

ANALISIS KEBIJAKAN PUBLIK TERHADAP PEREDARAN KOSMETIK TANPA IZIN BPOM: STUDI KASUS SHOPEE DAN TIKTOK *SHOP*

Siti Hajar^{1*} Syafira Nindya Putri²

¹Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jayabaya

²Mahasiswa Prodi Administrasi Negara, FISIP Universitas Jayabaya

Abstrak

Peredaran kosmetik yang tidak memiliki izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) menjadi tantangan serius dalam penyelenggaraan kebijakan publik di Indonesia, terutama terkait aspek kesehatan masyarakat dan perlindungan konsumen. Ekspansi perdagangan digital melalui *e-commerce* dan *social commerce*, termasuk Shopee dan TikTok *Shop*, telah mengubah pola distribusi kosmetik dan membuka peluang semakin luas bagi masuknya produk ilegal ke pasar daring. Penelitian ini bertujuan untuk menelaah bagaimana kebijakan publik bekerja dalam mengendalikan peredaran kosmetik tanpa izin BPOM di platform digital. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif melalui studi kasus berbasis analisis kebijakan, menggunakan data sekunder berupa regulasi, laporan resmi BPOM, pemberitaan media daring, serta kajian akademik. Temuan penelitian menunjukkan bahwa keberadaan regulasi saja belum cukup untuk menjamin efektivitas pengendalian kosmetik ilegal di ruang digital. Lemahnya peran pengawasan *platform*, rendahnya pemahaman konsumen, orientasi keuntungan pelaku usaha, serta keterbatasan kapasitas pengawasan negara berkontribusi pada berlanjutnya peredaran kosmetik ilegal. Kondisi ini mencerminkan tantangan tata kelola kebijakan publik dalam merespons dinamika ekonomi digital yang terus berkembang

Kata Kunci: Kebijakan publik, kosmetik ilegal, *e-commerce*

Abstract

The increasing availability of cosmetic products without distribution permits from the Indonesian Food and Drug Authority (BPOM) highlights a growing governance challenge in Indonesia's digital marketplace. The rapid integration of e-commerce and social commerce platforms, such as Shopee and TikTok Shop, has reshaped cosmetic distribution by enabling faster transactions and broader market access, while simultaneously weakening traditional oversight mechanisms. This study explores how public policy operates in addressing the circulation of unlicensed cosmetic products within digital platforms. Employing a qualitative descriptive approach with a policy-oriented case study design, the research relies on secondary data drawn from regulatory frameworks, official BPOM publications, online media reports, and relevant academic literature. The analysis reveals that the persistence of illegal cosmetics is not solely the result of regulatory absence, but rather reflects limitations in policy implementation amid evolving digital trade practices. Insufficient platform accountability, uneven consumer awareness, profit-driven seller behaviour, and constrained state monitoring capacity collectively shape the policy challenges faced in the digital economy.

Keywords: Public policy, illegal cosmetics, *e-commerce*

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kosmetik di Indonesia menunjukkan keterkaitan yang kuat dengan ekspansi teknologi digital dalam aktivitas ekonomi masyarakat. Perdagangan berbasis *platform* digital, khususnya *e-commerce* dan *social commerce*, telah membentuk pola baru dalam distribusi produk kosmetik yang sebelumnya didominasi oleh jalur konvensional. Melalui sistem daring, interaksi antara produsen, penjual, dan konsumen berlangsung secara lebih cepat, luas, dan terdesentralisasi.

Meskipun memberikan efisiensi dalam transaksi, perubahan tersebut belum sepenuhnya diimbangi oleh kesiapan kebijakan publik dalam aspek pengawasan. Peredaran kosmetik tanpa izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) masih ditemukan secara masif di berbagai platform digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa mekanisme pengawasan yang selama ini diterapkan menghadapi keterbatasan ketika berhadapan dengan karakter perdagangan digital yang bersifat dinamis dan lintas wilayah.

