. Belanja online merupakan fenomena yang terus berkembang di masyarakat, tidak hanya penduduk dengan tingkat ekonomi menengah atas, bahkan hingga yang tergolong di tingkat menengah dan menengah ke bawah. Fenomena ini memiliki dampak positif dan negatif. Kelebihan dari belanja *online* diantaranya: praktis dan efisien; pilihan yang bervariasi; banyak promosi baik dalam bentuk diskon harga maupun *cashback*; sistem pembayaran lebih mudah. Selain kelebihan, belanja *online* juga memiliki sisi kekurangan diantaranya: dapat mengganggu manajemen keuangan; barang tidak sesuai ekspektasi; cenderung membeli barang yang tidak diperlukan (konsumtif); dan rawan penipuan.⁷

Persaingan antar pelaku usaha pada belanja *online* membuat pelaku usaha menjual *skincare* dengan harga super murah yang mengandung ancaman bahan-bahan berbahaya dari kosmetik palsu. Sebagai contoh di Amerika Serikat (AS), terdapat kasus seorang wanita terpapar metil merkuri dari krim yang ia beli murah di toko *online* yang diimpor dari Meksiko. Krim kulit yang ternyata tiruan dari sebuah merek ternama tersebut ditemukan mengandung lebih dari 500 kali kadar merkuri melebihi batasan yang diizinkan untuk produk perawatan kulit.⁸ Di Indonesia, sebagai contoh di Surabaya sepanjang tahun 2022 Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) menemukan kosmetik ilegal dan mengandung bahan berbahaya mencapai 2.455 jenis dalam 249.339 kemasan dengan nilai ekonomi Rp 7,15 miliar dimana 58,91 persennya adalah produk *skincare* pencerah kulit atau wajah yang berasal dari produsen atau distributor kosmetik ilegal besar artinya, sarananya legal, tetapi produk yang dijual illegal. Produk dijual melalui *Multi Level Marketing*

⁵ Yusa, V. De. "Pengaruh Motif Rasional dan Motif Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Blackberry di Bandar Lampung". *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, Vol. 9, No. 2, tahun 2015

⁶ Vindya Donna Adindarena, Vira Trinetta Adriana Djar, Mumun Surahman, "Pengaruh Motif Pembelian Rasional Dan Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Skin Care Pada Remaja Perempuan Dan Perempuan Dewasa", *Jurnal Riset Ekonomi*, Vol. 2, No. 2, September 2022

⁷ <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20608>

⁸ <https://www.klikdokter.com/gaya-hidup/perawatan-wanita/bahaya-membeli-kosmetik-di-toko-online>

(MLM) dan yang terbanyak melalui penjualan *online*. Salah satu *skincare* palsu yang dijual yaitu merek implora dari jenis serum anti jerawat dan serum pencerah wajah.⁹ Contoh lain adalah produk *skincare* yang dikirim tidak sesuai dengan yang dipromosikan semisal dalam hal ukuran.¹⁰

Konsumen produk *skincare* sebagai subjek hukum sesungguhnya memiliki tuntutan yang diharapkan untuk dipenuhi dimana tuntutan tersebut dilindungi dan dijamin oleh hukum dalam pelaksanaannya.¹¹ Berdasarkan uraian tersebut di atas maka penulis meneliti tentang bagaimana pengaturan tentang jual beli barang secara *online* di Indonesia serta bagaimana perlindungan konsumen produk *skincare* yang menggunakan sistem jual beli *online* dalam hal terjadinya dampak negatif pada kesehatan konsumen.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian doctrinal dengan menggunakan model pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konsep (*conceptual approach*). Sumber bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari bahan primer, sekunder dan tersier.¹² Teknis pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan (studi dokumentasi) dan penelusuran internet. Teknis analisis bahan hukum dalam penelitian adalah deskriptif analisis.

