

PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN KOSMETIK ILEGAL MELALUI SITUS ONLINE

David Han¹, Ukas²

¹Mahasiswa Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Putera Batam

²Dosen Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Putera Batam

email: pb170710068@upbatam.ac.id

ABSTRACT

In the current era of digitalization, cosmetics have become a very important part of the needs of society, especially for women who are the main target of the current cosmetic industry market. Not only women in today's era but men also participate in using various cosmetic products. Where these products are believed to increase a person's confidence due to the polish produced from these cosmetic products. This research is a normative legal research, namely library law research that refers to consumer protection legislation. The focus of this research is to examine and analyze the problem of a violation of the law for rogue business actors for the circulation of an illegal product that is sold freely through online sites based on the provisions of the consumer protection law. Based on the results of this study, it can be seen that the legal protection for cosmetic users who are not registered with BPOM where the Government has issued legislation related to consumer protection. However, until now consumers or users of cosmetics have not been fully protected because the government has not been able to stop the circulation of these cosmetics. These cosmetic products are spread due to several factors such as the lack of consumer education and knowledge related to dangerous/illegal cosmetics, online shopping as an alternative for consumers during a pandemic, and the difficulty of choosing cosmetics from the dangers of illegal cosmetics, especially through online buying and selling sites.

Keywords: *Consumer protection, online sites, illegal products, UUPK*

PENDAHULUAN

Pada era digitalisasi sekarang ini, kosmetik menjadi bagian sangat penting dalam kebutuhan semua orang terkhususkan bagi kaum hawa yang dapat dikatakan target utama pada pasar industri kosmetik saat ini. Bukan hanya wanita saja di era sekarang ini tetapi kaum pria pun juga ikut serta dalam menggunakan produk kosmetik seperti lipstick, lotion pemutih, pelembab wajah, serum wajah, BB cushion, dan bahkan foundation yang menjadi produk favorit saat ini. Dimana produk-produk tersebut dipercaya dapat meningkatkan kepercayaan diri seseorang akibat polesan yang di hasilkan dari produk-produk kosmetik tersebut.

Kosmetik sangat diperlukan bagi sebagian orang yang tingkat kepercayaan dirinya rendah. Penggunaan kosmetik biasanya dilakukan pada tubuh bagian luar seperti permukaan kulit lapisan epidermis, rambut, bibir, kaki, bahkan kuku sekalipun. Dengan tujuan antara lain untuk proses regenerasi, membersihkan, memperbaiki, memperlhalus, dan atau memperbaiki tekstur kulit yang kasar. Kosmetik dapat merubah atau memperbaiki penampilan seseorang tanpa perlu merubah struktur fungsinya.

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, hak yang dimiliki konsumen telah diatur pada Pasal 4 yang di dalamnya memuat mengenai keamanan, kenyamanan, serta keselamatannya dalam mengkonsumsi barang maupun jasa. Selain itu pelaku dagang memiliki tanggung jawab untuk memberikan informasi secara benar, jelas, dan sejujur-jujurnya tentang keadaan barang maupun jasa yang dijualnya sekaligus memberi edukasi tentang cara perawatan dan penggunaan barang maupun jasa yang diperdagangkan tersebut. Saat ini kosmetik merupakan icon bagi orang-orang yang mendambakan atau yang ingin memiliki kulit yang sehat, cerah, dan halus tak jarang hampir setiap hari mereka mengaplikasikan produk tersebut secara langsung pada kulit, sehingga pada saat menggunakan kosmetik tersebut seseorang tersebut berharap untuk dapat berubah penampilannya dalam sekejap mata.

Mengingat kembali proses pembuatan produk kecantikan pada zaman dahulu, bahan-bahan yang digunakan untuk mempercantik diri adalah ramuan herbal yang bersifat alami yang bisa didapatkan dari alam sekitar, contohnya adalah timun yang biasanya untuk mendinginkan kulit, minyak kelapa

digunakan untuk melembabkan rambut, kulit badan sampai dengan kuku, jeruk nipis biasa digunakan untuk scrup kulit-kulit mati, arang kayu juga dapat digunakan untuk sikat gigi. Seiring perkembangan zaman, kini bahan yang terkandung dalam produk kosmetik bukan saja dari yang alami melainkan banyak terdapat campuran bahal lain berupa zat-zat kimia dengan maksud untuk mendapatkan proses yang lebih instan.

Sampai saat ini kosmetik masih sangat digemari dan sangat dicari oleh masyarakat, khususnya bagi kalangan wanita. Pada umumnya proses pembuatan kosmetik haruslah yang bermanfaat, seperti yang alami dicampurkan dengan campuran lain misalnya: glitter, warna, parfum atau fragrance. Dimana produk-produk tersebut digunakan secara berulang setiap harinya sehingga menyebabkan masyarakat lebih konsumtif dengan tujuan mendapatkan perhatian dan memudahkan dalam mencari pasangan.

Itulah mengapa masyarakat awam jadi sasaran empuk dari para penjual produk kosmetik ilegal alias abal-abal. Rasa ingin menjadi yang tercantik membuat orang (konsumen) tergiur membeli produk bermerek tetapi juga berharga murah menjadikan para penjual membuat produk-produk kosmetik mengatasnamakan kosmetik original yang telah dibubuhi dengan informasi komposisi dan BPOM fiktif, sehingga masyarakat banyak yang tergiur dan membeli produk tersebut.

Seiring kemajuan dan berkembangnya teknologi, banyak sekali produsen-produsen (baik di dalam negeri maupun diluar) mengalami perubahan yang sangat cepat dan signifikan dalam hal memproduksi produk mereka, kini sudah banyak produsen di berbagai negara yang sudah menggunakan teknologi modern, misalnya pada sebuah perusahaan kosmetik yang kini sudah mampu menghasilkan produknya dengan skala dan tingkat yang sangat besar dan luas.

Kemajuan dalam bidang teknologi juga ikut berperan serta dalam hal mensukseskan pemasaran produk mereka dengan cepat. Sepertinya produsen kosmetik sudah menemukan platform atau wadah yang tepat guna untuk memperlancar pemasaran produk mereka dengan menggunakan kekuatan dari media social, yang juga ikut berperan serta mendukung produsen yang ada di berbagai negara khususnya dalam hal ini produsen kosmetik. Dimana produk-produk yang telah mereka produksi dalam waktu yang terbilang singkat dan cepat menyebar di penjuru dunia menggunakan media online. (Bhakti & Jamba, n.d.)

