



**STRATEGI KOMUNIKASI PENYIDIK DALAM MENGUNGKAP TINDAK
PIDANA PERDAGANGAN KOSMETIK ILEGAL DI MATARAM STUDI KASUS
PADA DIREKTORAT RESERS KRIMINAL KHUSUS KEPOLISIAN DAERAH NUSA
TENGGARA BARAT**

***INVESTIGATORS' COMMUNICATION STRATEGY IN UNCOVERING ILLEGAL
COSMETICS TRADE IN MATARAM CASE STUDY AT THE SPECIAL CRIMINAL
INVESTIGATION DIRECTORATE OF THE WEST NUSA TENGGARA REGIONAL
POLICE***

Ni Luh Ariyanti

Program Studi Ilmu Komunikasi, Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram

Email: Was86yanti@gmail.com

Article Info

Article history :
Received : 12-05-2024
Revised : 14-05-2024
Accepted : 16-05-2024
Published: 18-05-2024

Abstract

The communication strategy of investigators that will be described here is several forms of communication used by police investigators, in several stages of disclosure of cases of illegal cosmetic circulation according to Leden Marpaung (2011) such as: (1) All things done by the police in disclosure known as investigative actions, ranging from finding information on the circulation of cosmetics both through print, electronic, social media (facebook, Instagram, tiktok) then undercover (under cover bay) to pursue the target as the perpetrator who distributes the cosmetics, (2) Escalate to the Investigation process, where after obtaining samples of cosmetics that are suspected of being illegal, the National Police will coordinate and check cosmetics at the authorized body, namely the BPOM Center to find out the distribution permit and even the content of the cosmetics, in the investigation stage is also carried out disclosure of all involved, to the types of cosmetics that are circulated and the range of circulation. This qualitative research method includes information about the methods and tactics used in the research, as well as decisions made regarding the research design. The communication strategy of investigators in uncovering the illegal cosmetics trade in Mataram is by. The communication strategy for revealing the illegal cosmetics trade starts from the beginning of the investigation until the investigation is carried out following the process of the flow of the case to the Police. Disclosure planning by investigating the presence of suspected illegal cosmetics in the Mataram area through observation on online social networks, receiving direct consumer complaints and inspections at places related to the cosmetics trade such as factories, beauty salons, beauty links and cosmetic shops. obstacles faced by investigators in uncovering the criminal act of illegal cosmetics trade in Mataram. Many obstacles encountered by investigators in handling the illegal cosmetics trade are in the eyes



both from within the investigators themselves and from outside. From within the investigators, there are still many shortcomings such as language skills and special skills in terms of investigation, all of which can be improved through training or skill improvement carried out on an ongoing basis by the Police. Meanwhile, supporting facilities and infrastructure such as special examination rooms and budgets can be proposed to get improvements to help the police improve services to the community. Efforts made by the National Police so that the public avoid illegal cosmetic products through prevention and enforcement activities. For prevention can be in the form of giving appeals and approaches to the community. Making advertisements educates the public to be smart in choosing cosmetics that are safe to use which of course have been registered and obtained permission to be circulated by the authorized body, namely BPOM.

Keywords: *Investigator Communication Strategy, Illegal Cosmetics*

Abstrak

Strategi komunikasi penyidik yang akan dipaparkan disini ialah beberapa bentuk komunikasi yang digunakan oleh penyidik polri, dalam beberapa tahapan pengungkapan kasus peredaran kosmetik ilegal menurut Leden Marpaung (2011) seperti: (1) Semua hal yang dilakukan polri dalam pengungkapan yang dikenal dengan tindakan penyelidikan, mulai dari mencari informasi peredaran kosmetik baik melalui media cetak, elektronik, media sosial (*facebook, Instagram, tiktok*) kemudian melakukan penyamaran (*under cover bay*) untuk mengerucutkan kepada sasaran sebagai pelaku yang mengedarkan kosmetik tersebut, (2) Meningkatkan kepada proses Penyidikan, dimana setelah mendapatkan contoh kosmetik yang dicurigai ilegal, polri akan melakukan koordinasi dan pemeriksaan kosmetik pada Badan yang berwenang yaitu Balai BPOM untuk mengetahui ijin edar bahkan kandungan dari kosmetik tersebut, dalam tahapan penyidikan juga dilakukan pengungkapan semua yang terlibat, sampai jenis-jenis kosmetik yang diedarkan serta jangkauan peredarannya. Metode penelitian kualitatif ini mencakup informasi tentang metode dan taktik yang digunakan dalam penelitian, serta keputusan yang dibuat terkait desain penelitian. Strategi komunikasi penyidik dalam mengungkap perdagangan kosmetik ilegal di Mataram ialah dengan. Strategi komunikasi pengungkapan perdagangan kosmetik ilegal dimulai dari awal penyelidikan sampai penyidikan dilakukan mengikuti proses alur ungkap perkara pada Kepolisian. Perencanaan pengungkapan dengan penyelidikan keberadaan kosmetik yang dicurigai ilegal di wilayah mataram melalui pengamatan pada jejaring social online, menerima aduan langsung konsumen dan pemeriksaan pada tempat-tempat yang berhubungan dengan perdagangan kosmetik seperti pabrik, salon kecantikan, klinik kecantikan dan toko-toko kosmetik. kendala yang dihadapi penyidik dalam mengungkap tindak pidana perdagangan kosmetik ilegal di Mataram. Banyak kendala yang ditemui penyidik dalam penanganan perdagangan kosmetik ilegal di Mataram baik itu dari dalam penyidik itu sendiri maupun dari luar. Dari dalam penyidik masih ditemui banyak kekurangan seperti kemampuan berbahasa dan keahlian khusus dalam hal penyidikan yang mana semua dapat ditingkatkan melalui pelatihan



atau peningkatan kemampuan yang dilaksanakan secara berkesinambungan oleh Kepolisian. Sementara sarana dan prasarana pendukung seperti ruang pemeriksaan khusus dan anggaran dapat diusulkan untuk mendapat peningkatan guna membantu kepolisian meningkatkan pelayanan kepada masyarakat. Upaya yang dilakukan Polri agar masyarakat terhindar dari produk kosmetik ilegal melalui kegiatan pencegahan dan penindakan. Untuk pencegahan dapat berupa pemberian himbauan dan pendekatan terhadap masyarakat. Pembuatan iklan-iklan mengedukasi masyarakat untuk cerdas memilih kosmetik yang aman digunakan yang tentunya sudah terdaftar dan mendapatkan izin untuk diedarkan oleh badan yang berwenang yaitu BPOM.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Penyidik, Kosmetik Ilegal

PENDAHULUAN

Penggunaan kosmetik juga dilakukan oleh anak-anak, mereka dengan hanya menonton televisi atau media *online* lainnya pada *Handphone* sudah bisa mengaplikasikan kosmetik pada wajah atau badan mereka tanpa memperdulikan efek yang dapat ditimbulkan jika menggunakan kosmetik yang bukan peruntukan mereka. Banyaknya pengguna atau konsumen yang membutuhkan dan menggunakan kosmetik mengakibatkan banyak badan usaha dan oknum yang ada didalam negeri juga membuat kosmetik, baik diproduksi melalui pabrik-pabrik besar bahkan ada pula melalui usaha rumahan. Mereka semua berlomba-lomba membuat formula yang kita sebut dengan kosmetik sebagai alternatif mempercepat mencapai tujuan seperti semakin putih dan cantik jika kosmetik luar agak sulit dijangkau. Kosmetik yang dibuat oleh ahli, baik itu dokter spesialis kecantikan maupun apoteker dapat dipertanggung jawabkan keamanan, mutu, standarisasi yang dipersyaratkan dalam perundang-undangan karena dibuat oleh orang yang benar berkompeten pada bidang keahliannya.