III. PEMBAHASAN

Pengaturan Tentang Jual Beli Barang Secara *Online* di Indonesia

Konsumen merupakan warga negara yang wajib dilindungi sebagaimana diamanatkan oleh tujuan pembangunan nasional menurut Pembukaan UUD 1945. Terkait kebutuhan konsumen akan produk *skincare* melalui penjualan *online* melibatkan banyak pihak diantaranya: manufaktur, *services provider*, dan pedagang perantara¹³ yang dalam pelaksanaannya menggunakan *Marketplace*¹⁴. Saat ini di Indonesia terdapat lebih dari 20 *Marketplace* yang beroperasi baik secara konvensional maupun Syariah, diantaranya: Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Shopee dan Hijup.¹⁵

⁹ <https://www.jawapos.com/surabaya-raja/01434236/bpom-surabaya-take-down-link-penjualan-kosmetik-online-ilegal> diakses pada 13 Mei 2023

¹⁰ <https://www.liputan6.com/hot/read/4431795/6-drama-beli-skincare-di-online-shop-ini-bikin-geleng-kepala>

¹¹ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014, hlm. 29

¹² Soerjono Soekanto, *Penelitian Hukum Normatif*, Jakarta: Rajawali Press, 2010, hlm.12-13

¹³ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik Di Indonesia*, Bandung: NusaMedia, 2-17. hlm. 13

¹⁴ *Marketplace* adalah sebuah lokasi atau wadah jual beli produk, dimana penjual dan konsumen bertemu di suatu flat form digital. *Marketplace* adalah perantara antara penjual dan pembeli di dunia maya. Situs marketplace bertindak sebagai pihak ketiga dalam transaksi *online* dengan menyediakan tempat berjualan dan fasilitas pembayaran, *marketplce* bisa dikatakan toko *online* (Adam Luthfi, *et. al.*, *Statistik E-commerce 2020*, (Jakarta: Badan statistik Indonesia, 2020), hlm. 28

¹⁵ <https://store.sirclo.com/blog/marketplace-di-indonesia/>

Transaksi elektronik atas penjualan barang maupun jasa melalui *Marketplace* menggunakan sarana kontrak elektronik. Menurut Edmon Makarim kontrak elektronik atau kontrak online merupakan perikatan atau hubungan hukum yang dilakukan secara elektronik dengan memadukan jaringan (*networking*) dari sistem informasi berbasis komputer (*computer based information system*) dengan sistem komunikasi yang berdasarkan atas jaringan dan jasa telekomunikasi (*telecommunication based*), yang selanjutnya difasilitasi oleh keberadaan jaringan komputer global internet (*network of network*).¹⁶ Dalam kontrak ini, konsumen melakukan kontrak dengan pelaku usaha dengan melakukan pengisian pada suatu formulir yang disediakan melalui sistem elektronik.

Prinsip utama jual beli *online* di Indonesia masih lebih mengedepankan aspek kepercayaan atau “*trust*” terhadap penjual maupun pembeli. Prinsip keamanan infrastruktur transaksi secara *online* seperti jaminan atas kebenaran identitas penjual/pembeli, jaminan keamanan jalur pembayaran (*payment gateway*), jaminan keamanan dan keandalan *website electronic commerce* belum menjadi perhatian utama, terlebih pada transaksi berskala kecil sampai medium dengan nilai nominal transaksi yang tidak terlalu besar (misalnya transaksi jual beli melalui jejaring sosial, komunitas *online*, toko *online*, maupun blog).¹⁷

