

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, kegiatan perdagangan berlangsung sangat pesat. Salah satu faktor yang mempengaruhi hal ini adalah kemajuan teknologi berbasis internet, yang dikenal sebagai *electronic commerce* atau *ecommerce*. *E-commerce* atau dalam bahasa Indonesia dikenal sebagai perdagangan elektronik merupakan kegiatan yang mencakup distribusi, penjualan, pembelian, dan promosi produk berupa barang maupun jasa, yang dilakukan dengan memanfaatkan jaringan teknologi komunikasi seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya. Salah satu Platform media sosial yang saat ini berkembang menjadi wadah *e-commerce* adalah TikTok. Dengan fitur TikTok Shop, pengguna bisa langsung membeli berbagai produk, seperti produk kosmetik dari konten video yang tersedia. Kemudahan dan cara promosi yang kreatif di TikTok menjadikannya sebagai salah satu platform yang paling diminati masyarakat, terutama di kalangan generasi muda.

Konsumsi kosmetik melalui platform *e-commerce* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat cepat pada tahun 2025, dengan produk kecantikan menjadi salah satu kategori yang paling menguntungkan. Pasar kosmetik termasuk skincare dan makeup, yang didukung oleh tingginya minat dari generasi milenial dan Gen Z serta kemudahan akses yang ditawarkan oleh *e-commerce*, sehingga konsumen bisa dengan mudah mendapatkan produk kosmetik lokal maupun internasional. Namun, peningkatan penjualan kosmetik secara online juga membawa risiko bagi konsumen, terutama produk ilegal atau palsu yang mengandung bahan berbahaya seperti merkuri, asam retinoat, hidrokuinon, dan pewarna berbahaya. Risiko kesehatan yang dapat muncul termasuk iritasi kulit, alergi, gangguan ginjal, masalah pada sistem saraf, serta risiko kanker dan masalah kehamilan jika produk tersebut digunakan dalam jangka panjang.

Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* sangat penting untuk memastikan keamanan dan kenyamanan berbelanja secara online. Dengan adanya perlindungan hukum, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan

informasi produk yang jelas, jujur, dan akurat sehingga dapat terhindar dari produk yang berpotensi membahayakan kesehatan dan keselamatan. Selain itu, perlindungan hukum juga bertujuan untuk mencegah penipuan yang sering terjadi dalam transaksi daring, sekaligus memberikan akses kepada konsumen untuk menyelesaikan sengketa dan memperoleh kompensasi jika produk atau layanan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Di Indonesia, perlindungan hukum bagi konsumen diatur melalui Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Undang-Undang ini memberikan jaminan agar setiap konsumen yang melalui transaksi, termasuk transaksi e-commerce, dapat memperoleh kepastian hukum.

Platform *e-commerce* seperti TikTok memegang peran besar dalam perlindungan konsumen, terutama dalam mencegah produk berbahaya dan penipuan dalam transaksi daring. Platform ini bertanggung jawab menjalankan mekanisme pengawasan yang meliputi verifikasi penjual, pemantauan aktivitas jual beli, serta penyelesaian keluhan konsumen secara cepat. Platform ini menggunakan teknologi otomatis untuk mendeteksi produk palsu atau berbahaya dan memastikan informasi produk yang disediakan akurat. Selain itu TikTok juga harus patuh pada regulasi perlindungan konsumen yang berlaku dan menyediakan saluran pengaduan yang mudah diakses serta proses penyelesaian sengketa secara efisien. Meskipun TikTok Shop telah menetapkan kebijakan perlindungan konsumen, terdapat tantangan seperti kurangnya transparansi dalam kebijakan pengembalian dana dan masih adanya produk yang belum terverifikasi secara resmi, yang berpotensi membahayakan konsumen.

Kemudahan transaksi melalui TikTok memberikan berbagai keuntungan bagi konsumen, seperti kemudahan memperoleh informasi produk, harga yang kompetitif, berbagai bentuk promosi, potongan harga, hingga sistem pembayaran yang praktis. Akan tetapi, di balik berbagai kemudahan tersebut terdapat berbagai risiko yang dapat merugikan konsumen, khususnya dalam transaksi produk kosmetik. Produk kosmetik merupakan salah satu komoditas yang paling banyak diperdagangkan melalui platform digital karena tingginya permintaan masyarakat terhadap produk perawatan kulit dan kecantikan. Kondisi tersebut dimanfaatkan

oleh sebagian pelaku usaha yang memperdagangkan kosmetik tanpa izin edar Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), produk palsu, produk dengan informasi yang menyesatkan, maupun produk yang tidak memenuhi standar keamanan sehingga berpotensi membahayakan kesehatan konsumen (Nurdiyanti, Rohmah, & Kusumaningtyas, 2024).

Perkembangan TikTok Shop memberikan berbagai kemudahan bagi konsumen, antara lain proses transaksi yang cepat, harga yang kompetitif, serta promosi yang menarik melalui influencer maupun content creator. Namun, di balik kemudahan tersebut muncul berbagai permasalahan hukum, khususnya dalam transaksi produk kosmetik. Tidak sedikit ditemukan kosmetik yang dijual tanpa izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), produk palsu, informasi yang menyesatkan mengenai manfaat kosmetik, hingga ketidaksesuaian antara produk yang diterima dengan deskripsi yang ditampilkan pada platform. Kondisi tersebut menyebabkan meningkatnya risiko kerugian yang dialami konsumen baik secara ekonomi maupun kesehatan. Penelitian mengenai perlindungan konsumen pada transaksi TikTok Shop menunjukkan bahwa lemahnya pengawasan terhadap pelaku usaha dan penyelenggara platform masih menjadi hambatan utama dalam memberikan perlindungan hukum kepada konsumen (Putriani, Saptono, & Njatrijani, 2023).

