



Proceeding of Conference on Law and Social Studies

<http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/COLaS>

Held in Madiun on July 24th 2026

e-ISSN: 2798-0103

Kajian Yuridis Normatif Tindak Pidana Penipuan dalam Transaksi Jual Beli Online Produk Skincare di Platform Digital

Ahmad Nur Hidayatullah¹, Siska Diana Sari¹, Bintang Ulya Kharisma¹

¹ Universitas PGRI Madiun, ahmad_2206101010@mhs.unipma.ac.id

Abstrak

Perkembangan perdagangan elektronik telah mengubah pola transaksi masyarakat dari sistem konvensional menuju sistem digital yang lebih praktis dan efisien. Pun kemajuan tersebut juga memunculkan berbagai bentuk kejahatan siber, salah satunya tindak pidana penipuan dalam transaksi jual beli online produk skincare melalui platform digital. Praktik penipuan dilakukan melalui pemberian informasi palsu, overclaim, penggunaan identitas yang tidak benar, hingga peredaran produk tanpa izin edar yang mengakibatkan kerugian ekonomi maupun kesehatan bagi konsumen. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaturan hukum mengenai tindak pidana penipuan dalam transaksi online menurut hukum positif Indonesia, mengkaji penerapan pertanggungjawaban pidana terhadap pelaku penipuan produk skincare di platform digital, serta menganalisis bentuk perlindungan hukum bagi konsumen. Penelitian menggunakan metode penelitian hukum yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan, pendekatan konseptual, dan pendekatan kasus. Bahan hukum yang digunakan terdiri atas bahan hukum primer, sekunder, dan tersier yang dianalisis secara kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penegakan hukum terhadap pelaku dapat dilakukan melalui ketentuan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, serta regulasi kesehatan dan pengawasan kosmetik. Perlindungan hukum bagi konsumen dilakukan melalui upaya preventif berupa pengawasan dan edukasi serta upaya represif melalui mekanisme pidana, perdata, maupun penyelesaian sengketa konsumen guna menjamin kepastian hukum, keadilan, dan perlindungan hak konsumen dalam transaksi elektronik.

Kata Kunci: Tindak Pidana Penipuan; Transaksi Elektronik; Skincare; Perlindungan Konsumen; Platform Digital

Abstract

The rapid development of electronic commerce has transformed conventional trading practices into digital transactions that are faster and more efficient. However, this transformation has also increased the occurrence of cyber-related crimes, particularly fraud involving online skincare transactions conducted through digital platforms. Fraudulent practices commonly involve false advertising, misleading claims, identity manipulation, and the distribution of cosmetic products without

proper authorization, resulting in both financial and health-related losses for consumers. This study aims to analyze the legal regulation of online fraud under Indonesian positive law, examine the criminal liability imposed on perpetrators of online skincare fraud, and evaluate the forms of legal protection available to consumers. This research employs a normative juridical method using statutory, conceptual, and case approaches. The study relies on primary, secondary, and tertiary legal materials analyzed through qualitative legal analysis. The findings indicate that criminal liability may be imposed under the Indonesian Criminal Code, the Electronic Information and Transactions Law, the Consumer Protection Law, and other regulations concerning health and cosmetic supervision. Consumer protection is implemented through preventive measures, including supervision and public education, as well as repressive measures through criminal sanctions, civil remedies, and consumer dispute settlement mechanisms to ensure legal certainty, justice, and consumer rights protection in digital transactions.

Keywords: *Fraud; Electronic Transaction; Skincare; Consumer Protection; Digital Platform*

I. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan yang sangat signifikan terhadap pola perdagangan masyarakat, khususnya melalui pemanfaatan electronic commerce (*e-commerce*). Transaksi jual beli yang sebelumnya dilakukan secara konvensional kini beralih ke platform digital karena menawarkan kemudahan, efisiensi, serta jangkauan pasar yang lebih luas. Pertumbuhan tersebut turut mendorong meningkatnya perdagangan produk skincare yang menjadi salah satu komoditas dengan tingkat permintaan tinggi di Indonesia. Akan tetapi, perkembangan tersebut juga diikuti meningkatnya praktik penipuan dalam transaksi elektronik melalui pemberian informasi yang menyesatkan, penggunaan identitas palsu, maupun pemasaran produk yang tidak sesuai dengan spesifikasi sebenarnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemajuan teknologi harus diimbangi dengan perlindungan hukum yang memadai guna menjamin keamanan dan kepastian hukum bagi konsumen (Sari & Permata, 2018).