Secara umum, *Marketplace* melaksanakan kegiatan jual beli sebagaimana pasal 1457 KUH Perdata yaitu *suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan*. Meskipun harga barang yang disepakati belum dibayar namun Jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, hal ini sesuai dengan Pasal 1458 KUH Perdata. Jual beli online sebagai transaksi elektronik juga memiliki pengertian sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 1 angka (2) UU No. 19 Thn 2016 tentang Perubahan atas UU No. 11 Thn 2008 tentang ITE menyatakan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Hal ini diatur lebih spesifik dalam Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE), transaksi jual beli *online* tersebut diakui sebagai transaksi elektronik yang sah dan dapat dipertanggungjawabkan. Persetujuan untuk membeli barang secara online dengan bentuk tindakan penerimaan yang menyatakan persetujuan dalam kesepakatan pada transaksi elektronik.¹⁸

Para pihak dalam jual beli *online* ini harus memenuhi syarat sah perjanjian sebagaimana Pasal 1320 KUH Perdata yaitu: 1. *kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya*; 2. *kecakapan untuk membuat suatu perikatan*; 3. *suatu pokok persoalan tertentu*; 4. *suatu sebab yang tidak terlarang*. Dengan terpenuhinya persyaratan ini maka berlakulah pasal 1338 KUH Perdata yaitu: *persetujuan yang dibuat sesuai dengan undang-undang berlaku sebagai undang-undang*

¹⁶ Edmon Makarim. *Pengantar Hukum Telematika, Suatu Kompulasi Kajian*. Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2005.

¹⁷ <https://www.hukumonline.com/klinik/a/perlindungan-hukum-terhadap-konsumen-1t50bf69280b1ee>

¹⁸ Pasal 1 angka 17 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (“PP PSTE”)

bagi mereka yang membuatnya. Persetujuan itu tidak dapat ditarik kembali selain dengan kesepakatan kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang ditentukan oleh undang-undang. Persetujuan harus dilaksanakan dengan itikad baik.

Secara spesifik syarat sah kontrak elektronik, yaitu: ¹⁹ 1). *Offer* (Penawaran), adalah pernyataan salah satu pihak untuk masuk kedalam ikatan suatu kontrak. Dalam konteks online, sebuah website atau jasa online lainnya dapat memajang informasi produk yang mereka tawarkan; 2). *Acceptance* (Penerimaan), penerimaan penawaran dapat diberitahukan dalam bentuk konfirmasi (penegasan) yang disampaikan melalui e-mail, atau dengan menggunakan media komunikasi lainnya; 3). Persyaratan tertulis dan tanda tangan; 4). Kecakapan dan kewenangan melakukan transaksi. Selain syarat-syarat tersebut, kontrak elektronik juga harus memuat sedikitnya hal-hal sebagai berikut: 1). Data identitas para pihak; 2). Objek dan spesifikasi; 3). Persyaratan Transaksi Elektronik; 4). Harga dan biaya; 5). Prosedur dalam hal terdapat pembatalan oleh para pihak; 6). Ketentuan yang memberikan hak kepada pihak yang dirugikan untuk dapat mengembalikan barang dan/atau meminta penggantian produk jika terdapat cacat tersembunyi; 7). Pilihan hukum penyelesaian Transaksi Elektronik. Sebagai negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam, jual beli *online* juga mendapat pengaturan. Dalam hukum Islam dikenal dengan Akad Salam yaitu transaksi jual beli dimana barang yang diperjualbelikan tidak ada di tempat transaksi, namun dengan membayarnya di muka, pembeli akan mendapatkan barangnya beberapa waktu setelahnya. Dasar hukum yang digunakan akad salam yaitu *Surat Al Baqarah 2: 282* "Hai orang yang beriman! Jika kamu bermu'amalah tidak secara tunai sampai waktu tertentu, buatlah secara tertulis...". Pengaturan lebih lanjut terkait akad salam ini diatur dalam Fatwa dari Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI No: 05/DSN-MUI/IV/2000 mengenai Jual Beli Salam berisi ketentuan tentang pembayaran, barang, salam parallel, penyerahan barang, pembatalan, perselisihan.²⁰ Akad salam terbagi menjadi dua yaitu akad salam dan akad salam parallel.²¹ Perbedaan diantara keduanya yaitu pada akad salam melibatkan dua pihak yaitu penjual dan pembeli sedangkan pada akad salam parallel melibatkan tiga pihak yaitu penjual, pemasok barang dan pembeli.