Penggunaan unsur atau zat yang tepat sesuai takaran, akan menciptakan produk kosmetik yang aman tanpa efek samping bila digunakan sesuai aturan yang benar. Jika yang membuat kosmetik adalah orang atau perusahaan yang tidak faham kandungan suatu zat, hanya asal mencampur unsur-unsur yang sekiranya memberi hasil baik tanpa memperdulikan komposisi yang benar sesuai aturan maka hasil atau efek samping dalam penggunaannya tidak dapat dipertanggung jawabkan. Masyarakat sebagai konsumen yang menginginkan dirinya tampil cantik, jika cerdas tentunya akan mempertimbangkan dengan teliti kosmetik mana yang akan digunakan yang sudah aman baik dari segi mutu, standar kesehatan dalam kandungan unsur serta sudah mendapat izin dari Badan hukum yang berwenang yaitu BPOM. Jika semua telah terpenuhi maka produk kosmetik tersebut aman untuk digunakan dan efek samping dari penggunaannya tentunya dapat dipertanggung jawabkan. Lain halnya dengan masyarakat konsumtif, yang hanya sekedar ikut-ikutan *trend* dari media *online*, menggunakan kosmetik sembarangan dengan tidak memperdulikan kosmetik yang digunakan baik itu kandungan unsur, mutu dan standarisasi yang dipersyaratkan dimana efek yang bisa dihasilkan dari penggunaan kosmetik tersebut tidak bisa dipertanggung jawabkan bahkan tanpa mengetahui kosmetik tersebut belum terdaftar dan berijin pada BPOM. Bila efek dari kosmetik tersebut tidak baik maka sulit untuk mencari pertanggung jawaban dari produsen yang membuat kosmetik tersebut.

Kelompok individu atau perusahaan yang tergiur untung besar tersebut berlomba-lomba membuat kosmetik dan memproduksinya dalam jumlah yang banyak dimana hanya sebagian kecil dari mereka yang secara aktif mendaftarkan produk kosmetiknya pada BPOM untuk diuji dan diteliti kandungannya guna dinyatakan aman untuk digunakan serta mendapatkan nomor



ijinnya masing-masing. Indonesia telah membentuk sebuah badan otonom untuk mengawasi, menjamin kualitas, dan mengendalikan penjualan makanan, makanan olahan, obat-obatan, obat herbal tradisional, dan kosmetik di dalam negeri. Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017 mengamanatkan pengalihan Badan Pengawas Obat dan Makanan (POM) dari peran sebelumnya sebagai Direktorat Jenderal Pengawasan Obat dan Makanan, yang dulunya berada di bawah Departemen Kesehatan. Selain itu, sesuai dengan Keputusan Presiden Nomor 103 Tahun 2000, yang kemudian diubah dengan Keputusan Presiden Nomor 166 Tahun 2003, Badan POM telah bertransformasi menjadi lembaga pemerintah non-departemen yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden..

Kosmetik merupakan salah satu objek pengawasan dari Badan POM RI. Badan POM adalah lembaga yang berwenang mengeluarkan izin edar dan memberi jaminan mutu dari produk-produk kosmetik yang beredar di wilayah Indonesia. Melalui BPOM dan Menteri Kesehatan RI mengeluarkan regulasi mengenai kosmetik di Indonesia antara lain melalui Peraturan Menteri Kesehatan RI nomor 1175/Men.Kes/Per/VIII/2010 tentang Izin Produksi Kosmetik, Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 1176/Men.Kes/Per/VII/2010 tentang Notifikasi Kosmetik, Peraturan Kepala BPOM nomor HK.03.1.23.10689 Tahun 2011 tentang Bentuk Dan Jenis Sediaan Kosmetika Tertentu Yang Dapat di Produksi Oleh Industri Kosmetika Yang Memiliki Izin Produksi Golongan B, Keputusan Kepala BPOM nomor HK.00.05.4.3870 Tahun 2003 tentang Petunjuk Operasional Pedoman Pembuatan Kosmetik Yang Baik, Peraturan Kepala BPOM Nomor HK.03.1.23.12.10.11983 Tahun 2010 tentang Kriteria Dan Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Kepala BPOM Nomor 34 Tahun 2013 dan sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 12 Tahun 2020 tentang Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika. Satu nomor ijin hanya untuk satu kosmetik, jadi tidak akan tertukar atau keliru untuk jenis kosmetik yang sudah terdaftar dan dinyatakan aman. Setelah mendapatkan nomor ijin barulah dapat diedarkan atau diperdagangkan.

Masyarakat sebagai pengguna kosmetik tidak faham mengenai kosmetik yang diperbolehkan atau tidak untuk digunakan, tidak faham bahwa semua produk kosmetik yang ada wajib memiliki ijin dari lembaga berwenang untuk diperbolehkan beredar. Pelaku usaha yang tidak bermoral yang terlibat dalam produksi dan penjualan kosmetik yang tidak mematuhi peraturan perizinan, yang sering disebut sebagai kosmetik ilegal, semata-mata didorong oleh keinginan untuk mendapatkan keuntungan finansial. Menurut Desfita (2020) kosmetik ilegal bukan hanya kosmetik yang belum terdaftar pada BPOM, ada pula kosmetik yang memiliki nomor daftar palsu, kosmetik tanpa nomor ijin, kosmetik yang tidak menggunakan bahasa indonesia, kosmetik yang belum teruji baik itu mutu, kegunaan dan kandungan, produk yang mengandung bahan berbahaya serta kadaluarsa produk. Peredaran kosmetik ilegal ini seperti Narkoba, ada dan diminati oleh lapisan masyarakat serta memiliki candu dimana kosmetik harus tetap digunakan tanpa putus.

Kaum wanita sebagai pelopor pengguna bahkan menjadi agen-agen penyalur yang tidak hanya menggunakan bahkan pengedaran untuk dijual kosmetik ilegal tersebut. Selain manfaat yang ingin didapat, untung yang besar juga menjadi dasar mereka berani ikut mengedarkan kosmetik tersebut. Tanpa memikirkan khasiat, manfaat serta akibat bahaya yang ditimbulkan jika dipergunakan dalam waktu yang lama. Peran lembaga berwenang yang terkait perdagangan kosmetik ilegal diperlukan pada kasus ini, dengan maksud dan tujuan yang sama untuk menghentikan peredaran kosmetik ilegal dan menyelamatkan masyarakat agar tidak menggunakan kosmetik yang memungkinkan memiliki efek yang tidak bisa dipertanggung



jawabkan tersebut. Lembaga terkait yang bekerjasama menidaklanjuti peredaran kosmetik ilegal ini ialah Kepolisian Republik Indonesia, Balai BPOM, Dinas Perdagangan, Dinas Kesehatan dan masih banyak lagi lainnya.

Penelitian ini akan secara khusus membahas tugas dari Kepolisian Republik Indonesia khususnya jajaran Direktorat Reserse Kriminal Khusus untuk Wilayah Polda NTB dalam mengungkap tindak pidana perdagangan kosmetik ilegal di wilayah Kota Mataram. Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian, dijelaskan pada Pasal 13, bahwa: “tugas Pokok Kepolisian Negara Republik Indonesia yaitu: (a) Memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat; (b) Penegak hukum; dan (c) Memberikan perlindungan, mengayomi, dan melayani kepada masyarakat”. Kepolisian dalam rangka menjalankan tugas dan wewenangnya pada pasal 14 Undang-undang Nomor 2 tahun 2002 tentang Kepolisian pada poin “g” berbunyi : “Polri bertugas melakukan penyelidikan dan penyidikan terhadap semua tindak pidana sesuai dengan hukum acara pidana dan peraturan perundang-undangan lainnya.

Tugas dalam bidang penyelidikan untuk mengungkap dugaan tindak pidana, penyidikan untuk membuat terang suatu tindak pidana yang seterusnya dilanjutkan kekejaksaan untuk penuntutan dan pengadilan untuk mengadili dan memutus perkara tersebut”. Dimana kepolisian sebagai penegak hukum, pelindung, pengayom dan pelayan bagi masyarakat tunduk pada asas legalitas. Strategi komunikasi penyidik yang akan dipaparkan disini ialah beberapa bentuk komunikasi yang digunakan oleh penyidik polri, dalam beberapa tahapan pengungkapan kasus peredaran kosmetik ilegal menurut Leden Marpaung (2011) seperti: (1) Semua hal yang dilakukan polri dalam pengungkapan yang dikenal dengan tindakan penyelidikan, mulai dari mencari informasi peredaran kosmetik baik melalui media cetak, elektronik, media sosial (*facebook, Instagram, tiktok*) kemudian melakukan penyamaran (*under cover bay*) untuk mengerucutkan kepada sasaran sebagai pelaku yang mengedarkan kosmetik tersebut, (2) Meningkatkan kepada proses Penyidikan, dimana setelah mendapatkan contoh kosmetik yang dicurigai ilegal, polri akan melakukan koordinasi dan pemeriksaan kosmetik pada Badan yang berwenang yaitu Balai BPOM untuk mengetahui ijin edar bahkan kandungan dari kosmetik tersebut, dalam tahapan penyidikan juga dilakukan pengungkapan semua yang terlibat, sampai jenis-jenis kosmetik yang diedarkan serta jangkauan peredarannya.