Tingginya pembeli dan minat masyarakat terhadap produk kosmetika kian meningkat tiap tahunnya, seiring perubahan dari gaya hidup masyarakat yang belum mengetahui tentang

makeup yang aman untuk digunakan, dewasa ini masyarakat dianggap belum mampu untuk dapat memilah barang atau produk yang safety untuk digunakan.

Disisi lain iklan dan promosi yang ditampilkan oleh produsen kosmetik dengan menggunakan jasa dari model-model yang cantik dan tampan secara gencar terus mereka lakukan guna menarik perhatian pembeli supaya terpicat oleh barang yang mereka perjualkan. Dan tak sedikit pula konsumen yang justru langsung tertarik dengan alasan berharap agar kulit mereka juga putih bersih sama seperti model-model yang di tampilkan pada iklan tersebut. Alhasil banyak para konsumen yang menggunakan produk mereka dengan berlebihan bahkan ada yang sampai over.

Banyaknya barang-barang makeup yang berserakkan di pasaran Indonesia seperti makeup impor dari China yang diperjual-belikan secara bebas dengan nilai yang sangat terjangkau dari kosmetik lainnya, dengan menggunakan bungkus yang enak dipandang dan juga produk yang gampang didapatkan. Hal ini jelas karena tidak adanya pengelolaan yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia terhadap barang-barang ilegal tersebut, sehingga sebagian besar barang-barang impor yang tidak sah tersebut tidak memiliki surat izin, dan tidak sesuai dengan standar BPOM.

Kehadiran dari barang-barang makeup sangatlah menjadi segar untuk masyarakat khususnya para wanita guna menunjang serta memaksimalkan penampilan mereka agar terlihat anggun dan menawan. Akan tetapi banyak sekali barang maupun makeup yang bertebaran di temukan menggunakan campuran kimia yang tidak seharusnya masuk kedalam produk mereka. Yang lebih mencengangkan yaitu gaya konsumen yang berfikir ingin selalu murah dianggap merupakan suatu kecerobohan dari masyarakat yang tidak memperdulikan akibat yang ditimbulkan. Lantaran hal itu kemudian langsung dimanfaatkan oleh produsen kosmetik nakal yang dengan sengaja memberikan janji bahwa produk mereka dapat membuat mereka putih dan cantik dengan cepat. Dan kemudian itulah yang mendorong para pelaku usaha nakal untuk membuat produk yang sembarangan tanpa memperhatikan keamanan dari produk yang mereka jual.

Sayangnya kebanyakan orang atau masyarakat tidak menyadari atau bahkan malah tidak peduli seakan mengabaikan efek yang akan ditimbulkan dari kosmetik berbahaya tersebut. Demi untuk mendapatkan kulit yang cantik, putih dan bersih, masyarakat kurang memahami pola hidup, lingkungan dan faktor keturunan sangat turut serta mempengaruhi pigmen warna tubuh. Gaya hidup serta pengaruh lingkungan kurang baik akan

nemunculkan berbagai macam masalah pada wajah seperti berjerawat, kulit menjadi kering dan kasar, dan flek hitam yang timbul pada wajah.

Permasalahan kulit memang sangatlah diperhatikan karena kurang lebih sekitar 40% wanita asia yang tinggal di iklim tropis mempunyai masalah kulit yang lebih kompleks. Konsumen atau para pembeli sangatlah membutuhkan produk kosmetik yang aman untuk keamanan dan kesehatan tubuh mereka. Oleh sebab itu, saat ini yang di perlukan masyarakat sebagai konsumen adalah kaidah atau aturan hukum yang tentu saja harus menjamin produk-produk yang akan mereka beli dan gunakan nantinya aman untuk digunakan.

Apalagi pada umumnya produk tersebut digunakan secara langsung oleh mereka sendiri, pada dasarnya produk kosmetik yang legal dan aman haruslah dibubuhi dengan label yang bertanggungjawab, jujur dan benar. Sebab dasarnya masyarakat atau pembeli kurang memahami sama sekali tentang pembuatan (proses) pada barang tersebut, mana komposisi kimia yang aman untuk kulit dan maka kosmetik dengan izin BPOM yang asli. Maka dari itu sangatlah diperlukan kaidah atau aturan hukum yang mengatur dasar hukum bagi pelaku usaha yang terbukti memproduksi dan memasarkan produk illegal serta aturan yang memang khusus melindungi para konsumen yang menjadi korban dari para pelaku usaha nakal.

Sebagai contoh dari penyalagunaan bahan kimia yang umumnya sering terjadi di barang-barang kosmetik ialah dengan mencampurkan bahan kimia yang sangat berbahaya seperti mercury, zat adiktif, hydroquinone sebagai campuran pembuatan bahan makeup yang diperdagangkan secara bebas. Hal ini tertuang pada pasal 1 ayat 12 UU No. 23 Tahun 1992 mengenai Kesehatan, zat adiktif dapat dimaksudkan dengan bahan-bahan yang jika tercampur dengan kosmetik dapat menimbulkan ketergantungan baik secara langsung maupun psikis. Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia. Dalam situsnya "<http://www.Kesajor.kemkes.go.id>." peraturan menteri No 57 tahun 2016 Rencana Aksi Nasional mengendalikan akibat kesehatan dampak paparan merkuri Tahun 2016-2020 menimbang: Merkuri adalah satu dari berbagai macam bahan kimia parsisten dan sifatnya biokumulatif yang pada keasrian alam yang ditakutkan efeknya berakibat pengerusakan tidak hanya pada tubuh tetapi juga terhadap alam. Di saat ini Indonesia telah tergolong sebagai negara penggunaan merkuri pada sektor industri-industri yang mengakibatkan kerusakan pada ginjal dan gagalnya reproduksi DNA sehingga harus dilaksanakannya pengurangan dan penghapusan merkuri pada setiap kosmetik di Indonesia. (Supariyani, 2016)

Oleh sebab itu pada dasarnya, setiap orang atau produsen dilarang mengedarkan produk yang tercemar. Definisi tercemar dalam hal ini merupakan bahan yang pada dasarnya berbahaya, beracun dan/atau yang dapat merusak kesehatan mental maupun fisik manusia. Dan di jaman sekarang ini tidak sulit bagi pelaku usaha nakal untuk memasarkan produknya dengan bebas tentunya dengan secara langsung atau bahkan memanfaatkan media social, dan tidak sedikit pula produsen yang mengeluarkan dana cukup besar untuk menyewa endorsment dari artis-artis maupun selebgram terkenal.