Akad salam terdiri dari beberapa hal, yaitu: 1). Kedua belah pihak dalam akad jual beli meraih kesepakatan; 2). Pembeli melakukan pembayaran terhadap penjual; 3). Penjual memberikan barang ke pembeli selama memenuhi persyaratan yaitu barang dan waktu pengiriman sesuai yang telah disepakati di awal.

Akad salam paralel (transaksi dengan tiga pihak: penjual, pembeli dan pemasok barang) terdiri dari beberapa hal, yaitu: 1). Pemilik akun dan bank meraih kesepakatan terkait pesanan barang melalui negosiasi; 2). Bank akan memesan barang ke penjual dan membayar di muka; 3). Penjual mengirim lampiran kepada bank; 4). Penjual mengirim barang kepada pemilik akun atau pembeli; 5). Pemilik akun atau pembeli membayar bank.

Rukun akad salam terdiri dari: 1). *Muslim* (pembeli) adalah pihak yang membutuhkan dan memesan barang; 2). *Muslim ilaih* (penjual) adalah pihak yang memasok barang pesanan; 3). Modal atau uang. Ada pula yang menyebut harga (*tsaman*). Uang panjar

¹⁹ M. Arsyad Sanusi, *Hukum Teknologi dan Informasi*, Tim Kemas Buku, Jakarta, 2005, hlm. 377.

²⁰ Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI No: 05/DSN-MUI/IV/2000 mengenai Jual Beli Salam

²¹ <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2022/04/07/akad-salam-adalah>

atau *ra'sul maal* (uang yang diserahkan sesuai perjanjian harus jelas);4). *Muslan fiib* adalah barang yang dijual belikan, kejelasan mengenai barang yang akan ditukar dalam akad jual beli; seperti ukuran, jumlah, model dan warna, tujuannya mencegah potensi barang tertukar dan meminimalisir konflik. 5). Shigat adalah ijab dan qabul (kedua belah pihak wajib berada pada majelis akad yang sama dan cocok antara ijab dan qabulnya).²²

Rukun Adapun syarat-syarat akad salam terdiri dari: 1). Melaksanakan pembayaran saat perjanjian jual beli; 2). Penjual memiliki hutang berbentuk barang yang telah dibayar oleh pembeli; 3). Barang akan diberikan dalam tenggat waktu sesuai perjanjian; 4). Keterangan jelas mengenai barang (ukuran, jumlah, wujud) untuk menghindari kesalahpahaman; 5). Diketahui dan disebutkan sifat-sifat dan macam barangnya; 6). Alamat dimana barang akan diterima.²³

Perlindungan Konsumen Atas Ekses Kesehatan Akibat Penggunaan Produk Skincare

Perlindungan konsumen menjadi salah satu hal yang wajib untuk melindungi konsumen²⁴ dalam memilah dan membeli produk dari produsen dan distributor nakal yang menggunakan merek tidak original sehingga menghasilkan barang tidak original pula. Barang-barang tersebut sering kali terlihat sama, namun memiliki kualitas yang berbeda, apabila konsumen tidak jeli dalam menilai produk tersebut, bisa saja tertipu dan membayar barang tersebut dengan harga yang setara dengan produk yang sebenarnya.