Pelaksanaan tugas penegakan hukum oleh kepolisian tentunya bukan hal mudah, setiap kegiatan penegakan hukum memiliki tantangan yang merupakan kendala dalam pelaksanaannya. Kendala banyak ditemui dalam pengungkapan tindak pidana perdagangan kosmetik ilegal yang memerlukan keahlian dari penyidik kepolisian untuk menghadapinya. Jika kendala sudah dapat diselesaikan, selanjutnya tugas dari kepolisian membantu masyarakat agar tidak kembali salah dalam memilih dan menggunakan kosmetik yang merupakan kosmetik ilegal tersebut. Langkah-langkah yang dapat disampaikan kepada masyarakat agar tidak menggunakan kosmetik ilegal, agar pandai dalam memilih kosmetik yang sudah memiliki ijin Balai BPOM yang tentunya aman untuk digunakan dan tidak memiliki efek samping yang berbahaya bagi kesehatan. Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik mengambil tema: “Strategi Komunikasi Penyidik Dalam Mengungkap Tindak Pidana Perdagangan Kosmetik Ilegal di Mataram (Studi Kasus pada Direktorat Resers Kriminal Khusus Kepolisian Daerah Nusa Tenggara Barat)”.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif ini mencakup informasi tentang metode dan taktik yang digunakan dalam penelitian, serta keputusan yang dibuat terkait desain penelitian. Sehubungan dengan hal tersebut, penelitian ini menggunakan teknik kualitatif karena fenomena yang diteliti



merupakan gejala yang muncul secara alamiah yang terlihat di lokasi penelitian. Pendekatan yang paling tepat digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif, yang memfokuskan pada gejala-gejala yang melekat dan mendasar. Bungin (2008) menyatakan alasan menggunakan pendekatan kualitatif antara lain: “(1) Memahami makna dibalik data yang tampak, (2) Memahami interaksi sosial, (3) Memahami perasaan orang, (4) Mengembangkan teori”.

Moleong (2010) menjelaskan tujuan dan sasaran metode penelitian ini adalah untuk membahas dan menjelaskan berbagai kejadian, seperti: (1) Memahami pengalaman peserta penelitian, termasuk perilaku, aktivitas, sudut pandang, dan aspek lainnya, dalam konteks alamiah bahasa mereka. (2) Menemukan pola hubungan interaksi, mengidentifikasi teori, mengartikulasikan fakta-fakta yang rumit, dan memperoleh pemahaman yang mendalam.

PAPARAN DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Komunikasi Penyidik dalam pengungkapan Tindak Pidana Perdagangan Kosmetik Ilegal

Peneliti melakukan proses analisis data yang meliputi reduksi data atau pemilahan dan pengelompokan data dengan pola yang sudah ditentukan, kemudian penyajian data dengan tujuan menyederhanakan data agar informasi yang didapatkan mudah dipahami oleh setiap orang yang membaca hasil dari penelitian ini, kemudian peneliti melakukan penarikan kesimpulan dengan mencari makna dari seluruh informasi yang diperoleh di lapangan. Fokus pembahasan dalam penelitian ini yaitu: Pertama, Strategi Komunikasi Penyidik dalam pengungkapan tindak pidana perdagangan kosmetik ilegal di Mataram. Kedua, kendala yang dihadapi penyidik dalam pengungkapan perdagangan kosmetik ilegal dan Ketiga, upaya yang dilakukan Polri agar masyarakat terhindar dari perdagangan kosmetik ilegal. Data hasil observasi partisipatif, wawancara dan data dokumentasi yang telah peneliti lakukan di lapangan maka diperoleh data mengenai strategi komunikasi penyidik dalam pengungkapan perdagangan kosmetik ilegal di Mataram: Pengungkapan perdagangan kosmetik ilegal yang terjadi di Mataram membutuhkan suatu strategi dari kepolisian dalam hal ini penyidik / penyelidik untuk membuat terang suatu perbuatan yang dapat dinyatakan pelanggaran hukum.

Strategi merupakan suatu proses untuk melakukan suatu perumusan dan penentuan rencana untuk mencapai suatu tujuan jangka panjang. Demikian halnya pula jika seorang penyidik Polri ingin melakukan suatu pengungkapan adanya tindak pidana tentunya dibuatlah suatu strategi atau rencana untuk mencapai tujuannya tersebut. Kewajiban dari penyelidik adalah 1) menangani laporan atau pengaduan, mencari keterangan dan barang bukti, 2) menyuruh seseorang yang dicurigai berhenti dan menanyakan serta memeriksa tanda pengenal diri. Dimana tugas penyelidikan dapat dilakukan dengan cara *under cover* (penyamaran), turun langsung kelokasi, menerima aduan masyarakat dan bersinergi dengan instansi terkait dalam pengungkapan suatu perbuatan yang dapat digolongkan tindak pidana. Pemeriksaan terhadap pelaku pedagang kosmetik ilegal yang dilakukan penyidik Polri menggunakan pendekatan (teori) Komunikasi Persuasif. Teori ini menggunakan pendekatan tertentu dimana menurut Suprpto (2004) yaitu melalui bahasa verbal, suasana nyaman dan ketenangan membuat seseorang secara sukarela dan antusias terlibat dalam suatu tindakan tanpa merasa dipaksa akan memberikan jawaban untuk semua keterangan yang ingin dicari oleh penyidik dari pedagang kosmetik ilegal tersebut.



Faktor suasana yang tenang, nyaman dan tanpa kekerasan membuat pelaku pedagang kosmetik ilegal dengan leluasa bersedia kooperatif memberikan jawaban atau penjelasan dari semua yang ditanyakan penyidik yang tentunya akan mempermudah penyidik mengungkap dan mengembangkan hasil penyidikan kearah yang lebih luas seperti jaringan yang memproduksi kosmetik, proses pendistribusian untuk diperdagangkan sampai pada konsumen akhir yang menggunakan kosmetik ilegal tersebut. Menurut Suprpto dan Fahrianoor (2004) Persuasi merupakan salah satu metode komunikasi, yang dalam pelaksanaannya menggunakan teknik atau cara tertentu, sehingga menyebabkan orang bersedia melakukan dengan senang hati, sukarela dan tanpa merasa dipaksa oleh siapapun yang dikembangkan oleh Jhon Thibaut dan Harlod Kelley (1959).

Teori komunikasi persuasi, yang dalam pelaksanaannya menggunakan teknik atau cara tertentu, dorongan utama dalam komunikasi adalah kepuasan dari kepentingan pribadi dua orang yang terlibat maupun lebih. Kepentingan pribadi tidak selalu dianggap buruk dan dapat digunakan untuk meningkatkan suatu hubungan. Setiap individu secara sukarela memasuki dan tinggal di dalam suatu hubungan bisa bertahan selama hubungan itu cukup memuaskan dalam hal penghargaan dan pengorbanannya. Pemeriksaan terhadap pelaku pedagang kosmetik ilegal juga menggunakan pendekatan atau teori komunikasi Interpersonal dimana menurut Burgon & Hufner 2022 menyatakan komunikasi interpersonal mengacu pada pertukaran informasi antara individu dengan tujuan mendapat umpan balik dan pemahaman yang sama melalui interaksi langsung atau tatap muka bahkan melalui media lain.

