

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Transaksi jual beli *online* adalah proses perjanjian tukar-menukar barang atau jasa yang dilakukan secara digital melalui jaringan internet, dimana penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung tetapi berinteraksi melalui media elektronik seperti *website*, aplikasi, atau platform digital lainnya¹. Dalam transaksi ini, penjual menawarkan produk atau jasa *online*, sedangkan pembeli melakukan pemesanan dan membayar melalui fasilitas elektronik seperti transfer bank, dompet digital atau melalui pembayaran *online* lainnya. Transaksi jual beli *online* ini merupakan bagian dari *e-commerce*, yang melibatkan serangkaian teknologi, aplikasi, dan komunitas melalui media elektronik untuk melakukan perdagangan barang dan jasa secara efisien dan cepat².

Sangat marak untuk dilakukan oleh orang indonesia maupun dunia dengan kemajuan teknologi saat ini, namun dengan maraknya transaksi jual beli *online* saat ini besar kemungkinan terjadi penipuan *online*, modus penipuan sangat beragam dari hal yang sederhana sampai sangat canggih. Hal ini sangat merugikan bagi para konsumen. Penipuan merupakan tindakan yang sangat tidak jujur dan sangat menyesatkan dan merugikan banyak orang dengan mencari keuntungan sendiri. Penipuan merugikan orang lain dapat dilakukan melalui beberapa bentuk.³

¹ Gama Pratama, "Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurnal Ecopreneur Analisis Transaksi Jual Beli Online Melalui Website Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis Di Masa Pandemic Covid 19" 1 (2020): 21–34.

² Dodi Sambodo, "Ir-Perpustakaan Universitas Airlangga Skripsi Beberapa Aspek Hukum ... Dosi Sambodo," 2000.

³ Erlinda Putri Nurdyanti, Fayza Galih Nur Rohmah, and Mahageng Kusumaningtyas,

Transaksi jual beli online telah menjadi bagian integral dari perekonomian modern yang tak hanya memberikan kemudahan bagi konsumen, tetapi juga memiliki keterkaitan erat dengan beberapa tujuan dalam *Sustainable Development Goals* (SDGs). SDGs merupakan agenda global yang terdiri dari 17 tujuan dan 169 target yang diadopsi oleh seluruh anggota PBB untuk melanjutkan berkelanjutan berbasis hak asasi manusia, kesetaraan, dan inklusivitas, serta tidak ada yang tertinggal dalam proses pembangunan.⁴ Konteks penelitian ini terdapat beberapa tujuan SDG's yang sangat relevan, yaitu SDG's 16 tentang perdamaian, keadilan, dan kelembagaan yang tangguh, SDG's 3 tentang kehidupan yang sehat dan sejahtera, serta SDG's 12 tentang konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab.

Pertama, SDG's 16 menekankan pentingnya penegakan hukum, keadilan, dan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli, termasuk produk *skincare*. Penelitian ini mendorong perlindungan hukum bagi masyarakat dari tindak pidana penipuan, serta dapat memperkuat institusi hukum dan menciptakan keadilan sosial yang lebih merata. Perlindungan kepada korban penipuan, khususnya konsumen yang rentan, menjadi bagian dari upaya mencapai institusi yang damai, adil, dan inklusif sesuai dengan prinsip SDGs.⁵ Kedua, SDGs 3 terkait dengan upaya menjamin kehidupan yang sehat dan sejahtera. Penipuan dalam jual beli produk *skincare* seringkali melibatkan produk ilegal atau berbahaya, yang berpotensi

“Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Kosmetik Online Illegal Melalui E-Commerce,” *Jurnal Hukum Dan HAM Wara Sains* 3, no. 02 (2024): 207–14, <https://doi.org/10.58812/jhhws.v3i02.1108>.

⁴ Sean P Collins et al., “SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS DALAM AKSES PEKERJAAN YANG LAYAK TERHADAP PROBLEMATIKA PARKIR LIAR, PREMANISME DAN KEBIJAKAN PENGELOLAANNYA,” 2021.

⁵ Hanna Aqidatul Izzah, “Perlindungan Hak Anak Dalam Kerangka Sustainable Development Goals (Sdgs) Di Wilayah Konflik Bersenjata Internasional,” 2019.

menimbulkan resiko bagi konsumen. Penegakan hukum bagi pelaku penipuan akan membantu memastikan bahwa hanya produk yang aman dan berkualitas yang beredar di masyarakat, sehingga kesehatan publik yang terjamin. Ketiga, SDGs 12 menyoroti pentingnya menyoroti pola konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab. Penelitian ini menekankan perlunya produsen pelaku usaha untuk mematuhi regulasi, memberikan informasi yang jujur, serta memastikan produk yang dijual telah memenuhi standar keamanan.