Bentuk perlindungan bagi konsumen meliputi perlindungan hukum dimana menurut Phillipus M. Hadjon perlindungan hukum bagi rakyat sebagai tindakan pemerintah yang bersifat preventif dan represif. Perlindungan hukum yang preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa, dan perlindungan yang represif bertujuan untuk menyelesaikan terjadinya sengketa.²⁵ Perlindungan hukum preventif yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Hal ini terdapat dalam peraturan perundang-undangan dengan maksud untuk mencegah suatu pelanggaran serta memberikan rambu-rambu dalam melakukan suatu kewajiban. Perlindungan hukum represif merupakan perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran.²⁶

Perlindungan hukum preventif konsumen produk skincare pada jual beli secara *online* diatur dalam beberapa undang-undang diantaranya: Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), Undang-Undang No. 36 tahun 2009 tentang Kesehatan (UUK), Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik

²² Rasjid, Sulaiman. *Fiqh Islam*. Bandung: Sinar Baru Algensindo. 2001

²³ Mizan; Akad Salam Dalam Transaksi Jual Beli. Jurnal Ilmu Syariah, FAI Universitas Ibn Khaldun (UIKA) Bogor Vol. 4 No. 1 (2016), pp. 121-130

²⁴ Widjaja, G, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen Vol 2*. Jakarta: Gramedia, 2003, hlm 12.

²⁵ Phillipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1987. hlm.29.

²⁶ Muchsin, *Perlindungan dan Kepastian Hukum Bagi Investor di Indonesia*.

(UUTE) serta secara implisit diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP).

Secara umum pengaturan tentang perlindungan konsumen diatur dalam UUPK, namun demikian seiring dengan berkembangnya model bisnis maka undang-undang ini dirasa belum sempurna oleh karenanya dalam beberapa kasus perlu didukung oleh peraturan lain. Terkait perlindungan konsumen produk *skincare* pada jual beli secara online, berikut adalah pengaturan menurut UUPK:

1. Pasal 4 huruf c menyatakan bahwa hak konsumen adalah untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
2. Pasal 4 huruf h menyatakan bahwa hak konsumen adalah untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
3. Pasal 7 huruf b menyatakan bahwa kewajiban pelaku usaha adalah memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
4. Pasal 7 huruf g menyatakan bahwa kewajiban pelaku usaha adalah memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian;
5. Pasal 8 ayat (1) huruf f menyatakan bahwa Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji dinyatakan dalam label, etiket keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
6. Pasal 9 ayat (1) huruf j menyatakan bahwa Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah dengan menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;
7. Pasal 19 ayat (1) menyatakan bahwa Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan;
8. Pasal 62 menyatakan bahwa Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp.2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).²⁷

Penjualan produk *skincare* secara *online* tidak dilakukan secara langsung melainkan melalui komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Pengaturan

²⁷ Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

tentang perlindungan konsumen produk *skincare* pada jual beli *online* yang terdapat dalam UU ITE diantaranya:

1. Pasal 28 ayat (1) UU ITE mengatur tentang perbuatan yang dilarang yaitu “setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik”.
2. Pelanggaran terhadap pasal ini diancam pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 45A ayat (1) yang menyatakan bahwa “Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/ atau denda paling banyak RP 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)”.

Pasal 2 UUPK menyatakan bahwa “Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum”. Berdasarkan pasal ini maka konsumen dalam menggunakan produk khususnya *skincare* harus dijamin keamanan dan keselamatan. Menurut Pasal 1 angka 4 UUK menyatakan bahwa “Sediaan farmasi adalah obat, bahan obat, obat tradisional, dan kosmetika”, berdasarkan pasal tersebut maka *skincare* masuk dalam jenis sediaan farmasi. Untuk memproduksi *skincare* pelaku usaha harus memenuhi persyaratan dan standar yang ditentukan oleh pemerintah. Hal ini bertujuan agar masyarakat dilindungi dari produk-produk *skincare* yang berbahaya. Pengaturan tentang perlindungan konsumen pada jual beli *online* yang terdapat dalam UUK diantaranya:

1. Pasal 98 ayat (1) yang menyatakan bahwa “Sediaan farmasi dan alat kesehatan harus aman, berkhasiat/bermanfaat, bermutu, dan terjangkau”. Lebih lanjut ayat (2) menyatakan bahwa “Setiap orang yang tidak memiliki keahlian dan kewenangan dilarang mengadakan, menyimpan, mengolah, mempromosikan, dan mengedarkan obat dan bahan yang berkhasiat obat”.
2. Pasal 106 ayat (1) menyatakan bahwa “Sediaan farmasi hanya dapat diedarkan setelah mendapat izin edar”.
3. Pasal 196 menyatakan bahwa “Setiap orang 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) dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)”.

