

Dampak Multidimensional Pelanggaran Etika Bisnis dalam Peredaran Kosmetik Ilegal terhadap Keamanan dan Kepercayaan Publik

¹Riza Indriani, ²Nabila Kesya Azzahra Siregar, ³Ayu Primsa Tarigan, ⁴Dira Febrina Sebayang, ⁵Rahman

¹Manajemen, Universitas Negeri Medan, Medan

²Manajemen, Universitas Negeri Medan, Medan

³Manajemen, Universitas Negeri Medan, Medan

⁴Manajemen, Universitas Negeri Medan, Medan

⁵Manajemen, Universitas Negeri Medan, Medan

⁶Manajemen, Universitas Negeri Medan, Medan

E-mail: ¹rizaindriani@unimed.ac.id, ²nabilakesya1212@gmail.com, ³ayuprimsa0@gmail.com, ⁴dirasebayang21@gmail.com, ⁵rahman.ds2036@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini membahas dampak multidimensional pelanggaran etika bisnis dalam peredaran kosmetik ilegal terhadap keamanan konsumen dan kepercayaan publik di Indonesia. Permasalahan muncul akibat maraknya distribusi kosmetik ilegal melalui marketplace dan media sosial yang mengabaikan prinsip etika bisnis, perlindungan konsumen, serta regulasi keamanan produk. Landasan teori penelitian mencakup etika bisnis, perlindungan konsumen, perilaku konsumen, kepercayaan publik, dan regulasi hukum. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur melalui analisis jurnal ilmiah, publikasi resmi BPOM, dan sumber relevan lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kosmetik ilegal berdampak pada kesehatan konsumen, menurunkan kepercayaan publik, melemahkan efektivitas regulasi, memengaruhi perilaku konsumen, serta merusak reputasi industri kosmetik. Oleh karena itu, diperlukan penguatan pengawasan, edukasi masyarakat, dan penerapan etika bisnis yang lebih bertanggung jawab untuk menciptakan perlindungan konsumen yang optimal.

Kata kunci : Etika Bisnis, Kosmetik Ilegal, Perlindungan Konsumen, Kepercayaan Publik, Regulasi

ABSTRACT

This study discusses the multidimensional impacts of business ethics violations in the distribution of illegal cosmetics on consumer safety and public trust in Indonesia. The issue arises from the widespread circulation of illegal cosmetic products through marketplaces and social media that neglect business ethics principles, consumer protection, and product safety regulations. The theoretical framework includes business ethics, consumer protection, consumer behavior, public trust, and legal regulation. This research employs a qualitative approach using a literature study method by analyzing scientific journals, official BPOM publications, and other relevant sources. The findings indicate that illegal cosmetics negatively affect consumer health, reduce public trust, weaken regulatory effectiveness, influence consumer behavior, and damage the reputation of the cosmetic industry. Therefore, stronger supervision, public education, and the implementation of responsible business ethics are needed to ensure optimal consumer protection and create a safer and more sustainable cosmetic industry.

Keyword : Business Ethics, Illegal Cosmetics, Consumer Protection, Public Trust, Regulation

1. PENDAHULUAN

Peredaran kosmetik ilegal di Indonesia menunjukkan bahwa pelanggaran etika bisnis dalam industri kecantikan masih menjadi persoalan yang serius. Pertumbuhan industri kosmetik yang semakin pesat tidak hanya menciptakan peluang ekonomi yang besar, tetapi juga membuka ruang bagi munculnya praktik bisnis yang mengabaikan aspek keamanan dan perlindungan konsumen. Perkembangan marketplace dan media sosial menyebabkan produk kosmetik dapat dipasarkan secara luas tanpa pengawasan yang optimal. BPOM Republik Indonesia pada tahun 2025 menemukan peredaran kosmetik ilegal senilai Rp31,7 miliar yang terdiri atas produk tanpa izin edar, produk mengandung bahan berbahaya, serta kosmetik impor ilegal yang beredar melalui platform digital. Kepala BPOM RI menyatakan bahwa “BPOM menemukan pelanggaran dan dugaan kejahatan produksi dan distribusi kosmetik ilegal senilai lebih dari Rp31,7 miliar” (Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, 2025a). Temuan tersebut juga diberitakan oleh Kompas.com yang menjelaskan bahwa masih banyak pelaku usaha mengedarkan kosmetik tanpa memenuhi standar keamanan dan legalitas produk (Kompas.com, 2025).

Praktik distribusi kosmetik ilegal mencerminkan adanya pengabaian terhadap prinsip etika bisnis seperti kejujuran, tanggung

jawab, transparansi, dan kepatuhan terhadap regulasi. Produk yang diedarkan tanpa izin resmi tidak melalui tahapan evaluasi keamanan dan pengawasan mutu sebagaimana diwajibkan oleh BPOM RI. Kondisi tersebut menyebabkan konsumen berada dalam posisi yang rentan karena menggunakan produk yang keamanan dan kualitasnya tidak dapat dipastikan secara ilmiah. Perkembangan perdagangan elektronik menyebabkan distribusi kosmetik ilegal semakin sulit dikendalikan karena pelaku usaha dapat memasarkan produk secara bebas melalui platform digital tanpa pengawasan yang ketat (Syafiqoh & Sudiro, 2023).

Dampak dari peredaran kosmetik ilegal tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi, tetapi juga berimplikasi terhadap kesehatan dan keselamatan konsumen. Produk kosmetik ilegal umumnya mengandung bahan berbahaya seperti merkuri dan hidrokuinon yang berpotensi menimbulkan iritasi kulit, kerusakan jaringan, hingga gangguan kesehatan dalam jangka panjang. Kosmetik ilegal yang mengandung zat berbahaya dapat menimbulkan ancaman serius bagi kesehatan konsumen karena tidak memenuhi persyaratan keamanan untuk diedarkan di masyarakat (Sembiring & Pratama, 2021). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pelanggaran etika bisnis dalam distribusi kosmetik ilegal merupakan bentuk pengabaian terhadap hak konsumen atas keamanan dan keselamatan.

Permasalahan kosmetik ilegal juga berdampak terhadap perlindungan konsumen dan kepercayaan publik. Produk ilegal umumnya dipasarkan melalui media sosial dan marketplace dengan klaim berlebihan serta informasi produk yang tidak lengkap. Situasi tersebut menyebabkan konsumen kesulitan membedakan antara produk legal dan ilegal. Rendahnya pemahaman masyarakat mengenai legalitas kosmetik menyebabkan konsumen lebih mudah terpengaruh oleh promosi digital yang menyesatkan (Putera & Ukas, 2021). Penyebaran kosmetik ilegal dapat menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap efektivitas pengawasan produk dan perlindungan hukum bagi konsumen (Gabriella & Bakhtiar, 2023).

Persoalan kosmetik ilegal turut memberikan tekanan terhadap efektivitas regulasi dan penegakan hukum di Indonesia. Perkembangan media sosial dan marketplace menyebabkan distribusi produk ilegal menjadi lebih cepat dan sulit dikendalikan. Lemahnya pengawasan terhadap produk kosmetik ilegal menyebabkan perlindungan hukum terhadap konsumen belum berjalan secara optimal (Situmorang et al., 2023). Kompleksitas permasalahan tersebut menunjukkan pentingnya kajian mengenai etika bisnis, perlindungan konsumen, kepercayaan publik, dan tanggung jawab pelaku usaha dalam aktivitas bisnis modern.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak multidimensional pelanggaran etika bisnis dalam peredaran kosmetik ilegal terhadap keamanan konsumen dan kepercayaan publik. Penelitian menggunakan metode kualitatif

dengan pendekatan studi literatur melalui pengkajian berbagai jurnal ilmiah, artikel, dan publikasi resmi yang relevan dengan topik penelitian. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya penerapan etika bisnis dalam menciptakan industri kosmetik yang aman, bertanggung jawab, dan berkelanjutan.