Guna untuk membantu menjual atau memasarkan produk-produk mereka yang mengatasnamakan produk asli/original dan bahkan memiliki izin edaran palsu atau BPOM fiktif. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 pada pasal 17 menyatakan bahwa salah satunya, para pengusaha iklan dilarang membuat periklanan yang dapat menipu pembeli mengenai keadaan barang, bahan, kuantitas maupun harga produk dan/atau jasa dengan sanksi pidana penjara selama 5 tahun ataupun denda paling banyak Rp 2 Miliar. (Kristiyanti, 2017)

Bukan cuma itu saja, selain dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, bagi orang yang terbukti menjual dan atau memasarkan produk yang illegal juga akan di kenai pasal berlapis UU ITE (Informasi dan Transaksi Elektronik) karena promosinya secara online di media sosial, dengan alasan sengaja memasarkan produk yang patut diduga dengan tidak ada legalitasnya kemudian bisa dipasarkan karena ada proses endorse oleh publik figur sehingga masyarakat tertarik.

Terkadang pun sekarang ini ada beberapa konsumen yang sadar kalau produk-produk kosmetik yang dibelinya tidak asli, tetapi karena alasan biaya atau harga yang murah membuatnya berbalik haluan dengan membeli produk-produk kosmetik dari toko yang tidak resmi atau dari media online abal-abal padahal ia sadar yang akan ditimbulkan (efek samping) dilain hari. perbedaan harga yang terpaut cukup jauh dari harga resminya membuat pembeli menjadi tergiur untuk membelinya.

Tentunya dengan harga yang sangat murah dan terdapat tulisan izin Badan POM maka tidak sedikit para masyarakat dan konsumen dengan mudah terpengaruh bahwasanya barang (produk makeup) yang mereka beli itu aman dikarenakan barang tersebut diimport langsung dari Negara asli merek tersebut berada. Pada umumnya banyak sekali cara-cara pelaku dagang agar bisa memasarkan mereknya, salah satunya seperti yang diatas (menggunakan BPOM palsu dari negara asal merek tersebut berada) kemudian berdalih barang tersebut

langsung diimportkan ke Indonesia. Mengingat pendaftaran izin edar produk dari BPOM tidaklah mudah dengan begitu banyak pelaku usaha kecil yang nakal tidak mau mendaftarkan produk mereka ke BPOM. Itulah yang kemudian membuat kenapa produk kosmetik ilegal dan juga berbahaya ini lebih banyak dijumpai melalui situs jual beli online.

Adapun barang-barang make up yang cukup sering digandrungi oleh masyarakat peminat kosmetik luas adalah cream pencerah kulit, lotion pencerah wajah, dan masih banyak lagi banyak tersedia secara komersial dengan tujuan yaitu memperoleh wajah yang halus dan cerah. Lotion penghilang bekas luka juga dipakai konsumen guna menyamarkan noda hitam bekas luka, yaitu seperti warna kulit tidak merata dan hiperpigmentasi ataupun kelebihan melanosit pada kulit. Banyak pemutih wajah dikenal sebagai enzim utama dalam melano genesis. Oleh sebab itu produk ilegal dengan embel-embel memutihkan kulit secara instan dalam waktu sekejap membuat kebanyakan wanita hingga laki-laki terpikat dan ingin berpenampilan menarik layaknya seperti model-model yang diiklankan, terlebih lagi jika produk tersebut mampu membuat kulit mereka putih secara instan.

Penampilan cantik dengan menggunakan cara yang instan lantas membuat masyarakat khususnya peminat kosmetik tidak lagi berpikir panjang (gelap mata), yang setelah itu menghalalkan berbagai cara dan apapun demi memenuhi standar kulit putih sesuai yang diidam-idamkan. Tentunya hal tersebut menjadi celah sekaligus keuntungan besar untuk pembuat jasa kosmetik yang nakal demi memenuhi keinginan dari seluruh masyarakat atau orang yang mendambakan kulit putih secara cepat dan sekaligus penampilan menarik.

Produk palsu dan ilegal yang di jual bebas itulah yang amat mengerikan dan berbahaya untuk kesehatan tubuh maupun kulit, maka dari itu masyarakat perlu memerhatikan terlebih dahulu sebelum menggunakan barang-barang tersebut dan agar tidak terpengaruh pada tipuan dari merek dan khasiat yang tidak jelas kualitas dan asal usulnya. Untuk melindungi masyarakat dari produk-produk ilegal dan berbahaya yang dijual secara bebas di pasaran adalah perlunya mengubah pola pikir dan persepsi orang Indonesia terhadap penggunaan kosmetik dengan iming-iming harga yang murah, tentunya banyak cara yang bisa dilakukan pemerintah Indonesia dengan cara memberikan edukasi dan pemahaman kepada masyarakat yang di wakili oleh dinas-dinas terkait guna menjelaskan bahaya yang ditimbulkan akibat menggunakan kosmetik ilegal yang belum jelas asal usul dan kandungan yang terdapat didalamnya, sehingga dengan cara ini mungkin sedikit banyak akan menambah pengetahuan masyarakat awam terkait

produk kosmetik ilegal dan tentunya guna untuk meminimalisir terjadinya korban akibat paparan yang terkandung di dalam produk kosmetik ilegal ini.

Oleh karna itu pemerintah sudah membuat suatu badan yang diberikan tugas dan wewenang tertentu dalam hal ini melakukan pengawasan terhadap obat dan makanan atau sering disebut BPOM. Dan kemudian lembaga ini bekerjasama dengan Menteri Kesehatan dan Menteri Kesejahteraan Sosial yang diberi tugas pengawasan peredaran obat dan makanan di Indonesia, yang dibentuk di masing-masing provinsi di seluruh Indonesia.