Penggunaan teori komunikasi interpersonal sangat tepat dalam proses pengungkapan tindak pidana pedagang kosmetik ilegal dimana terlihat dalam keterlibatan pelaku dan penyidik dalam pemeriksaan terlihat keaktifan pelaku memberikan jawaban untuk setiap pertanyaan penyidik, yang dilakukan dengan ramah, tenang dan tanpa paksaan memudahkan penyidik mendapatkan informasi lebih luas. Thibaut & Kelley (1959) juga tertarik mengamati bagaimana orang menyesuaikan perilaku mereka dalam interaksi komunikator dengan komunikan sehingga terjadinya keterbukaan atau kejujuran dalam komunikasi tersebut. Ketika orang berinteraksi, mereka dituntun oleh tujuan. Hal ini sesuai dengan asumsi bahwa manusia adalah makhluk rasional. Ada dua jenis kekuasaan dari teori ini, yaitu pengendalian nasib (*fate control*): Kemampuan untuk mempengaruhi hasil akhir dari komunikasi yang dilakukan, dan pengendalian perilaku (*behavior control*): Kekuatan untuk menyebabkan perubahan perilaku orang lain dengan mengubah perilaku komunikator, komunikan. Dengan demikian seorang penyidik ini harus mampu memahami langkah dalam berkomunikasi dengan peraturan yang sedang berlaku yang dimengerti oleh tersangka yang selalu memperhatikan tersangka atau karakteristiknya. Hal tersebut akan mengakibatkan lebih terbukanya tersangka dalam mengungkapkan apa yang tersangka alami, siapa saja jaringannya, atau apapun menyangkut dalam Tindak pidana perdagangan kosmetik ilegal tersebut. Hasil tersebut di atas menyatakan bahwa seorang tersangka melakukan pelanggaran hukum di wilayah Polda NTB maka proses hukum berjalan sesuai dengan hukum yang berlaku saat ini.

Dalam hal pelanggaran hukum bila seorang tersangka yang tidak mampu berkomunikasi dengan baik dan benar maka seseorang tersebut wajib didampingi oleh seorang yang memiliki kemampuan yang dimengerti oleh tersangka tersebut. Agar tersangka memahami bagaimana proses hukum yang berlaku di wilayah hukum Polda NTB. Selain itu kewajiban seorang penyidik dalam menangani kasus tindak pidana perdagangan



kosmetik ilegal yang melibatkan tersangka dalam menyampaikan atau memberitahukan segala bentuk tindakan dan proses hukum yang sedang berjalan tersebut. Untuk mengatasi perdagangan kosmetik legal maka Pemerintah menetapkan beberapa aturan hukum yang dapat diterapkan dalam penanganannya, yaitu:

1. Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 72 Tahun 1998 Tentang Pengamanan Sediaan Farmasi dan Alat Kesehatan, dimana kosmetik yang beredar harus memiliki izin edar dan memenuhi syarat peredaran farmasi dan alat kesehatan.
 2. Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1175/PERMENKES/PER/VIII/2010 tentang Kosmetika, bahwa kosmetik yang beredar harus memenuhi persyaratan mutu, keamanan, dan kemanfaatan. Kosmetik yang telah memenuhi persyaratan sesuai peraturan tersebut ditandai dengan adanya kode izin edar yang dikeluarkan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).
 3. Peraturan BPOM Nomor 23 tahun 2019 tentang Teknis Bahan Kosmetika, dimana pelaku usaha wajib menjamin kosmetika yang diproduksi untuk diedarkan di dalam dan/atau yang diimpor untuk diedarkan di wilayah Indonesia memenuhi persyaratan teknis Bahan Kosmetika yang dibuktikan dengan hasil uji laboratorium dan referensi ilmiah/empiris lain yang relevan.
 4. Pasal 8 Ayat 1 Huruf (E) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga mengatakan bahwa Pelaku Usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.
 5. Dilansir dari media masa resmi TRIBUN LOMBOK.COM (jumat, 22 Maret 2024), kantor BPOM di Mataram setiap bulan secara resmi melaporkan ratusan website yang menjual kosmetik yang menggunakan bahan berbahaya kepada Kementrian Komunikasi dan Informasi (Kominfo), dimana situs tersebut terjaring patroli cyber yang dilakukan pihak BPOM selain turun langsung kepedagang untuk melakukan pemeriksaan. Mengingat tahun sebelumnya di Mataram jumlah temuan yang diperoleh BPOM sebanyak 3.229 pcs. Dengan rincian, sebanyak 136 item atau 1.537 pcs merupakan produk kosmetik dalam negeri (38, 97 persen). Sebanyak 213 item atau 3.214 pcs merupakan produk kosmetik luar negeri (61, 03 persen). Dengan nilai ekonomi masing-masing sebesar Rp 29,210 juta dan Rp 49,259 juta.
- 2. Kendala yang dihadapi penyidik dalam pengungkapan tindak pidana perdagangan kosmetik ilegal diMataram**

Pengungkapan tindak pidana perdagangan kosmetik ilegal diMataram yang dilakukan oleh penyidik menghadapi beberapa kendala. Kendala berupa hambatan yang ditemui pada saat proses pengungkapan tersebut berlangsung. Kendala yang dihadapi penyidik yaitu kendala dari dalam penyidik dan kendala dari luar penyidik itu sendiri. Kendala yang dihadapi penyidik dari dalam (internal) seperti sarana prasarana dan kemampuan atau keahlian penyidik sendiri. Untuk sarana prasarana yang dimaksudkan ialah hal-hal terkait ruangan dan anggaran. Dibutuhkan ruangan khusus untuk pemeriksaan mendetail terhadap para pelaku perdagangan kosmetik. Ruangan yang dimaksud ialah ruangan khusus pemeriksaan yang tidak terbuka dengan lingkungan nyaman dan privasi untuk mendukung kelancaran pemeriksaan. Ruangan yang ada saat ini sangat terbuka, kurang memberikan privasi kepada pelaku yang diperiksa oleh penyidik yang berpengaruh pada kemauan pelaku untuk berkata jujur menjelaskan kegiatan perdagangan kosmetik ilegal



yang dilakukan ataupun keterlibatana jaringan lain didalamnya. Anggaran juga dibutuhkan dalam pengungkapan perdagangan kosmetik ilegal.

Penggunaan anggaran dalam hal ini masih kurang, mengingat banyaknya post pemeriksaan berbayar yang harus dilakukan penyidik dari pembelian contoh produk kosmetik kemudian kosmetik tersebut akan diujikan pada BPOM dan penyidik perlu melakukan pemeriksaan terhadap pelaku dari luar wilayah NTB yang kesemuanya memerlukan biaya. Kendala dari dalam penyidik berupa keterbatasan kemampuan penyidik dalam penggunaan bahasa lain selain Bahasa Indonesia dengan demikian maka penyidik harus mengimbangi dengan pelatihan khusus berbahasa lain selain Bahasa Indonesia dan menggunakan kehadiran penterjemah yang dapat membantu proses pemeriksaan serta masih ditemui penyidik yang belum tersertifikasi dimana sertifikasi sangat mendukung kemampuan kerja penyidik sesuai standar badan sertifikasi Nasional yang menyatakan penyidik tersebut berkompoten untuk menangani perkara. Kendala yang dihadapi penyidik dari luar (eksternal) dalam pengungkapan perdagangan kosmetik ilegal yaitu kendala pada pelaku dan kendala dari instansi terkait.

Untuk kendala dari pelaku seperti tingkat pendidikan, kemampuan berbahasa dan sifat pribadi pelaku yang kurang jujur. Tingkat pendidikan sangat berpengaruh dimana pelaku dengan pendidikan kurang biasanya melakukan perbuatan pidana seperti memperdagangkan kosmetik tanpa ijin edar itu karena tertipu rayuan distributor atau produsen. Keterbatasan daya pikir untuk memeriksakan barang yang dijual dimiliki oleh pelaku dengan pendidikan kurang. Yang mereka lakukan hanya untuk mendapatkan untung dan mudah percaya atas asutan orang yang memberikan kosmetik untuk dijual kembali tersebut. Sementara pelaku dengan pendidikan tinggi seringkali akan bertindak sebagai produsen atau distributor yang mengetahui proses perijinan penjualan kosmetik namun dengan cerdik memalsukan atau tidak mendaftarkan kosmetik yang dijual. Kendala yang dihadapi penyidik dari luar dalam pengungkapan perdagangan kosmetik ilegal juga salah satunya dari instansi terkait seperti BPOM.