2. LANDASAN TEORI

1) Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan seperangkat nilai, norma, dan prinsip moral yang digunakan sebagai pedoman dalam menjalankan aktivitas bisnis secara bertanggung jawab. Penerapan etika bisnis tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek kejujuran, tanggung jawab, transparansi, dan perlindungan terhadap konsumen. Dalam industri kosmetik, etika bisnis berkaitan dengan kewajiban pelaku usaha untuk memastikan bahwa produk yang dipasarkan telah memenuhi standar keamanan dan legalitas yang berlaku. Praktik distribusi kosmetik ilegal menunjukkan adanya pengabaian terhadap prinsip etika bisnis karena produk diedarkan tanpa pengujian keamanan yang memadai serta disertai promosi yang cenderung menyesatkan konsumen. *“Business ethics involves moral principles that guide business behavior and consumer protection”* (“Etika bisnis melibatkan prinsip moral yang mengarahkan perilaku bisnis dan perlindungan konsumen”) (Rahmawanty et al., 2024).

2) Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan upaya untuk memberikan

jaminan keamanan, kenyamanan, dan kepastian hukum kepada masyarakat dalam menggunakan barang maupun jasa. Dalam industri kosmetik, perlindungan konsumen menjadi penting karena produk yang digunakan berkaitan langsung dengan kesehatan dan keselamatan pengguna. Produk kosmetik ilegal yang tidak memiliki izin edar berpotensi mengandung bahan berbahaya sehingga dapat merugikan konsumen secara fisik maupun psikologis. Rendahnya pemahaman masyarakat mengenai legalitas produk juga menyebabkan konsumen lebih mudah terpengaruh oleh promosi digital yang tidak transparan. *“Consumers have not been fully protected because illegal cosmetics are still widely distributed through online platforms”* (“Konsumen belum sepenuhnya terlindungi karena kosmetik ilegal masih banyak beredar melalui platform daring”) (Putera & Ukas, 2021).

3) Kepercayaan Publik

Kepercayaan publik merupakan keyakinan masyarakat terhadap integritas, kualitas, dan tanggung jawab pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Tingkat kepercayaan yang tinggi akan meningkatkan loyalitas konsumen, sedangkan menurunnya kepercayaan dapat menimbulkan keraguan terhadap keamanan produk yang beredar di pasaran. Peredaran kosmetik ilegal menyebabkan masyarakat menjadi lebih skeptis terhadap produk kosmetik karena sulit membedakan antara produk legal dan ilegal yang memiliki tampilan serupa. Kondisi tersebut tidak hanya berdampak terhadap konsumen, tetapi juga

memengaruhi citra industri kosmetik dan efektivitas pengawasan pemerintah. “Kosmetik ilegal merupakan produk kecantikan yang gagal memenuhi persyaratan keselamatan otoritas kesehatan dan kualitas industri” (Gabriella & Bakhtiar, 2023).

4) Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan tindakan dan proses pengambilan keputusan individu dalam memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi suatu produk. Keputusan pembelian produk kosmetik umumnya dipengaruhi oleh faktor harga, promosi, tren kecantikan, serta pengaruh media sosial. Perkembangan platform digital menyebabkan konsumen lebih mudah memperoleh informasi mengenai produk kosmetik, tetapi juga meningkatkan risiko terpapar promosi yang menyesatkan. Produk kosmetik ilegal sering dipasarkan melalui strategi promosi yang menjanjikan hasil instan dengan harga murah sehingga menarik perhatian konsumen tanpa mempertimbangkan aspek keamanan produk. *“Digital marketing and social media significantly influence consumer purchasing decisions”* (“Pemasaran digital dan media sosial secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian konsumen”) (Syafiqoh & Sudiro, 2023). Promosi kosmetik ilegal melalui influencer di media sosial juga memperbesar risiko terjadinya misinformasi karena konsumen cenderung mempercayai rekomendasi yang diberikan oleh figur publik di platform digital. Kondisi tersebut menyebabkan perlindungan konsumen menjadi semakin penting dalam

aktivitas perdagangan digital. “Perlindungan hukum konsumen terhadap kosmetik ilegal yang diiklankan influencer di media sosial menjadi penting karena promosi digital dapat memengaruhi keputusan pembelian masyarakat” (Azizah et al., 2024).

5) Regulasi dan Penegakan Hukum

Regulasi dan penegakan hukum merupakan instrumen penting dalam menciptakan perlindungan konsumen dan ketertiban dalam aktivitas bisnis. Dalam industri kosmetik, regulasi berfungsi untuk memastikan bahwa produk yang beredar telah memenuhi standar keamanan, mutu, dan legalitas sebelum digunakan oleh masyarakat. Peredaran kosmetik ilegal menunjukkan bahwa implementasi pengawasan masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam perdagangan digital melalui marketplace dan media sosial. Kondisi tersebut menyebabkan produk ilegal dapat dipasarkan secara luas dengan pengawasan yang terbatas sehingga perlindungan hukum terhadap konsumen belum berjalan secara optimal. “Keinginan masyarakat untuk tampil menarik sering dimanfaatkan oleh pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab dengan memperdagangkan kosmetik yang tidak memenuhi persyaratan edar” (Situmorang et al., 2023).

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (*library research*) untuk menganalisis dampak multidimensional pelanggaran etika bisnis dalam peredaran kosmetik ilegal terhadap keamanan dan

kepercayaan publik. Pendekatan kualitatif digunakan karena penelitian berfokus pada pemahaman fenomena sosial secara mendalam melalui interpretasi berbagai sumber ilmiah tanpa melibatkan pengujian hipotesis secara statistik (Fadli, 2021). Studi literatur dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengkaji berbagai hasil penelitian terdahulu yang relevan guna membangun analisis yang komprehensif terhadap fenomena kosmetik ilegal di Indonesia.

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari literatur ilmiah berupa jurnal nasional terakreditasi, artikel ilmiah, publikasi resmi lembaga pemerintah, serta laporan berita yang kredibel dan relevan dengan topik penelitian. Data yang digunakan bersifat sekunder, yaitu data yang diperoleh dari hasil penelitian sebelumnya tanpa melakukan pengumpulan data langsung di lapangan (Ang et al., 2025). Pemilihan sumber dilakukan dengan mempertimbangkan relevansi terhadap topik etika bisnis, perlindungan konsumen, perilaku konsumen, serta regulasi dalam industri kosmetik.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dengan cara mengumpulkan, membaca, dan mengkaji berbagai sumber literatur yang berkaitan dengan peredaran kosmetik ilegal. Literatur yang dikaji difokuskan pada publikasi dalam rentang lima tahun terakhir agar sesuai dengan perkembangan isu terkini, terutama terkait dengan digitalisasi distribusi produk kosmetik dan peningkatan kasus kosmetik ilegal di Indonesia. Proses seleksi literatur dilakukan secara selektif untuk memastikan

bahwa sumber yang digunakan memiliki kredibilitas dan relevansi akademik yang tinggi (Mulyati et al., 2024).