Adapun aturan yang telah di keluarkan oleh BPOM sebagaimana yang telah kami kutip dari situs web.” (<https://www.pom.go.id/new/>).” Peraturan Kepala BPOM No HK.03.1.23.12.11.10052 Tahun 2011 mengenai pengawasan produksi dan perputaran barang (kosmetika). Pengawasan kosmetika sebagaimana dimengerti dalam Pasal 3 huruf b antara lain:

- a. legalitas kosmetika;
- b. keamanan, kemanfaatan dan mutu;
- c. penandaan dan klaim; dan
- d. iklan dan promosi

Menurut penulis aktifitas pengawasan yang dilakukan Badan POM sendiri dirasa tidaklah sepenuhnya efektif sampai saat ini masih banyak dijumpai barang-barang (kosmetik) ilegal yang diperjual-belikan secara bebas di pasaran Indonesia baik di store toko offline maupun di media online yang dijual langsung kepada masyarakat luas. Kemudian hal inilah yang menjadi pertanyaan besar dari suatu barang (kosmetik) sudah sesuai atau belum diperjual belikan di pasaran. Mendasari latar belakang di atas, maka penulis berkeinginan mengangkat mengenai apa sajakah factor pendorong banyak masyarakat Indonesia membeli kosmetik ilegal melalui situs online?

KAJIAN TEORI

2.1 Teori Perlindungan Konsumen

Konsumen merupakan setiap orang atau pemakai yang menggunakan barang maupun jasa ada di masyarakat serta di peruntukan bagi kepentingan pribadi, orang lain, dan juga mahluk hidup lainnya dan tidak untuk dijual kembali. Berdasarkan Pasal 1 angka 2 menurut Ahmad Miru dan Sutarman dalam bukunya yang berjudul hukum perlindungan konsumen, dikenal adanya dua tipe konsumen di mana untuk tipe pertama dinamakan konsumen akhir dan utuk tipe kedua dinamakan konsumen antara. Konsumen akhir merupakan pemakai atau pemanfaat dari sebuah produk. Sedangkan konsumen antara merupakan

konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian suatu proses dari produk lainnya. (FUADY, S.H., M.H., LL.M., 2013)

Adapun jenis jenis Konsumen yang dapat di bedakan ke beberapa bagian antara lain :

1. Konsumen Akhir

Yang Dimaksud dari konsumen akhir (personal consumer) ini merupakan pembeli suatu produk yang memakai produk tersebut ataupun jasa yang diperuntuk diri sendiri dan tidak untuk diperjual belikan kembali. Contoh dari pembeli akhir; perorangan maupun kelompok.

2. Konsumen Antara

Konsumen antara ini dapat diartikan sebagai konsumen yang membeli atau menggunakan suatu barang, baik barang dagangan maupun administrasi untuk keperluan fungsional perkumpulan organisasi. Misalnya, bahan mentah atau bahan lainnya. Contoh dari pembeli organisai atau konsumen antara meliputi: grosir, distributor, pengecer dan agen.

Hak dan Kewajiban Konsumen

Setiap konsumen sudah pasti tentu mempunyai hak serta kewajiban seperti yang tertera pada aturan perundang-undangan mengenai perlindungan konsumen menurut A.Z Nasution yang tertuang dalam karyanya“perlindungan konsumen” maka berkaitan dengan itu perlidnungan konsumen bukan hanya perlindungan sebatas fisik belaka melainkan lebih kepada hak-haknya yang bersifat abstrak, berikut hak dan kewajiban dari seorang konsumen sebagai berikut : (Susanti, 2014)

Hak Seorang Pembeli

Pengungkapan tersebut telah diuraikan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen No 08 Tahun 1999 Pasal 4, hal-hal yang termasuk hak-hak konsumen:

Pembeli mempunyai hak untuk mendapatkan rasa nyaman, rasa aman serta keselamatan ketika menggunakan produk dagangan ataupun jasa. Pembeli memiliki hak untuk mencari barang dan/atau jasa sesuai keinginan dan selanjutnya memperoleh produk dan/atau jasa dalam skala konversi serta kondisi dan jaminan untuk dijaminakan. Pelanggan memiliki hak dalam memperoleh data yang sesuai kondisi yang ada, memiliki kejelasan, serta sah sehingga sesuai dengan kualitas barang dagangan serta jasa ketika melakukan pembelian.

Pembeli memiliki hak dalam meminta penilaian atau protes mereka didengarkan sehubungan dengan produk maupun jasa yang digunakan.

Pembeli juga berhak mendapatkan advokasi yang tepat, keamanan, dan perlindungan serta upaya untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan dibidang perlindungan konsumen.

Pembeli memiliki hak istimewa untuk mendapatkan arahan seperti pelatihan dibidang edukasi melakukan pembelian suatu barang. Pembeli juga memiliki hak dalam memperoleh perlakuan dan pelayanan yang berkualitas dan sah juga tidak merugikan maupun diskriminatif.

Pembeli juga memiliki hak untuk memperoleh ganti jika mengalami kerugian, penggantian, dan juga kompensasi, apabila produk tidak sesuai dengan yang seharusnya.

Hak-hak yang diatur dalam ketentuan undang-undang lain:

Kewajiban Konsumen

Hal yang telah diuraikan dalam Undang-Undang UU Perlindungan Konsumen No 08 Tahun 1999 berikut ini adalah kewajiban konsumen:

Pembeli harus atau perlu membaca dan mematuhi petunjuk atau strategi data sesuai dengan penggunaan dan prosedur produk/jasa, untuk keselamatan dan keamanan bersama.