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD 1945) merupakan konsep landasan konstitusional utama dalam setiap kebijakan hukum di indonesia, termasuk dalam perlindungan masyarakat terhadap tindak pidana penipuan dalam transaksi online jual beli produk *skincare* di platform digital. UUD 1945 tidak secara eksplisit mengatur tentang penipuan atau transaksi elektronik , namun terdapat beberapa Pasal yang menjadi dasar penting dalam pengaturan dan perlindungan hukum di era digital. Pasal 28F UUD 1945 menyatakan bahwa setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia. Negara berkewajiban menjamin hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang benar, jujur dan tidak menyesatkan dalam transaksi elektronik, termasuk jual beli produk *skincare* di *platform digital*⁶. Selain itu, Pasal 27 ayat (1) UUD 1945 menegaskan bahwa setiap

⁶ Keyza Pratama Widiatmika, *PENGANTAR HUKUM TEKNOLOGI, Etika Jurnalisme Pada Koran Kuning : Sebuah Studi Mengenai Koran Lampu Hijau*, vol. 16, 2015.

warga negara bersamaan kedudukannya di dalam hukum dan wajib menjunjung hukum dan pemerintahan itu tanpa terkecuali. Prinsip kesetaraan didepan hukum ini menjadi landasan bahwa setiap korban penipuan dalam transaksi *online* berhak mendapatkan perlindungan hukum, sedangkan pelaku penipuan wajib di proses secara adil sesuai ketentuan hukum yang berlaku⁷.

UUD 1945 juga menjadi pijakan bagi lahirnya berbagai undang-undang turunan yang lebih spesifik, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik selanjutnya disebut UU ITE, dengan perubahan pertama ” Melalui Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik” di lanjut dengan perubahan kedua ” Melalui Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang ditetapkan pada 2 Januari 2024”⁸.

Undang-undang ini mengatur hak hak konsumen, kewajiban pelaku usaha serta sanksi pidana bagi pelaku penipuan dalam transaksi elektronik. Konteks penelitian yuridis normatif mengenai tindak pidana penipuan jual beli *skincare* online, UUD 1945 menjadi sumber utama yang menjiwai seluruh regulasi tersebut, memastikan adanya kepastian hukum, keadilan, dan perlindungan hak asasi

⁷ Isin Engin F. et al., “Undang-Undang Dasar Negara Revoblik Indonesia Tahun 1945,” *Mahkamah Konstitusi*, 2002, 1–36.

⁸ Jdih.kemenkoinfra.go.i, “UU 1/2024: Perubahan Kedua UU No. 11 Tahun 2008 Tentang ITE,” n.d., <https://jdih.kemenkoinfra.go.id/uu-12024-perubahan-kedua-uu-no-11-tahun-2008-tentang-ite>.

manusia dalam praktik jual beli digital⁹. Oleh karena itu kita sebagai konsumen harus berhati hati dan lebih waspada dalam melakukan transaksi jual beli online, peneliti berpendapat bahwa konsumen harus lebih berhati hati dalam melakukan transaksi jual beli *online* serta memahami tanggung jawab mereka dalam melindungi diri dari penipuan serta diperlukan pemahaman mereka tentang peran dan tanggung jawab konsumen tentang pemaham jual beli ataupun transaksi *online*.¹⁰ Hal ini, sangat penting peran dan tanggung jawab konsumen supaya menciptakan lingkungan jual beli ataupun transaksi online sangat terpercaya. Definisi tersebut berdasarkan penelitian penulis yang sudah di atur dalam perundang-undangan di indonesia, yaitu dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, tentang perubahan Undang- Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan Transaksi Elektronik peraturan pemerintahan Nomor 71 Tahun 2019 tentang penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik (PP PSTE)¹¹.

Berdasarkan UU ITE dan (PP PSTE) transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer dan atau media elektronik lain nya. Meskipun sudah banyak nya edukasi cara bertransaksi *online* yang benar dan bijak namun masih banyak konsumen yang kurang waspada saat berbelanja *online*¹². Hal ini juga meningkatkan marak nya kasus penipuan *online* atau

⁹ Presiden Republik Indonesia, “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen,” *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia* 2003, no. 1 (1999): 1–46.

¹⁰ Bintang Ulya Kharisma, "Surat Edaran Mahkamah Agung (SEMA) Nomor 2 Tahun 2023, Akhir Dari Polemik Perkawinan Beda Agama?," *Journal of Scienteck Research and Development* 5, no. 1 (2023): 477–482.

¹¹ Dakwatuna Jurnal Dakwah and Komunikasi Islam Volume, “UU ITE Dan KUHP Yang Digunakan Untuk Memudahkan Penyelesaian Dalam Kasus Penipuan Dalam Bertransaksi Online” 7 (2021).

¹² Nurdianti, Nur Rohmah, and Kusumaningtyas, “Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Kosmetik Online Illegal Melalui E-Commerce.”

bertransaksi *online*, oleh karena itu peran dan tanggung jawab konsumen sangatlah penting dipahami saat bertransaksi secara *online* supaya tidak ada terjadinya kasus penipuan dalam bertransaksi online.

Peneliti ingin membahas tentang UU ITE dan KUHP yang digunakan untuk memudahkan penyelesaian dalam kasus penipuan dalam bertransaksi *online*, serta upaya penanggulangan tindak pidana yang dilakukan dalam bertransaksi secara online dengan upaya preventif dan represif dan peneliti juga membahas tentang kasus yang marak terjadi di akhir akhir ini yaitu tentang penipuan produk *skincare* yang antara *ingredientes* dalam kemasan dan juga isi produk yang tidak sesuai¹³. Meskipun ini strategi yang sangat efektif untuk era sekarang, namun praktik saat ini sering di persalah gunakan untuk melakukan penipuan melakukan klaim palsu atau berlebihan mengenai suatu produk yang dipromosikan, namun publik seringkali percaya akan hal tersebut yang dipromosikan oleh publik figur ataupun *influencer* tersebut, namun sering kali juga mereka seringkali juga menjadi korban penipuan dari promosi produk tersebut yang melakukan *endorsement* yang tidak jujur yang berujung pada kerugian finansial.¹⁴

Penipuan layanan kesehatan mencakup berbagai macam praktik penipuan yang tujuannya untuk memperoleh keuntungan finansial yang tidak adil. Praktik ini mencakup tentang misrepresentasi kepada pasien, pemalsuan klaim, korupsi pelayanan kesehatan, dan penyalahgunaan posisi untuk keuntungan pribadi. Dampak penipuan layanan kesehatan yang sangat besar, yang menyebabkan beban

¹³ Nurdyanti, Nur Rohmah, and Kusumaningtyas.