Teknik analisis data dilakukan melalui analisis deskriptif-kualitatif dengan cara menginterpretasikan dan mensintesis berbagai temuan dari literatur yang telah dikumpulkan. Data yang diperoleh kemudian dikelompokkan berdasarkan tema utama, yaitu etika bisnis, perlindungan konsumen, kepercayaan publik, perilaku konsumen, serta regulasi dan penegakan hukum. Hasil analisis digunakan untuk membangun pemahaman yang utuh mengenai dampak multidimensional dari peredaran kosmetik ilegal. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan secara logis berdasarkan keterkaitan antar konsep yang telah dikaji dalam berbagai sumber ilmiah (Qomaruddin & Sa'diyah, 2024).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil kajian literatur, penelitian ini menunjukkan bahwa peredaran kosmetik ilegal memberikan dampak multidimensional terhadap konsumen, pelaku usaha, maupun sistem pengawasan di Indonesia. Dampak pertama terlihat pada aspek kesehatan konsumen, di mana penggunaan kosmetik ilegal yang mengandung bahan berbahaya berpotensi menimbulkan iritasi kulit, kerusakan jaringan, hingga gangguan kesehatan jangka panjang. Produk yang tidak memiliki izin edar juga tidak melalui proses pengujian keamanan sehingga meningkatkan risiko bagi pengguna.

Pada aspek keamanan produk dan perlindungan konsumen, penelitian menemukan bahwa kosmetik ilegal menyebabkan hak konsumen atas keamanan, kenyamanan, dan informasi yang benar menjadi tidak terpenuhi. Produk ilegal umumnya dipasarkan tanpa informasi komposisi yang jelas dan sering disertai klaim berlebihan yang menyesatkan konsumen. Selain itu, distribusi kosmetik ilegal juga melemahkan kepercayaan publik terhadap industri kosmetik dan efektivitas pengawasan pemerintah karena masyarakat menjadi sulit membedakan antara produk legal dan ilegal.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa perkembangan marketplace dan media sosial memperbesar penyebaran kosmetik ilegal serta memengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Rendahnya literasi masyarakat mengenai keamanan dan legalitas produk menyebabkan konsumen lebih mudah terpengaruh promosi digital yang menjanjikan hasil instan dengan harga murah. Di sisi lain, maraknya kosmetik ilegal menciptakan persaingan usaha yang tidak sehat dan merusak reputasi industri kosmetik secara keseluruhan.

Dari aspek regulasi dan penegakan hukum, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengawasan terhadap kosmetik ilegal masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam perdagangan digital. Oleh karena itu, diperlukan penguatan pengawasan, peningkatan literasi konsumen, serta penerapan etika bisnis yang lebih bertanggung jawab

guna menciptakan perlindungan konsumen dan industri kosmetik yang lebih aman dan berkelanjutan.

Pembahasan

1) Dampak Terhadap Kesehatan Konsumen

Peredaran kosmetik ilegal sebagaimana terungkap dalam studi kasus menunjukkan pelanggaran etika bisnis memiliki implikasi langsung terhadap hak fundamental konsumen atas kesehatan dan keselamatan. Produk yang tidak memiliki izin edar berarti tidak melalui tahapan evaluasi keamanan, uji stabilitas, serta penilaian risiko toksikologis sebagaimana diwajibkan dalam sistem pengawasan kosmetik nasional (Badan Pengawas Obat dan Makanan, 2023; Kompas, 2025). Ketika tahapan tersebut dilewati, konsumen pada dasarnya menggunakan produk yang belum terbukti aman secara ilmiah, sehingga risiko efek samping menjadi tidak terprediksi. Dalam konteks ini, praktik bisnis ilegal bukan sekadar pelanggaran administratif, melainkan bentuk pengabaian terhadap prinsip non-maleficence atau kewajiban untuk tidak menimbulkan bahaya (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2022).

Penggunaan bahan berbahaya seperti hidrokuinon dalam kadar tinggi, asam retinoat tanpa pengawasan medis, antibiotik, maupun steroid dalam kosmetik ilegal dapat menimbulkan gangguan dermatologis yang serius dan progresif (Badan Pengawas Obat dan Makanan, 2022). Dampak yang muncul tidak hanya berupa iritasi ringan, tetapi dapat berkembang menjadi dermatitis kronis, penipisan lapisan epidermis, hiperpigmentasi pasca-inflamasi, serta

ketergantungan kulit terhadap zat aktif tertentu. Penggunaan jangka panjang bahkan berpotensi mengganggu fungsi barrier kulit, yang merupakan pertahanan alami terhadap mikroorganisme dan polutan lingkungan (Wasitaatmadja, 2021). Kerusakan pada lapisan pelindung ini menjadikan kulit lebih rentan terhadap infeksi dan inflamasi berulang.

Dampak kesehatan tidak selalu bersifat akut dan terlihat secara langsung. Banyak kasus efek samping kosmetik ilegal bersifat kumulatif, di mana paparan berulang terhadap zat tertentu memicu perubahan fisiologis secara bertahap (Badan Pengawas Obat dan Makanan, 2023). Konsumen kerap tidak menyadari bahwa kondisi kulit yang memburuk, seperti munculnya jerawat parah setelah penghentian penggunaan produk pemutih, merupakan bentuk efek rebound akibat kandungan steroid tersembunyi. Ketidaktahuan ini memperparah situasi karena konsumen justru melanjutkan penggunaan produk yang sama untuk mengatasi gejala yang sebenarnya ditimbulkan oleh produk tersebut (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2022).

Selain dampak dermatologis, terdapat pula risiko sistemik apabila zat aktif tertentu terserap ke dalam aliran darah melalui penggunaan jangka panjang. Beberapa bahan kimia berbahaya dapat memengaruhi keseimbangan hormonal atau memicu reaksi alergi sistemik pada individu yang sensitif (Badan Pengawas Obat dan Makanan, 2022) konsentrasi dalam kosmetik relatif kecil, penggunaan harian dalam periode panjang meningkatkan kemungkinan akumulasi paparan. Risiko ini semakin

signifikan apabila produk digunakan oleh kelompok rentan seperti remaja atau ibu hamil, yang secara biologis lebih sensitif terhadap paparan bahan kimia tertentu (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2021).

Dimensi kesehatan juga mencakup aspek psikologis dan sosial. Kerusakan kulit akibat penggunaan kosmetik ilegal dapat menurunkan kepercayaan diri, memicu kecemasan sosial, dan memengaruhi kualitas hidup individu (Putri & Lestari, 2022). Dalam masyarakat yang menempatkan standar estetika tinggi terhadap penampilan, gangguan kulit sering kali berdampak pada relasi sosial dan profesional seseorang. Dengan demikian, pelanggaran etika bisnis dalam distribusi kosmetik ilegal turut berkontribusi terhadap tekanan psikososial yang seharusnya dapat dicegah melalui kepatuhan terhadap standar keamanan.

Dari perspektif kesehatan masyarakat, fenomena ini berpotensi meningkatkan beban layanan kesehatan. Konsumen yang mengalami efek samping memerlukan konsultasi medis, terapi dermatologis, serta perawatan lanjutan untuk memulihkan kondisi kulit (Badan Pengawas Obat dan Makanan, 2023). Hal ini menciptakan biaya tambahan baik bagi individu maupun sistem kesehatan secara keseluruhan. Penggunaan antibiotik secara tidak tepat dalam kosmetik juga berpotensi memperburuk isu resistensi antimikroba, yang merupakan tantangan global dalam bidang kesehatan publik (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2021).