Pembeli dalam situasi ini harus mempunyai itikad baik dalam melakukan jual beli barang maupun jasa. Pembeli juga diharuskan membayar semua pembelian barang dagangan maupun jasa sesuai dengan skala konversi yang disepakati. Pembeli juga diwajibkan dan harus mengikuti upaya untuk menyelesaikan perdebatan sengketa konsumen dengan benar dan jujur. (Prof. Dr. widodo, S.H., 2013)

Dalam ketentuan UU Perlindungan Konsumen No 8 Tahun 1999 bukan hanya pembeli yang mendapat perlindungan hukum mengenai kewajiban dan hak-haknya akan tetapi kewajiban dan hak-hak para pelaku usaha juga termuat dalam pasal 6 dan 7 mengenai kewajiban dan hak dari para pelaku usaha.(Wariati & Susanti, 2014)

Standar prinsip mengenai situasi pembeli dalam hubungan dengan pelaku bisnis tergantung pada peraturan atau spekulasi yang dikenal dalam perbaikan hukum asuransi pembeli yang dapat diverifikasi, antara lain:

Let the buyer beware (caveat emptor)

Doktrin let the buyer beware atau caveat emptor ini adalah doktrin yang membiarkan pembeli harus

berhati-hati atau peringatan emptor adalah alasan munculnya pertanyaan di bidang pertukaran pembeli. Standar ini menyatakan bahwa pelaku bisnis (pedagang) dan pembeli (pembeli) adalah dua kelompok yang menjadi pilihan terbaik, maka hal tersebut membuat konsumen memiliki jaminan. Pedoman ini mempunyai banyak kekurangan, bahwa dalam perkembangannya pelanggan tidak mendapatkan data untuk memuaskan ketika mendapatkan pilihan produk dan juga keuntungan yang dibeli dan dikonsumsi. Hal ini dapat disebabkan oleh terbatasnya informasi pembeli mengenai data barang dagangan atau tidak adanya penerimaan pelaku bisnis terhadap barang yang mereka tawarkan. Dengan cara ini, jika pembeli mengalami kemalangan, pelaku bisnis biasanya memberikan pendapat yaitu jika konsumen mengalami kemalangan itu merupakan konsekuensi kecerobohannya.

The due care theory

Prinsip yang digunakan mengandung makna bahwa pembisnis memiliki komitmen dalam hal menjaga kehati-hatian dalam menampilkan dan menjajakan produk, baik tenaga kerja ataupun produk. Selain para pengusaha tersebut wajib menjaga kehati-hatian mereka pada produk yang dijual, mereka secara langsung tidak dapat dituduh, Aturan ini dijalankan untuk mengkonfirmasi, pihak mana saja yang mendalihkan maka dia adalah orang yang membuktikan dan menunjukkannya. Pernyataan ini sesuai dengan jiwa pembuktian pada hukum perdata yang ada di Indonesia, khususnya pembuktian ada pada pihak yang dirugikan, sebagaimana pasal 1865 BW yang memberikan pernyataan tegas bahwa barang siapa yang menggugat mempunyai hak atau untuk menegaskan haknya atau meniadakan keistimewaan orang lain, atau menyinggung suatu kesempatan, oleh karenanya dapat diwujudkan dengan adanya hak atau kesempatan tersebut.

The privity of contract

Doktrin atau ajaran ini menyatakan bahwa pelaku bisnis memiliki komitmen untuk memastikan keamanan pelanggan, namun ini harus dilakukan jika ada hubungan kontraktual di antara mereka. Pelaku bisnis tidak dapat dituduh melewati apa yang telah disepakati. Dengan cara ini pembeli hanya dapat menuntut tergantung pada wanprestasi. Hal ini sesuai dengan pengaturan dalam Pasal 1340 BW menyatakan adanya perjanjian tersebut hanya mengikat pada pihak-pihak yang setuju mengikatkan diri dalam kontrak.

Tujuan dan Asas Perlindungan Konsumen

Perlindungan pembeli diawasi sebagai upaya bersama yang didasarkan pada lima asas penting

dalam pembangunan publik, untuk lebih spesifiknya:

Asas Manfaat

Memiliki berbagai cara untuk menjaga keamanan pembeli dalam memperoleh kemanfaatan semaksimal mungkin untuk keinginan pelanggan dan pengusaha secara menyeluruh.

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.

Asas Keseimbangan

Adalah pemberian keselarasan antara kepentingan pelanggan, pelaku bisnis, dan otoritas publik dalam arti materiil ataupun spiritual.

Asas Keamanan dan Keselamatan

Pelaku usaha harus memberikan jaminan keamanan dan keselamatan bagi pembeli dalam memanfaatkan, pemakaian, dan penggunaan produk juga manfaat digunakannya barang atau jasa tersebut.

Asas Kepastian Hukum

Yaitu pelaku usaha ataupun pembeli yang mematuhi hukum serta mendapatkan keadilan ketika sedang melaksanakan keamanan pelanggan dan negara memastikan kepastian hukum yang sah. (Soekanto, 2015)

2.1 Teori Perjanjian

Adapun pengaturan/pengertian perjanjian itu sendiri diatur dalam Pasal 1313 KUHPperdata, yang berbunyi: Perjanjian merupakan pembuktian dimana sekurang-kurangnya satu orang mengikatkan diri kepada sekurang-kurangnya satu orang lainnya. Mengenai pengertian Pasal 1313 KUHPperdata, ada beberapa pendapat yang diungkapkan oleh peneliti hukum, antara lain yang diungkapkan oleh R. Subekti, yang memberi arti suatu perjanjian, sebagai berikut: Perjanjian ialah kejadian yang dialami seseorang bernazar (berjanji) kepada seseorang yang lainnya ataupun lebih dari individu menjamin satu sama lain untuk mencapai sesuatu. Ia juga berpendapat bahwa perjanjian itu adalah perkembangan komitmen yang mengandung jaminan atau tanggung jawab yang dikatakan melalui lisan atau disusun secara tertulis. Sementara itu, R. Setiawan menuangkan pendapat yaitu perjanjian merupakan suatu keadaan dimana paling sedikit satu orang mengikatkan diri kepada orang lain paling sedikit satu orang. (SALIM, H.S, S.H., 2013)

individu atau orang yang melakukan aktivitas perdagangan terdiri dari seorang diri. Badan Usaha, merupakan sekumpulan dari beberapa orang atau lebih bersama-sama melakukan suatu kegiatan perdagangan. Adapun Badan usaha dapat di kelompokkan ke dalam dua bagian

Badan hukum, contohnya sebuah usaha yang sudah memiliki modal besar atau dalam hal ini Perseroan Terbatas.

