



Penegakan Hukum Terhadap Peredaran Kosmetik Ilegal Melalui Media Sosial di Gorontalo

Ainun Piloto¹, Fenty U. Puluhulawa², Apripari³

Universitas Negeri Gorontalo^{1,2,3}

ainunpiloto4@gmail.com¹, fentypuluhulawa@ung.ac.id², apripari@ung.ac.id³

Diserahkan tanggal 9 Juli 2025 | Diterima tanggal 10 Juli 2025 | Diterbitkan tanggal 30 September 2025

Abstract:

The rampant circulation of illegal cosmetics through social media, which is difficult to monitor, poses a serious challenge to consumer protection and the effectiveness of law enforcement in Indonesia. This study aims to analyze the positive legal regulations regarding the sale and purchase of illegal cosmetics via social media and identify factors that hinder law enforcement in Gorontalo City. The phenomenon of the rampant circulation of illegal cosmetics via social media poses a serious challenge, primarily due to the dynamic and difficult-to-monitor nature of digital media. The research method used is an empirical legal approach, with data collection through observation and interviews with Gorontalo BPOM officers and a review of relevant laws and regulations such as the Health Law, the Consumer Protection Law, the ITE Law, and BPOM Regulation No. 18 of 2015. The results of the study indicate that although regulations are available, implementation in the field still faces various obstacles such as a weak deterrent effect, limited human resources and technology, and low public awareness. The conclusion of this study emphasizes the importance of regulatory reform, strengthening the digital capacity of regulatory agencies, and cross-sector collaboration to create more effective legal protection for consumers in the era of digital commerce.

Keywords: BPOM, Consumer protection, Illegal cosmetics, Law enforcement, Social media.

Abstrak :

Maraknya peredaran kosmetik ilegal melalui media sosial yang sulit diawasi menimbulkan tantangan serius bagi perlindungan konsumen dan efektivitas penegakan hukum di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaturan hukum positif terhadap jual beli kosmetik ilegal lewat media sosial serta mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi kendala dalam penegakan hukum di Kota Gorontalo. Fenomena maraknya peredaran kosmetik ilegal melalui media sosial menjadi tantangan serius, terutama karena sifat media digital yang dinamis dan sulit diawasi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan hukum empiris, dengan pengumpulan data melalui observasi dan wawancara terhadap petugas Balai POM Gorontalo serta kajian terhadap peraturan perundang-undangan yang relevan seperti Undang-Undang Kesehatan, UU Perlindungan Konsumen, UU ITE, dan Peraturan Badan POM No. 18 Tahun 2015. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun regulasi telah tersedia, implementasi di lapangan masih menghadapi berbagai kendala seperti lemahnya efek jera, keterbatasan sumber daya manusia dan teknologi, serta rendahnya kesadaran masyarakat. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan pentingnya reformasi regulasi, penguatan kapasitas digital lembaga pengawas, dan kolaborasi lintas sektor untuk menciptakan perlindungan hukum yang lebih efektif terhadap konsumen di era perdagangan digital.

Kata Kunci: Balai POM, Kosmetik ilegal, Media sosial, Penegakan hukum, Perlindungan konsumen.

Copyright © 2025, Author

This is an open-access article under the [CC BY-NC-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak yang luar biasa dalam berbagai sektor kehidupan, (Abdussamad & Muhtar, 2022) salah satunya dalam bidang perdagangan. Salah satu wujud paling nyata dari transformasi ini adalah meningkatnya kegiatan jual beli secara daring yang memanfaatkan media digital sebagai sarana utama promosi dan transaksi. (Rahman et al, 2024) Internet dan media sosial menjadi instrumen penting yang mempercepat arus informasi serta memperluas jangkauan pemasaran produk ke berbagai kalangan tanpa batas geografis. Fenomena ini turut mendorong munculnya tren pemasaran online atau e-commerce, di mana berbagai produk, termasuk kosmetik, dipasarkan secara bebas melalui berbagai platform digital seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan marketplace online lainnya. Pemasaran secara daring ini tidak hanya memberikan kemudahan dan efisiensi dari sisi biaya dan waktu, tetapi juga memungkinkan interaksi langsung antara produsen atau penjual dengan konsumen secara real time.

Kosmetik sebagai salah satu produk yang berkaitan langsung dengan penampilan dan estetika telah mengalami peningkatan permintaan yang signifikan dalam beberapa dekade terakhir. Produk kecantikan kini tidak hanya dikonsumsi oleh perempuan, tetapi juga oleh laki-laki, seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya perawatan diri. Kosmetik bahkan telah bertransformasi dari sekadar kebutuhan tambahan menjadi bagian dari gaya hidup modern. (Chrisniyani & Fah, 2022) Dalam konteks ini, masyarakat, terutama generasi muda, semakin mengandalkan media sosial untuk menemukan informasi seputar produk kosmetik, mulai dari harga, merek, bahan, manfaat, hingga ulasan pengguna. Perubahan pola konsumsi ini secara tidak langsung mendorong pelaku usaha, baik dalam skala besar maupun kecil, untuk terus berinovasi dan memasarkan produknya melalui jalur digital.