Masalah kesehatan akibat kosmetik ilegal semakin kompleks karena distribusinya banyak dilakukan

melalui platform digital dengan klaim pemasaran yang berlebihan. Konsumen sering terpengaruh oleh janji hasil instan tanpa mempertimbangkan aspek keamanan ilmiah (Kompas, 2025). Asimetri informasi antara pelaku usaha dan konsumen menciptakan kondisi di mana konsumen tidak memiliki kapasitas untuk mengevaluasi risiko secara memadai. Ketidakseimbangan ini menempatkan tanggung jawab etis yang besar pada pelaku usaha, yang dalam kasus ini justru diabaikan (Badan Pengawas Obat dan Makanan, 2023).

Rekomendasi penyelesaian perlu difokuskan pada optimalisasi implementasi regulasi yang telah ada, termasuk penguatan pengawasan pre-market dan post-market oleh otoritas terkait. Integrasi sistem verifikasi izin edar dengan platform e-commerce harus diperketat agar produk tanpa notifikasi resmi tidak dapat dipasarkan secara bebas (Badan Pengawas Obat dan Makanan, 2023). Selain itu, kampanye literasi kesehatan berbasis prinsip Cek KLIK perlu diperluas secara sistematis agar konsumen mampu melakukan evaluasi mandiri sebelum membeli (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2022). Pendekatan ini memungkinkan perlindungan kesehatan konsumen ditegakkan melalui penguatan pelaksanaan ketentuan yang sudah berlaku, tanpa perlu menciptakan regulasi baru yang justru berpotensi memperumit sistem pengawasan.

2) Dampak Terhadap Keamanan Produk Dan Perlindungan Konsumen

Peredaran kosmetik ilegal secara fundamental merusak arsitektur sistem

keamanan produk yang telah dibangun melalui regulasi dan mekanisme pengawasan negara. Dalam sistem yang sah, setiap produk kosmetik wajib melalui proses notifikasi, evaluasi komposisi bahan, serta verifikasi kesesuaian dengan standar Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik sebelum memperoleh izin edar (Badan Pengawas Obat dan Makanan, 2023; Republik Indonesia, 2020). Prosedur ini bukan formalitas administratif semata, melainkan instrumen preventif untuk memastikan bahwa produk yang beredar telah memenuhi standar keamanan, mutu, dan kemanfaatan. Ketika produk diedarkan tanpa melalui tahapan tersebut, maka tidak terdapat jaminan bahwa formulasi telah diuji secara toksikologis, bahwa bahan aktif berada dalam batas aman, maupun bahwa produk diproduksi dalam lingkungan yang memenuhi standar higienitas industri.

Dampak terhadap keamanan produk juga tercermin dalam hilangnya mekanisme pengawasan berkelanjutan atau post-market surveillance yang seharusnya menjadi bagian integral dari sistem kontrol mutu (Badan Pengawas Obat dan Makanan, 2023). Produk yang memiliki izin edar tetap berada dalam pemantauan otoritas untuk memastikan konsistensi formula dan mendeteksi potensi efek samping yang muncul di masyarakat. Sebaliknya, kosmetik ilegal berada di luar radar pengawasan tersebut, sehingga apabila terjadi perubahan komposisi, degradasi bahan akibat penyimpanan yang tidak tepat, atau kontaminasi mikrobiologis, tidak ada sistem resmi yang dapat segera melakukan penarikan produk. Ketiadaan

mekanisme korektif ini meningkatkan probabilitas risiko yang harus ditanggung konsumen tanpa perlindungan struktural.

Dalam kerangka perlindungan konsumen, praktik distribusi kosmetik ilegal secara langsung melanggar hak konsumen atas keamanan, kenyamanan, serta informasi yang benar dan jujur (Republik Indonesia, 2021). Produk ilegal sering kali tidak mencantumkan informasi komposisi secara lengkap, tidak memiliki nomor izin edar yang dapat diverifikasi, dan menyertakan klaim efektivitas yang berlebihan tanpa dasar ilmiah. Kondisi ini menciptakan asimetri informasi antara pelaku usaha dan konsumen, di mana konsumen membuat keputusan pembelian berdasarkan data yang tidak dapat diuji kebenarannya. Ketika informasi menjadi tidak transparan, maka prinsip informed choice dalam perlindungan konsumen menjadi tidak terpenuhi (Nasution, 2021).

Aspek keamanan produk juga berkaitan erat dengan integritas rantai produksi dan distribusi. Tanpa inspeksi terhadap fasilitas produksi, tidak ada kepastian bahwa proses manufaktur dilakukan sesuai standar sanitasi dan pengendalian kualitas (Badan Pengawas Obat dan Makanan, 2022). Risiko kontaminasi silang, penggunaan bahan baku kedaluwarsa, atau pencampuran zat yang tidak stabil secara kimia menjadi lebih besar dalam sistem produksi yang tidak diawasi. Selain itu, distribusi melalui jalur impor tidak resmi meningkatkan kemungkinan produk disimpan dalam kondisi suhu dan kelembapan yang tidak sesuai, sehingga memengaruhi stabilitas kimia dan keamanan penggunaan produk sebelum sampai ke tangan konsumen (Kementerian

Perdagangan Republik Indonesia, 2022).

Peredaran kosmetik ilegal juga menimbulkan distorsi struktural dalam mekanisme persaingan usaha. Produsen yang patuh terhadap regulasi harus mengalokasikan sumber daya untuk uji laboratorium, pendaftaran produk, dokumentasi keamanan, serta kepatuhan terhadap standar produksi. Di sisi lain, pelaku ilegal dapat menekan harga dengan menghindari seluruh kewajiban tersebut, sehingga menciptakan kompetisi yang tidak seimbang (Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2021). Ketimpangan ini berpotensi mendorong penurunan standar industri apabila pelaku usaha yang patuh kehilangan daya saing akibat harga pasar yang terdistorsi oleh produk ilegal yang lebih murah namun tidak aman.

Dari perspektif efektivitas regulasi, fenomena ini menunjukkan bahwa tantangan utama bukan pada ketiadaan aturan, melainkan pada dinamika implementasi di era perdagangan digital. Marketplace daring memungkinkan produk dipasarkan secara cepat dan luas, sehingga pengawasan konvensional menjadi kurang responsif terhadap pergerakan distribusi yang sangat dinamis (Kompas, 2025). Tanpa integrasi sistem verifikasi digital yang real-time, produk tanpa izin edar dapat terus muncul kembali meskipun telah dilakukan penindakan sebelumnya. Hal ini memperlihatkan perlunya adaptasi mekanisme pengawasan terhadap transformasi ekosistem perdagangan.

Rekomendasi penyelesaian perlu difokuskan pada penguatan implementasi ketentuan yang telah

berlaku melalui optimalisasi teknologi dan koordinasi lintas sektor. Integrasi database izin edar dengan platform e-commerce harus diterapkan secara sistematis sehingga sistem dapat menolak unggahan produk yang tidak memiliki nomor registrasi valid (Badan Pengawas Obat dan Makanan, 2023). Selain itu, peningkatan koordinasi antara otoritas pengawasan, bea cukai, serta aparat penegak hukum diperlukan untuk memutus rantai distribusi impor ilegal sejak titik masuk wilayah negara (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2022). Pendekatan ini tetap berada dalam kerangka regulasi yang ada, namun memperkuat efektivitasnya melalui sinergi kelembagaan.