Bukan badan hukum, yaitu sekelompok orang atau Firma yang melakukan kegiatan usaha menurut kepentingan insidentil.

Sesuai pasal 6 UU Perlindungan konsumen No 08 Tahun 1999 untuk menciptakan sebuah kenyamanan dalam berwirausaha bagi para pengusaha dengan tujuan menyeimbangkan pemberian hak kepada pemakai barang tersebut maka kepada para pelaku usaha diberikan hak sebagai berikut :

- a. hak dalam mendapatkan penghasilan/loyalti sesuai yang telah dijanjikan sehubungan dengan kondisi barang dan/atau produk yang dijual;
- b. hak ketika melakukan pembelaan diri yang tepat untuk menyelesaikan sengketa konsumen;
- c. hak dalam memperoleh asuransi yang sah dari aktivitas jual beli pada konsumen yang beritikad tidak baik;
- d. hak dalam mengembalikan nama baik apabila secara hukum terbukti bahwa kerugian pembeli tidak disebabkan oleh produk/barang yang diperjual belikan;
- e. hak-hak yang dikendalikan dalam peraturan hukum dan undang-undang lainnya.

Kewajiban Pelaku Usaha

Sesuai pasal 7 UU Perlindungan konsumen No 08 Tahun 1999 pelaku usaha ada beberapa kewajiban yang harus di ikuti yaitu :

1. berkeinginan dan berperilaku baik ketika menjalankan sebuah perdagangan atau usaha;
2. dapat menjadi sumber informasi secara baik dan akurat, serta informasi yang jelas dan transparan terkait kondisi produk dan jasa serta memberi pengertian mengenai tata cara penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan dari barang atau jasa tersebut;
3. memberikan perlakuan atau pelayanan yang baik kepada konsumen secara tidak diskriminatif, benar dan sejujur-jujurnya;
4. memberikan jaminan dan kualitas produk atau jasa yang diproduksi maupun diperjual belikan sesuai dengan standarisasi kualitas barang atau jasa yang berlaku;

5. dapat menambah peluang untuk para konsumen dalam menguji barang atau jasa juga dapat diharapkan para pelaku usaha untuk memberikan jaminan atau ganti rugi pada produk/barang yang akan dijual;
6. memberi apresiasi dengan cara ganti rugi, dimana kerugian atau penggantian apabila ada kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang atau jasa yang diperdagangkan;
7. memberikan keringanan, berupa mengganti kerugian jika barang atau jasa yang diperoleh untuk dimanfaatkan tidak sesuai yang telah dijanjikan.

Selain dari pada hak dan kewajiban baik itu konsumen maupun pelaku usaha tertuang dalam aturan UU Perlindungan Konsumen, ada aturan lain juga terdapat di dalam UUPK No 8 Tahun 1999 mengenai perilaku untuk larangan si pelaku usaha adapun perbuatan tersebut telah tertuang dalam pasal 8 UUPK No 8 Tahun 1999 sebagai berikut;

- a. tidak sesuai serta tidak dipenuhinya pedoman dan pengaturan yang dipersyaratkan dalam peraturan undang-undang;
- b. tidak sesuai dengan berat bersih, neto atau substansi neto, dan jumlah dalam perkiraan yang dinyatakan dalam nama produk atau label produk;
- c. tidak sesuai menurut takaran, ukuran, jumlah dan timbangan dalam cek berdasarkan takaran yang sesungguhnya;
- d. tidak sesuai dalam jaminan, kondisi, keuntungan juga kelangsungan hidup sebagaimana dinyatakan dalam merek, nama atau label produk maupun jasa.
- e. tidak sesuai pada kualitas, kadar, struktur, ukuran penanganan, gaya, mode, serta pemakaian secara berkala seperti yang dinyatakan dalam label atau penggambaran barang dagangan tersebut juga manfaat tambahannya
- f. tidak sesuai pada jaminan hal tersebut tertuang dalam nama, cara, penggambaran, pemberitahuan dalam iklan maupun promosi yang diperdagangkan;
- g. tidak menasukan tanggal kedaluwarsa atau jangka waktu kadaluwarsa pada barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- h. tidak mematuhi aturan pembuatan label halal, sebagaimana dinyatakan dalam artikulasi "halal" pada nama dagang;
- i. tidak mencantumkan nama atau membuat penjelasan pada barang dagangan yang memuat nama produk, ukuran, berat/isi bersih (netto), resep, aturan penggunaan, tanggal perakitan, efek samping, nama dan alamat pelaku bisnis serta data lainnya untuk penggunaan yang seperti yang ditunjukkan

- oleh pengaturan wajib diperkenalkan/dicantumkan;
- j. tidak memasukkan data maupun informasi berpedoman cara penggunaan produk dalam bahasa Indonesia sesuai pengaturan undang-undang. (Bintang, 2018)

Pada Pasal 8 terdapat dua hal yang mendasar, antara lain mengenai larangan memproduksi atau memperdagangkan barang atau jasa, dengan tidak mengindahkan aturan-aturan yang telah ditetapkan. dan larangan yang dimaksud, bertujuan agar barang atau jasa yang tersebar adalah barang yang layak untuk di perjual belikan namun hal tersebut masih diabaikan oleh para pelaku usaha dan mereka pun tidak segan untuk melanggar aturan-aturan tersebut terkhususnya pada pasal 8 huruf (f) berkaitan dengan penelitian ini banyak sekali pelaku usaha memperdagangkan produk jualanya seperti produk kecantikan secara ilegal yang sama sekali tidak sesuai dengan klaim dari produk yang di perjual belikan, bukan Cuma klaim yang plasu maraknya pelaku usaha menjual produk kecantikan impor yang ilegal dengan menggunakan kode edar palsu yang tidak resmi serta di tambah lagi dengan produk yang di jual tersebut sangat berbahaya yang mengandung zat atau bahan-bahan kimia hali ini sudah barang tentu merugikan banyak konsumen akibat dari ulah pelaku usaha yang nakal.