Peredaran kosmetik tanpa izin edar BPOM merupakan persoalan kebijakan publik yang bersifat multidimensional. Di satu sisi, masalah ini berkaitan dengan aspek kesehatan masyarakat karena penggunaan kosmetik ilegal berpotensi menimbulkan dampak kesehatan jangka pendek maupun jangka panjang. Di sisi lain, fenomena ini juga menyentuh dimensi perlindungan konsumen, tata kelola perdagangan digital, serta efektivitas implementasi kebijakan publik di era ekonomi digital (Sakti & Dinanti, 2020).

Transformasi sistem perdagangan dari model konvensional ke perdagangan berbasis digital telah mengubah pola distribusi barang secara signifikan. *Marketplace* dan *social commerce* seperti Shopee dan TikTok Shop memberikan kemudahan akses bagi pelaku usaha untuk menjual produk langsung kepada konsumen tanpa batasan geografis yang ketat. Namun, kemudahan tersebut juga menciptakan ruang abu-abu dalam pengawasan, yang dimanfaatkan oleh pelaku usaha tidak bertanggung jawab untuk mengedarkan produk kosmetik tanpa izin edar atau dengan menggunakan nomor izin palsu (Yunianto & Anggoro, 2021).

BPOM sebagai lembaga negara yang memiliki mandat pengawasan obat dan makanan telah melakukan berbagai upaya pengendalian, baik melalui pengawasan *pre-market* maupun *post-market*. Meskipun demikian, laporan dan temuan BPOM menunjukkan bahwa ribuan produk kosmetik ilegal masih beredar luas di *marketplace* daring dengan nilai ekonomi mencapai puluhan miliar rupiah (Wiyardhani et al., 2025). Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara desain kebijakan dan implementasinya di lapangan.

Dalam perspektif administrasi negara, permasalahan peredaran kosmetik ilegal tidak dapat dipahami semata-mata sebagai pelanggaran hukum oleh individu atau pelaku usaha. Masalah ini merupakan refleksi dari tantangan tata kelola (*governance*) dalam mengatur ruang digital yang melibatkan banyak aktor, mulai dari negara, *platform e-commerce*, pelaku usaha, *influencer*, hingga konsumen. Oleh karena itu, analisis kebijakan publik menjadi pendekatan yang relevan untuk mengkaji efektivitas kebijakan yang ada serta merumuskan rekomendasi kebijakan yang lebih adaptif terhadap dinamika perdagangan digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini bertujuan untuk menganalisis kebijakan publik terkait peredaran kosmetik tanpa izin BPOM di

Indonesia dengan fokus pada studi kasus temuan kosmetik ilegal di Shopee dan TikTok Shop. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam kajian kebijakan publik serta menjadi bahan pertimbangan praktis bagi pembuat kebijakan dalam memperkuat perlindungan konsumen di era digital.

Dasar Hukum Peredaran Kosmetik

Secara normatif, Indonesia memiliki kerangka hukum yang relatif komprehensif dalam mengatur peredaran kosmetik dan perlindungan konsumen. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menegaskan hak konsumen atas keamanan, keselamatan, dan informasi yang benar mengenai produk yang dikonsumsi. Selain itu, Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 sebagaimana telah dicabut dengan Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan memberikan dasar hukum yang kuat bagi negara untuk mengendalikan peredaran produk yang berpotensi membahayakan kesehatan masyarakat.

Dasar hukum lainya yakni Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan serta Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017 tentang BPOM memberikan mandat institusional kepada BPOM sebagai lembaga utama pengawasan obat dan makanan, termasuk kosmetik. Mandat tersebut diperkuat dengan berbagai peraturan teknis BPOM, seperti Peraturan BPOM Nomor 2 Tahun 2020 dan Nomor 12 Tahun 2023, yang secara spesifik mengatur persyaratan izin edar, distribusi, dan pengawasan kosmetik (Juanda & Untari, 2022; Djaya, 2020).