¹⁴ Vitasha Riyanti Putri, F X Joko Priyono, and Magister Kenotariatan, "Perlindungan Hukum Terhadap Produsen Kosmetika Yang Melakukan Perdagangan Jual Beli Online," *Notarius* 12 (2019): 580–90.

finansial pada sistem pelayanan kesehatan yang sangat besar bagi pasien¹⁵. Tanggung jawab pemerintah telah disebutkan dalam Pasal 28D ayat (1) Undang-Undang Dasar 1945 tentang hak atas jaminan, perlindungan hukum dan kepastian serta Pasal 28H ayat (1) tentang hak atas kesehatan dan mendapatkan pelayanan kesehatan. Pemenuhan hak tersebut dilakukan dengan menggunakan instrumen hukum dan lembaga negara yang berwenang dalam perizinan, pengorganisasian, pembangunan, pengawasan, pemantauan, dan evaluasi dalam pengorganisasian klinik kecantikan. Tanggung jawab klinik kecantikan meliputi: kesalahan, risiko, produk, dan profesional. Tanggung jawab ini belum terpenuhi secara maksimal karena masih ditemukan beberapa pelanggaran hukum, sehingga intervensi pemerintah perlu dioptimalkan dengan melindungi hak-hak konstitusional pengguna klinik kecantikan dari hulu hingga hilir, serta menyelaraskan regulasi dan lembaga yang berwenang¹⁶.

Menurut data resmi dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), ribuan produk perawatan kulit yang tidak memenuhi standar telah teridentifikasi sepanjang periode 2024–2025. Pada semester pertama tahun 2024, dari Januari hingga April, BPOM menemukan 2.475 produk perawatan kulit berlabel stiker biru yang tidak memenuhi peraturan karena mengandung bahan-bahan obat keras seperti hydroquinone, tretinoin, atau steroid, yang seharusnya hanya digunakan dengan resep dokter. Selain itu, selama periode yang sama, BPOM juga menemukan 5.937

¹⁵ Bruna Bagno Tiago, “Alternative Methods for Conflict Resolution and Its Prevention in Healthcare Management,” *Medicine and Law* 43, no. 4 (2024): 601–16.

¹⁶ Siska Diana Sari, I Gusti Ayu Ketut Rachmi Handayani, and Pujiyono, “Government and Aesthetic Beauty Clinic’s Responsibility in Fulfilling the Citizens’ Constitutional Right to the Service of Aesthetic Beauty Clinic in Indonesia,” *SHS Web of Conferences* 54 (2018): 02003, <https://doi.org/10.1051/shsconf/20185402003>.

produk kosmetik yang mengandung zat terlarang seperti merkuri dan hidroquinon, serta 37.998 produk kosmetik yang dijual tanpa izin yang tepat dan beredar secara ilegal di pasaran. Selama inspeksi terhadap 731 klinik kecantikan, total 51.791 barang disita¹⁷.

Jumlah tersebut, 239 barang, atau 33 persen, ditemukan melanggar peraturan. Memasuki tahun 2025, tren pelanggaran justru meningkat drastis. Pada periode 10–18 Februari 2025, BPOM merilis daftar 91 merek produk *skincare* dan kosmetik berbahaya yang ditarik dari peredaran dengan total nilai mencapai Rp 31,7 Miliar, angka ini melonjak hampir 10 kali lipat dibandingkan nilai temuan pada periode yang sama di tahun 2024 yang hanya 3 Miliar. Peningkatan ini menunjukkan semakin masifnya peredaran produk ilegal di Indonesia, terutama melalui platform online. Menutup tahun 2025, BPOM masih terus menemukan produk pelanggaran, yakni 23 produk kosmetik berbahaya pada bulan Juli–September yang mengandung merkuri dan pewarna dilarang, serta 26 produk kosmetik berbahaya pada bulan Oktober–Desember yang terdiri dari 15 produk tanpa izin edar dan 10 produk hasil kontrak produksi ilegal¹⁸.

Penipuan jual beli *skincare* memiliki pola yang sangat beragam, namun umumnya melibatkan beberapa elemen utama. Modus yang kerap terjadi di era sekarang adalah membuat akun media sosial dan mempromosikan melalui akun media sosial secara live di akun tiktok maupun platform media sosial lainnya dan

¹⁷ antara kantor berita Indonesia, “BPOM Temukan Kosmetik Ilegal Total Rp31,7 M Naik Signifikan Dari 2024,” antara, 2025.