Namun di tengah kemudahan dan peluang yang ditawarkan oleh media sosial, terdapat persoalan krusial yang menjadi tantangan serius dalam dunia perdagangan daring, yaitu maraknya peredaran kosmetik ilegal. Kosmetik ilegal umumnya dijual dengan harga yang sangat terjangkau, memiliki klaim manfaat yang instan, namun tidak memiliki izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan mengandung bahan-bahan berbahaya yang tidak sesuai dengan standar keamanan. (Elvina & Widowati, 2023) Banyak pelaku usaha memanfaatkan celah ini untuk mendapatkan keuntungan ekonomi sebesar-besarnya dengan modal yang seminimal mungkin, tanpa memperhatikan dampak terhadap keselamatan konsumen. Bahan-bahan berbahaya seperti hidroquinon, tretinoin, resorsinol, klindamisin, dan fluocinolone sering ditemukan dalam kosmetik ilegal yang dijual bebas di pasaran digital. Zat-zat ini berpotensi menimbulkan iritasi kulit, kerusakan jaringan, gangguan pernapasan, bahkan risiko kesehatan jangka panjang yang lebih serius.

Situasi ini menunjukkan bahwa konsumen, terutama masyarakat awam, masih memiliki keterbatasan dalam membedakan antara kosmetik yang aman dan legal dengan kosmetik yang tidak memenuhi ketentuan hukum. Tidak sedikit konsumen yang membeli kosmetik berdasarkan pertimbangan harga murah dan testimoni dari influencer atau selebritas media sosial tanpa melakukan verifikasi terhadap keamanan dan legalitas produk tersebut. Rendahnya tingkat literasi hukum dan kesehatan masyarakat turut memperburuk kondisi ini, sehingga menjadi tantangan tersendiri dalam penegakan regulasi yang ada. Di sisi lain, peredaran kosmetik ilegal melalui media sosial menyulitkan lembaga pengawas seperti BPOM untuk melakukan kontrol secara menyeluruh, mengingat media sosial bersifat dinamis, real-time, dan lintas yurisdiksi.

Dalam konteks regulasi, sebenarnya Indonesia telah memiliki sejumlah perangkat hukum yang mengatur distribusi kosmetik dan perlindungan konsumen. Keputusan Kepala BPOM Nomor HK.00.05.4.1745 Tahun 2003 tentang Pedoman Pengawasan Kosmetik menjadi acuan dalam mengatur aspek legalitas dan pengawasan terhadap produk kosmetik yang beredar di masyarakat. (Rahmawati et al, 2024) Selain itu, Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan secara tegas melarang peredaran kosmetik tanpa izin edar dan mengancam pelaku usaha dengan pidana penjara maksimal 12 tahun dan denda hingga lima miliar rupiah. Tidak hanya itu, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga memberikan jaminan

terhadap hak konsumen atas keamanan dan keselamatan dalam menggunakan barang dan jasa, serta mengatur sanksi pidana bagi pelaku usaha yang memperdagangkan produk berbahaya. Meskipun demikian, implementasi regulasi ini di lapangan masih menghadapi berbagai kendala, seperti terbatasnya sumber daya pengawasan, lemahnya penegakan hukum, hingga belum adanya sistem pengawasan daring yang optimal.

Kondisi ini juga terlihat secara nyata di Provinsi Gorontalo, khususnya di Kota Gorontalo, di mana hasil observasi calon peneliti menunjukkan bahwa dari tahun 2021 hingga 2024, terdapat setidaknya 4.185 unit kosmetik ilegal dari enam jenis berbeda yang diperjualbelikan secara bebas melalui media sosial. Data tersebut diperoleh dari Balai POM Gorontalo dan menunjukkan adanya praktik perdagangan ilegal yang masih berlangsung secara masif, meskipun telah ada regulasi yang mengaturnya. Hal ini menimbulkan pertanyaan besar mengenai efektivitas pengawasan dan penegakan hukum di daerah, serta sejauh mana kesadaran masyarakat terhadap pentingnya memilih kosmetik yang aman dan terdaftar secara resmi. Ditambah lagi, kehadiran selebgram atau influencer yang mempromosikan produk tanpa verifikasi menambah kompleksitas permasalahan ini.