Meskipun peredaran kosmetik mempunyai dasar hukum, berbagai penelitian menilai bahwa kekuatan regulasi tersebut lebih bersifat normatif dan belum sepenuhnya adaptif terhadap dinamika perdagangan digital. Regulasi yang ada sebagian besar dirancang dalam konteks perdagangan konvensional, sehingga belum mampu menjawab tantangan spesifik *e-commerce* dan *social commerce*, seperti transaksi lintas wilayah, anonimitas pelaku usaha, serta penggunaan *influencer* sebagai sarana promosi produk ilegal (Sakti & Dinanti, 2020; Alimah, 2023; Christi & Soemartono, 2024).

Kesenjangan antara regulasi dan kenyataan di lapangan menunjukkan adanya *policy lag*, yaitu kondisi ketika kebijakan publik tertinggal dibandingkan dengan perkembangan teknologi dan model bisnis. Dalam hal ini, implementasi ke-

bijakan pengawasan kosmetik di *e-commerce* menjadi tidak efektif karena instrumen hukum belum sepenuhnya mengatur tanggung jawab platform digital sebagai bagian dari rantai distribusi produk (Siagian *et al.*, 2025; Htp *et al.*, 2023)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dirancang menggunakan pendekatan kualitatif untuk memperoleh pemahaman kontekstual mengenai implementasi kebijakan publik dalam pengendalian peredaran kosmetik tanpa izin BPOM di ruang digital. Sedangkan desain penelitian dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan menempatkan Shopee dan TikTok Shop sebagai konteks analisis. Pemilihan studi kasus memungkinkan peneliti untuk menelaah kebijakan secara mendalam dengan mempertimbangkan karakteristik khusus dari *platform* digital yang memadukan fungsi perdagangan, promosi, dan interaksi sosial sehingga dapat menggambarkan dinamika kebijakan sebagaimana berlangsung dalam praktik, bukan sekadar sebagaimana dirumuskan secara normatif

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yang diperoleh dari berbagai sumber, antara lain: (1) Peraturan perundang-undangan yang mengatur peredaran kosmetik, perlindungan konsumen, dan perdagangan elektronik. (2) Laporan dan publikasi resmi BPOM terkait temuan kosmetik ilegal dan pengawasan *post-market*. (3) Artikel jurnal ilmiah nasional dan internasional yang membahas kosmetik ilegal, perlindungan konsumen, *governance*, serta peran *platform* digital, dan (4) Pemberitaan media daring yang memuat informasi mengenai kasus temuan kosmetik ilegal di Shopee dan TikTok Shop.

Penggunaan data sekunder dipandang relevan karena penelitian ini berfokus pada analisis kebijakan publik, sehingga membutuhkan pemahaman mendalam terhadap dokumen kebijakan, kajian akademik, dan laporan institusional (Miles & Huberman, 2014).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dan analisis isi (*content analysis*). Analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang berkaitan dengan masalah kebijakan, faktor penyebab, respons kebijakan, serta celah implementasi dalam pengawasan kosmetik ilegal di *platform* digital.

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman (2014) yang me-

liputi: (1) Reduksi data, yaitu proses seleksi dan penyederhanaan data yang relevan dengan fokus penelitian. (2) Penyajian data, yaitu penyusunan data secara sistematis dalam bentuk narasi analitis, dan (3) Penarikan kesimpulan, yaitu interpretasi terhadap temuan penelitian dengan mengaitkannya pada kerangka teori dan kebijakan publik.