¹⁸ jabar tribun News, “Masyarakat Wajib Waspada, BPOM RI Rilis Daftar Kosmetik Dan Skincare Gunakan Bahan Berbahaya Artikel Ini Telah Tayang Di TribunJabar.Id Dengan Judul Masyarakat Wajib Waspada, BPOM RI Rilis Daftar Kosmetik Dan Skincare Gunakan Bahan Berbahaya, [https://jaba,](https://jaba.com)” n.d., <https://jabar.tribunnews.com/2024/05/11/masyarakat>.

membuat situs web dan menawarkan harga *skincare* dengan harga murah dari pasaran, korban tertarik dan melakukan transaksi yang dijanjikan khasiat dan manfaat dari suatu produk tersebut¹⁹. Bahkan juga ada penipuan berkedok investasi *skincare*, dimana pelaku menjanjikan keuntungan yang sangat besar dalam waktu singkat nyatanya uang yang diinvestasikan di bawa kabur. Serta pelaku juga sering kali mencantumkan nama tokoh besar publik figur maupun *influencer* supaya korban tertarik akan produk tersebut, namun akibatnya korban mengalami kerugian secara finansial dan bahkan mengalami kerugian secara fisik.

Penipuan di toko *online* merupakan masalah yang sangat serius di Indonesia karena konsumen tidak dapat melihat secara fisik barang yang akan dibeli. Undang-undang di Indonesia, khususnya Pasal 28 ayat 1 Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 (diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016), mengatur permasalahan ini. Penegakan hukum mencakup tindakan preventif dan represif untuk mempengaruhi penipuan semacam ini²⁰. Peraturan yang baru, partisipasi aktif e-commerce dan peningkatan pemahaman konsumen terus meningkat perlindungan konsumen atas transaksi *online* yang ilegal. Untuk mendapatkan perlindungan yang optimal, masih mendapat beberapa isu yang harus diselesaikan. Perlindungan hukum konsumen mengenai perdagangan *skincare* ilegal melalui *e-commerce* memiliki beberapa perbedaan yang ada jika dibandingkan dengan transaksi offline.

¹⁹ Martha Hasanah et al., "Peran Dan Tanggung Jawab Konsumen Untuk Mencegah Praktik Penipuan Dalam Transaksi Online Dari Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen Transaksi Online Semakin Sering Dilakukan Oleh Orang-Orang Baik Di Indonesia Maupun Di Dunia Sebagai Cara Baru Untuk Melak" 7, no. 1 (2023): 1–24.

²⁰ Rizky Karo Karo and Agnes Sebastian, "Juridical Analysis on the Criminal Act of Online Shop Fraud in Indonesia," *Lentera Hukum* 6, no. 1 (2019): 1–16, <https://doi.org/10.19184/ejhl.v6i1.9567>.

Konsumen perlu menyadari perbedaan ini agar dapat menjaga diri saat melakukan transaksi *online* atau berbelanja *online* beberapa perbedaan tersebut adalah pihak yang berpartisipasi, bukti transaksi metode penyelesaian masalah, perlindungan informasi pribadi dan tanggung jawab ketentuan dan peraturan, bukti keaslian barang, serta kemungkinan kemampuan 19.

Salah satu kasus yang gempar saat ini adalah produk yang dipromosikan Dr. Richard Lee melalui *live* salah satu media sosial. Yang mengklaim bahwa produk tersebut mengandung ekstrak *white tomato* yang diklaim bisa mencerahkan kulit. Namun setelah di telusuri dan melakukan uji lab ternyata produk tersebut mengandung hanya mengandung *L-Glutathione Reduce*, yang ternyata bahan yang lebih murah dan umum digunakan oleh *skincare* lain. Badan Pengawas Obat Dan Makanan pun menarik izin edar produk tersebut. Fenomena ini sangat menyoroti bagaimana pentingnya perlindungan hukum bagi konsumen dalam melakukan transaksi online dan perlunya penegakan hukum dalam praktik penipuan sejenis ini²¹. namun seharusnya klinik kecantikan atau penjual *skincare* secara online harus berfokus pada pelayanan yang sudah terbukti secara medis, bukan hanya mencari keuntungan semata, tetapi pasien tetap tidak mendapatkan hasil yang terbaik. Ini membuat perlindungan konsumen semakin penting untuk di perhatikan, agar pelaku usah tidak hanya berfokus pada mencari keuntungan semata²²

Kasus *white tomato* sangat gempar setelah BPOM mencabut izin edar produk

²¹ Badan POM RI, “PerBPOM No 26 Th 2017 Tentang Organisasi Dan Tata Kerja Badan Pengawas Obat Dan Makanan,” 2018.

²² Siska Diana Sari, “PERLINDUNGAN HUKUMBAGI PENGGUNA KLINIK KECANTIKAN ESTETIKA BERDASARKAN PERSPEKTIF HAK KONSTITUSIONAL WARGA NEGARA Siska Diana Sari” 6 (2018).

skincare yang bermerek *white tomato* dengan nomor izin edar POM SD 211330691. Pencabutan izin edar tersebut karena terjadinya pelanggaran serius berupa rebelling, yaitu penambahan stiker yang bergambarkan tomat putih dan tulisan “*white tomato*” pada kemasan, padahal dalam ingredients atau komposisi produk tidak terdapat ekstrak *white tomato*. Selain itu juga produk ini juga dilakukan secara berlebihan melalui media sosial atau juga disebut *OVERCLAIM*, seperti yang disebutkan juga dapat memutihkan dan mencerahkan kulit, menghilangkan flek hitam dan juga jerawat dalam tubuh^{23 24}.