Produk kosmetik merupakan barang yang digunakan secara langsung pada tubuh manusia sehingga aspek keamanan, mutu, serta kemanfaatannya wajib memenuhi standar yang telah ditetapkan pemerintah. Berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, keselamatan dalam mengonsumsi barang atau jasa, memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang, serta memperoleh ganti rugi apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian. Sebaliknya, Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mewajibkan pelaku usaha untuk beritikad baik dalam menjalankan kegiatan usahanya, memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur, serta menjamin mutu barang yang diperdagangkan.

Pengaturan mengenai perdagangan melalui sistem elektronik semakin diperkuat melalui Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE). Mengatur bahwa bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi yang lengkap meliputi identitas, spesifikasi barang, harga, mekanisme pembayaran, pengiriman, hingga prosedur pengembalian barang. Selanjutnya, pengaturan tersebut diperbarui melalui Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 mengatur penyelenggaraan perdagangan melalui sistem elektronik, termasuk pemisahan fungsi media sosial dengan perdagangan elektronik, guna menciptakan persaingan usaha yang sehat sekaligus meningkatkan perlindungan terhadap konsumen.

Dalam bidang kosmetik, perlindungan hukum juga diberikan melalui ketentuan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), yang mewajibkan setiap kosmetik yang beredar di Indonesia memiliki izin edar sebelum dipasarkan. Ketentuan tersebut bertujuan menjamin keamanan, mutu, dan manfaat produk kosmetik sehingga masyarakat terlindungi dari risiko penggunaan kosmetik ilegal maupun berbahaya. Namun dalam praktiknya masih ditemukan banyak produk kosmetik tanpa izin edar yang diperjualbelikan melalui platform digital, termasuk TikTok Shop. Penelitian Azayaka dan Wahyudi (2023) menunjukkan bahwa peredaran produk skincare tanpa izin edar secara online masih cukup tinggi dan menunjukkan belum optimalnya perlindungan hukum terhadap konsumen.

Penelitian lain yang dilakukan Bahar dkk. (2025) menunjukkan bahwa semakin meningkatnya transaksi pada TikTok Shop menyebabkan kompleksitas pengawasan terhadap pelanggaran hukum juga semakin tinggi. Bentuk pelanggaran yang sering terjadi antara lain promosi yang berlebihan (*overclaim*), informasi produk yang tidak akurat, penggunaan influencer yang tidak transparan, hingga penjualan kosmetik yang belum memenuhi persyaratan perizinan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi perdagangan digital belum sepenuhnya diimbangi oleh efektivitas perlindungan hukum terhadap konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai bagaimana pelaksanaan perlindungan hukum terhadap konsumen pengguna kosmetik dalam transaksi e-commerce melalui

platform TikTok. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai bentuk perlindungan hukum yang telah diterapkan, sekaligus mengidentifikasi berbagai kendala yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai referensi bagi pengembangan ilmu hukum, khususnya di bidang hukum perlindungan konsumen, serta menjadi masukan bagi pemerintah, pelaku usaha, platform e-commerce, dan masyarakat dalam mewujudkan perlindungan konsumen yang lebih efektif di era perkembangan *social commerce*. Berdasarkan pertimbangan tersebut, penulis memilih judul penelitian **"Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Pengguna Kosmetik dalam Transaksi E-Commerce melalui Platform TikTok."**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dipaparkan pada latar belakang diatas ditemukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja risiko dan permasalahan hukum yang dihadapi konsumen dalam pembelian kosmetik di platform TikTok?
2. Bagaimana mekanisme perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce*, khususnya melalui platform TikTok?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara detail atas jawaban dari permasalahan sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi berbagai risiko dan tantangan yang dialami konsumen saat melakukan pembelian kosmetik melalui TikTok, termasuk masalah produk yang tidak resmi atau palsu yang dapat menimbulkan bahaya bagi kesehatan.
2. Untuk melakukan kajian terhadap perlindungan hukum yang tersedia bagi konsumen kosmetik dalam transaksi *e-commerce* di platform TikTok.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan menjadi referensi dalam pengembangan ilmu hukum, khususnya terkait perlindungan konsumen dalam transaksi online di platform media sosial seperti TikTok.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan gambaran serta masukan yang bermanfaat bagi pelaku usaha, konsumen, dan pembuat kebijakan mengenai pentingnya penerapan perlindungan hukum yang memadai dalam transaksi *e-commerce* kosmetik. Selain itu, hasil penelitian dapat menjadi dasar untuk pembaruan kebijakan atau mekanisme perlindungan konsumen di TikTok.

3. Manfaat Sosial

Penelitian ini diharapkan meningkatkan kesadaran konsumen terhadap hak-hak mereka serta risiko yang mungkin muncul saat pembelian kosmetik secara online, sehingga dapat mendorong perilaku konsumsi yang lebih bijak dan aman.