Dengan mempertimbangkan kompleksitas masalah peredaran kosmetik ilegal di media sosial, diperlukan penelitian yang tidak hanya mengkaji aspek normatif dari peraturan perundang-undangan, tetapi juga menggali dimensi empiris terkait pelaksanaan pengawasan, perilaku pelaku usaha, serta respons masyarakat di lapangan. Penelitian ini relevan dilakukan di Kota Gorontalo sebagai bagian dari upaya untuk menelaah bagaimana implementasi hukum positif dalam menangani penjualan kosmetik ilegal berbasis media sosial dapat memberikan perlindungan hukum secara efektif terhadap konsumen sekaligus memperkuat mekanisme pengawasan di era digital.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penelitian ini difokuskan pada dua pokok permasalahan utama. Pertama, bagaimana hukum positif di Indonesia mengatur praktik jual beli kosmetik ilegal melalui media sosial, mengingat telah adanya berbagai perangkat regulasi seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Kesehatan, serta pedoman pengawasan dari BPOM. Kedua, apa saja faktor-faktor kendala yang dihadapi dalam penegakan hukum terhadap praktik jual beli kosmetik ilegal di Gorontalo, termasuk keterbatasan sumber daya pengawasan, rendahnya literasi hukum masyarakat, hingga pengaruh media sosial dan influencer yang memperluas peredaran kosmetik ilegal tanpa verifikasi keamanan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan hukum empiris sebagaimana dikemukakan oleh Peter Mahmud Marzuki, yang memandang penelitian hukum sebagai proses menemukan kaidah, asas, dan doktrin hukum untuk menjawab permasalahan hukum. (Marzuki, 2005) Pendekatan empiris dipilih karena memungkinkan peneliti menggali data dari perilaku manusia secara langsung melalui observasi dan wawancara. Penelitian ini dilakukan di Balai Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) Kota Gorontalo, sebagai lembaga yang berwenang dalam pengawasan peredaran kosmetik, termasuk produk ilegal yang beredar melalui media sosial. Lokasi ini dipilih karena relevan dengan objek penelitian dan mendukung pengumpulan data yang valid.

Data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung dan wawancara dengan dua orang pegawai Balai POM yang terlibat dalam pengawasan. Data sekunder diperoleh dari bahan hukum primer seperti Kitab Undang-Undang Hukum Pidana dan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, serta bahan hukum sekunder berupa literatur, artikel, dan dokumen hukum yang relevan. Populasi dalam penelitian ini adalah pegawai Balai POM Gorontalo, dan sampel diambil secara purposif untuk mendapatkan informasi yang mendalam.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi untuk mengamati kondisi dan aktivitas pengawasan di lapangan serta wawancara untuk menggali informasi langsung dari narasumber. Teknik analisis data yang digunakan adalah kualitatif, yaitu dengan mengolah dan menafsirkan data dalam bentuk narasi berdasarkan realitas dan pengalaman responden. Pendekatan ini digunakan

untuk memahami bagaimana hukum bekerja dalam praktik, khususnya dalam penegakan hukum terhadap peredaran kosmetik ilegal di media sosial.

PEMBAHASAN

Penegakan Hukum atas Jual Beli Kosmetik Ilegal Lewat Media Sosial Di Gorontalo

Pertumbuhan media elektronik dan teknologi informasi telah menjadi salah satu faktor pendorong perubahan perilaku sosial dan membentuk peradaban baru yang melampaui batas ruang dan waktu. (Muhtar et al, 2022) Perubahan ini berlangsung cepat, merambah ke seluruh aspek kehidupan masyarakat, termasuk bidang perdagangan dan ekonomi. Inovasi di bidang teknologi informasi telah membuat aktivitas ekonomi semakin mudah diakses, efisien, dan terintegrasi secara digital. Namun, di balik berbagai kemudahan tersebut, muncul pula tantangan baru berupa meningkatnya tindak kejahatan, terutama yang berbasis dunia maya. (Puluhulawa et al, 2023) Kejahatan dunia maya atau cyber crime tidak hanya menasar sektor keuangan dan data pribadi, tetapi juga merambah ke sektor perdagangan barang konsumsi seperti kosmetik. Fenomena penjualan kosmetik ilegal melalui media sosial merupakan salah satu bentuk kejahatan teknologi yang berkembang pesat, menyalahgunakan kemajuan teknologi untuk kegiatan yang melanggar hukum dan membahayakan kesehatan masyarakat.

Penjualan kosmetik ilegal lewat media sosial dapat digolongkan sebagai kejahatan konvensional yang dilakukan dengan bantuan teknologi modern. Pelaku memanfaatkan platform seperti Facebook, Instagram, TikTok, atau marketplace daring untuk menawarkan produk kosmetik tanpa izin edar, mengandung bahan berbahaya, atau bahkan palsu. Strategi ini dilakukan karena media sosial memberikan akses cepat dan luas kepada konsumen, memungkinkan transaksi dilakukan tanpa mekanisme pengawasan yang ketat seperti yang diberlakukan pada perdagangan offline. Situasi ini menjadi tantangan besar bagi pemerintah dan masyarakat dalam menjaga keamanan dan kesehatan konsumen, serta menegakkan hukum yang berlaku di era digital.