Klaim klaim tersebut juga tidak sesuai apa yang di edarkan hanya memelihara kesehatan kulit. BPOM ini juga menilai sebagai pelanggaran beberapa peraturan perundang undangan.

1. Undang Undang Nomor.17 Tahun 2023 tentang kesehatan
2. Peraturan BPOM Nomor.10 Tahun 2024 Tentang Penandaan Obat Bahan Alam, Obat Kuasi dan Suplemen Kesehatan.
3. Peraturan BPOM Nomor.34 Tahun 2022 Tentang Pengawasan Dan Periklanan Obat Tradisional, dan Suplemen Kesehatan
4. Peraturan BPOM Nomor.16 Tahun 2023 Tentang Pengawasan Peredaran Obat Tradisional dan Suplemen kesehatan

Peran Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam industri *skincare* sanget fundamental dan multidimensional, terutama dalam memastikan produk yang beredar di Indonesia memenuhi standar kehalalan dan memberikan perlindungan

²³ Siska Diana Sari, Arief Budiono, and Dita Ajeng Yulianie, “LEGAL PROTECTION FOR SKINCARE USERS THAT DOES” 11 (2020): 156–68.

²⁴ Muhammad Sukardi, “BPOM Pastikan White Tomato Milik Dokter Richard Lee Overclaim, Peredaran Dihentikan!,” *inews.id*, 2025.

bagi konsumen muslim. Sebagai otoritas tinggi yang menetapkan kehalalan, MUI melalui lembaga pangan, obat, dan kosmetik menjalankan fungsi sentral dalam sertifikasi produk kosmetik, termasuk skincare²⁵. Sebagai landasan hukum, fatwa MUI mengenai kehalalan produk kosmetik tertuang dalam berbagai ketentuan, termasuk fatwa MUI Nomor 26 Tahun 2013 tentang standar kehalalan produk kosmetik dan penggunaannya, serta fatwa MUI Nomor 82 Tahun 2022 tentang standar sertifikasi halal kosmetik yang tidak tembus air²⁶

Kasus ini juga termasuk ke dalam pelanggaran UU ITE, pelanggaran ini juga dikenai Pasal 28 ayat (1) yang mendistribusikan larangan elektronik yang mengandung *hoax* atau informasi palsu yang merugikan konsumen atau transaksi elektronik. Oleh karena itu, promosi produk *white tomato* tidak sesuai dengan regulasi tersebut dan dapat dikatakan sebuah pelanggaran²⁷. Promosi di era digital saat ini, peran *influencer* atau publik figur sangat lah krusial dalam membentuk opini dan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk tersebut yang sedang dipromosikan. Berdasarkan jutaan *followers* dan *viewers* media sosial mereka, dan *influencer* sering kali dijadikan jembatan informasi yang valid bagi konsumen dan produsen, namun ironisnya sering kali di salah gunakan oleh beberapa oknum untuk melakukan promosi yang terlalu berlebihan atau klaim palsu yang sangat tidak sesuai fakta akan produk tersebut. Klaim-klaim fantastis, testimoni yang tidak

²⁵ Zetilla Arifa Suhardi and Rila Kusumaningsih, “Analisis Peran BPOM Dan BPJPH Dalam Pengawasan Overclaim Dan Sertifikasi Halal Produk Kosmetik Di Indonesia” 5, no. 4 (2025): 3169–80.

²⁶ LPPOM, “FATWA MUI DALAM BIDANG PANGAN, OBAT-OBATAN, KOSMETIKA, ILMU PENGETAHUAN DAN TEKNOLOGI,” n.d.

²⁷ Bella Nathasya, “Peran BPOM Terhadap Pengawasan Peredaran Kosmetik Ilegal Dalam Perlindungan Hukum Konsumen Di Air Dingin Pekanbaru,” 2022, 70, <https://repository.uir.ac.id/17336/1/171010137.pdf>.

terverifikasi akan kebenaran produk tersebut, dan janji atau hasil instan yang ditampilkan dan akan berujung menyesatkan konsumen, dan akhirnya mendorong konsumen tersebut untuk membeli suatu produk yang di promosikannya yang kenyataan produk tersebut tidak sesuai harapan, dan bahkan dapat merugikan kesehatan²⁸.

Kasus ini seorang *influencer* yang juga mempromosikan produk tersebut juga dapat dimintai pertanggung jawaban jika turut serta mempromosikan produk yang salah atau tidak sesuai atau menyesatkan publik. Terutama jika promosi dilakukan dengan pengetahuan bahwa klaim dari produk tersebut tidak sesuai, meski *influencer* tidak sama dengan produsen langsung maka mereka juga turut andil dalam melakukan promosi tersebut dan meyakinkan produk tersebut dengan klaim yang tidak sesuai dengan kenyataan tersebut dan dapat merugikan banyak konsumen yang percaya dengan sebuah konten tersebut, oleh karena itu jika seorang *influencer* melakukan promosi dengan unsur kesengajaan dan menyesatkan, maka *influencer* tersebut dapat di jerat Pasal Pasal pidana, baik sebagai pelaku utama, turut serta, maupun pembantu tindak pidana sesuai Pasal 55 dan 56 KUHP tentang Pelaku dan Pembantu tindak pidana kejahatan, kedua Pasal ini menjadi dasar hukum untuk mempertanggungjawabkan seseorang yang terlibat dalam kejahatan meskipun tidak secara langsung melakukan perbuatan tersebut²⁹.