Fenomena penipuan produk skincare di platform digital tidak hanya mengakibatkan kerugian ekonomi, tetapi juga berpotensi menimbulkan dampak terhadap kesehatan masyarakat karena banyak produk dipasarkan tanpa izin edar atau mengandung bahan berbahaya. Data Badan Pengawas Obat dan Makanan menunjukkan masih ditemukannya ribuan produk kosmetik ilegal dan kosmetik yang mengandung bahan berbahaya selama tahun 2024–2025. Fakta tersebut menunjukkan bahwa lemahnya kepatuhan pelaku usaha terhadap regulasi, ditambah kemudahan promosi melalui media sosial dan marketplace, menjadi faktor yang meningkatkan risiko terjadinya tindak pidana penipuan terhadap konsumen. Oleh karena itu, pengawasan negara melalui BPOM serta penegakan hukum pidana memiliki posisi yang sangat penting dalam menciptakan ekosistem perdagangan digital yang aman dan bertanggung jawab (Nurdiyanti et al, 2024).

Secara normatif, perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi elektronik telah memperoleh landasan hukum melalui Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan, serta Kitab Undang-Undang Hukum Pidana. Keseluruhan regulasi tersebut memberikan dasar hukum mengenai hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, hak atas keamanan produk, serta mekanisme pertanggungjawaban pidana terhadap pelaku yang melakukan tipu muslihat dalam transaksi elektronik (Putri et al, 2019). Selain itu, perkembangan hukum siber di Indonesia juga menunjukkan adanya penguatan regulasi terhadap penyalahgunaan teknologi informasi dalam aktivitas perdagangan digital.

Penelitian ini memiliki kebaruan dibandingkan penelitian terdahulu karena tidak hanya menganalisis penerapan ketentuan pidana berdasarkan KUHP dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, tetapi juga mengintegrasikan pengaturan hukum perlindungan konsumen, hukum kesehatan, regulasi BPOM, serta teori pertanggungjawaban pidana dan teori Pull and Push dalam menjelaskan faktor pendorong terjadinya penipuan produk skincare pada platform digital. Pendekatan tersebut memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara perkembangan teknologi digital, perlindungan konsumen, serta efektivitas penegakan hukum pidana terhadap pelaku kejahatan siber di bidang perdagangan elektronik.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaturan hukum mengenai tindak pidana penipuan dalam transaksi jual beli online produk skincare menurut hukum positif Indonesia, menganalisis penerapan pertanggungjawaban pidana terhadap pelaku penipuan pada platform digital, serta mengkaji bentuk perlindungan hukum bagi konsumen sebagai upaya mewujudkan kepastian hukum, keadilan, dan perlindungan hak-hak konsumen dalam perkembangan perdagangan elektronik di Indonesia.

II. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum yuridis normatif (*normative juridical research*) yang berorientasi pada kajian terhadap norma-norma hukum positif yang mengatur tindak pidana penipuan dalam transaksi elektronik, khususnya pada jual beli produk *skincare* melalui platform digital. Pendekatan yang digunakan meliputi *statute approach* untuk mengkaji sinkronisasi berbagai peraturan perundang-undangan, *conceptual approach* guna menganalisis doktrin, asas hukum, serta teori pertanggungjawaban pidana, perlindungan konsumen, kepastian hukum, dan *Pull and Push Theory*, serta *case approach* melalui analisis terhadap fenomena hukum dan kasus yang relevan dengan objek penelitian. Bahan hukum terdiri atas bahan hukum primer berupa Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, Undang-Undang

Nomor 1 Tahun 2023 tentang KUHP, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan, beserta peraturan pelaksana lainnya. Selanjutnya digunakan bahan hukum sekunder berupa buku, artikel ilmiah, hasil penelitian, dan putusan yang relevan, sedangkan bahan hukum tersier berupa kamus hukum dan ensiklopedia. Seluruh bahan hukum dikumpulkan melalui studi kepustakaan (*library research*) dan dianalisis secara kualitatif dengan teknik deskriptif-analitis sehingga diperoleh argumentasi hukum yang sistematis untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