Di samping pendekatan represif, strategi preventif melalui edukasi dan literasi konsumen harus diperluas secara terstruktur. Konsumen perlu didorong untuk memahami pentingnya verifikasi izin edar, membaca komposisi produk secara kritis, dan tidak mudah terpengaruh oleh klaim instan yang tidak rasional (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2022). Literasi digital juga penting agar masyarakat mampu membedakan antara promosi yang sah dan manipulatif. Dengan kombinasi pengawasan adaptif, penegakan hukum yang konsisten, serta peningkatan kesadaran publik, sistem keamanan produk dan perlindungan konsumen dapat diperkuat secara signifikan tanpa harus merevisi kerangka hukum yang telah ada.

3) Dampak Terhadap Kepercayaan Publik

Penyebaran kosmetik ilegal dengan nilai yang mencapai angka besar,

berdasarkan ungkapan BPOM, mengindikasikan adanya penyimpangan etika bisnis yang tidak hanya berdampak pada sisi hukum dan kesehatan, namun juga secara substansial berpengaruh terhadap kepercayaan publik (Firmantoro & Suvinah, 2025). Dalam dunia industri komestik, kepercayaan merupakan landasan utama karena konsumen memberikan kepercayaan atas keamanan tubuhnya kepada produk yang digunakan. Saat produk yang tersebar tidak sesuai dengan standar yang ditetapkan, maka kredibilitas tersebut akan cenderung menurun secara bertahap dan sulit dipulihkan dalam jangka pendek. Masalah ini menimbulkan pandangan negatif terhadap pihak usaha yang terkait, di mana mereka dianggap lebih mengedepankan keuntungan dibandingkan tanggung jawab etis terhadap konsumen. Kondisi ini merefleksikan pengabaian terhadap norma etika bisnis seperti transparansi, kejujuran, dan akuntabilitas. Dalam rentang waktu yang panjang, fenomena ini dapat mempertegas stigma bahwa sebagian pelaku usaha dalam industri produk kecantikan tidak sepenuhnya kredibel (Safira & Mulada, 2022).

Ketidakpastian yang timbul akibat meluasnya praktik perdagangan kosmetik ilegal juga memperlemah kepercayaan di pasar. Menimbulkan tantangan bagi konsumen dalam mengklasifikasikan antara produk yang telah terdaftar secara resmi dan produk ilegal yang berpotensi menimbulkan risiko. Hal ini mengakibatkan keraguan dalam segala aktivitas konsumsi, yang kemudian keputusan pembelian tidak lagi semata-mata ditentukan oleh

preferensi, namun juga pada kewaspadaan akan risiko kesehatan (Andini et al., 2024). Saat kondisi tidak aman terus berlangsung secara berulang, konsumen berpotensi dapat mengembangkan sikap ketidakpercayaan pada seluruh klaim yang disampaikan oleh pihak produsen. Iklan, label, maupun evaluasi konsumen terhadap produk menjadi diragukan validitasnya. Akibatnya, tingkat efektivitas komunikasi menurun karena informasi yang disampaikan tidak sepenuhnya dapat dipercaya lagi.

Implikasi dari menurunnya kepercayaan masyarakat tidak hanya terfokus pada produk ilegal, tetapi juga berlanjut ke produk legal yang hakikatnya sesuai dengan ketentuan standar. Konsumen yang sering kali menggeneralisasi terhadap keseluruhan produk dalam kategori yang sama. Hal ini menimbulkan pelaku usaha yang telah menaati regulasi yang ditetapkan harus menerima dampak negatif dari praktik yang tidak etis secara bisnis oleh pihak lain. Di sisi lain, kredibilitas di mata publik terhadap lembaga pengawas turut berdampak. Sekalipun BPOM telah mengoptimalkan upaya pengawasan dan penindakan, realitas bahwa produk ilegal masih tersebar luas mengakibatkan citra adanya kelemahan dalam sistem pengawasan. Hal ini berpotensi melemahkan kepercayaan publik terhadap kemampuan pemerintah dalam memberikan proteksi yang optimal (Novayani & Mulada, 2021).

Digitalisasi teknologi turut memperluas tantangan dalam menjaga kredibilitas publik. Produk ilegal dengan mudah diperjualbelikan

melalui media sosial dan platform e-commerce dengan verifikasi yang tidak memadai. Kondisi ini menciptakan rasa tidak aman bagi konsumen, sehingga kepercayaan terhadap transaksi digital turut mengalami penurunan (A. Nugroho & Puspitasari, 2021). Melemahnya kepercayaan terhadap platform digital ini dapat menghasilkan efek yang lebih luas terhadap ekosistem ekonomi berbasis digital. Konsumen menjadi lebih waspada dalam bertransaksi, bahkan memiliki kecenderungan untuk menunda atau membatalkan pembelian. Dalam jangka waktu yang panjang, masalah ini dapat mengurangi laju pertumbuhan e-commerce, khususnya dalam kategori produk kosmetik.

Selain itu, pergeseran perilaku konsumen menjadi konsekuensi nyata dari melemahnya kepercayaan masyarakat. Konsumen akan beralih ke produk yang dipersepsikan lebih aman, seperti merek kosmetik yang sudah dikenal secara luas atau memiliki citra internasional. Peralihan ini menciptakan ketidakseimbangan pasar dan menyulitkan pelaku usaha baru untuk maju. Pelaku usaha kecil dan menengah yang mematuhi aturan ikut menanggung dampak negatif berupa kerugian. Mereka harus mengalami tantangan tambahan dalam menciptakan kepercayaan publik yang sudah terlanjur melemah (Andini et al., 2024). Strategi pemasaran yang telah diupayakan menjadi kurang efektif karena terdapat keraguan yang melekat di hati konsumen terhadap produk kosmetik secara keseluruhan. Lebih lanjut, menurunnya kepercayaan masyarakat juga menimbulkan dampak pada reputasi industri kosmetik secara umum.

Industri ini dapat dipandang sebagai sektor yang berisiko tinggi. Anggapan negatif ini dapat menahan laju investasi dan inovasi, karena kredibilitas merupakan salah satu hal penting dalam menarik minat investor dan pelaku bisnis baru (Amanda et al., 2023).

Dalam konteks sosial, dampak terhadap keyakinan publik dapat menimbulkan ketakutan yang melebar luas di kalangan masyarakat. Konsumen menjadi cemas dalam menggunakan produk kosmetik karena hadirnya efek samping yang berisiko. Perasaan aman yang pada dasarnya menjadi hak konsumen menjadi terganggu secara intensif. Situasi ini juga dapat mendorong meningkatnya ketergantungan pada informasi nonresmi, seperti ulasan di media sosial atau saran dari influencer. Namun, sumber informasi tersebut tidak selalu valid dan dapat memperburuk kondisi kebingungan bagi konsumen. Akibatnya, kepercayaan tidak hanya melemah terhadap produk kosmetik, namun juga terhadap sumber informasi itu sendiri (Azizah et al., 2024).