Balai Pengawas Obat dan Makanan (Balai POM) sebagai lembaga negara yang bertugas menjamin mutu, keamanan, dan khasiat produk obat dan makanan, memiliki peran yang sangat strategis dalam menghadapi tantangan tersebut. Balai POM menjalankan sistem pengawasan menyeluruh yang mencakup penilaian produk sebelum registrasi, pengambilan sampel di lapangan, pengujian laboratorium, hingga penindakan terhadap pelanggaran hukum. Dalam konteks penjualan kosmetik ilegal melalui media sosial, Balai POM bekerja sama dengan aparat penegak hukum serta instansi terkait lainnya seperti Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) dan Kepolisian Negara Republik Indonesia untuk mengawasi, memantau, dan menindak pelaku pelanggaran. Pengawasan ini dilakukan tidak hanya terhadap produk, tetapi juga terhadap sarana distribusi dan promosi, termasuk akun media sosial yang digunakan untuk menjual kosmetik ilegal. (BPOM RI, 2025)

Dari sisi regulasi, penjualan kosmetik ilegal telah diatur dalam beberapa undang-undang dan peraturan yang menjadi landasan hukum dalam upaya penegakan hukum. Undang-Undang No. 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan menggantikan UU No. 36 Tahun 2009 dan secara tegas melarang produksi, penyimpanan, promosi, dan distribusi sediaan farmasi, termasuk kosmetik, yang tidak memenuhi standar keamanan, manfaat, dan mutu. Pasal 138 ayat (2) UU tersebut melarang setiap orang untuk memproduksi atau mengedarkan produk yang tidak memenuhi persyaratan, dengan ancaman hukuman pidana maksimal 12 tahun atau denda hingga lima miliar rupiah. Pembuktian pelanggaran terhadap ketentuan ini dilakukan oleh lembaga resmi yang bertanggung jawab, seperti Balai POM, sebagaimana disebutkan dalam Pasal 435 UU tersebut. Ketentuan ini memberikan legitimasi yang kuat bagi negara untuk menindak tegas penjualan kosmetik ilegal, termasuk yang dilakukan melalui media sosial.

Selain itu, perlindungan konsumen dari produk ilegal seperti kosmetik yang tidak memiliki izin edar juga diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini menekankan bahwa pelaku usaha wajib memastikan bahwa produk yang

diperdagangkan memenuhi standar yang berlaku dan memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur kepada konsumen. Pasal 8 ayat (1) melarang pelaku usaha memproduksi atau memperdagangkan barang yang tidak memenuhi standar, sementara Pasal 9 ayat (1) menekankan larangan promosi atau iklan yang menyesatkan. Konsumen, sebagaimana diatur dalam Pasal 4, berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang, serta berhak atas informasi yang akurat. Pelanggaran terhadap ketentuan tersebut dapat berujung pada sanksi pidana maksimal lima tahun penjara atau denda maksimal dua miliar rupiah sebagaimana diatur dalam Pasal 62 ayat (1). (Indonesia, 1999) Dalam konteks penjualan kosmetik ilegal, konsumen yang mengalami kerugian, seperti iritasi kulit, gangguan kesehatan, atau dampak lain dari penggunaan kosmetik ilegal, berhak menuntut ganti rugi dari pelaku usaha berdasarkan ketentuan Pasal 19 ayat (1). Dengan demikian, Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan perlindungan komprehensif yang mencakup kewajiban pelaku usaha, hak konsumen, serta sanksi bagi pelanggar, termasuk untuk aktivitas perdagangan di dunia maya.

Lebih lanjut, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) No. 19 Tahun 2016 yang merupakan perubahan dari UU No. 11 Tahun 2008, memberikan dasar hukum yang kuat dalam mengatur aktivitas elektronik, termasuk penjualan melalui media sosial. UU ini secara spesifik melarang penyebaran informasi menyesatkan yang dapat merugikan konsumen (Pasal 28 ayat (1)), dan pelanggar dapat dikenai sanksi pidana enam tahun penjara dan/atau denda hingga satu miliar rupiah sesuai Pasal 45A ayat (1). Selain itu, Pasal 27 ayat (2) mengatur bahwa distribusi konten ilegal, termasuk promosi kosmetik tanpa izin edar, melanggar hukum. Pasal-pasal lainnya seperti Pasal 32 ayat (1), Pasal 40 ayat (2a), dan Pasal 15 ayat (3) memberikan kewenangan kepada pemerintah untuk memutus akses terhadap konten elektronik ilegal serta bekerja sama dengan platform media sosial untuk menghapus konten yang melanggar. Dalam implementasinya, UU ITE menempatkan polisi sebagai penegak hukum utama, bekerja sama dengan Kominfo dan BPOM untuk mengidentifikasi pelaku, menghapus konten ilegal, dan memblokir akun-akun yang memasarkan produk kosmetik berbahaya secara daring. (Padmayani et al, 2022)

Sementara itu, secara teknis operasional, Peraturan Badan POM No. 18 Tahun 2015 memberikan dasar pengawasan terhadap pemasukan dan peredaran obat, makanan, dan kosmetik di wilayah Indonesia. Peraturan ini menetapkan bahwa setiap produk yang dipasarkan harus memiliki izin edar resmi dari BPOM (Pasal 3) dan melarang peredaran produk yang tidak memenuhi syarat keamanan, mutu, atau tidak memiliki dokumen resmi (Pasal 8). Balai POM memiliki wewenang untuk melakukan pengawasan lapangan, menarik produk dari peredaran, memusnahkan produk ilegal, hingga mencabut izin edar (Pasal 21). Selain itu, peraturan ini juga menegaskan perlunya kerja sama dengan instansi seperti KOMINFO dan Kepolisian untuk menindak situs atau akun media sosial yang digunakan untuk menjual kosmetik ilegal (Pasal 22). Namun demikian, Peraturan Badan POM ini juga menghadapi sejumlah tantangan, termasuk keterbatasan pengaturan yang secara spesifik mengatur penjualan melalui media sosial, lemahnya sanksi pidana, dan keterbatasan dalam pelacakan aktivitas daring yang cenderung anonim dan mudah berpindah platform. Selain itu, pendekatan hukum yang masih bersifat reaktif belum sepenuhnya mengimbangi pesatnya perkembangan teknologi digital.