Berdasarkan hasil kutipan pada Pasal 16 Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1175/MENKES/PER/VIII/2010 tentang Izin Produksi Kosmetika, bahwa adanya larangan bagi pelaku usaha membuat maupun memproduksi serta memasarkan produk kosmetika yang memiliki kandungan bahan-bahan kimia berbahaya atau bahan-bahan yang tidak sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan. Pelaku usaha dilarang keras mengiklankan produk kosmetik yang diproduksinya sebelum memperoleh izin edar sebagaimana terdapat pada Pasal 30 Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia nomor HK.00.05.4.1745 tentang Kosmetik. (Anandhita, 2014)

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini pencipta menggunakan informasi yang memiliki hubungan dengan isu dan tujuan ekspolarasi, mengenai jenis dan sumber informasi yang diarahkan oleh analis, ada dua sumber informasi, yaitu:

a. Data Primer

Informasi yang diperoleh secara langsung atau dari sumber utama dengan mengajukan pertanyaan secara lisan wawancara maupun dengan cara tertulis.

b. Data Skunder

Data yang di peroleh dari penelitian ini dengan cara mengumpulkan bahan-bahan pustaka, informasi yang terkandung dalam undang-undang, buku-buku, serta artikel dan buku harian yang diidentifikasi dengan masalah yang akan direnungkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peredaran kosmetik-kosmetik berbahaya sekarang ini tidak hanya merambah di kalangan menengah kebawah, tetapi juga di kalangan menengah keatas. Hal tersebut dapat terjadi karena semakin berkembangnya pengetahuan para pelaku usaha nakal yang terus berusaha untuk membuat produk kosmetik ilegal semirip mungkin dengan yang aslinya. Sebagaimana telah dipaparkan pada bab sebelumnya maka dapatlah diteliti beberapa factor-faktor yang mendorong konsumen membeli kosmetik berbahaya/illegal melalui situs online, antara lain:

A) Minimnya Pendidikan dan Pengetahuan Konsumen Terkait Dengan Kosmetik Berbahaya/Ilegal

Bukan hal baru apabila pendidikan dan pengetahuan para konsumen Indonesia khususnya terhadap kosmetik sangatlah rendah. Hal ini dapat dipicu oleh banyaknya factor yang tidak hanya disebabkan oleh pola pikir konsumen, tetapi juga jangung jawab dari para pelaku usaha untuk dapat memberikan pengetahuan kepada konsumen.

Berdasarkan pasal 4 huruf f undang-undang No 08 Tahun 1999 Tentang perlindungan konsumen menyebutkan bahwa hak konsumen adalah hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan dalam artian pengetahuan suatu productknowledge namun pada praktiknya hak tersebut seolah-olah di anggap tidak ada di mana hak tersebut seolah-olah di batasi dengan kewajiban konsumen selalu berhati-hati dalam melakukan transaksi jual beli produk online. (Fahmi, 2011)

B) Belanja Online Sebagai Alternatif Konsumen di Masa Pandemic

Dimasa pandemic sekarang ini bukan lagi halangan bagi sebagian orang untuk terus berbelanja demi memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kemudahan dalam mengakses internet dan proses transaksi pembayaran yang bisa dilakukan dimanapun kian mempermudah konsumen untuk membeli setiap barang keperluan melalui internet.

Hal tersebut juga terdapat kelemahannya, yaitu barang yang tidak bisa dilihat dan disentuh secara langsung yang kadang gambar dan realita pada saat datang tidak sesuai dengan yang

diekspetasikan. Hal tersebutlah yang menjadi celah bagi pedagang-pedagang nakal untuk memasakan produk-produk ilegalnya.

C) Mahalnya Biaya Untuk Mendapatkan Nomor Register Dari BPOM

Keterbatasan modal dari para pelaku usaha kecil, untuk mendaftarkan produk mereka ke BPOM mengingat biaya tersebut tidaklah murah membuat para pelaku usaha kecil berpikir dua kali untuk mendaftarkan produk mereka ke BPOM, hal ini kadang yang membuat banyak pelaku usaha tidak tau zat-zat apa saja yang terkandung dalam kosmetik yang ia jual. Padahal BPOM sendiri merupakan lembaga kementerian di bawah Kementerian Kesehatan Indonesia yang juga mengatur masalah izin produk impor ke Indonesia.

D) Minimnya Pengawasan Dari BPOM

Sebagai badan negara yang diberi wewenang oleh otoritas publik untuk mengatur jalannya suatu barang di pasar valuta Indonesia, sudah sepantasnya BPOM menjelma menjadi sebuah institusi yang memutuskan apakah suatu barang seperti kosmetik dan obat maupun makanan untuk keadaan ini masuk akal (layak) atau tidak diperjual belikan secara umum.

Namun kerap kali dalam praktiknya keefektifitas pelaksanaan tugas tersebut terkesan apa adanya saja atau hanya menunggu laporan baru bertindak. Jika dikaitkan dengan pengaturan Pasal 29 UUPK yang menyatakan bahwa Pemerintah bertanggung jawab atas pelaksanaan jaminan pembeli yang menjamin diperolehnya hak dan pelaksanaan komitmen pelanggan dan pengusaha. Dalam perincian pasal, tidak dapat dipungkiri bahwa kewajiban berserikat yang dimaksudkan untuk menjamin hak-hak pembeli sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 UUPK yang menunjukkan sebagai pengurus merupakan tugas badan publik yang kemudian diserahkan kepada BPOM, sehingga selanjutnya pergantian peristiwa dan penyebaran produk perawatan kecantikan haram semakin menjamur, baik secara langsung maupun implikasinya. Atau sebaliknya melalui media online secara implisit berubah menjadi tugas yang baik dan sah dari otoritas publik itu sendiri.

Bagaimanapun, sedikit demi sedikit kecukupan pelaksanaan tugas-tugas ini secara teratur dibatasi atau hanya percaya bahwa laporan lain akan bertindak. Bila diidentifikasi dengan pengaturan Pasal 29 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang mengemukakan bahwa otoritas publik bertanggung jawab atas terselenggaranya jaminan pelanggan yang menjamin terpenuhinya hak untuk memperoleh komitmen pembeli dan pelaku dagang. Dalam pasal rencana tersebut terlihat jelas bahwa perkumpulan dari suatu perkumpulan menunjuk

demikian memenuhi hak istimewa pembeli sesuai yang dimaksud dalam Pasal 4 UUPK yang menunjukkan bahwa pengurus merupakan kewajiban badan publik yang kemudian diangkat menjadi BPOM, dengan tujuan untuk substitusi peristiwa dan penyebaran keindahan progresif yang diproyeksikan, baik secara langsung maupun implikasinya. Atau sebaliknya melalui online lokal di jalan bundaran itu menjadi tugas yang baik dan sah dari otoritas publik itu sendiri.