Dalam periode jangka panjang, kemerosotan kepercayaan ini dapat meluas menjadi masalah tatanan industri kosmetik. Keterkaitan antara konsumen, pelaku usaha, dan pihak regulator menjadi tidak baik-baik saja karena didasari oleh rasa kecurigaan. Hal ini dapat berpotensi menimbulkan lingkungan bisnis yang kurang sehat dan tidak sustainabel. Secara keseluruhan, penyelewengan etika bisnis dalam penyebaran kosmetik ilegal tidak hanya menimbulkan kerugian secara ekonomi dan kesehatan, namun juga mengikis

kepercayaan publik. Jika tidak ditangani secara intensif, dampak ini dapat menghentikan laju perkembangan industri kosmetik serta menurunkan tingkat proteksi konsumen di masa depan (Putriana et al., 2020).

4) Dampak terhadap Regulasi dan Penegakan Hukum

Persebaran kosmetik ilegal secara besar-besaran, merefleksikan adanya tekanan yang memberikan dampak signifikan pada sistem regulasi dan penegakan hukum di Indonesia. Masalah ini mempresentasikan bahwa penyelewengan etika bisnis tidak sekadar berdampak pada konsumen, namun juga mengukur efektivitas aturan yang telah dibuat untuk melindungi publik. Kebijakan yang berlaku pada dasarnya telah menetapkan standar keamanan, distribusi, dan perizinan produk kosmetik, tetapi pelaksanaannya menghadapi tantangan yang kompleks (Rastiawaty & Alrip, 2024). Kondisi ini memperlihatkan adanya celah dalam sistem pengendalian yang memberikan peluang bagi produk ilegal tetap tersebar luas. Celah tersebut dapat berlangsung pada berbagai titik dalam proses, mulai dari impor, produksi, hingga distribusi melalui pendekatan konvensional maupun digital. Saat regulasi tidak mampu mengeliminasi celah ini dengan optimal, maka pelaku usaha yang mengabaikan tanggung jawab akan terus mendayagukannya untuk mendapatkan keuntungan (Buloto et al., 2023).

Pelanggaran yang terjadi secara berulang juga dapat memperlihatkan bahwa daya jera dari penegakan

hukum belum mencapai hasil yang optimal. Sanksi yang dijatuhkan, baik dalam bentuk denda maupun pidana, tidak jarang masih belum memadai untuk mencegah para pelaku mengulangi tindakannya. Dalam konteks etika bisnis, hal tersebut menunjukkan rendahnya internalisasi ketaatan terhadap hukum di kalangan pelaku usaha. Di sisi lain, pertumbuhan kasus kosmetik ilegal memicu pemerintah untuk melakukan penguatan regulasi yang ada. Kebijakan baru atau perubahan regulasi muncul sebagai tanggapan terhadap merebaknya pelanggaran. Akan tetapi, penguatan regulasi ini juga membutuhkan penyeimbangan dengan sistem aplikasi yang efektif agar tidak sekadar bersifat normatif, namun benar-benar mampu menekan distribusi produk ilegal (Milano Putri & Suminar, 2025).

Kemajuan teknologi digital ikut menimbulkan tantangan baru bagi penegak hukum. Penyebaran kosmetik ilegal melalui e-commerce dan media sosial tidak mudah untuk dikontrol secara keseluruhan karena berkembang secara dinamis. Hal ini menuntut penyesuaian regulasi yang fleksibel serta sinergi lintas sektor, termasuk platform digital, untuk menjamin pengawasan yang efektif (Putriana et al., 2020). Selain itu, kolaborasi antar lembaga penegak hukum menjadi faktor krusial dalam menangani masalah ini. Penanggulangan kosmetik ilegal tidak hanya menyertakan BPOM, namun juga instansi lain seperti bea cukai, kepolisian, dan kementerian yang bersangkutan. Minimnya koordinasi dapat menghambat proses penegakan dan membuka kesempatan bagi pelaku untuk terus berjalan.

Dampak lain yang timbul adalah peningkatan beban kerja bagi otoritas pengawas dan penegak hukum. Tingginya jumlah produk ilegal yang harus dikontrol dan ditangani membutuhkan sumber daya yang banyak, baik dari segi tenaga, waktu, maupun biaya. Apabila tidak diimbangi dengan meningkatkan kapasitas kelembagaan, maka dapat menyebabkan menurunnya efektivitas pengawasan. Di sisi regulasi, kondisi ini juga memicu pentingnya revitalisasi kebijakan yang lebih responsif terhadap perubahan zaman. Regulasi yang kaku cenderung tertinggal dibandingkan dengan terobosan yang dilakukan oleh para pelaku usaha ilegal. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan regulasi yang bersifat fleksibel agar mampu menyikapi berbagai bentuk pelanggaran baru (Novi Christi & Soemartono, 2023).

Penyelewengan etika bisnis dalam penyebaran produk kosmetik ilegal juga dapat berdampak pada tingkat ketaatan pelaku usaha secara keseluruhan. Saat hukum tidak diberlakukan secara konsisten, maka pelaku usaha yang patuh berada dalam posisi dirugikan dan kehilangan dorongan untuk mengikuti aturan. Hal ini berpeluang mengembangkan lingkungan bisnis yang tidak setara dan tidak sehat. Dari pandangan hukum, kondisi ini dapat menciptakan ketidakjelasan dalam penegakan aturan. Keteraturan dalam penyediaan sanksi menjadi krusial untuk menegakkan keadilan dan kepastian hukum (Rastiawaty & Alrip, 2024). Jika terdapat perbedaan dalam pengelolaan kasus yang serupa, maka kredibilitas terhadap sistem hukum dapat melemah. Kasus penyebaran

kosmetik ilegal dapat menjadi tolak ukur pentingnya pembaharuan dalam sistem pengawasan dan penegakan hukum. Penilaian efektivitas regulasi, sistem pengawasan, serta kapasitas aparat penting dilakukan secara periodik untuk menjamin bahwa sistem yang ada tetap relevan.

Secara keseluruhan, penyebaran produk kosmetik ilegal menimbulkan dampak yang luas terhadap sistem regulasi dan penegakan hukum. Tantangan yang timbul mengharuskan adanya perbaikan yang berkesinambungan, baik dari segi kebijakan, penerapan, maupun koordinasi antar lembaga. Tanpa upaya yang menyeluruh, penyelewengan yang sama akan terus berulang dilakukan dan melemahkan mekanisme perlindungan konsumen di Indonesia.

5) Dampak terhadap Perilaku Konsumen dan Literasi Masyarakat

Peredaran kosmetik ilegal dalam jumlah besar sebagaimana diungkap oleh BPOM mencerminkan adanya perubahan perilaku konsumen di era digital yang semakin kompleks. Kemudahan akses terhadap produk melalui marketplace dan media sosial telah mendorong pola konsumsi yang serba cepat dan instan, di mana konsumen cenderung lebih mengutamakan harga murah dan hasil yang dijanjikan dibandingkan aspek keamanan serta legalitas produk. Kondisi ini dimanfaatkan oleh pelaku usaha yang tidak beretika dengan memasarkan kosmetik ilegal melalui strategi promosi yang manipulatif, seperti klaim berlebihan, testimoni yang tidak dapat diverifikasi, dan endorsement yang menyesatkan.

Fenomena ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen di era digital sangat rentan terhadap pengaruh eksternal, khususnya electronic word of mouth (e-WOM) yang terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (R. Nugroho, 2019; Rahmawati & Pradana, 2024).