Memproduksi dan memperjualbelikan *skincare* yang belum mendapat sertifikat mutu dan izin edar dari BPOM adalah pelanggaran hukum dan dapat dikenakan sanksi administratif juga sanksi pidana. *Skincare* yang dijual dengan harga murah seringkali adalah produk yang tidak mempunyai izin edar dari BPOM karena tidak mencantumkan kandungan bahan baku yang terdapat dalam kosmetik, tidak adanya merek dan petunjuk pemakaian serta tidak ada pencantuman tanggal kadaluarsanya sehingga *skincare* tersebut tidak layak untuk digunakan. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No 63 Tahun 2013 Tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Kesehatan Nomor

1175/MENKES/PER/VIII/2010 Tentang Izin Produksi Kosmetika, dijelaskan pada Pasal 16 bahwa industri kosmetika dilarang membuat kosmetika dengan menggunakan zat-zat berbahaya seperti yang diatur dalam perundang-undangan. Misalnya mengandung mercury dan hydroquinon yang dapat menyebabkan kanker kulit. Tindakan administrasi yang seharusnya diberikan kepada para pelaku usaha nakal adalah peringatan secara tertulis diantaranya larangan mengedarkan produknya untuk sementara waktu dan juga penarikan produk dari pasaran. Pasal 23 ayat 1 Permenkes Republik Indonesia No 1175/MENKES/PER/VIII/2010 Tentang Izin Produksi Kosmetika yaitu peringatan tertulis atas larangan pengedaran atau penarikan produk dari pasaran yang mana produk tidak memenuhi standar persyaratan mutu, keamanan dan kemanfaatan, selain itu perintah pemusnahan produk apabila diketahui produk tersebut serta pembekuan izin dan pencabutan izin.

Perlindungan hukum bagi konsumen pengguna produk *Skincare* melalui penjualan *online* disamping mempunyai aspek keperdataan juga mempunyai aspek pidana. Kata “konsumen” memang tidak disebut dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), namun demikian, secara implisit perlindungan hukum bagi konsumen dapat ditarik dari beberapa pasal, antara lain²⁸ :

1. Pasal 204 ayat (1) menyatakan bahwa “Barang siapa menjual, menawarkan, menyerahkan atau membagi-bagikan barang yang diketahuinya membahayakan nyawa atau kesehatan orang, padahal sifat berbahaya itu tidak diberi tahu, diancam dengan pidana penjara paling lama lima belas tahun” dan ayat (2) menyatakan bahwa “Jika perbuatan itu mengakibatkan orang mati, yang bersalah diancam dengan pidana penjara seumur hidup atau pidana penjara selama waktu tertentu paling lama dua puluh tahun”.
2. Pasal 205 ayat (1) menyatakan bahwa “Barang siapa karena kesalahannya (kealpaannya) menyebabkan barang-barang yang berbahaya bagi nyawa atau kesehatan orang, dijual, diserahkan atau di bagi-bagikan tanpa diketahui sifat berbahayanya oleh yang membeli atau yang memperoleh, diancam dengan pidana penjara paling lama sembilan bulan atau pidana kurungan paling lama enam bulan atau pidana denda paling banyak empat ribu lima ratus rupiah” dan ayat (2) menyatakan bahwa “Jika perbuatan itu mengakibatkan orang mati, yang bersalah diancam dengan pidana penjara paling lama satu tahun empat bulan atau pidana kurungan paling lama satu tahun”.
3. Pasal 359 menyatakan bahwa “Barang siapa karena kesalahannya (kealpaannya) menyebabkan orang lain mati, diancam dengan pidana penjara paling lama lima tahun atau pidana kurungan paling lama satu tahun”.
4. Pasal 360 ayat (1) menyatakan bahwa “Barang siapa karena kesalahannya (kealpaannya) menyebabkan orang lain mendapat luka-luka berat, diancam dengan pidana penjara paling lama lima tahun atau pidana kurungan paling lama satu tahun” dan ayat (2) menyatakan bahwa “Barang siapa karena kesalahannya (kealpaannya) menyebabkan orang lain luka-luka sedemikian rupa sehingga timbul penyakit atau halangan menjalankan pekerjaan jabatan atau pencarian selama waktu tertentu,