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber, dengan membandingkan temuan dari berbagai literatur dan dokumen kebijakan yang berbeda. Analisis data dilakukan dengan model interaktif yang mencakup tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Model ini digunakan untuk memastikan bahwa proses analisis berjalan secara sistematis dan berulang sehingga mampu menangkap keterkaitan antara kebijakan, aktor, dan konteks perdagangan digital. Pendekatan ini lazim digunakan dalam penelitian kualitatif kebijakan publik yang menekankan pemahaman mendalam terhadap fenomena kebijakan dalam konteks tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kebijakan Peredaran Kosmetik Tanpa Izin BPOM

Fenomena peredaran kosmetik tanpa izin edar di *platform* digital menunjukkan adanya perubahan mendasar dalam struktur permasalahan kebijakan publik. Produk kosmetik ilegal tidak hanya beredar sebagai akibat lemahnya pengawasan, tetapi juga memperoleh legitimasi melalui mekanisme pemasaran digital seperti visualisasi produk, ulasan pengguna, dan promosi daring yang intensif. Situasi ini menciptakan kondisi asimetri informasi, di mana konsumen sulit menilai aspek legalitas dan keamanan produk secara objektif.

Dari perspektif kebijakan publik, kondisi tersebut mencerminkan ketegangan antara tujuan perlindungan konsumen dan kapasitas negara dalam mengawasi pasar digital. Efisiensi distribusi yang ditawarkan oleh *marketplace* dan *social commerce* justru memperluas ruang bagi praktik distribusi ilegal, sehingga peredaran kosmetik tanpa izin berkembang sebagai persoalan struktural yang tidak dapat diselesaikan melalui pendekatan represif semata.

BPOM dalam berbagai laporan pengawasan mencatat ribuan temuan kosmetik ilegal yang beredar di pasar, termasuk di *marketplace* daring, dengan nilai ekonomi yang mencapai puluhan

miliar rupiah. Temuan tersebut menunjukkan bahwa peredaran kosmetik ilegal bukan lagi kasus sporadis, melainkan telah menjadi praktik sistematis yang memanfaatkan celah pengawasan digital (Wiyardhani *et al.*, 2025; Puspitasari *et al.*, 2025). Dampak dari peredaran ini tidak hanya dirasakan oleh konsumen yang mengalami kerugian kesehatan, tetapi juga oleh negara dalam bentuk menurunnya kepercayaan publik terhadap efektivitas kebijakan pengawasan.

Implementasi dalam Pengendalian Kosmetik Ilegal

Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa persoalan utama dalam pengendalian peredaran kosmetik tanpa izin BPOM tidak berkaitan dengan ketiadaan regulasi. Sebaliknya, masalah justru muncul pada ketidakmampuan kerangka kebijakan yang ada untuk bekerja secara efektif di ruang perdagangan digital. Regulasi yang berlaku masih berangkat dari logika pengawasan konvensional, sementara praktik distribusi kosmetik di *e-commerce* berkembang jauh lebih cepat, cair, dan adaptif. Ketimpangan inilah yang kemudian menciptakan jarak antara tujuan kebijakan dan realitas di lapangan. Secara normatif, kerangka hukum yang mengatur peredaran kosmetik, perlindungan konsumen, dan perdagangan telah disusun secara relatif komprehensif. Regulasi tersebut mencerminkan komitmen negara dalam melindungi kesehatan masyarakat serta menjamin keamanan produk yang beredar di pasar (Sakti & Dinanti, 2020; Siagian *et al.*, 2025).

Efektivitas kebijakan tersebut mengalami hambatan serius ketika dihadapkan pada karakteristik *e-commerce* dan *social commerce* yang bersifat dinamis, lintas batas, dan berbasis teknologi digital. Praktik perdagangan daring memungkinkan pelaku usaha untuk dengan cepat beradaptasi, berpindah akun, atau memodifikasi identitas digital guna menghindari pengawasan formal. Kondisi ini menyebabkan kebijakan yang dirancang dengan pendekatan konvensional menjadi kurang relevan dan tidak responsif terhadap realitas pasar digital (Mandasari, 2020; Wiyardhani *et al.*, 2025).