Perilaku konsumen dalam memilih produk kosmetik tidak sepenuhnya didasarkan pada rasionalitas, melainkan juga dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial. Standar kecantikan yang berkembang di masyarakat, terutama melalui media sosial, mendorong individu untuk mencari solusi instan guna memenuhi ekspektasi tersebut. Hal ini menyebabkan konsumen lebih mudah tergiur oleh produk yang menawarkan hasil cepat meskipun tidak memiliki jaminan keamanan. Penelitian menunjukkan bahwa faktor psikologis, seperti keinginan untuk tampil menarik dan meningkatkan kepercayaan diri, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik, sehingga seringkali mengabaikan aspek keamanan produk (Saputra et al., 2024). Dengan demikian, keputusan konsumsi tidak selalu melalui proses evaluasi yang matang, seperti memeriksa izin edar atau komposisi bahan produk.

Rendahnya literasi masyarakat terkait keamanan produk kosmetik menjadi faktor utama yang memperkuat peredaran kosmetik ilegal. Banyak konsumen yang belum memahami pentingnya aspek legalitas, seperti nomor izin edar, label komposisi, dan standar produksi yang sesuai dengan ketentuan. Ketidaktahuan ini menyebabkan konsumen cenderung mengabaikan

risiko jangka panjang dan lebih fokus pada manfaat instan yang ditawarkan. Padahal, BPOM telah menemukan bahwa banyak kosmetik ilegal mengandung bahan berbahaya yang dapat merugikan kesehatan. Penelitian juga menunjukkan bahwa konsumen masih mengalami kesulitan dalam membedakan produk legal dan ilegal, terutama pada produk impor atau yang dipasarkan secara online (Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, 2025b).

Fenomena ini juga menunjukkan adanya kesenjangan antara regulasi yang telah ditetapkan pemerintah dengan tingkat pemahaman masyarakat dalam mengimplementasikannya. BPOM telah melakukan berbagai upaya pengawasan, termasuk patroli siber dan penindakan terhadap produk ilegal yang beredar di platform digital. Namun, efektivitas pengawasan tersebut sangat bergantung pada kesadaran dan partisipasi aktif masyarakat sebagai konsumen. Tanpa kemampuan untuk memilah informasi secara kritis, konsumen akan tetap menjadi target utama bagi pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Hal ini menunjukkan bahwa permasalahan kosmetik ilegal tidak hanya berkaitan dengan aspek hukum, tetapi juga berkaitan dengan rendahnya literasi digital dan konsumsi masyarakat (Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, 2025b).

Dalam konteks yang lebih luas, peningkatan literasi konsumen menjadi langkah penting dalam menekan peredaran kosmetik ilegal. Konsumen yang memiliki pemahaman yang baik terhadap keamanan produk cenderung lebih selektif dalam

melakukan pembelian dan tidak mudah terpengaruh oleh promosi yang menyesatkan. Penelitian menunjukkan bahwa pemahaman konsumen terhadap informasi produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian yang lebih rasional (Rahmawati & Pradana, 2024). Oleh karena itu, peningkatan literasi konsumen tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah, tetapi juga memerlukan peran aktif dari pelaku usaha dan masyarakat untuk menciptakan ekosistem konsumsi yang lebih aman dan bertanggung jawab.

6) Dampak terhadap Reputasi Industri Kosmetik

Peredaran kosmetik ilegal dalam skala besar sebagaimana ditemukan oleh BPOM tidak hanya berdampak pada konsumen, tetapi juga memberikan konsekuensi serius terhadap reputasi industri kosmetik secara keseluruhan. Reputasi merupakan aset penting dalam dunia bisnis karena berkaitan dengan tingkat kepercayaan publik terhadap produk yang dihasilkan. Ketika kasus kosmetik ilegal semakin marak, maka citra industri kosmetik secara umum akan ikut terdampak, meskipun tidak semua pelaku usaha terlibat dalam praktik tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa reputasi industri bersifat kolektif, di mana pelanggaran yang dilakukan oleh sebagian pelaku usaha dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap seluruh industri (Budiman & Lego, 2024).

Salah satu dampak utama adalah menurunnya tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk kosmetik. Konsumen menjadi lebih berhati-hati dan skeptis dalam memilih produk,

terutama karena banyaknya kasus produk ilegal yang beredar dengan kemasan yang menyerupai produk asli. Ketidakmampuan konsumen dalam membedakan produk legal dan ilegal menciptakan ketidakpastian yang tinggi, sehingga menurunkan rasa aman dalam melakukan pembelian. Penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen merupakan faktor utama dalam membentuk minat beli dan loyalitas terhadap suatu produk, sehingga terganggunya kepercayaan akan berdampak langsung pada keberlangsungan industri kosmetik (Wijaya & Tjokrosaputro, 2024).

Peredaran kosmetik ilegal juga menciptakan persaingan usaha yang tidak sehat dalam industri. Pelaku usaha yang tidak mematuhi regulasi dapat menjual produk dengan harga lebih murah karena tidak menanggung biaya produksi yang sesuai standar, seperti pengujian keamanan dan perizinan. Kondisi ini merugikan pelaku usaha yang menjalankan bisnis secara legal dan etis, karena mereka harus bersaing dengan produk ilegal yang tidak memiliki beban biaya yang sama. Hal ini menyebabkan distorsi dalam mekanisme pasar dan menghambat terciptanya persaingan yang adil dalam industri kosmetik (Tjiptono, 2019).

Lebih jauh lagi, dampak reputasional juga berkaitan dengan legitimasi sosial industri kosmetik di mata masyarakat. Industri yang tidak mampu menjamin keamanan produknya akan kehilangan kepercayaan sebagai entitas yang bertanggung jawab terhadap konsumen. Hal ini dapat memicu meningkatnya tekanan dari masyarakat dan pemerintah untuk

memperketat regulasi dan pengawasan. Dalam jangka panjang, kondisi ini dapat menghambat inovasi dan pertumbuhan industri karena meningkatnya beban regulasi yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha (Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, 2025b).

Di sisi lain, reputasi industri juga berpengaruh terhadap daya saing di tingkat nasional maupun internasional. Industri kosmetik yang memiliki citra negatif akan sulit bersaing di pasar global, karena konsumen semakin selektif terhadap kualitas dan keamanan produk. Penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan kepercayaan konsumen merupakan faktor penting dalam menentukan keberhasilan produk kosmetik di pasar (Budiman & Lego, 2024; Wijaya & Tjokrosaputro, 2024). Oleh karena itu, maraknya kosmetik ilegal dapat menjadi hambatan serius bagi pengembangan industri kosmetik nasional.

Dampak terhadap reputasi industri kosmetik menunjukkan bahwa pelanggaran dalam peredaran kosmetik ilegal tidak hanya merugikan konsumen secara langsung, tetapi juga merusak kepercayaan publik dan stabilitas industri. Oleh karena itu, diperlukan upaya kolektif dari seluruh pemangku kepentingan untuk menjaga integritas industri melalui peningkatan pengawasan, edukasi konsumen, dan penerapan praktik bisnis yang bertanggung jawab.