Di wilayah Gorontalo, implementasi ketentuan hukum terhadap penjualan kosmetik ilegal lewat media sosial sudah mulai dilakukan dengan pendekatan terpadu. BPOM Gorontalo secara rutin melakukan pengawasan dan pemantauan terhadap peredaran produk kosmetik, baik secara langsung di pasar maupun melalui media sosial. Unit khusus dibentuk untuk memonitor aktivitas daring, mendeteksi akun atau situs yang menjual kosmetik ilegal, serta bekerja sama dengan aparat penegak hukum untuk melakukan penindakan. Ketika ditemukan pelanggaran, langkah-langkah hukum dilakukan secara tegas, mulai dari penyitaan produk, pemusnahan barang bukti, hingga pelaporan kepada pihak berwajib untuk penyidikan lebih lanjut. Tidak hanya fokus pada penindakan, BPOM Gorontalo juga aktif melakukan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat serta pelaku usaha. Edukasi ini mencakup pentingnya menggunakan produk berizin edar, cara

mengenali produk kosmetik ilegal, serta risiko kesehatan yang mungkin ditimbulkan oleh kosmetik yang tidak terdaftar.

Kondisi ini menunjukkan bahwa penegakan hukum terhadap penjualan kosmetik ilegal tidak hanya bergantung pada perangkat hukum dan kewenangan aparat, tetapi juga pada kesadaran dan partisipasi masyarakat. Upaya pencegahan melalui edukasi dan literasi digital menjadi penting agar masyarakat tidak tertipu oleh iklan menyesatkan di media sosial. Strategi penegakan hukum juga harus disesuaikan dengan dinamika dunia maya yang terus berkembang. Pemerintah perlu memperkuat sinergi antara lembaga-lembaga terkait, memperbarui regulasi agar adaptif terhadap teknologi baru, serta mengembangkan sistem pengawasan berbasis digital yang mampu mendeteksi dan merespons secara cepat terhadap peredaran produk ilegal.

Secara keseluruhan, upaya penanggulangan penjualan kosmetik ilegal lewat media sosial memerlukan pendekatan yang menyeluruh, mulai dari aspek regulasi, pengawasan, penindakan, hingga edukasi. Peran BPOM, Kepolisian, dan KOMINFO harus diperkuat dalam satu sistem pengawasan yang terintegrasi dan adaptif terhadap teknologi. Pada saat yang sama, konsumen juga harus diberikan pemahaman dan perlindungan yang memadai agar mereka mampu memilih produk dengan bijak dan melindungi diri dari risiko kosmetik ilegal. Perluasan kerja sama internasional, terutama dengan platform digital global, juga menjadi penting dalam rangka memberantas perdagangan kosmetik ilegal lintas negara yang menggunakan media sosial sebagai saluran distribusi utama. Hanya dengan pendekatan kolaboratif dan strategis, peredaran kosmetik ilegal dapat ditekan dan perlindungan konsumen dapat diwujudkan secara nyata di era digital yang terus berkembang ini.

Faktor-Faktor Kendala dalam Penegakan Hukum Jual Beli Kosmetik Ilegal Lewat Media Sosial di Gorontalo

Penjualan kosmetik ilegal lewat media sosial di Provinsi Gorontalo menjadi fenomena yang menantang dalam konteks penegakan hukum dan pengawasan produk konsumsi di era digital. Meskipun Balai Pengawas Obat dan Makanan (Balai POM) Gorontalo telah melaksanakan berbagai upaya penindakan dan pembinaan terhadap pelaku usaha yang menjual kosmetik tanpa izin edar, realitas di lapangan memperlihatkan bahwa penjualan produk semacam ini masih berlangsung dan bahkan menunjukkan pola pengulangan kasus dari tahun ke tahun. Berdasarkan data yang dihimpun oleh Balai POM Gorontalo dari tahun 2021 hingga 2024, tercatat adanya penanganan terhadap berbagai produk kosmetik ilegal seperti Maxie Glow, New Ratu, HB RR, Ebudo, dan sejumlah produk lain yang dikategorikan sebagai kosmetik ilegal dengan jumlah puluhan hingga ribuan item. Tindakan yang diambil pun bervariasi, mulai dari pembinaan, pelimpahan ke kepolisian, hingga penjatuhan putusan pengadilan. Meskipun terdapat upaya hukum yang telah dilakukan, fakta bahwa produk-produk seperti Ebudo masih muncul kembali dalam daftar penanganan tahun berikutnya menunjukkan adanya celah dalam penegakan hukum yang belum tuntas dan kurangnya efek jera terhadap pelaku.