Kesenjangan antara kebijakan dan implementasi (*policy-implementation gap*) tercermin dari masih maraknya temuan kosmetik ilegal di Shopee dan TikTok Shop, meskipun BPOM secara rutin melakukan pengawasan dan penindakan. Fenomena ini menunjukkan bahwa instrumen kebijakan yang ada belum mampu mengimbangi kecepatan dan kompleksitas distribusi produk di *platform*

digital. Dalam perspektif kebijakan publik, kondisi ini dapat dipahami sebagai bentuk *implementation failure*, di mana tujuan kebijakan tidak tercapai karena keterbatasan kapasitas pelaksana dan ketidaksesuaian desain kebijakan dengan konteks implementasinya.

Faktor Penyebab Peredaran Kosmetik Ilegal

Untuk memahami kompleksitas peredaran kosmetik tanpa izin BPOM, sejumlah penelitian menggunakan pendekatan *problem analysis triangle* yang memetakan masalah ke dalam empat aktor utama, yaitu konsumen, pelaku usaha, *platform* digital, dan negara. Dari sisi konsumen, rendahnya literasi hukum dan kesehatan menjadi faktor utama yang mendorong tingginya permintaan terhadap kosmetik ilegal. Banyak konsumen mengalami kesulitan membedakan produk legal dan ilegal, terutama ketika informasi yang disajikan di *platform* digital bersifat manipulatif atau menyesatkan (Andini, 2025). Selain itu, konsumen cenderung lebih sensitif terhadap harga murah, tren kecantikan, serta klaim hasil instan yang diperkuat oleh promosi *influencer* di media sosial (Yunianto & Anggoro, 2021; Sende *et al.*, 2021). Dalam perspektif kebijakan publik, kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara norma hukum dan norma sosial. Meskipun secara hukum kosmetik ilegal dilarang, secara sosial produk tersebut masih diterima dan bahkan diminati karena dianggap mampu memenuhi standar kecantikan tertentu dalam waktu singkat (Puspitasari *et al.*, 2025).

Pelaku usaha atau penjual kosmetik ilegal umumnya didorong oleh motif ekonomi berupa keuntungan tinggi dengan risiko yang relatif kecil. Proses perizinan BPOM sering dipersepsikan sebagai mahal dan memakan waktu, sehingga mendorong pelaku usaha untuk menghindari prosedur legal dan memilih jalur ilegal (Djaya, 2020). Praktik penggunaan nomor izin edar palsu atau fiktif juga menjadi strategi umum untuk mengelabui konsumen dan *platform* (Siagian *et al.*, 2025). Budaya permisif terhadap pelanggaran regulasi turut memperparah situasi ini. Dalam banyak kasus, pelanggaran hukum tidak dipandang sebagai masalah serius selama tidak ada penegakan hukum yang konsisten dan tegas (Sende *et al.*, 2021).

Platform e-commerce dan *social commerce* memiliki peran sentral dalam menciptakan struktur peluang (*opportunity structure*) bagi peredaran kosmetik

ilegal. Lemahnya sistem verifikasi produk, minimnya filter otomatis, serta ketergantungan pada laporan pengguna menyebabkan banyak produk ilegal tetap beredar meskipun telah ditemukan pelanggaran (Sakti dan Dinanti, 2020; Mandasari, 2020). Tiktok *Shop*, misalnya, menggabungkan fitur hiburan, promosi *influencer*, dan transaksi langsung, sehingga mempercepat proses distribusi produk tanpa pengawasan yang memadai (Maharany, 2024). Kondisi ini menunjukkan bahwa platform tidak lagi sekadar perantara pasar, tetapi telah menjadi aktor kebijakan yang secara tidak langsung memengaruhi efektivitas regulasi negara.