III. Pembahasan

A. Pengaturan Hukum Tindak Pidana Penipuan dalam Transaksi Online Produk *Skincare*

Perkembangan perdagangan elektronik telah melahirkan bentuk hubungan hukum baru antara pelaku usaha dengan konsumen yang seluruh proses transaksinya dilakukan melalui media elektronik. Hubungan hukum tersebut pada hakikatnya tetap melahirkan hak dan kewajiban sebagaimana hubungan keperdataan pada umumnya, namun memiliki karakteristik tersendiri karena seluruh proses penawaran, pembayaran, hingga penyerahan barang dilakukan tanpa adanya pertemuan fisik antara para pihak. Kondisi demikian menjadikan konsumen berada pada posisi yang lebih rentan dibandingkan pelaku usaha karena keputusan pembelian sepenuhnya didasarkan pada informasi digital yang disampaikan penjual (Sari, 2019). Apabila informasi tersebut tidak benar atau sengaja dimanipulasi, maka telah terjadi penyimpangan terhadap prinsip *good faith* dalam transaksi elektronik yang sekaligus membuka peluang terjadinya tindak pidana penipuan. Oleh sebab itu, hukum positif Indonesia memberikan pengaturan yang komprehensif melalui berbagai instrumen peraturan perundang-undangan untuk menjamin kepastian hukum sekaligus memberikan perlindungan terhadap konsumen dalam perdagangan digital.

Landasan konstitusional perlindungan tersebut berawal dari Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, khususnya Pasal 28D ayat (1) mengenai jaminan kepastian hukum yang adil, Pasal 28F mengenai hak memperoleh informasi, serta Pasal 28H ayat (1) mengenai hak memperoleh perlindungan kesehatan. Ketiga ketentuan tersebut menjadi dasar pembentukan berbagai regulasi sektoral yang mengatur aktivitas perdagangan elektronik. Dalam konteks transaksi digital, hak memperoleh informasi yang benar menjadi sangat penting karena seluruh keputusan konsumen dibangun berdasarkan deskripsi produk, spesifikasi, komposisi, manfaat, maupun klaim yang dipublikasikan melalui platform digital. Apabila informasi tersebut tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya, maka hak konstitusional konsumen telah dilanggar sehingga negara berkewajiban menghadirkan mekanisme perlindungan hukum melalui regulasi maupun penegakan hukum.

Pengaturan lebih lanjut terdapat dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menempatkan konsumen sebagai subjek hukum yang memiliki hak atas keamanan, kenyamanan, keselamatan, informasi yang benar, serta hak memperoleh kompensasi apabila mengalami kerugian akibat penggunaan suatu produk. Sebaliknya, pelaku usaha dibebani kewajiban memberikan informasi secara benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang yang dipasarkan. Ketentuan tersebut memiliki relevansi yang sangat tinggi terhadap perdagangan produk *skincare* karena karakteristik produk berkaitan langsung dengan kesehatan masyarakat. Informasi mengenai komposisi, nomor izin edar BPOM, tanggal kedaluwarsa, manfaat, maupun efek samping merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari hak konsumen (Sari, 2020). Oleh karena itu, tindakan memberikan keterangan palsu (*misrepresentation*) maupun *overclaim* terhadap manfaat suatu produk bukan hanya merupakan pelanggaran administratif, melainkan juga berpotensi memenuhi unsur tindak pidana apabila dilakukan untuk memperoleh keuntungan dengan merugikan konsumen.

Selain Undang-Undang Perlindungan Konsumen, aspek pidana dalam transaksi elektronik dipertegas melalui Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang melarang setiap orang dengan sengaja menyebarkan informasi bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik sebagaimana diatur dalam Pasal 28 ayat (1). Ketentuan tersebut memperluas jangkauan hukum pidana terhadap berbagai bentuk penipuan digital yang sebelumnya hanya bertumpu pada ketentuan penipuan dalam KUHP (Dinda, 2024). Dengan demikian, pelaku yang menggunakan media sosial, *marketplace*, maupun platform digital untuk mempromosikan produk *skincare* melalui informasi palsu dapat dimintai pertanggungjawaban pidana berdasarkan ketentuan KUHP maupun UU ITE sepanjang terpenuhi unsur-unsur delik yang diatur dalam kedua regulasi tersebut. Pengaturan tersebut menunjukkan bahwa hukum positif Indonesia pada dasarnya telah menyediakan instrumen hukum yang cukup memadai untuk menanggulangi perkembangan modus penipuan berbasis teknologi informasi, meskipun efektivitas penerapannya masih memerlukan penguatan melalui pengawasan, koordinasi antarlembaga, dan peningkatan literasi hukum masyarakat.