Keberadaan BPOM disini sangat dibutuhkan dalam pengungkapan dimana BPOM bertindak sebagai Badan yang ditujuk pemerintah memberikan perijinan dan peredaran kosmetik di Indonesia. Bpom sendiri memiliki tugas pengawasan dan penindakan perdagangan kosmetik tanpa ijin edar. Salah satunya BPOM membuka layanan pengaduan melalui aduan Online HELLO BPOM. Seluruh masyarakat dapat memberikan aduannya pada aplikasi tersebut dan juga berfungsi memeriksa nomor ijin edar kosmetik. Namun aduan online kurang mendapat tanggapan langsung dari BPOM karena keterbatasan petugas untuk langsung turun kelapangan memeriksa apa yang diadakan masyarakat tersebut. Keterbatasan juga ada pada aplikasi Hello BPOM karena yang terdaftar pada aplikasi hanya nomor ijin yang diinput oleh petugas saja, jika yang diperiksa produk kosmetik sebelum atau setelah tahun input makan akan tidak terdaftar pada aplikasi. Sehingga penyidik jika ingin memeriksakan produk tidak hanya melalui aplikasi namun juga langsung mendatangi BPOM membawa contoh produk untuk di cek manual nomor daftar dan jika tidak terdaftar makan akan langsung diujikan kandungannya. Kurangnya sosialisasi oleh BPOM mengenai kosmetik yang dilarang beredar juga memiliki peran dalam keterbatasan fungsi pengawasan dari BPOM.



Sosialisasi kepada masyarakat pengguna maupun pedagang dan produsen tentang ijin edar dan kandungan berbahaya dari kosmetik larang edar sangat dibutuhkan untuk memberikan pengetahuan dasar kepada pengguna kosmetik untuk mencegah pembelian dan penjualan kosmetik ilegal. Keterbatasan sumberdaya dan anggaran juga menjadi alasan kurangnya sosialisasi tersebut. Keberhasilan komunikasi tergantung dari penyidik dalam membangun komunikasi dengan para pelaku dan konsumen dalam kasus perdagangan kosmetik ilegal ini. Tidak semua pelaku dapat berbahasa Indonesia, membangun komunikasi seyogyanya penyidik menguasai berbagai bahasa serta penerapan teori komunikasi Interpersonal yaitu pertukaran informasi antara individu dengan tujuan mendapat umpan balik dan pemahaman yang sama melalui interaksi langsung atau tatap muka. Salah satu kendala yang penyidik temui sesuai poin pertama bahwa ditemukan tersangka dalam melakukan komunikasi masih banyak yang memberikan jawaban yang kurang benar yang tidak sesuai dengan fakta. Hal tersebut dikarenakan faktor dari dalam diri tersangka, tidak jujur untuk menutupi kesalahan sendiri, berkelit bahkan merahasiakan jaringan lain yang terlibat, sehingga ini menjadi kendala penyidik dalam berkomunikasi atau mengungkap keterangan tersangka perdagangan kosmetik ilegal di Wilayah NTB.

Jaminan keamanan dari penyidik terhadap pelaku dapat memberikan efek keterbukaan tersangka dalam memberikan semua informasi yang diperlukan oleh penyidik, dengan merasa aman dalam ruangan nyaman maka tersangka akan bersedia mengungkapkan keterlibatan orang lain dalam sindikat atau jaringan perdagangan kosmetik ilegal ini. Disinilah teori komunikasi pertukaran sosial juga bekerja, dimana dorongan untuk mendapatkan rasa aman oleh penyidik membuat pelaku bersedia mengungkapkan jaringan yang terlibat dalam bisnis perdagangan kosmetik ilegal tersebut. Hal yang menjadi latar belakang pedagang melakukan usaha perdagangan kosmetik ilegal karena banyaknya permintaan dari konsumen, ingin mendapat keuntungan yang lebih, lemahnya pengawasan dan paling dominan karena kesulitan ekonomi.

Banyaknya permintaan untuk kosmetik dengan merk tertentu menyebabkan pelaku berusaha membuat kosmetik dengan bentuk serupa kemudian tanpa membuat merk dagang lain, langsung menggunakan merk yang ada untuk memasarkan produknya. Ada juga pelaku usaha lain membuat produk dengan hanya mencampur produk-produk lain untuk menghasilkan produk kosmetik baru tanpa peduli kandungan dan efek bila digunakan jangka panjang oleh konsumen. Lemahnya pengawasan juga menjadi faktor pendukung peredaran kosmetik ilegal. Masuknya kosmetik ilegal sebagian besar berasal dari luar Indonesia yang masuk melalui perdagangan gelap antar negara. Jaringan kuat ada dibalik perdagangan gelap ini. Sehingga pengawasan sulit dilakukan. Kosmetik ilegal yang berasal dari luar Indonesia memiliki ciri : tanpa nomor ijin BPOM, Bahasa yang digunakan bukan Bahasa Indonesia dan tanpa dilengkapi buku petunjuk penggunaan bahkan penjelasan kandungan isi dari produk tersebut. Sesuai dengan Peraturan Perundang-Undangan kandungan kosmetik berupa merkuri, hidrokinon, raksa ataupun pemutih buatan sangat bahaya bagi manusia, produksi kosmetik ilegal tidak dapat dikurangi karena kebutuhan penggunaannya sangat banyak, sehingga untuk mengatasi perdagangan kosmetik ilegal dapat dijelaskan lebih spesifik pada peraturan perundang-undangan. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1175/MENKES/PER/VIII/2010 tentang Ijin produksi Kosmetika.



3. Upaya yang dapat dilakukan Polri agar masyarakat selaku konsumen terhindar dari produk kosmetik ilegal di Mataram

Penertiban produksi kosmetik merupakan upaya awal agar masyarakat terhindar dari penggunaan kosmetik ilegal, dimana penertiban ini memiliki aturan hukum pasti yang telah ditetapkan pemerintah sesuai Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia nomor : 1175/MENKES/PER/VIII/2020 tentang ijin produksi kosmetika. Ijin produksi diberikan sesuai bentuk dan jenis sediaan kosmetik yang akan dibuat yang dibedakan menjadi: 1). Golongan A yaitu ijin produksi untuk industri kosmetika yang dapat membuat semua bentuk dan jenis sediaan kosmetika, 2). Golongan B yaitu ijin produksi untuk industri kosmetika yang dapat membuat bentuk dan jenis sediaan kosmetika tertentu dengan menggunakan teknologi sederhana. Ijin produksi golongan A memiliki syarat yaitu: memiliki apoteker sebagai penanggung jawab, memiliki fasilitas produksi sesuai dengan produk yang akan dibuat, memiliki fasilitas laboratorium dan wajib menerapkan CPKB (cara pembuatan kosmetik yang baik).

Golongan B memiliki syarat: memiliki sekurang-kurangnya tenaga teknis kefarmasian sebagai penanggung jawab, memiliki fasilitas produksi dengan teknologi sederhana sesuai produk yang akan dibuat dan mampu menerapkan hygiene sanitasi dan dokumentasi CPKB. Ijin produksi mengalami perubahan jika mengalami perubahan golongan, penambahan bentuk dan jenis sediaan, pindah alamat atau pindah lokasi produksi, perubahan nama direktur atau pengurus, penanggung jawab, alamat dilokasi yang sama atau nama industri. Ijin produksi dicabut jika: atas permohonan sendiri, ijin usaha industri atau tanda daftar industri habis masa berlakunya dan tidak diperpanjang, tidak berproduksi dalam jangka waktu 2 (dua) tahun berturut-turut atau tidak memenuhi standar dan persyaratan untuk memproduksi kosmetik. Pelanggaran ijin produksi yang dilakukan produsen dapat dikenakan sanksi administrative berupa : peringatan secara tertulis, larangan mengedarkan untuk sementara waktu dan/atau perintah untuk penarikan kembali produk dari peredaran bagi kosmetika yang tidak memenuhi standard dan persyaratan mutu, keamanan dan kemanfaatan, perintah memusnahkan produk jika terbukti tidak memenuhi persyaratan mutu, keamanan dan kemanfaatan, penghentian sementara kegiatan, pembekuan ijin produksi dan pencabutan ijin produksi.