Media sosial sebagai sarana distribusi produk ilegal menjadi tantangan tersendiri karena sifatnya yang cepat, luas, dan sulit diawasi. Penjual dengan mudah menggunakan akun palsu, mengganti nomor kontak, dan menyamarkan lokasi agar tidak terlacak oleh aparat. Karakteristik ini memungkinkan mereka untuk terus beroperasi meskipun telah dilakukan tindakan sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa strategi penegakan hukum yang berbasis konvensional perlu dilengkapi dengan pendekatan berbasis teknologi digital dan kerja sama lintas sektor yang lebih adaptif terhadap perubahan zaman. Balai POM tidak bisa bekerja sendiri dalam menghadapi tantangan ini, melainkan harus didukung oleh sinergi dengan Kepolisian, Kementerian Komunikasi dan Informatika, serta partisipasi aktif dari masyarakat. (Putri & Sulisty, 2024)

Faktor hukum menjadi hambatan utama dalam penegakan terhadap penjualan kosmetik ilegal di media sosial. Meskipun regulasi yang mengatur sudah tersedia dalam bentuk Undang-Undang Kesehatan, UU ITE, dan UU Perlindungan Konsumen, namun dalam praktiknya masih ditemukan keterbatasan dalam implementasi. Salah satu kendala utama adalah ketidaksesuaian

antara ancaman sanksi dalam undang-undang dengan pelaksanaan hukum di lapangan. Misalnya, meskipun pelanggaran terhadap penjualan produk ilegal dapat dikenai ancaman hukuman yang cukup tinggi, dalam praktiknya para pelaku justru hanya dikenakan sanksi administratif atau pembinaan yang tidak memberikan efek jera. Selain itu, koordinasi lintas instansi yang belum optimal juga menyebabkan proses penindakan berjalan lambat. Balai POM, sebagai instansi pengawas, tidak memiliki kewenangan penuh dalam melakukan tindakan pemaksaan hukum seperti penangkapan atau penahanan, sehingga harus bekerja sama dengan aparat kepolisian. Keterbatasan ini membuat proses hukum terhadap pelaku seringkali tidak berjalan secara efektif dan efisien.

Di sisi lain, kerangka hukum yang ada saat ini belum sepenuhnya responsif terhadap perkembangan teknologi informasi dan perdagangan digital. Kejahatan berbasis media sosial yang bersifat lintas wilayah, anonim, dan bergerak cepat membutuhkan regulasi yang lebih komprehensif, baik dari aspek substansi hukum, prosedur, maupun mekanisme kerja antar-lembaga. Oleh karena itu, diperlukan pembaruan regulasi dalam bentuk pengesahan Rancangan Undang-Undang Pengawasan Obat dan Makanan yang dapat menjadi dasar hukum yang lebih adaptif dalam menangani kejahatan digital, termasuk kosmetik ilegal. RUU ini diharapkan mampu memberikan kejelasan terhadap pembagian tugas dan kewenangan antar-instansi, memperluas kewenangan penyidikan PPNS, serta menetapkan mekanisme penindakan yang terukur dan tegas.

Faktor sosial dan budaya juga turut mempengaruhi maraknya penjualan dan pembelian kosmetik ilegal di Gorontalo. Standar kecantikan yang mengedepankan kulit putih, wajah tirus, dan penampilan instan telah mendorong masyarakat, terutama perempuan, untuk mencari produk kosmetik yang memberikan hasil cepat dengan harga terjangkau, meskipun tanpa jaminan keamanan. Budaya konsumsi yang dipengaruhi oleh media sosial dan iklan digital membuat masyarakat terpapar pada promosi produk yang menjanjikan hasil luar biasa tanpa menyebutkan risiko yang menyertainya. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Balai POM, ditemukan bahwa sebagian besar masyarakat menyadari adanya risiko dari penggunaan produk kosmetik ilegal, namun tetap memilih untuk menggunakannya dengan alasan hasil cepat dan harga murah. Faktor ekonomi juga berperan dalam pengambilan keputusan konsumen, terutama bagi masyarakat dengan penghasilan menengah ke bawah yang tidak mampu membeli produk resmi berlabel BPOM. (Azizah et al, 2024)

Upaya sosialisasi dan edukasi yang dilakukan oleh Balai POM, seperti penyuluhan melalui media sosial, pembentukan komunitas Saka POM, dan penyuluhan di masyarakat, belum sepenuhnya membuahkan hasil yang diharapkan. Tingkat kesadaran masyarakat terhadap pentingnya keamanan produk masih rendah, dan sering kali diabaikan demi mendapatkan produk yang dianggap “ampuh” dalam waktu singkat. Kurangnya informasi yang dapat diakses secara mudah dan rendahnya literasi kesehatan menjadi hambatan dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap bahaya produk ilegal. Oleh karena itu, edukasi publik perlu dilakukan secara lebih intensif, tidak hanya dalam bentuk kampanye sesaat, tetapi juga melalui integrasi dalam sistem pendidikan, pemberdayaan komunitas, dan kerja sama dengan tokoh masyarakat serta influencer lokal yang memiliki pengaruh di platform digital.