E) Perbandingan Harga Produk Original dan Ilegal Jauh Bedanya

Sudah hal yang lumrah jika produk perawatan kecantikan yang legal dan berkualitas jauh lebih mahal jika dibandingkan dengan KW / agen kecantikan yang melanggar hukum. Kecenderungan pembeli untuk membeli barang-barang yang murah tidak dapat disangkal, banyak yang berpendapat bahwa merek suatu barang difokuskan pada sifat harganya, meskipun kadang-kadang barang murah juga tidak memastikan bahwa barang tersebut dilindungi untuk membeli dan memanfaatkan. Untuk situasi ini, pembeli dituntut untuk lebih cerdas dalam memilih dan membeli suatu barang. Ini karena pembeli terjebak dalam harga barang yang menggiurkan dan tidak terlalu memperhatikan efek samping yang akan muncul di kemudian hari.

SIMPULAN

Factor pendorong konsumen lebih memilih membeli kosmetik berbahaya/ilegal melalui situs online, dapat karena : Pertama, kurangnya pendidikan serta pengetahuan pembeli. Terkail barang kosmetik berbahaya Kedua, belanja online sebagai alternative konsumen di masa pandemic. Ketiga, mahalnya biaya untuk mendapatkan nomor register dari BPOM. Keempat, minimnya pengawasan dari BPOM. Kelima, perbandingan harga produk original dan ilegal jauh bedanya.

Jika berpedoman pada perlindungan konsumen maka seharusnya sudah cukup melindungi hak pembeli. Namun, pada eksekusinya belum cukup efektif karena banyak produk perawatan kecantikan yang seharusnya dilarang untuk diedarkan karena mengandung bahan-bahan berbahaya beredar di pasaran. Hak pembeli belum sepenuhnya terpenuhi dan dijamin oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Menurut penulis, peran BPOM sendiri masih kurang efektif dalam mengarahkan pelaku bisnis yang memproduksi dan mengedarkan produk perawatan kecantikan karena masih banyak beredar riasan palsu yang mengandung bahan berbahaya yang dapat merugikan pembeli. Dalam penarikan produk berbahaya pun sangatlah lama, sehingga banyak dijadikan cela bagi para pelaku

usaha nakal untuk berpindah dari tempat satu ketempat lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anandhita, V. H. (2014). PERLINDUNGAN KONSUMEN OLEH PELAKU USAHA ONLINE DALAM PROSES TRANSAKSI DI DKI JAKARTA. *Jurnal Penelitian Pos Dan Informatika*, 4(2), 125–135. <https://jurnal-ppi.kominfo.go.id/index.php/jppi/article/view/040204/22>
- Asri Agustiwi, S. A. D. (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik Di Indonesia. *UNIFIKASI : Jurnal Ilmu Hukum*, 3(2), 40–60. <https://doi.org/10.25134/unifikasi.v3i2.409>
- Bhakti, R. T. A., & Jamba, P. (n.d.). ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP INFORMASI IKLAN YANG MENYESATKAN. *Cahaya Keadilan*, Vol 5. No. <https://doi.org/ISSN:2339-1693>
- Bintang, S. (2018). *PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM PERJANJIAN BAKU ELEKTRONIK*. 20(3), 473–494.
- DR. MUNIR FUADY, S.H., M.H., L. M. (2014). *TEORI-TEORI BESAR DALAM HUKUM (GRAND THEORY)* (3rd ed.). KENCANA.
- Fahmi, A. B. (2011). *Mencerna Situs Jejaring Sosial* (I). PT Elex Media Komputindo.
- Kristiyanti, C. T. S. (2017). *HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN* (Tarmizi (ed.); 1st ed.). Sinar Grafika.
- Mansyur, M. A., & Salim, R. (2014). *ANALISIS HUKUM PENYELESAIAN SENGKETA PELAKU USAHA YANG MENGALAMI PAILIT BERDASARKAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN*. 1(1), 52–58.
- Prasetyawati, E. (2013). KONSEP HUKUM PEMBIAYAAN KONSUMEN DI MASA YANG AKAN DATANG. *Yustisia Jurnal Hukum*, 2(2). <https://doi.org/10.20961/yustisia.v2i2.10182>
- Prof. Darji Darmodihajo, S. ., & Shidarta, S.H., M. H. (2019). *POKOK-POKOK FILSAFAT HUKUM* (5th ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Prof. Dr. widodo, S.H., M. H. (2013). *ASPEK HUKUM PIDANA KEJAHATAN MAYANTARA* (I). Aswaja Pressindo.
- SALIM, H.S, S.H., M. S. (2013). *HUKUM KONTRAK Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak* (9th ed.). Sinar Grafika.
- Setyawati, D. A., Ali, D., & Rasyid, M. N. (2017). Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik. *Syiah Kuala Law Journal*, 1(3), 46–64. <https://doi.org/10.24815/sklj.v1i3.9638>
- Soekanto, S. (2015). *PENGANTAR PENELITIAN HUKUM* (3rd ed.). Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press).
- Sommaliagustina, D., & Fatma, Y. (2019). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN E-COMMERCE DAN PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN E-COMMERCE DALAM PERDAGANGAN PRODUK WANITA DI KOTA PEKANBARU. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 7, 321–341. <https://doi.org/https://doi.org/10.33884/jck.v7i2.1371>
- Supariyani, N. (2016). PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK KOSMETIK IMPOR YANG TIDAK TERDAFTAR DI BPOM DENPASAR. *E-Issn 2502-3101 P-Issn 2302-528X*, 5(281–291), 11.
- Tampubolon, W. S. (2016). *UPAYA PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DITINJAU DARI UNDANG UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN*.
- Wariati, A., & Susanti, N. I. (2014). E-commerce dalam perspektif perlindungan konsumen. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 1–19. <https://media.neliti.com/media/publications/162105-ID-none.pdf>