Upaya yang dapat dilakukan Polri dalam mencegah masyarakat menggunakan kosmetik tanpa ijin edar ialah dengan melakukan kegiatan pencegahan dan penindakan. Untuk tugas pencegahan (preventif) pihak kepolisian akan bekerjasama dengan instansi terkait seperti BPOM, Dinas Kesehatan dan Dinas Perdagangan untuk bersama-sama melakukan pencegahan peredaran kosmetik ilegal dengan cara menyampaikan himbauan dan melakukan pendekatan. Hibauan yang diberikan baik secara langsung maupun melalui media online. Polri bersama instansi terkait akan menyampaikan himbauan berupa larangan menggunakan kosmetik ilegal, pandai memilih kosmetik yang aman dan stop peredaran serta penggunaan kosmetik tanpa ijin edar. Hibauan ini dapat berupa penerangan, pengumuman melalui media cetak maupun elektronik, iklan, berita dan memasang spanduk-spanduk besar ditempat strategis.

Kepolisian akan melakukan pencegahan peredaran kosmetik ilegal bersama instansi terkait juga akan memberikan himbauan dengan turun langsung ke tempat kegiatan perdagangan ataupun produksi kosmetik seperti pabrik, salon kecantikan, toko kosmetik bahkan pasar-pasar yang menjual kosmetik untuk melakukan pemeriksaan langsung atau sidak pasar terhadap ijin edar dan kandungan dari kosmetik tersebut. Kegiatan ini dilakukan



berkala guna mencegah peredaran kosmetik ilegal yang dilakukan masyarakat maupun oknum produsen nakal. Selain menggelar aksi penertiban pasar dari kosmetik ilegal yang mengandung bahan berbahaya, BPOM bersama Polri juga membuat Program BPOM Goes to School & Campus dengan pembetulan Duta Kosmetik. Pemberian sarana kontak kepada pedagang, masyarakat maupun pemilik usaha dengan harapan jika menemukan kosmetik tanpa ijin edar untuk segera melaporkan produk tersebut untuk segera mendapat penanganan dari pihak berwenang. Namun jika ditemui pelaku usaha nakal berani memperdagangkan kosmetik ilegal maka dari pihak kepolisian akan melakukan penindakan yang dikenal dengan kegiatan *Represif* dari kepolisian.

Kegiatan represif melalui beberapa tahapan seperti pengungkapan perdagangan kosmetik ilegal pada pembahasan diatas. Penindakan ini berupa penerapan aturan pidana sesuai aturan yang berlaku. Bagi perdagangan kosmetik tanpa ijin edar (kosmetik ilegal) akan diterapkan “perbuatan memperdagangkan sediaan farmasi berupa kosmetik yang diduga tanpa ijin edar dan tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan perundang-undangan sebagaimana dimaksud dalam pasal 435 jo pasal 138 ayat (2) Undang-undang No.17 Tahun 2023 tentang Kesehatan jo pasal 8 ayat (1) Undang-undang No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”. Untuk ancaman hukuman atau sanksi yang dapat diterima atas perbuatan tersebut ialah pidana penjara 15 tahun dan denda paling banyak 1,5 miliar.

Penerapan sanksi pidana merupakan upaya akhir dari penyidik kepolisian dalam penanganan perdagangan kosmetik ilegal ini, dimana upaya kepolisian untuk mencegah penggunaan kosmetik ilegal juga dilakukan kepolisian bersama instansi terkait dengan bergerak bersama masyarakat mencegah dan memerangi peredaran dan penggunaan kosmetik ilegal dimasyarakat. Masyarakat akan diberikan edukasi dari dasar mengenai bentuk dan jenis kosmetik yang belum terdaftar dan belum memiliki ijin untuk diperdagangkan. Dengan memberikan alat peraga dan contoh-contoh kosmetik yang berbahaya dan dilarang untuk digunakan. Penguatan jaringan media melalui patroli cyber yang dilakukan polri juga mampu membantu mengurangi perdagangan kosmetik tanpa ijin edar, dengan memberikan aturan lebih selectif pada *star up company* dalam pemasaran produk juga membantu.

Penyertaan keterangan lengkap mengenai isi kandungan dari kosmetik membantu masyarakat sebagai pembeli memilih kosmetik yang aman. Solusi cerdas sebelum membeli juga memberikan masukan yang efektif kepada masyarakat, mengikuti aturan dalam memeriksakan produk melalui layanan aplikasi BPOM. Komunikasi penyidik polri dengan masyarakat sebagai konsumen dapat dilakukan dengan efektif karena penyidik berhasil membujuk serta mengajak atau meyakinkan konsumen untuk cerdas memilih kosmetik dengan tujuan hasil yang bagus dan baik untuk kesehatan. Membujuk konsumen dinyatakan dalam teori persuasi yang secara teori berarti hal membujuk, hal yang mengajak atau meyakinkan (Suprpto dan Fahrianoor, 2004:89). Persuasi merupakan salah satu metode komunikasi, yang dalam pelaksanaannya menggunakan teknik atau cara tertentu, sehingga menyebabkan orang bersedia melakukan dengan senang hati, sukarela dan tanpa merasa dipaksa oleh siapapun. Kesediaan itu timbul dari dalam dirinya sebagai akibat adanya dorongan atau rangsangan tertentu yang menyenangkan.

Persuasi bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat ataupun perilaku yang dilakukan dengan menggunakan pesan secara verbal ataupun non verbal secara halus, luwes, dan mengandung bujukan konsumen untuk cerdas memilih kosmetik yang aman. Penyidik



kepolisian menyadari bahwa untuk membangun komunikasi kepada orang yang baru dikenal sangatlah tidak mudah, namun komunikasi tersebut merupakan salah satu cara yang sangat efektif dalam membangun komunikasi terhadap orang yang baru dikenal. Dalam hal ini komunikasi yang efektif akan dapat mengakibatkan keterbukaan antar pribadi seseorang sehingga tercapainya tujuan penyidik.

Teori pertukaran sosial yang dikembangkan oleh Jhon Thibaut dan Harlod Kelley (1959). Teori Pertukaran Sosial menyatakan bahwa dorongan utama dalam komunikasi adalah kepuasan dari kepentingan pribadi dua orang yang terlibat maupun lebih. Kepentingan pribadi tidak selalu dianggap buruk dan dapat digunakan untuk meningkatkan suatu hubungan. Setiap individu secara sukarela memasuki dan tinggal didalam suatu hubungan bisa bertahan selama hubungan itu cukup memuaskan dalam hal penghargaan dan pengorbanannya. Thibaut & Kelley (1959), juga tertarik mengamati bagaimana orang menyesuaikan perilaku mereka dalam interaksi komunikator dengan komunikan sehingga terjadinya keterbukaan atau kejujuran dalam komunikasi tersebut. Ketika orang berinteraksi, mereka dituntun oleh tujuan. Hal ini sesuai dengan asumsi bahwa manusia adalah makhluk rasional.

Ada dua jenis kekuasaan dari teori ini, yaitu pengendalian nasib (*fate control*): Kemampuan untuk mempengaruhi hasil akhir dari komunikasi yang dilakukan, dan pengendalian perilaku (*behavior control*): Kekuatan untuk menyebabkan perubahan perilaku orang lain dengan mengubah perilaku komunikator atau komunikan. Berkomunikasi yang efektif ini memudahkan proses mencegah penggunaan kosmetik ilegal terhadap konsumen karena masyarakat sebagai konsumen akan merasa tanpa batas, tanpa paksaan, dan dengan ikhlas bersedia melakukan perbuatan yang dianjurkan kepolisian dalam hal ini perbuatan untuk cerdas memilih dan menolak penggunaan kosmetik ilegal. Konsumen digambarkan sebagai pengguna yang menjadi sasaran akhir perdagangan kosmetik ilegal. Setelah mendapatkan informasi, penguatan dari kepolisian dan instansi terkait akan mampu menolak dan mampu memilih kosmetik yang baik untuk kesehatannya menghindari akibat buruk yang ditimbulkan dari kosmetik ilegal tersebut.