Selain itu, sarana dan fasilitas penunjang yang dimiliki Balai POM Gorontalo belum sepenuhnya mendukung pelaksanaan tugas pengawasan dan penegakan hukum secara optimal. Kebutuhan akan peralatan digital intelijen yang canggih, termasuk software pelacak aktivitas daring, sangat diperlukan untuk mengidentifikasi pelaku, melacak jaringan distribusi, dan mengumpulkan bukti digital. Namun, berdasarkan wawancara dengan petugas Balai POM, pengadaan perangkat lunak khusus ini masih terkendala oleh anggaran dan prosedur lintas sektor yang kompleks. Meskipun Balai POM telah memiliki perangkat keras seperti laptop dengan spesifikasi tinggi, software yang diperlukan untuk pemantauan digital belum dapat direalisasikan karena memerlukan persetujuan dari Kementerian Komunikasi dan Informatika serta anggaran yang cukup besar. Keterbatasan ini tentu berdampak pada keterlambatan deteksi kasus dan ketidakseimbangan antara volume pengawasan yang dibutuhkan dengan kapasitas yang tersedia. Oleh karena itu, peningkatan

dukungan anggaran dan penyederhanaan prosedur pengadaan menjadi sangat penting agar Balai POM dapat menjalankan fungsinya secara maksimal.

Ketersediaan sumber daya manusia yang terbatas juga menjadi hambatan serius dalam pengawasan di lapangan maupun di ruang digital. Personel yang bertugas di Balai POM Gorontalo tidak sebanding dengan luasnya wilayah dan banyaknya platform digital yang harus diawasi. Dalam kondisi ini, Balai POM harus membuat skala prioritas dalam pengawasan, seperti melakukan profiling terhadap akun-akun penjual besar dan melakukan takedown terhadap akun-akun kecil. Strategi ini membantu efisiensi, namun berpotensi menyisakan celah yang dimanfaatkan oleh pelaku lain. Dalam praktiknya, penjual kosmetik ilegal seringkali berasal dari luar daerah, seperti Jakarta, menggunakan akun palsu, nomor kontak tidak tetap, dan lokasi yang tidak sesuai, sehingga menyulitkan identifikasi. Selain itu, praktik hukum yang memberikan sanksi ringan terhadap pelaku turut memperburuk situasi, karena pelaku tidak merasa jera dan bahkan kembali melakukan aktivitas yang sama dengan cara yang lebih tersembunyi.

Faktor pengawasan menjadi ujung tombak dalam memutus rantai distribusi kosmetik ilegal. Namun, pengawasan terhadap aktivitas di media sosial membutuhkan pendekatan dan strategi yang berbeda dari pengawasan konvensional. Diperlukan sistem pemantauan daring yang terintegrasi dengan algoritma pencarian, kerja sama dengan platform media sosial, dan keahlian dalam bidang forensik digital. Di sisi lain, pengawasan yang melibatkan masyarakat secara partisipatif juga penting, seperti pelaporan dari konsumen atau kelompok masyarakat sipil terhadap akun-akun yang mencurigakan. Di Gorontalo, pengawasan oleh Balai POM telah dilakukan secara intensif, namun tetap menghadapi kendala dalam bentuk luasnya jaringan digital, keterbatasan personel, dan belum optimalnya kerja sama teknis dengan platform digital.

Dalam menghadapi tantangan-tantangan tersebut, Balai POM Gorontalo tidak hanya mengandalkan pendekatan penindakan hukum, tetapi juga mengedepankan pembinaan terhadap pelaku usaha. Tindakan ini dilakukan sebagai upaya pencegahan agar pelaku tidak kembali melakukan pelanggaran. Namun, efektivitas pendekatan ini masih diperdebatkan karena banyak pelaku yang kembali mengulangi pelanggaran setelah pembinaan, menunjukkan bahwa pendekatan yang lebih tegas dan menyeluruh masih sangat dibutuhkan. Kombinasi antara pendekatan preventif dan represif perlu dioptimalkan agar pelaku merasa ada konsekuensi nyata dari tindakan mereka.

Oleh karena itu, penanganan peredaran kosmetik ilegal lewat media sosial harus dilakukan secara holistik, melibatkan perbaikan regulasi, peningkatan fasilitas, penguatan pengawasan, dan edukasi masyarakat. Pemerintah daerah dan pusat harus memberikan perhatian lebih terhadap penguatan kelembagaan dan infrastruktur pengawasan. Kolaborasi antarlembaga, termasuk dengan pihak swasta seperti platform digital, perlu diperkuat untuk memastikan sistem pengawasan dan penindakan dapat menjangkau seluruh aspek distribusi ilegal yang terjadi di ruang digital. Hanya dengan pendekatan menyeluruh dan koordinasi yang solid, peredaran kosmetik ilegal dapat ditekan dan masyarakat dapat terlindungi dari bahaya penggunaan produk tanpa izin yang tidak terjamin keamanannya.