5. KESIMPULAN

Peredaran kosmetik ilegal merupakan bentuk pelanggaran etika bisnis yang memberikan dampak luas terhadap kesehatan konsumen, perlindungan hukum, kepercayaan

publik, serta reputasi industri kosmetik. Distribusi produk tanpa izin edar menunjukkan rendahnya tanggung jawab pelaku usaha terhadap keamanan dan keselamatan konsumen. Selain menimbulkan risiko kesehatan akibat kandungan bahan berbahaya, kosmetik ilegal juga melemahkan efektivitas regulasi dan menciptakan persaingan usaha yang tidak sehat. Rendahnya literasi masyarakat dan pengaruh promosi digital semakin memperbesar peredaran produk ilegal di Indonesia. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, platform digital, dan masyarakat melalui penguatan pengawasan, edukasi konsumen, serta penerapan etika bisnis yang transparan dan bertanggung jawab guna menciptakan industri kosmetik yang aman dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, S. P. R., Widodo, A., Rubiyanti, N., & Silvianita, A. (2023). Attitude, repurchase intention, and brand loyalty toward local cosmetic brands in Indonesia. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 4(1), 1–15.
- Andini, F. G. T., Pratiwi, N. P. A., & Sari, D. K. (2024). Perilaku konsumen dalam penggunaan produk kosmetika tidak berizin BPOM. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), 15–28.
- Ang, F. V., Kelvin, Rorendry, & Fransiska, V. (2025). Pelanggaran etika bisnis dan profesi dalam kasus skincare Athena: Overclaim, repackaging, dan izin edar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan*

- Akuntansi (JIMEA)*, 2(2), 118–125.
- 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.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2022). *Public warning kosmetik mengandung bahan berbahaya*. Badan Pengawas Obat Dan Makanan.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2023). *Laporan tahunan BPOM 2023*. Badan Pengawas Obat Dan Makanan.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2025a). *BPOM intensifkan pengawasan, Rp31,7 miliar kosmetik ilegal ditemukan, influencer diminta hati-hati dalam promosi*. Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2025b, May 3). *Siaran pers pengawasan kosmetik ilegal*. BPOM RI.
- Budiman, B., & Lego, Y. (2024). Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian merek kosmetik Rosé All Day. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 6(3), 559–567.
- Buloto, A. V., Puluhulawa, F. U., & Mantali, A. R. Y. (2023). Penguatan regulasi dan penegakan hukum terhadap peredaran kosmetik ilegal di Indonesia dan Singapura. *SINERGI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(2), 145–160.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54.
- Firmantoro, K., & Suvinah, S. (2025). Kosmetik ilegal, otoritas pengawasan, dan profesi medis: Kajian hukum administrasi di Indonesia. *Humaniorum Journal*, 3(3), 125–135.
- Gabriella, T., & Bakhtiar, H. (2023). Perlindungan hukum kepada konsumen terkait peredaran kosmetik ilegal. *Jurnal Panorama Hukum*, 8(1), 1–14.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2021). *Profil kesehatan Indonesia 2021*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2022). *Pengawasan barang beredar melalui e-commerce*. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- Komisi Pengawas Persaingan Usaha. (2021). *Laporan pengawasan persaingan usaha di sektor perdagangan*. Komisi Pengawas Persaingan Usaha.
- Kompas. (2025). *Peredaran kosmetik ilegal tembus Rp317 miliar, BPOM temukan banyak pelanggaran*. Kompas.
- Kompas.com. (2025, May 3). *Peredaran kosmetik ilegal tembus Rp31,7 miliar, BPOM temukan banyak pelanggaran*. Kompas.Com.
- Milano Putri, S. R., & Suminar, S. R. (2025). Kewenangan BPOM dalam mengawasi peredaran produk skincare yang membahayakan kesehatan. *Bandung Conference Series: Law Studies*, 6(1), 1–12.
- Mulyati, A. S., Humulhaer, S., Ferdiansyah, D., Majuri, M.,

- Zainal, T., & Mustofa, M. A. (2024). Kajian literatur: Tanggung jawab hukum platform marketplace terhadap peredaran kosmetik ilegal di Indonesia. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 5(1), 1–15.
- Nasution, A. Z. (2021). *Hukum perlindungan konsumen di Indonesia*. Prenadamedia Group.
- Novayani, S., & Mulada, D. A. (2021). Perlindungan hukum bagi korban pengguna produk kosmetik ilegal berbahaya. *SAPIENTIA ET VIRTUS: Jurnal Hukum*, 7(1), 33–44.
- Novi Christi, N., & Soemartono, G. P. (2023). The role of BPOM in addressing the distribution of illegal cosmetics. *Jurnal Ilmu Hukum Dan Konsumen*, 6(1), 50–65.
- Nugroho, A., & Puspitasari, D. (2021). Perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia: Tantangan pengawasan produk ilegal. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 28(2), 310–330.
- Nugroho, R. (2019). *Perilaku konsumen di era digital*. Kencana.
- Putera, D. H., & Ukas. (2021). Perlindungan konsumen terhadap pembelian kosmetik ilegal melalui situs online. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(3).
- Putri, D. A., & Lestari, S. (2022). Dampak gangguan kulit terhadap kepercayaan diri. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Indonesia*, 17(2).
- Putriana, S. A., Maulida, A. N., & Matulatan, R. (2020). Restrukturisasi kewenangan BPOM dan sistem kooperatif penanggulangan peredaran kosmetik ilegal secara online. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 3(2), 110–125.
- Qomaruddin, Q., & Sa'diyah, H. (2024). Kajian teoritis tentang teknik analisis data dalam penelitian kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, 1(2), 77–84.
- Rahmawanty, R. A., Azahrah, H., Maharani, Y., & Maad, A. M. (2024). Perlindungan konsumen terhadap overclaim produk skincare di era digital: Tinjauan etika bisnis dan hukum positif. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(4), 115–123.
- Rahmawati, H., & P. W. D., & Pradana, W. D. (2024). Perilaku pembelian online konsumen produk kosmetik. *Jurnal Pijar*, 2(4), 366–380.
- Rastiawaty, R., & Alrip, I. (2024). Penegakan hukum terhadap peredaran kosmetik ilegal: Perspektif teori kontrol sosial Travis Hirschi. *Jurnal Hukum Lingkungan*, 6(1), 1–15.
- Republik Indonesia. (2020). *Peraturan BPOM Nomor 12 Tahun 2020 tentang Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetik*. Republik Indonesia.
- Republik Indonesia. (2021). *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (konsolidasi terbaru)*. Republik Indonesia.
- Safira, N., & Mulada, D. A. (2022). Perlindungan hukum bagi konsumen atas penjualan

- kosmetik ilegal berupa krim wajah. *Commerce Law: Jurnal Hukum Bisnis*, 3(1), 45–56.
- Saputra, M., Nouvan, M. A., Sari, N., & Narasi, I. (2024). Perilaku keputusan pembelian produk skincare dan kosmetik yang dipengaruhi manfaat produk, harga dan kualitas produk. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 10(2), 67–80.
- Sembiring, S., & Pratama, B. P. (2021). Perlindungan terhadap konsumen kosmetik ilegal yang mengandung zat berbahaya. *Jurnal Ilmiah Ekotrans & Erudisi*, 1(2), 90–99.
- Situmorang, D., Setiawan, D., Putra, G. F. T., & Wakano, S. G. P. (2023). Perlindungan hukum konsumen terhadap produk kosmetik ilegal ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal IKAMAKUM*, 5(2).
- Syafiqoh, F. A., & Sudiro, A. (2023). Perlindungan hukum terhadap konsumen dari produk kosmetik yang ilegal. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 8(12), 6679–6689.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran*. Andi.
- Wasitaatmadja, S. M. (2021). *Ilmu penyakit kulit dan kelamin*. Fakultas Kedokteran UI.
- Wijaya, M., & Tjokrosaputro, M. (2024). Purchase intention toward skincare products. *International Journal of Application on Economics and Business*.