Konteks problematika promosi produk yang menyesatkan oleh tokoh publik

²⁸ M Mulyadi et al., “Analisis Penipuan Online Melalui Media Sosial Dalam Perspektif Kriminologi,” *Media Hukum* ... 2, no. 2 (2024): 74–82, <https://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/MHI/article/view/296%0Ahttps://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/MHI/article/download/296/327.V>

²⁹ Putri, Priyono, and Kenotariatan, “Perlindungan Hukum Terhadap Produsen Kosmetika Yang Melakukan Perdagangan Jual Beli Online.”

atau *influencer*, kasus promosi produk “*white tomato*” oleh dr. Richard lee menjadi sorotan studi kasus yang relevan untuk ditelan. Sebagai dokter yang dikenal luas oleh kalangan masyarakat dan memiliki jutaan pengikut di media sosial, klaim-klaim yang disampaikan oleh dr. Richard lee mengenai produk yang dipromosikan tersebut memiliki daya tarik dan kredibilitas yang tinggi di mata masyarakat. Namun promosi ini menimbulkan kontroversi ketika ditemukan adanya klaim yang disinyalir berlebihan atau tidak sesuai dengan produk tersebut sesuai izin edar dan standar BPOM, sehingga berpotensi menyesatkan dan merugikan konsumen. Namun dalam kasus ini BPOM juga sangat penting dalam mengawasi dan melakukan pengujian ulang terhadap barang *skincare* yang telah didaftarkan oleh *owner* tersebut.

Seluruh fungsi dan kebijakan yang ditetapkan BPOM, maka BPOM lebih *aware* terhadap seluruh penjual *skincare* yang nakal dan tidak sesuai dengan barang yang didaftarkan sebelumnya. Kompleksitas dan dinamika yang melekat pada fenomena penipuan transaksi online, khususnya dalam konteks promosi produk kesehatan dan kecantikan oleh tokoh publik, menunjukkan bahwa ini bukan hanya tentang kode etik dan etika bisnis, dimana juga melibatkan dimensi hukum yang serius. Oleh karena itu penting juga melakukan analisis hukum pidana yang terhadap kasus penipuan produk tersebut³⁰.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia juga mengatur produk impor yang dikemas ulang. Pasal 8 ayat 1 Tahun 1999 Undang-Undang

³⁰ Nurdianti, Nur Rohmah, and Kusumaningtyas, “Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Kosmetik Online Illegal Melalui E-Commerce.”

perlindungan konsumen harus memberikan informasi yang lengkap tentang produk. Kegagalan untuk melakukan dianggap sebagai pelanggaran, karena dapat merugikan konsumen, penjual diharap untuk menjelaskan proses pengemasan ulang untuk transparansi dan hak hak konsumen³¹. Perlindungan konsumen dalam konteks jual beli produk kecantikan dan kesehatan, terutama yang dilakukan secara online, sangat penting mengingat resiko yang ditimbulkan oleh produk *overclaim*, ilegal dan tidak dapat izin edar dan tidak memenuhi standar keamanan. Konsumen berhak mendapatkan produk yang aman, berkualitas dan sesuai dengan yang diberikan atau diedarkan oleh pelaku usaha. Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang mengatur tentang hak konsumen atas keamanan produk serta melarang pelaku usaha memproduksi atau mengedarkan barang yang tidak memenuhi standar mutu, keamanan dan kesehatan³².

Upaya perlindungan ini juga mewujudkan melalui edukasi konsumen agar lebih cermat dalam memilih produk, ilegal, termasuk penarikan produk dari edaran pemberian sanksi hukum. Konsumen yang dirugikan oleh produk *skincare* atau kesehatan dapat menuntut ganti rugi melalui jalur hukum berdasarkan ketentuan yang berlaku. Dengan demikian perlindungan konsumen merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah, pelaku usaha, *platform e-commerce*, dan konsumen itu sendiri untuk menciptakan transaksi aman dan terpercaya³³.

³¹ Putri, Priyono, and Kenotariatan, "Perlindungan Hukum Terhadap Produsen Kosmetika Yang Melakukan Perdagangan Jual Beli Online."

³² K Hidayah and A Witasari, "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Secara Online (E-Commerce)," *Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula*, 2022, 275–91, <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kimuh/article/download/20466/6606>.

³³ Nurdianti, Nur Rohmah, and Kusumaningtyas, "Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Kosmetik Online Illegal Melalui E-Commerce."

Selain itu, Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen juga memberikan perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan dalam transaksi online, termasuk jual beli *skincare*³⁴. Peneliti juga menyoroti perlindungan konsumen dan upaya penegakan hukum terhadap pelaku penipuan, baik melalui jalur pidana (represif) maupun upaya pencegahan (preventif) seperti edukasi kepada masyarakat dan pengawasan platform digital. Penegakan hukum kepada pelaku penipuan jual beli produk *skincare* secara online dapat berupa sanksi pidana penjara, denda, hingga penutupan akses penjualan produk secara ilegal di platform digital. Selain itu konsumen juga memiliki hak untuk mengajukan gugatan atau laporan kepada pihak berwenang jika mengalami kerugian akibat penipuan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya, Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaturan hukum mengenai tindak pidana penipuan dalam transaksi *online* menurut hukum positif di Indonesia?
2. Bagaimana bentuk pertanggungjawaban penerapan ketentuan pidana terhadap pelaku penipuan dalam transaksi online jual beli produk *skincare* di platform digital dalam peraturan perUndang-Undangan di Indonesia?
3. Bagaimana upaya perlindungan hukum bagi konsumen terhadap penipuan dalam transaksi *online* produk *skincare*?