Tabel 1. Regulasi yang Menjadi Dasar Penanggulangan Penipuan Produk *Skincare* di Platform Digital

Peraturan	Ruang Lingkup Pengaturan	Relevansi terhadap Penelitian	Peraturan
UUD NRI Tahun 1945	Hak atas kepastian hukum, informasi, dan perlindungan kesehatan	Menjadi dasar konstitusional perlindungan konsumen	UUD NRI Tahun 1945
UU Nomor 8 Tahun 1999	Perlindungan Konsumen	Mengatur hak konsumen dan	UU Nomor 8 Tahun 1999

		kewajiban pelaku usaha	
UU Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua UU ITE	Informasi dan Transaksi Elektronik	Mengatur penyebaran informasi bohong dalam transaksi elektronik	UU Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua UU ITE
UU Nomor 17 Tahun 2023	Kesehatan	Mengatur keamanan produk yang berkaitan dengan kesehatan masyarakat	UU Nomor 17 Tahun 2023
UU Nomor 1 Tahun 2023 (KUHP Nasional)	Ketentuan pidana	Mengatur tindak pidana penipuan dan pertanggungjawaban pidana	UU Nomor 1 Tahun 2023 (KUHP Nasional)
Peraturan BPOM	Pengawasan kosmetik	Mengatur izin edar, keamanan, label, dan pengawasan produk <i>skincare</i>	Peraturan BPOM

Sumber: Diolah Penulis berdasarkan Peraturan Perundang-undangan (2026).

B. Penerapan Ketentuan Pidana terhadap Pelaku Penipuan Produk *Skincare* pada Platform Digital

Pertanggungjawaban pidana terhadap pelaku penipuan produk *skincare* pada platform digital pada dasarnya tidak hanya ditentukan oleh terjadinya kerugian yang dialami konsumen, tetapi juga harus didasarkan pada terpenuhinya unsur-unsur tindak pidana sebagaimana diatur dalam hukum pidana Indonesia. Dalam perspektif hukum pidana, suatu perbuatan baru dapat dipidana apabila memenuhi unsur perbuatan yang dilarang (*actus reus*), dilakukan dengan kesalahan (*mens rea*), memiliki sifat melawan hukum, serta dapat dipertanggungjawabkan kepada pelaku. Doktrin tersebut sejalan dengan teori pertanggungjawaban pidana yang dikemukakan oleh Moeljatno bahwa seseorang hanya dapat dijatuhi pidana apabila melakukan tindak pidana dan memiliki kemampuan untuk mempertanggungjawabkan perbuatannya. Senada dengan itu, Roeslan Saleh menegaskan bahwa asas *geen straf zonder schuld* mengandung makna tidak ada pidana tanpa adanya kesalahan, sehingga keberadaan unsur kesengajaan maupun kealpaan menjadi faktor yang menentukan dalam menjatuhkan sanksi pidana kepada pelaku (Sari, 2024). Oleh karena itu, dalam perkara penipuan transaksi elektronik, pembuktian tidak berhenti pada adanya kerugian konsumen, melainkan juga harus membuktikan adanya niat jahat (*criminal intent*) yang diwujudkan melalui rangkaian tipu muslihat untuk memperoleh keuntungan secara melawan hukum.

Apabila dikaitkan dengan praktik perdagangan produk *skincare* melalui platform digital, unsur *actus reus* tampak pada berbagai bentuk perbuatan yang secara nyata melanggar hukum, antara lain penggunaan