Kesimpulan dari beberapa upaya penyidik mencegah masyarakat menggunakan kosmetik ilegal sangat berkaitan erat dengan tugas pemerintah dalam mewujudkan perlindungan terhadap masyarakat sebagai konsumen, yaitu melalui: a. peningkatan standarisasi; b. pemberdayaan konsumen; c. pengawasan barang dan/atau jasa yang beredar; dan d. tertib ukur serta pengendalian mutu barang dan/atau jasa. Perlindungan hukum juga diberikan kepada masyarakat sebagai konsumen yang dirugikan, misal dalam hal belanja online terdapat dalam pasal 4 huruf h undang-undang perlindungan konsumen nomor 8 tahun 1999, dimana konsumen yang dirugikan berhak mendapat kompensasi, ganti rugi dan/atau pergantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sesuai sebagaimana mestinya. Apabila pelaku usaha menolak atau tidak memberikan tanggapan ganti rugi atas tuntutan konsumen dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan kebadan peradilan ditempat kedudukan konsumen. Sanksi pidana yang dapat diterapkan kepada pelaku usaha tersebut berupa pidana penjara paling lama 5 tahun atau pidana denda paling banyak 2 miliar.

KESIMPULAN

Strategi komunikasi penyidik merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dalam usaha pengungkapan tindak pidana perdagangan kosmetik ilegal yang dilakukan



Direktorat Reserse Kriminal Khusus Kepolisian Daerah Nuasa Tenggara Barat yang terjadi di Mataram. Sebagaimana telah diuraikan dalam pembahasan pada bab sebelumnya, maka peneliti mencoba menyimpulkan strategi komunikasi penyidik dalam mengungkap perdagangan kosmetik ilegal di Mataram ditinjau dari perencanaan, penggunaan strategi komunikasi penyidik dan proses komunikasi yang berlangsung antara penyidik dan pelaku, sesuai dengan rumusan masalah dapat dideskripsi masing-masing dalam penelitian yaitu:

1. Strategi komunikasi penyidik dalam mengungkap perdagangan kosmetik ilegal di Mataram ialah dengan.

Strategi komunikasi pengungkapan perdagangan kosmetik ilegal dimulai dari awal penyelidikan sampai penyidikan dilakukan mengikuti proses alur ungkap perkara pada Kepolisian. Perencanaan pengungkapan dengan penyelidikan keberadaan kosmetik yang dicurigai ilegal di wilayah mataram melalui pengamatan pada jejaring social online, menerima aduan langsung konsumen dan pemeriksaan pada tempat-tempat yang berhubungan dengan perdagangan kosmetik seperti pabrik, salon kecantikan, klink kecantikan dan toko-toko kosmetik.

Ketika menemukan kosmetik yang dicurigai akan memastikan ijin dan kandungan dari kosmetik tersebut guna memperoleh keyakinan bahwa kosmetik tersebut berbahaya dan tidak dapat digunakan tentunya bukti surat dari badan berwenang BPOM menjadi dasarnya. Berlanjut pada pemeriksaan pelaku, penetapan tersangka, kemudian melengkapi berkas perkara dan dikirim kekejaksaan untuk dilakukan penuntutan.

Penerapan teori komunikasi interpersonal yaitu dengan melakukan komunikasi secara pribadi dengan berhadapan langsung dengan pelaku membantu pelaku untuk terbuka dalam memberikan keterangan untuk membuat terang posisi pelaku dalam perkara pidana tersebut sehingga jaringan yang terlibat mudah terungkap. Sedangkan teori komunikasi persuasi menjelaskan bahwa melalui bahasa verbal, suasana nyaman dan ketenangan membuat seseorang secara sukarela dan antusias terlibat dalam suatu tindakan tanpa merasa dipaksa akan memberikan jawaban semua keterangan yang ingin dicari oleh penyidik dari padangang kosmetik ilegal tersebut seperti pihak-pihak yang terlibat dalam bisnis perdagangan kosmetik ilegal ini, asal kosmetik sampai pada konsumen akhir yang menggunakan kosmetik ilegal tersebut.

Pengungkapan perdagangan kosmetik ilegal sangat terbantu menggunakan startegi komunikasi yang tepat dengan penerapan teori komunikasi Interpersonal dan teori komunikasi persuasif yang akan mempermudah tugas penyidik polri dalam penindakan perdagangan kosmetik ilegal kedepan.

2. kendala yang dihadapi penyidik dalam mengungkap tindak pidana perdagangan kosmetik ilegal diMataram.

Banyak kendala yang ditemui penyidik dalam penanganan perdagangan kosmetik ilegal dimataram baik itu dari dalam penyidik itu sendiri maupun dari luar. Dari dalam penyidik masih ditemui banyak kekurangan seperti kempuan berbahasa dan keahlian khusus dalam hal penyidikan yang mana semua dapat ditingkatkan melalui pelatihan atau peningkatan kempuan yang dilaksanakan secara berkesinambungan oleh Kepolisian. Sementara sarana dan prasarana pendukung seperti ruang pemeriksaan khusus dan anggaran dapat diusulkan untuk mendapat peningkatan guna membantu kepolisian meningkatkan pelayanan kepada masyarakat.



Kendala dari luar yang ditemui penyidik seperti dari pelaku sendiri yang memiliki keterbatasan dari bahasa, sifat kurang jujur yang meminta perlakuan secara khusus dan segi latar belakang pendidikan menjadi kendala dalam penanganan, namun dapat dibantu menggunakan alternative lain seperti diperlukan penterjemah jika pelaku kurang dalam berbahasa, diperlukan bantuan psikolog untuk mengetahui sifat mental pelaku dan penggambaran latar belakang pendidikan memberikan masukan mengenai motif pelaku melakukan usaha perdagangan kosmetik ilegal tersebut.

Keberadaan instansi terkait seperti BPOM memiliki peranan dalam pengungkapan perdagangan kosmetik ilegal, namun dalam peranannya memiliki kendala seperti kurang tanggap atas aduan melalui online dari masyarakat, aplikasi yang dimiliki kurang efektif karna kekurangan sumberdaya yang mengelola dan mengawasi dan pelaksanaan pemeriksaan kandungan unsur dari kosmetik harus membayar. Dimana kendala ini menyulitkan tugas penyidik dalam pengungkapan perdagangan kosmetik ilegal namun dapat diatasi dengan peningkatan jumlah petugas yang kompeten dan aktif dalam mengawasi produk barang yang diperjual belikan seperti kosmetik ini.

3. Upaya yang dilakukan Polri agar masyarakat selaku konsumen terhindar dari produk kosmetik ilegal diMataram.

Upaya yang dilakukan Polri agar masyarakat terhindar dari produk kosmetik ilegal melalui kegiatan pencegahan dan penindakan. Untuk pencegahan dapat berupa pemberian himbauan dan pendekatan terhadap masyarakat. Pembuatan iklan-iklan mengedukasi masyarakat untuk cerdas memilih kosmetik yang aman digunakan yang tentunya sudah terdaftar dan mendapatkan ijin untuk diedarkan oleh badan yang berwenang yaitu BPOM.

Pengaturan ijin produksi kosmetik sudah tepat untuk membatasi kosmetik yang tidak aman untuk kesehatan, begitu juga dengan ijin edar produk kosmetik yang tentunya memenuhi standar mutu dan kemanfaatan pruduk. Penerapan saksi pidana dan administrasi bagi yang melanggar tentunya akan memberikan efek jera kepada pelaku untuk tidak mengulangi perbuatannya sehingga perdagangan kosmetik ilegal dapat dihentikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., & Hudaya, A. (2020). *Efektivitas Pembelajaran Jarak Jauh Pada Masa. Pandemi Covid-19*. Reseachr and Development Journal Of Education.
- Alwi, S. (2001). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Strategi Keunggulan Kompetitif*. Badan Penerbit Fakultas Ekonomi.
- Andi Prastowo. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan*. Penelitian. Jogjakarta
- Approach, C. G. (2016). *Penindakan Terhadap Kosmetik Ilegal Yang Beredar Di Kota Padang Oleh Balai Besar Pengawasan Obat Dan Makanan Di Padang (Studi Kasus Tahun 2017-2018)*. 1–23.
- Bahri. (2008). *Konsep dan definisi konseptual*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Bungin, B. (2008). *Penelitian Kualitatif*. Kencana.
- Bungin, B. (2010). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. PT. Raja Grafindo Persada.