³⁴ Noor Rahmad, "Kajian Hukum Terhadap Tindak Pidana Penipuan Secara Online" 3 (2019), <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/jhes/article/view/2419>.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari dan menganalisis secara hukum tentang perlindungan konsumen terkait barang palsu yang dijual bebas di platform digital tujuan penelitian ini dibuat agar dapat menjawab permasalahan yang telah ditetapkan. Secara khusus, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Menganalisis pengaturan hukum terkait tindak pidana penipuan dalam transaksi online.
- b. Mengkaji penerapan ketentuan pidana terhadap pelaku penipuan dalam transaksi online jual beli produk skincare di platform digital.
- c. Menganalisis bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi online.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara secara teoritis maupun praktis. Kegunaan tersebut dijabarkan sebagai berikut :

- a. Kegunaan teoritis

Diharapkan bahwa penelitian ini akan berkontribusi besar pada kemajuan ilmu hukum, khususnya dalam bidang hukum pidana ekonomi, hukum perlindungan konsumen, dan hukum transaksi elektronik. Penelitian ini berharap memberikan pemahaman yang mendalam mengenai implementasi KUHP Nasional dan Pasal 28 ayat (1) UU ITE dalam menjerat pelaku penipuan digital melalui promosi media sosial serta identifikasi bentuk pertanggungjawaban hukum yang juga di mana mereka turut serta mempromosikan produk tersebut yang di klaim palsu. Hasil penelitian ini diharap menjadi masukan oleh seluruh

aparatus penegak hukum dan juga BPOM yang menangani kasus serupa, dan bagi konsumen untuk meningkatkan kesadaran dan kewaspadaan dalam melakukan transaksi atau pembelian secara online atau offline.

Secara teoritis, penelitian ini menambah wawasan keilmuan hukum pidana ekonomi dengan menganalisis secara menyeluruh kemungkinan tindak pidana penipuan dalam konteks transaksi jual beli produk perawatan wajah melalui *platform digital*. Analisis ini mencakup penerapan *lex specialis derogat legi generali* antara ketentuan dalam Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Selain itu, hasil penelitian ini memberikan sumbangan pemikiran terhadap perkembangan teori perlindungan konsumen, khususnya terkait hak-hak konsumen dalam transaksi *e-commerce* produk kosmetik dan *skincare*, serta mekanisme hukum yang tersedia bagi korban penipuan di ranah digital. Penelitian ini juga berkontribusi pada pengembangan doktrin hukum siber (*cyber law*) di Indonesia dengan mengkaji aspek pembuktian elektronik, yurisdiksi, dan tanggung jawab platform digital dalam tindak pidana penipuan online, sehingga memperkuat landasan teoritis penegakan hukum di ruang siber. Di samping itu, penelitian ini menambah referensi akademis mengenai pengaturan hukum produk *skincare* ilegal dan penipuan terkait, yang dapat dijadikan rujukan bagi penelitian selanjutnya dalam bidang hukum kesehatan, hukum administrasi negara, dan hukum pidana khusus. Dari perspektif viktimologi, penelitian ini memberikan kontribusi dengan menganalisis posisi korban penipuan produk *skincare* online sebagai

participating victims, sehingga memperluas pemahaman teoritis mengenai perlindungan dan pemulihan hak-hak korban tindak pidana di era digital. Terakhir, hasil penelitian ini memperkuat landasan teoritis mengenai kepastian hukum dalam transaksi elektronik, khususnya terkait sinkronisasi norma hukum pidana, hukum perdata, dan hukum administrasi dalam menangani kasus penipuan produk *skincare* di platform digital, sehingga dapat menjadi dasar bagi pengembangan teori hukum yang lebih komprehensif di masa mendatang.

b. Kegunaan praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis bagi berbagai pihak yang berkepentingan dalam penegakan hukum dan perlindungan konsumen. Bagi aparat penegak hukum seperti Kepolisian, Kejaksaan, dan Pengadilan, penelitian ini dapat menjadi rujukan dan pedoman dalam menangani perkara tindak pidana penipuan produk *skincare* pada transaksi jual beli online, khususnya terkait kualifikasi delik, teknik pembuktian elektronik (digital evidence), dan penerapan sanksi pidana yang tepat sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Bagi Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), hasil penelitian ini dapat memberikan masukan strategis dalam memperkuat kebijakan pengawasan, registrasi, dan penindakan terhadap peredaran produk *skincare* ilegal di platform digital, serta meningkatkan koordinasi lintas instansi dalam pemberantasan kosmetik berbahaya. Bagi platform digital seperti marketplace dan media sosial, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun mekanisme verifikasi penjual, sistem pelaporan (reporting), dan tanggung jawab platform (platform liability)