identitas toko yang tidak sebenarnya, pencantuman nomor izin edar BPOM palsu, manipulasi komposisi produk, penggunaan foto dan testimoni yang menyesatkan, promosi *overclaim* mengenai manfaat produk, hingga tindakan mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan deskripsi ataupun tidak mengirimkan barang sama sekali setelah pembayaran diterima (Bintarawati & Risma, 2024). Seluruh bentuk perbuatan tersebut menunjukkan adanya tindakan aktif yang bertujuan mempengaruhi kehendak konsumen melalui rangkaian kebohongan sehingga konsumen secara sukarela menyerahkan sejumlah uang kepada pelaku. Sementara itu, unsur *mens rea* tercermin dari adanya kesengajaan pelaku untuk memperoleh keuntungan ekonomi dengan memanfaatkan keterbatasan informasi yang dimiliki konsumen (Rahmad, 2019). Kesengajaan tersebut dapat dibuktikan melalui pola promosi yang sistematis, penggunaan akun anonim, penghapusan jejak digital setelah transaksi berlangsung, maupun pengulangan modus yang sama terhadap banyak korban. Dengan demikian, hubungan antara *actus reus* dan *mens rea* menunjukkan bahwa tindak pidana penipuan produk *skincare* pada platform digital bukan sekadar wanprestasi dalam hubungan perdata, melainkan telah memenuhi karakteristik sebagai tindak pidana yang layak dikenai sanksi pidana.

Pengaturan mengenai pertanggungjawaban pidana terhadap pelaku dapat ditemukan dalam beberapa ketentuan hukum positif yang saling melengkapi. Dari perspektif hukum pidana umum, perbuatan pelaku memenuhi unsur tindak pidana penipuan sebagaimana diatur dalam KUHP maupun KUHP Nasional apabila dilakukan dengan menggunakan nama palsu, tipu muslihat, atau rangkaian kebohongan untuk menggerakkan orang lain menyerahkan barang atau memberikan keuntungan kepada pelaku. Dalam konteks transaksi elektronik, ketentuan tersebut diperkuat oleh Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang secara khusus melarang penyebaran informasi bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik. Apabila produk yang dipasarkan juga terbukti tidak memenuhi standar keamanan atau mengandung bahan berbahaya, maka pelaku dapat dimintai pertanggungjawaban berdasarkan Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, maupun berbagai regulasi Badan Pengawas Obat dan Makanan mengenai izin edar, pelabelan, dan keamanan kosmetik (Shukri et al, 2024). Dengan demikian, karakteristik tindak pidana penipuan produk *skincare* menunjukkan adanya hubungan antara hukum pidana, hukum perlindungan konsumen, hukum kesehatan, dan hukum siber yang harus diterapkan secara terpadu agar penegakan hukum berjalan efektif.

Selain pelaku utama, perkembangan pemasaran digital juga memperluas kemungkinan adanya pertanggungjawaban pidana terhadap pihak lain yang turut berperan dalam terjadinya penipuan. Fenomena promosi produk melalui *influencer*, *affiliate marketer*, maupun *content creator* menunjukkan bahwa pihak yang bukan produsen dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap terbentuknya keyakinan konsumen untuk membeli suatu produk. Apabila pihak tersebut dengan sengaja mengetahui bahwa informasi yang disampaikan tidak benar, tetapi tetap mempromosikan produk demi memperoleh keuntungan ekonomi, maka berdasarkan ketentuan mengenai penyertaan

(*deelneming*) dalam KUHP, pihak tersebut berpotensi dimintai pertanggungjawaban pidana sebagai pelaku turut serta (*medepleger*) maupun pembantu tindak pidana (*medeplichtige*) (Ranto, 2019). Di samping itu, platform digital sebagai penyelenggara sistem elektronik juga memiliki tanggung jawab administratif untuk membangun mekanisme pengawasan terhadap akun penjual, menyediakan sistem pelaporan yang efektif, melakukan *take down* terhadap konten yang melanggar hukum, serta bekerja sama dengan aparat penegak hukum dalam proses penyidikan. Meskipun platform pada prinsipnya bukan pelaku tindak pidana, kelalaian dalam menjalankan kewajiban pengawasan dapat memengaruhi efektivitas perlindungan konsumen sehingga diperlukan penguatan regulasi mengenai *platform liability* sebagai bagian dari pembaruan hukum siber di Indonesia.

C. Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Penipuan Produk *Skincare* dalam Transaksi Elektronik

Perlindungan hukum terhadap konsumen merupakan tujuan utama dibentuknya berbagai regulasi yang mengatur perdagangan elektronik di Indonesia. Dalam perspektif teori perlindungan hukum yang dikemukakan Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum diberikan melalui dua instrumen utama, yaitu perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif. Perlindungan hukum preventif diarahkan untuk mencegah terjadinya pelanggaran sebelum menimbulkan kerugian, sedangkan perlindungan hukum represif diberikan setelah terjadi pelanggaran sebagai sarana pemulihan hak dan penegakan keadilan. Konsep tersebut memiliki relevansi yang sangat kuat terhadap transaksi produk *skincare* pada platform digital karena karakteristik transaksi elektronik menempatkan konsumen pada posisi yang rentan akibat keterbatasan akses terhadap kondisi produk secara langsung (Sanusi & Nurhayati, 2021). Oleh sebab itu, keberhasilan perlindungan hukum tidak hanya ditentukan oleh beratnya sanksi pidana, tetapi juga oleh efektivitas sistem pencegahan yang mampu meminimalkan peluang terjadinya penipuan sejak awal transaksi.

Perlindungan hukum preventif diwujudkan melalui pembentukan regulasi yang mewajibkan setiap pelaku usaha memberikan informasi secara benar, jelas, dan jujur mengenai produk yang dipasarkan. Kewajiban tersebut harus didukung oleh pengawasan aktif dari BPOM terhadap keamanan produk, verifikasi izin edar, pengendalian iklan kosmetik, serta penindakan administratif terhadap produk yang terbukti melanggar ketentuan. Selain itu, penyelenggara *marketplace* juga memiliki tanggung jawab untuk melakukan verifikasi identitas penjual, menyediakan fitur pelaporan, menerapkan sistem pemantauan terhadap produk yang berisiko tinggi, serta menghapus akun yang terbukti melakukan pelanggaran (Santika et al, 2024). Di sisi lain, pemerintah perlu meningkatkan literasi digital masyarakat melalui edukasi mengenai cara memverifikasi nomor izin edar BPOM, mengenali ciri-ciri produk ilegal, memahami hak-hak konsumen, dan meningkatkan kewaspadaan terhadap promosi yang bersifat *overclaim*. Sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, platform digital, dan masyarakat tersebut menjadi prasyarat penting dalam membangun ekosistem perdagangan elektronik yang sehat, aman, dan berorientasi pada perlindungan konsumen.

IV. Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pengaturan hukum terhadap tindak pidana penipuan dalam transaksi jual beli *online* produk *skincare* di platform digital pada dasarnya telah memiliki landasan normatif yang cukup komprehensif. Pengaturan tersebut tidak hanya bersumber dari Kitab Undang-Undang Hukum Pidana sebagai hukum pidana umum, tetapi juga diperkuat melalui Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan, serta berbagai peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan mengenai keamanan dan peredaran kosmetik. Dari perspektif hukum pidana, perbuatan pelaku memenuhi unsur tindak pidana apabila terdapat rangkaian tipu muslihat, penyampaian informasi yang tidak benar, penggunaan identitas palsu, atau tindakan lain yang secara sengaja menggerakkan konsumen untuk menyerahkan sejumlah uang sehingga menimbulkan kerugian. Pertanggungjawaban pidana didasarkan pada terpenuhinya unsur *actus reus* dan *mens rea* yang mencerminkan adanya kesalahan (*schuld*) sebagaimana dianut dalam asas *geen straf zonder schuld*. Di sisi lain, perlindungan hukum terhadap konsumen harus dilaksanakan secara preventif melalui penguatan pengawasan, peningkatan literasi digital, verifikasi pelaku usaha, serta pengawasan terhadap produk yang beredar, dan secara represif melalui penerapan sanksi pidana, ganti kerugian, serta mekanisme penyelesaian sengketa konsumen. Dengan demikian, efektivitas penanggulangan penipuan produk *skincare* pada platform digital tidak hanya bergantung pada keberadaan norma hukum, tetapi juga pada konsistensi penegakan hukum, koordinasi antarinstitusi, serta partisipasi aktif masyarakat dalam menciptakan ekosistem perdagangan elektronik yang aman, adil, dan memberikan kepastian hukum bagi seluruh pihak.