²⁸ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo hlm. 54.

diancam dengan pidana penjara paling lama sembilan bulan atau pidana kurungan paling lama enam bulan atau pidana denda paling tinggi empat ribu lima ratus rupiah”.

5. Pasal 382 bis KUHP menyatakan bahwa “Barang siapa untuk mendapatkan, melangsungkan atau memperluas hasil perdagangan atau perusahaan milik sendiri atau orang lain, melakukan perbuatan curang untuk menyesatkan khalayak umum atau seorang tertentu, diancam, jika perbuatan itu dapat menimbulkan kerugian bagi konkuren-konkurennya atau konkuren-konkuren orang lain, karena persaingan curang, dengan pidana penjara paling lama satu tahun empat bulan atau pidana denda paling banyak tiga belas ribu lima ratus rupiah”.
6. Pasal 383 menyatakan bahwa “Diancam dengan pidana penjara paling lama satu tahun empat bulan, seorang penjual yang berbuat curang terhadap pembeli: (1) karena sengaja menyerahkan barang lain daripada yang ditunjuk untuk dibeli; (2) mengenai jenis, keadaan atau jumlah barang yang diserahkan, dengan menggunakan tipu muslihat.
7. Pasal 390 menyatakan bahwa “Barang siapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum, dengan menyiarkan kabar bohong yang menyebabkan harga barang- barang dagangan, dana-dana atau surat-surat berharga menjadi turun atau naik diancam dengan pidana penjara paling lama dua tahun delapan”.²⁹

Perlindungan hukum represif konsumen produk *skincare* pada jual beli secara *online* terjadi akibat sengketa dimana konsumen dirugikan. Adapun langkah-langkah yang dapat ditempuh yaitu:

1. Konsumen meminta ganti kerugian kepada pelaku usaha.
2. Melakukan serangkaian prosedur penyelesaian sengketa di luar pengadilan (non litigasi) melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagaimana pasal 23 UUPK yang menyatakan bahwa Pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3), dan ayat (4), dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.

Jika konsumen tidak merasa puas dengan keputusan dari hasil BPSK bisa diselesaikan melalui pengadilan atau penyelesaian sengketa secara litigasi.

IV. KESIMPULAN

Jual beli *skincare* secara online melalui *marketplace* sebagaimana pasal 1457 dan 1458 KUH Perdata menggunakan kontrak elektronik yang memuat: identitas para pihak; objek dan spesifikasi; persyaratan transaksi elektronik; harga dan biaya; prosedur pembatalan; hak pihak yang dirugikan; penyelesaian sengketa. Jual beli *online* diakui sebagai transaksi elektronik yang sah dan dapat dipertanggungjawabkan berdasarkan Peraturan Pemerintah

²⁹ Kitab Undang-Undang Hukum Pidana.

Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Jual beli *online* juga diatur dalam fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No: 05/DSN-MUI/IV/2000 mengenai Jual Beli Salam berisi ketentuan tentang pembayaran, barang, salam paralel, penyerahan barang, pembatalan, perselisihan.

