

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Peranan badan pengawas obat dan makanan dalam mengawasi produk tanpa izin BPOM yang dipasarkan melalui media sosial adalah melakukan sistem pengawasan sebelum beredar (*pre-market control*), dan sistem pengawasan setelah beredar (*post-market control*). Dalam hal mengawasi peredaran produk kosmetik tanpa izin yang dipasarkan secara *online* di media sosial, Deputi Bidang Penindakan BPOM memiliki unit khusus yaitu *cyber patrol* yang bekerja sama dengan unit khusus dari kepolisian untuk mengawasi peredaran produk kosmetik dan obat tradisional secara *online*.

Pertanggungjawaban pidana pelaku usaha dalam hal terjadinya kegiatan promosi produk yang mengandung informasi menyesatkan adalah sesuai dengan yang diatur dalam Pasal 8 ayat (1) huruf (a), huruf (d), dan huruf (f) UUPK, Pasal 9 ayat (1) huruf (j) UUPK, dan Pasal 10 huruf (e) UUPK. Sanksi yang dapat dikenakan kepada pelaku usaha tercantum dalam Pasal 62 (a), dengan ancaman dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Kemudian sanksi tambahan bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan UUPK ini tercantum dalam Pasal 63 UUPK, yakni berupa perampasan barang tertentu, pengumuman keputusan hakim, pembayaran ganti rugi, perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian terhadap

konsumen, kewajiban penarikan barang dari peredaran, dan pencabutan izin usaha.

Pertanggungjawaban pidana *beauty influencer* dalam hal terjadinya kegiatan promosi produk yang mengandung informasi menyesatkan adalah sesuai dengan yang diatur dalam Pasal 28 ayat (1) Undang – Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Perbuatan tersebut diancam dengan sanksi yang diatur dalam Pasal 45A, ayat (1) Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2016, dengan ancaman dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, maka dapat dirumuskan dengan saran sebagai berikut :

1. Bagi Pemerintah

Dari hasil penelitian ini, pemerintah atau pihak yang berwenang diharapkan dapat lebih efektif dan tanggap dalam melakukan pengawasan produk – produk kosmetik yang beredar di pasaran, baik itu yang dipasarkan secara *offline* maupun *online*. Selain itu, pemerintah diharapkan dapat membuat peraturan yang lebih spesifik dan tegas mengenai permasalahan ini, sehingga tidak ada lagi pihak yang dirugikan dalam hal peredaran kosmetik.

2. Bagi Pelaku Usaha

Dari hasil penelitian ini, pelaku usaha diharapkan dapat lebih teliti dalam menjual produk kosmetik. Pelaku usaha harus dapat memastikan bahwa produk kosmetik yang akan ia pasarkan kepada masyarakat merupakan produk yang telah memiliki izin BPOM sehingga terjamin keamanannya dan berkhasiat baik.

3. Bagi *Beauty Influencer*

Dari hasil penelitian ini, *beauty influencer* diharapkan dapat lebih teliti dalam memasarkan produk kosmetik. *Beauty influencer* harus dapat memastikan bahwa produk yang hendak ia pasarkan tersebut telah memiliki izin BPOM. Selain itu, dalam proses promosi *beauty influencer* menyatakan hal – hal yang benar dan jujur mengenai produk tersebut, tidak melebih – lebihkan dan tidak memberikan informasi yang menyesatkan.

4. Bagi Masyarakat

Dari penelitian ini, masyarakat diharapkan dapat lebih berhati – hati dalam memilih produk kosmetik yang dijual dipasaran, dan masyarakat dapat lebih aktif dalam melakukan pengaduan apabila menemukan produk yang tidak sesuai dengan standar dan produk yang tidak memiliki izin ke pihak yang berwenang.