Dari sisi negara, keterbatasan sumber daya manusia dan teknologi pengawasan digital menjadi tantangan utama. BPOM masih menghadapi keterbatasan dalam melakukan pengawasan *real-time* terhadap jutaan produk yang beredar di berbagai platform digital. Selain itu, koordinasi antarlembaga seperti BPOM, Kementerian Perdagangan, dan aparat penegak hukum belum sepenuhnya optimal (Gelong *et al.*, 2024; Christi & Soemartono, 2024).

Pemerintah melalui BPOM telah melakukan berbagai upaya pengendalian, mulai dari penguatan regulasi, pengawasan *pre-market* dan *post-market*, hingga edukasi konsumen. Namun, literatur menunjukkan bahwa respons kebijakan tersebut masih menghadapi tantangan besar dalam implementasinya. Pengawasan digital belum sebanding dengan skala pelanggaran, sementara penutupan akun dan penarikan produk sering kali bersifat sementara karena pelaku usaha dapat dengan mudah muncul kembali menggunakan identitas baru (Mandasari, 2020; Wiyardhani *et al.*, 2025).

Pendekatan kolaborasi multipihak juga telah diupayakan, namun masih bersifat timpang karena dominasi BPOM tanpa dukungan optimal dari platform dan aktor lain. Hal ini menunjukkan perlunya pergeseran paradigma kebijakan menuju *collaborative governance* yang lebih seimbang dan partisipatif.

Pengawasan Kosmetik di Ruang Digital

Dari sudut pandang *governance*, pengawasan peredaran kosmetik ilegal masih menunjukkan pola sentralistik dengan BPOM sebagai aktor dominan. Meskipun BPOM memiliki mandat hukum yang kuat, kompleksitas perdagangan digital menuntut keterlibatan aktor lain secara lebih aktif

dan setara. Dalam ekosistem *e-commerce*, platform digital memegang peran strategis karena memiliki kontrol langsung atas sistem distribusi, algoritma promosi, serta mekanisme transaksi yang menentukan visibilitas dan akses produk kepada konsumen (Christi & Soemartono, 2024).

Minimnya keterlibatan substantif platform *e-commerce* dalam pengawasan menunjukkan adanya kelemahan tata kelola kolaboratif. Platform cenderung menempatkan diri sebagai penyedia pasar netral (*neutral intermediary*), bukan sebagai bagian dari rantai distribusi yang memiliki tanggung jawab sosial dan hukum terhadap produk yang diperdagangkan. Akibatnya, upaya pengawasan menjadi timpang karena beban pengendalian sepenuhnya bertumpu pada negara, sementara aktor non-negara belum terintegrasi secara optimal dalam proses kebijakan.

Literatur menegaskan bahwa tanpa keterlibatan aktif platform sebagai *gatekeeper*, kebijakan pengawasan kosmetik akan selalu menghadapi keterbatasan kapasitas. Pendekatan reaktif yang hanya mengandalkan penurunan produk setelah adanya laporan atau temuan tidak cukup efektif untuk mencegah peredaran kosmetik ilegal secara sistematis dan berulang (Maharany, 2024). Situasi tersebut memperlihatkan bahwa pendekatan kebijakan yang lebih kolaboratif perlu mulai dipertimbangkan yang menempatkan seluruh aktor sebagai mitra dalam pengendalian masalah publik.

Kelemahan Instrumen Kebijakan Platform E-Commerce

Kelemahan lain yang signifikan terletak pada instrumen kebijakan yang mengatur tanggung jawab platform *e-commerce*. Hingga saat ini, belum terdapat kewajiban yang bersifat mengikat bagi platform untuk melakukan verifikasi izin edar BPOM secara sistematis sebelum produk dipasarkan. Celah kebijakan ini memungkinkan produk kosmetik ilegal masuk ke pasar digital tanpa proses penyaringan yang memadai (Yunianto & Anggoro, 2021).