Konsumen produk *skincare* melalui jual beli *online* dilindungi oleh negara baik secara preventif melalui peraturan perundangan-undangan (UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU No. 36 tahun 2009 tentang Kesehatan, UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas UU No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, KUH Perdata dan KUHP) juga secara represif dalam hal terjadi sengketa (ganti kerugian oleh pelaku usaha; non litigasi (BPSK); litigasi (pengadilan).

DAFTAR PUSTAKA

Buku-buku

- Abdul Halim Barkatullah, 2017, Hukum Transaksi Elektronik Di Indonesia, Bandung: NusaMedia
- Adam Luthfi, *et. al.*, 2020 *Statistik E-commerce 2020*, Jakarta: Badan statistik Indonesia
- Edmon Makarim. 2005. *Pengantar Hukum Telematika, Suatu Kompulasi Kajian*. Jakarta: PT. RajaGrafindo.
- Janus Sidabalok, 2014. Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, Bandung: Citra Aditya Bakti
- M. Arsyad Sanusi, 2005. *Hukum Teknologi dan Informasi*, Tim Kemas Buku, Jakarta, Muchsin, 2003. Perlindungan dan Kepastian Hukum Bagi Investor di Indonesia, Universitas Sebelas Maret Surakarta
- Phillipus M. Hadjon, 1987. Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia, PT. Bina Ilmu, Surabaya
- Rasjid, Sulaiman. 2001. *Fiqh Islam*. Bandung: Sinar Baru Algensindo
- Shirdarta, 2006. Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Grasindo
- Soerjono Soekanto, 2010. *Penelitian Hukum Normatif*, Jakarta: Rajawali Press
- Widjaja, G. 2003. *Hukum tentang Perlindungan Konsumen Vol 2*. Jakarta: Gramedia

Jurnal-Jurnal

- Mizan; Akad Salam Dalam Transaksi Jual Beli. *Jurnal Ilmu Syariah, FAI Universitas Ibn Khaldun (UIKA) Bogor. Vol. 4 No. 1. 2016*
- Subianto, T. Studi Tentang “Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian”. *Jurnal Ekonomi Modernisasi, Vol. 3, No. 3, 2007*
- Vindya Donna Adindarena, Vira Trinette Adriana Djar, Mumun Surahman, Pengaruh Motif Pembelian Rasional Dan Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Skin

Care Pada Remaja Perempuan Dan Perempuan Dewasa, *Jurnal Riset Ekonomi*, Vol. 2, No. 2, 2022

Yusa, V. De. "Pengaruh Motif Rasional dan Motif Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Blackberry di Bandar Lampung". *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, Vol. 9, No. 2, 2015

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Dasar 1945

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Kitab Undang-Undang Hukum Pidana

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang No. 36 tahun 2009 tentang Kesehatan

Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik

Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI No: 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli Salam

Internet

<https://ameera.republika.co.id/berita/rse9o9425/tren-kecantikan-2023-tak-sekadar-glowing-masyarakat-juga-ingin-punya-kulit-sehat>

<https://www.kompas.com/tren/read/2023/01/21/210000165/mengenal-skincare-manfaat-dan-jenis-jenisnya?page=all>

<https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20608>

<https://www.klikdokter.com/gaya-hidup/perawatan-wanita/bahaya-membeli-kosmetik-di-toko-online>

<https://www.jawapos.com/surabaya-raja/01434236/bpom-surabaya-take-down-link-penjualan-kosmetik-online-ilegal> diakses pada 13 Mei 2023

<https://www.liputan6.com/hot/read/4431795/6-drama-beli-skincare-di-online-shop-ini-bikin-geleng-kepala>

<https://store.sirclo.com/blog/marketplace-di-indonesia/>

<https://www.hukumonline.com/klinik/a/perlindungan-hukum-terhadap-konsumen-lt50bf69280b1ee>

<https://www.ocbcnisp.com/id/article/2022/04/07/akad-salam-adalah>