untuk mencegah dan menindak penipuan produk *skincare* di situs mereka. Bagi konsumen dan masyarakat umum, penelitian ini memberikan edukasi dan kesadaran hukum mengenai hak-hak konsumen, cara mengidentifikasi produk *skincare* asli dan ilegal, serta langkah-langkah hukum yang dapat ditempuh apabila menjadi korban penipuan transaksi online. Bagi pelaku usaha produk *skincare*, hasil penelitian ini memberikan pemahaman mengenai batasan hukum dalam kegiatan pemasaran dan penjualan produk *skincare*, sehingga dapat mendorong kepatuhan terhadap ketentuan registrasi, labelisasi, dan iklan yang benar sesuai peraturan perundang-undangan. Bagi advokat dan praktisi hukum, penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam memberikan bantuan hukum kepada korban penipuan produk *skincare* online, baik melalui jalur pidana maupun gugatan perdata untuk memperoleh ganti rugi. Terakhir, bagi penulis, penelitian ini merupakan sarana untuk mengembangkan wawasan, kemampuan analisis, dan pemahaman mendalam mengenai hukum pidana ekonomi, hukum perlindungan konsumen, dan hukum transaksi elektronik, serta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.pada Fakultas Hukum Universitas PGRI Madiun

E. Pertanggungjawaban Sistematika

Sistematika penulisan dalam karya ilmiah ini disusun secara sistematis untuk memudahkan pembaca memahami alur pembahasan, serta pertanggungjawaban akademik atas susunan isi penelitian. Sistematika ini memuat uraian isi dari setiap Bab, mulai dari Bab I hingga Bab V, yang saling berkaitan dan mendukung analisis permasalahan hukum yang diteliti. Dengan penjelasan sebagai

berikut.

Bab 1 : Pendahuluan

Bab ini berisi tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan penelitian dan Pertanggungjawaban Sistematika Penulisan. Bab ini mengantar pembaca untuk memahami pentingnya dan arah kajiannya.

Bab II : Kajian Pustaka

Bab ini mengurai teori teori yang menjadi dasar analisis penelitian, antara lain teori perlindungan konsumen, teori pertanggungjawaban pidana, teori perbuatan melawan hukum, teori hukum dan teknologi. Bab ini juga mencakup pembahasan mengenai kerangka pemikiran yang menyajikan alur berpikir peneliti dalam menelaah permasalahan, termasuk dalam tujuan regulasi terkait skincare dan penipuan. Di akhir penulis mengulas penelitian sebelumnya yang relevan untuk memperkuat analisis

Bab III : Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum normatif (yuridis normatif) dengan mengandalkan data sekunder sebagai sumber data utama. Data sekunder tersebut meliputi bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan yang mengatur tindak pidana penipuan, perlindungan konsumen, dan transaksi elektronik, antara lain Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan; bahan hukum sekunder berupa putusan pengadilan yang relevan

dengan kasus penipuan produk *skincare* online, karya ilmiah, jurnal hukum, dan buku-buku teks; serta bahan hukum tersier berupa kamus hukum dan ensiklopedia yang mendukung pemahaman konsep hukum. Dalam pelaksanaannya, penelitian ini menggunakan tiga pendekatan penelitian (*approaches*), yaitu pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) untuk menelaah ketentuan hukum positif yang berlaku, pendekatan konseptual (*conceptual approach*) untuk menganalisis doktrin dan asas-asas hukum yang relevan, serta pendekatan kasus (*case approach*) apabila ditemukan studi kasus atau putusan pengadilan yang representatif untuk dikaji. Teknik analisis data dilakukan secara kualitatif dengan metode deskriptif-analitis, yaitu dengan mengumpulkan, mengklasifikasikan, dan mengolah bahan hukum secara sistematis, kemudian mendeskripsikan temuan penelitian secara naratif dan komprehensif untuk menarik kesimpulan yang logis dan relevan dengan rumusan masalah, tanpa melakukan perhitungan statistik atau uji hipotesis kuantitatif..

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berisi uraian tentang perlindungan konsumen terhadap barang yang dijual belikan secara online atau offline. Analisis yuridis regulasi hukum terkait tindak pidana penipuan dalam transaksi online jual beli *skincare*: menguraikan unsur-unsur tindak pidana penipuan berdasarkan KUHP dan peraturan terkait, serta penerapan pada kasus jual beli *skincare* Pertanggungjawaban Pidana

Perlindungan hukum terhadap konsumen dan efektivitas penegakan hukum dalam menangani kasus penipuan produk *skincare* online dalam menjamin kepastian hukum dan hak konsumen sesuai dengan peraturan perundang-undangan

yang berlaku: menjelaskan bentuk pertanggungjawaban pidana yang dapat dikenakan pada pelaku penipuan, baik dari aspek hukum positif maupun, jika relevan, hukum islam.

Studi kasus (jika ada): menelaah putusan pengadilan atau kasus konkret terkait penipuan dalam jual beli *skincare* sebagai ilustrasi penerapan hukum norma.

Bab V : Penutup

Bab ini berisi simpulan dan saran dari seluruh pembahasan dan saran yang merangkum temuan utama terkait pertanggungjawaban pidana pelaku penipuan jual beli *skincare* secara online.

1. Kesimpulan: merangkum temuan utama terkait pertanggungjawaban pidana pelaku penipuan dalam jual beli *skincare*
2. Saran: penelitian ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai aspek yuridis tindak pidana penipuan dalam transaksi online jual beli produk *skincare*, menekankan regulasi yang tegas, perlindungan konsumen, serta sinergi antara pemerintah dan masyarakat dalam mencegah maraknya terjadi penipuan jual beli produk *skincare* di era sekarang.