Berdasarkan hasil penelitian, diperlukan penguatan kebijakan dan koordinasi antarlembaga dalam upaya penanggulangan tindak pidana penipuan produk *skincare* pada platform digital. Pemerintah perlu mengoptimalkan harmonisasi regulasi antara hukum pidana, hukum perlindungan konsumen, hukum kesehatan, dan regulasi mengenai sistem elektronik agar tidak terjadi tumpang tindih dalam penerapannya. Badan Pengawas Obat dan Makanan bersama kementerian terkait diharapkan meningkatkan pengawasan terhadap peredaran kosmetik melalui pemanfaatan teknologi digital, percepatan penindakan terhadap produk ilegal, serta peningkatan edukasi kepada masyarakat mengenai keamanan produk kosmetik. Penyelenggara platform digital juga perlu memperkuat mekanisme *due diligence* terhadap identitas penjual, menerapkan sistem verifikasi yang lebih ketat, meningkatkan efektivitas fitur pelaporan, serta mempercepat penghapusan akun maupun konten yang terbukti melanggar ketentuan hukum. Selain itu, masyarakat sebagai konsumen diharapkan lebih selektif dalam melakukan transaksi elektronik dengan memastikan legalitas produk, memverifikasi nomor izin edar BPOM, serta mengutamakan transaksi melalui pelaku usaha yang memiliki rekam

jejak dan reputasi yang baik. Sinergi tersebut diharapkan mampu meningkatkan efektivitas perlindungan hukum sekaligus menekan angka tindak pidana penipuan dalam perdagangan elektronik di Indonesia.

V. Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan selama proses penyusunan penelitian, serta kepada Fakultas Hukum Universitas PGRI Madiun yang telah memberikan dukungan akademik. Penghargaan turut disampaikan kepada seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

Daftar Pustaka

- Adinda Lola Sariani Dinda. (2024). Efektivitas penegakan hukum terhadap kejahatan siber di Indonesia. *AL-DALIL: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, dan Hukum*, 2(2), 69–77. <https://doi.org/10.58707/aldalil.v2i2.777>
- Bintarawati, F., & Risma, D. (2024). Efektifitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam memberikan perlindungan hukum bagi pengguna *e-commerce* di era ekonomi digital. *Risalah Hukum*, 20(2), 102–112. <https://doi.org/10.30872/risalah.v20i2.1570>
- Nurdiyanti, E. P., Rohmah, F. G. N., & Kusumaningtyas, M. (2024). Perlindungan konsumen terhadap jual beli kosmetik online ilegal melalui *e-commerce*. *Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains*, 3(2), 207–214. <https://doi.org/10.58812/jhhws.v3i02.1108>
- Putri, V. R., Priyono, F. X. J., & Magister Kenotariatan. (2019). Perlindungan hukum terhadap produsen kosmetika yang melakukan perdagangan jual beli online. *Notarius*, 12, 580–590.
- Rahmad, N. (2019). Kajian hukum terhadap tindak pidana penipuan secara online.
- Ranto. (2019). Tinjauan yuridis perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui media elektronik. *Alethea: Jurnal Ilmu Hukum*, 2(2), 145–164.
- Santika, L. D., Akib, M., Umar, W., & Hamzah, I. F. (2024). Perlindungan hukum konsumen terhadap *overclaim* pada produk *skincare* dalam transaksi online. *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik*, 5(2), 1039–1045.
- Sanusi, M. A., & Nurhayati. (2021). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi elektronik di Indonesia. *Jurnal Yudisial*, 14(3), 337–355.
- Sari, S. D. (2018). *Perlindungan Hukum Bagi Pengguna Klinik Kecantikan Estetika Berdasarkan Perspektif Hak Konstitusional Warga Negara*.
- Sari, S. D. (2019). *Perlindungan Hukum Warga Negara dalam Praktek Medical Aesthetic Tourism*.

- Sari, S. D. (2020). *Violation of Patient's Legal Rights in Aesthetic Beauty Clinic*, 4(1), 155–177.
- Sari, S. D. (2024). *Comparative Legal Analysis of Beauty Clinic Services between Indonesian Law and Islamic Law*. *Indonesian Comparative Law Review*, 6(2), 128–137.
<https://doi.org/10.18196/iclr.v6i2.21856>
- Sari, S. D., Budiono, A., & Yulianie, D. A. (2020). *Legal Protection for Skincare Users That Does*. 156–168.
- Shuhufi, M., Kasman, N., & Nurjannah. (n.d.). *Perlindungan Hukum terhadap Transaksi Jual Beli Kosmetik Berbasis E-Commerce*.
- Shukri, M. H. M., Ismail, R., & Markom, R. (2024). Exploring the relationship between consumer protection and product liability: Civil and Islamic perspectives. *Malaysian Journal of Consumer and Family Economics*, 32, 177–195.