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kebijakan yang ada masih berorientasi pada penegakan hukum terhadap pelaku usaha, sementara peran struktural platform dalam memfasilitasi peredaran produk belum diatur secara tegas. Padahal, dalam konteks ekonomi digital, platform tidak hanya berfungsi sebagai perantara transaksi, tetapi juga sebagai aktor yang memiliki kekuasaan signifikan

dalam membentuk perilaku pasar melalui sistem algoritma dan kebijakan internal mereka.

Sejumlah penelitian merekomendasikan perlunya penguatan instrumen kebijakan di level *platform*, antara lain melalui integrasi sistem verifikasi izin edar BPOM ke dalam mekanisme *listing* produk, penerapan sistem *take-down* cepat yang bersifat proaktif, serta pemberian sanksi administratif progresif terhadap platform yang lalai dalam menjalankan kewajiban pengawasan (Sakti & Dinanti, 2020; Siagian *et al.*, 2025; Christi & Soemartono, 2024). Tanpa pembaruan instrumen kebijakan ini, *platform e-commerce* akan tetap menjadi ruang yang rentan bagi peredaran kosmetik ilegal.

Selain aspek struktural dan institusional, efektivitas kebijakan pengawasan kosmetik juga dipengaruhi oleh faktor sosial dan kultural. Norma sosial yang mengglorifikasi hasil instan dan standar kecantikan tertentu mendorong tingginya permintaan terhadap produk kosmetik ilegal yang menjanjikan hasil cepat dengan harga murah. Budaya konsumsi ini diperkuat oleh promosi agresif melalui *influencer* di media sosial, yang sering kali mengaburkan batas antara iklan dan rekomendasi personal (Nafliana, 2023).

Dalam perspektif sosiologi hukum, kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan kebijakan publik tidak hanya ditentukan oleh keberadaan regulasi dan penegakan hukum, tetapi juga oleh tingkat penerimaan sosial terhadap norma hukum itu sendiri. Ketika norma sosial lebih dominan daripada norma hukum, maka kepatuhan terhadap kebijakan menjadi rendah meskipun sanksi telah diatur secara formal (Andini, 2025; Sende *et al.*, 2021). Oleh karena itu, kebijakan pengawasan kosmetik tidak dapat hanya mengandalkan pendekatan represif, tetapi perlu diiringi dengan strategi perubahan perilaku melalui edukasi publik yang berkelanjutan. Edukasi mengenai risiko kesehatan, literasi hukum konsumen, serta pengaturan promosi *influencer* menjadi instrumen penting untuk menjembatani kesenjangan antara norma hukum dan praktik sosial di masyarakat.

KESIMPULAN

Peredaran kosmetik tanpa izin BPOM di *platform e-commerce* menunjukkan bahwa kebijakan publik di Indonesia masih menghadapi kesulitan dalam menyesuaikan diri dengan perubahan pola distribusi digital. Kerangka pengawasan yang ada cenderung dibangun berdasarkan mekanisme

konvensional, sementara praktik perdagangan daring berkembang melalui sistem yang lebih fleksibel, cepat, dan berbasis teknologi. Ketidaksiharian ini menyebabkan kebijakan pengawasan belum mampu bekerja secara optimal dalam menjamin perlindungan konsumen di ruang digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persoalan pengendalian kosmetik tanpa izin BPOM tidak disebabkan oleh kekosongan regulasi, melainkan oleh keterbatasan efektivitas kebijakan dalam konteks perdagangan digital. Kerangka kebijakan yang ada masih beroperasi berdasarkan pola pengawasan konvensional, sementara distribusi kosmetik di *e-commerce* berkembang secara cepat dan adaptif. Ketidaksiharian tersebut menciptakan kesenjangan antara tujuan kebijakan dan realitas implementasi di lapangan.