SIMPULAN

Perkembangan teknologi informasi telah memberikan dampak signifikan terhadap dinamika perdagangan di era digital, termasuk dalam distribusi produk kosmetik melalui media sosial. Meskipun berbagai regulasi seperti UU Kesehatan, UU Perlindungan Konsumen, UU ITE, serta Peraturan Badan POM telah mengatur dan melarang peredaran kosmetik ilegal, praktik penjualannya masih banyak ditemukan, terutama di wilayah Gorontalo. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan regulasi belum sepenuhnya mampu menjawab tantangan praktik digital yang bersifat dinamis dan tersembunyi. Ketidakefektifan penegakan hukum disebabkan oleh keterbatasan dalam aspek teknis dan taktis, mulai dari kelemahan dalam pelacakan akun penjual, rendahnya kesadaran masyarakat terhadap risiko penggunaan produk ilegal, hingga belum optimalnya kerja sama lintas lembaga dalam menindak pelaku secara tegas dan terukur.

Penegakan hukum terhadap penjualan kosmetik ilegal melalui media sosial tidak hanya membutuhkan ketegasan norma hukum, tetapi juga sinergi antara sumber daya manusia, infrastruktur teknologi, serta edukasi publik yang berkelanjutan. Upaya yang dilakukan Balai POM Gorontalo sejauh ini telah menunjukkan langkah positif melalui pengawasan dan pembinaan, namun belum mampu menurunkan angka pelanggaran secara signifikan. Oleh karena itu, perlu dilakukan reformasi regulasi yang responsif terhadap tantangan digital, peningkatan kapasitas teknologi forensik digital, serta kolaborasi yang intensif antara pemerintah, lembaga pengawasan, penegak hukum, dan platform media sosial untuk menciptakan sistem perlindungan konsumen yang lebih kuat dan berkeadilan. Tanpa pembenahan struktural dan kesadaran masyarakat yang tinggi, praktik penjualan kosmetik ilegal akan terus berkembang dan membahayakan kesehatan publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z., & Muhtar, M. H. (2022). Etika penggunaan media sosial dalam promosi destinasi wisata di Desa Patoameme. *Akuntansi dan Humaniora: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 132–139.
- Azizah, I., Zamroni, M., & Pramono, A. (2024). Perlindungan hukum konsumen terhadap kosmetik ilegal yang diiklankan influencer di media sosial. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(3), 6896–6905.
- Badam Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia [BPOM RI]. (2025, Februari 21). *BPOM temukan 91 merek kosmetik ilegal impor selama 10–18 Februari 2025*. Tribatanews.
- Chrisniyanti, A., & Fah, C. T. (2022). The impact of social media marketing on purchase intention of skincare products among Indonesian young adults. *Eurasian Journal of Social Sciences*, 10(2), 68–90. <https://doi.org/10.15604/ejss.2022.10.02.001>
- Elvina, N. D. Y., & Widowati, D. A. (2023). Analisis kadar hidrokuinon dalam krim pemutih yang tidak memiliki izin BPOM di Kecamatan Ajibarang. *Jurnal Mahasiswa Ilmu Kesehatan*, 1(2), 26–36. <https://doi.org/10.59841/jumkes.v1i2.36>
- Indonesia. (1999). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/45013/uu-no-8-tahun-1999>
- Marzuki, P. M. (2005). *Penelitian hukum* (ed. revisi). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Muhtar, M. H., Hadju, Z. A. A., Abdussamad, Z., & Gobel, R. T. S. (2022). Perluasan kewenangan Komisi Penyiaran Indonesia terhadap pengawasan media digital. *Jurnal Konstitusi*, 19(1), 126–148.
- Padmayani, N. G., Budiarta, I. N. P., & Ujianti, N. M. P. U. (2022). Perlindungan hukum terhadap konsumen bagi pengguna kosmetik ilegal yang diiklankan influencer di media sosial. *Jurnal Preferensi Hukum*, 3(2), 312–317. <https://doi.org/10.55637/jph.3.2.4936.312-317>
- Puluhulawa, J., Muhtar, M. H., Towadi, M., & Swarianata, V. (2023). The concept of cyber insurance as a loss guarantee on data protection hacking in Indonesia. *Law, State & Telecommunications Review / Revista de Direito, Estado e Telecomunicações*, 15(2).
- Putri, D., & Sulistyono, A. Q. P. S. (2024). Legal protection for consumers against the distribution of illegal cosmetic products. *Progressive Law Review*, 6(1), 26–36. <https://doi.org/10.36448/plr.v6i01.130>
- Rahman, I., Muhtar, M. H., Mongdong, N. M., Setiawan, R., Setiawan, B., & Siburian, H. K. (2024). Harmonization of digital laws and adaptation strategies in Indonesia focusing on e-commerce and digital transactions. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(1), 4314–4327.
- Rahmawati, C. V., Rifai, B. P. I., & Putri, A. R. (2024). *Analisis kandungan hidrokuinon pada kosmetik whitening face serum ilegal di Pasar Besar Malang dengan metode HPLC*. Skripsi, Universitas Brawijaya.