REFERENSI

- Alimah, N. 2023, Legal protection for consumers against the circulation of illegal and hazardous cosmetic products in Indonesia. *Trunojoyo Law Review*, 5(2). doi:10.21107/tr.v5i2.20864
- Andini, F. 2025, Consumer behaviour in the use of cosmetic products without distribution permits issued by the Indonesian Food and Drug Authority (BPOM). *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1). doi:10.47233/jpmitc.v4i1.2685
- Christi, N. and Soemartono, G. 2024, The role of Indonesia's Food and Drug Authority (BPOM) in controlling the distribution of illegal cosmetic products. *Jurnal Ilmu Hukum dan Kebijakan (JIHK)*, 6(1). doi:10.46924/jihk.v6i1.203
- Djaya, F. 2020, A juridical review of illegal cosmetic marketing through online platforms in Indonesia. *Journal of Judicial Review*, 22(1). doi:10.37253/jjr.v22i1.822
- Gelong, H., Hamid, L. and Prahaditama, T. 2024, BPOM supervision of hazardous cosmetic circulation at the local level: evidence from Baubau City. *Jurnal Ilmu Hukum Kanturuna Wolio*, 5(1). doi:10.55340/kanturunawolio.v5i1.1447
- Htp, E., Lubis, A. and Harahap, D. 2023, Legal protection for consumers against the

- circulation of illegal cosmetics containing hazardous substances. *ARBiter: Jurnal Ilmiah Magister Hukum*, 5(1). doi:10.31289/arbiter.v5i1.1740
- Juanda, J. and Untari, D. 2022, Legal safeguards for consumers facing illegal cosmetic products in Indonesia. *International Journal of Health Sciences*, 6(S4). doi:10.53730/ijhs.v6ns4.9444
- Maharany, S. 2024, Consumer protection challenges in the digital economy: a case study of TikTok Shop. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 8(3). doi:10.58258/jisip.v8i3.7098
- Mandasari, U. 2020, Criminal law policy regarding online sales of illegal cosmetic products under BPOM supervision in Pekanbaru. *Melayunesia Law*, 4(2). doi:10.30652/ml.v4i2.7769
- Nafiana, E. 2023, Law enforcement against influencers promoting illegal cosmetic products on social media platforms. *SIBATIK Journal*, 2(5). doi:10.54443/sibatik.v2i5.804
- Puspitasari, L., Larasati, R., Astuti, R., Prabowo, I., Sari, P., Fatimi, H., Nugraha, A. and Pribadi, F. 2025, Community education on the health risks of illegal cosmetics in Plesungan Village, Central Java. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 10(3). doi:10.33084/pengabdianmu.v10i3.8449
- Sakti, M. and Dinanti, D. 2020, Consumer protection concerning unauthorized cosmetic distribution within Indonesian e-commerce platforms. *Novelty: Journal of Law and Justice*, 11(1), pp. 31–38. doi:10.26555/novelty.v11i1.a15189
- Sende, I., Pramudita, A., Salafuddin, M. and Yuniyanto, E. 2021, Illegal whitening cosmetic circulation in Indonesia and policy responses. *Eruditio: Indonesia Journal of Food and Drug Safety*, 1(1). doi:10.54384/eruditio.v1i1.30
- Siagian, M., Simatupang, E. and Dhaki, P. 2025, Legal implications of violations in the cosmetics business legality framework. *JMRI Journal of Multidisciplinary Research and Innovation*, 3(1). doi:10.61240/jmri.v3i1.98
- Wiyardhani, L., Wibriansyah, A. and Payuti, Y. 2025, Consumer legal protection against hazardous skincare products in Indonesia. *Research Horizon*, 5(3). doi:10.54518/rh.5.3.2025.658
- Yuniyanto, E. and Anggoro, Y. 2021, Analysing illegal cosmetic circulation in Indonesian online marketplaces using a problem analysis triangle approach. *Journal of International Conference Proceedings*, 4(3). doi:10.32535/jicp.v4i3.1297
- Miles, M.B., Huberman, A.M. and Saldaña, J. 2014, *Qualitative data analysis: a methods sourcebook*. 3rd edn. SAGE Publications.