- Burgon, & Huffner. (2002). *Human Communication*. Sage Publication.
- Burgoon, M. (1974). *Approaching Spech/Communication Process*. holt.
- Cangara, H. (2019). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (D. P. dan Kebudayaan (ed.)). Rajawali. Pers.
- Cresswell. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. PT Pustaka Pelajar.
- Cresswell, J. (1984). *Reasearch Design: Qualitative and Quantitative Approaches*. SAGE Publication.
- Desfita. (2020). *Strategi Komunikasi Penyidik Dalam Mengungkap Kasus Penjualan Kosmetik Palsu Di BPOM Manado* (Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Samratulangi Manado (ed.)). jurnal unsrat. Acta Diurna Komunikasi.
- Devito, J. (1989). *The Interpersonal Communication Book*. Harper & Row.
- Effendy. (1981). *Dimensi-dimensi Komunikasi*. PT. Alumni.
- Effendy. (2006). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Fisher, A. (1978). *Teori-Teori Komunikasi. Terjemahan oleh Soejono. Trimo. 1986*. CV. Remaja Karya.
- Gabriella, T., & Bakhtiar, H. (2023). Perlindungan Hukum Kepada Konsumen Terkait Peredaran Kosmetik Ilegal. *Jurnal Panorama Hukum*, 8(1), 17–23. <https://doi.org/10.21067/jph.v8i1.8521>
- Gulo. (2004). *Metodelogi Penelitian*. PT Gramedia Utama.
- Gottschalk, Louis. (1986). *Mengerti Sejarah* (diterjemahkan oleh Nugroho. Notosusanto). Jakarta
- Hadari Nawawi. (2012). *Manajemen Strategik Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan (Dengan Ilustrasi di Bidang Pendidikan)*. Gadjah Mada.
- Hani Handoko. (2012). *Manajemen*. BPFPE.
- Husni Syawali. (2000). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Mandar Maju.
- Hutabarat, A. M. R. (2011). *Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Import Tanpa Izin Edar Dari Badan Pom Ditinjau Dari Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*.
- Indriyo Gitosudarmo, & Mulyono, A. (2001). *Prinsip Dasar Manajemen* (3rd ed.). BPFPE.
- Internet. (n.d.-a). *Faktor strategi dan contoh komunikasi persuasif*. <https://fisip.umsu.ac.id/2023/04/14/faktor-strategi-dan-contoh-komunikasi-persuasif/>
- Internet. (n.d.-b). *Keputusan Kepala BPOM nomor HK.00.05.4.3870 Tahun 2003 tentang Petunjuk Operasional Pedoman Pembuatan Kosmetik Yang Baik*.
- Internet. (n.d.-c). *Keputusan Presiden Nomor 166 Tahun 2003 Badan POM menjadi Lembaga Negara Non Departemen bertanggungjawab langsung kepada Presiden*.
- Internet. (n.d.-d). *pengertian konsep secara umum dan menurut para ahli*. <https://www.sumberpengertian.id/pengertian-konsep-secara-umum-dan-menurut-para->



ahli

Internet. (n.d.-e). *Peraturan Kepala BPOM nomor HK.03.1.23.10689 Tahun 2011 tentang Bentuk DanJenis Sediaan Kosmetika Tertentu Yang Dapat di Produksi Oleh Industri KosmetikaYang Memiliki Izin Produksi Golongan B.*

Internet. (n.d.-f). *Peraturan Kepala BPOM Nomor HK.03.1.23.12.10.11983 Tahun 2010 tentang Kriteria Dan Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Kepala BPOM Nomor 34 Tahun 2013 dan sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Badan Pen.*

Internet. (n.d.-g). *Peraturan Menteri Kesehatan RI nomor1175/Men.Kes/Per/VIII/2010 tentang Izin Produksi Kosmetik.*

Internet. (n.d.-h). *Peraturan MenteriKesehatan RI Nomor 1176/Men.Kes/Per/VII/2010 tentang Notifikasi Kosmetik.*

Internet. (n.d.-i). *Peraturan Presiden Nomor 80 tahun 2017tentang Badan Pengawasan Obat dan Makanan.*

Internet. (n.d.-j). *Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian.*

Internet. (n.d.-k). *Undang-undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan.*

Internet. (n.d.-l). *Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.*

Internet. (n.d.-m). *Undang-undang Nomor 8 Tahun 1981 tentang Hukum Acara Pidana.*

Internet. (n.d.-n). *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.*

Jalaludin Rakhmat. (2008). *Psikologi Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.

Johnston. (2009). *Penelitian Kualitatif*. Indeks.

John Thibaut dan Harold Kelley (1959), The Social Psychology of Groups .

Koentjaraningrat. (1997). *Metode-metode Penelitian Masyarakat/Redaksi Koentjaraningrat*. Gramedia Pustaka Utama.

Kulvisaechana. (2001). *The Role of Communication Strategies in Change of Management. Proses. M.Phil in Management Studies*. University of Cambrige.

Marisa. (2020). *Perlindungan konsumen*. [https://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20234410-S589-Perlindungan konsumen.pdf](https://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20234410-S589-Perlindungan%20konsumen.pdf)

Marpaung Leden. (2011). *Proses Penanganan Perkara Pidana Penyelidikan dan Penyidikan*. Sinar Grafika.

Martiman Prodjohamidjojo. (1993). *Hukum acara pengadilan tata usaha negara*. Ghalia Indonesia.

Miles, M. B. & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta

Mokodongan, K. (2023). *Pengawasan Peredaran Kosmetik Ilegal Oleh BPOM Di Kota Gorontalo*. 1(1), 1–11.

Moleong, L. J. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.

Nabila Sari, W. T. (2021). *Analisis Hukum Produk Kosmetika Yang Di Impor Untuk Digunakan*



- Secara Pribadi Oleh Konsumen. Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha, Vol. 9 No. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPP>*
- Nawawi. (2012). *Pengawasan Melekat di Lingkungan Aparatur Pemerintah*. CV. Airlangga.
- Nawawi. , 2003. *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Gajah Mada. University Press, Yogyakarta.
- Pasilia, T., Badu, L. W., Rahmah, A., & Mantali, Y. (2023). Tinjauan Krimonologi Terhadap Tindak Pidana Penjualan Kosmetik Illegal. *Journal of Comprehensive Science*, 2(5), 1447–1454.
- Purba, A. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pustaka Bangsa.
- Puspitasari, C. (2020). *implementasi pasal 8 ayat 1 huruf (e) undang-undang republik indonesia nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen (Studi Pengawasan Kosmetik Palsu oleh BBPOM Surabaya)*. Journal Hukum, fakultas Hukum Universitas Brawijaya.
- Putri, P. P. (2019). Strategi Pengawasan Peredaran Produk Kosmetik Ilegal Pada Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan di Kota Samarinda. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 7(3), 1169–1182.
- Rachmi Sulistyarini, S.H., M.H., Yenny Eta Widyanti, S.H., M. H. (n.d.). Implementasi Pasal 8 Ayat 1 Huruf (E) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. 2020.
- Rahmawati, F. (2019). *Strategi Pengawasan Balai Besar Pengawas Obat Dan Makanan (Bbpom) Banda Aceh Terhadap Peredaran Kosmetik Ilegal Melalui Media Sosial Di Kota Banda Aceh*.
- Richard L Daft. (2001). *Manajemen (Edisi Kelima)*. Erlangga.
- Riyanto. (2007a). *Metodologi penelitian pendidikan kualitatif dan kuantitatif*. Unesa university press.
- Riyanto, Y. (2007b). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif dan Kuantitatif*. Unesa University Press.
- Ruslan, R. (2016). *Manajemen Public Relations & Media Komaunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- S Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Salim, P. S. dan Y. (1991). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer*. Modern English Perss.
- Simmel. (1993). *The Sociology of Conflict*. Alfabeta.
- Soedjadi. (2000). *Kiat Pendidikan Matematika di Indonesia:Konstanta Keadaan Masa. Kini Menuju Harapan Masa Depan*. Dirjen Dikti, Departemen.
- Subagyo. (2004). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Suprpto, S., Fahrianoor. 2004. *Komunikasi Penyuluhan Dalam Teori dan. Praktek*. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran.



Suryaatmaja. (2020). Metadata, citation and similar papers at core.ac.uk 4. *Донну*, 5(December), 118–138.

Syamsuddin, Zuhrah, & Haryati, T. (2020). Tinjauan Kriminologis Pola Penjualan Kosmetik Illegal di Kota Bima. *Fundamental: Jurnal Ilmiah Hukum*, 9(1), 17–30. <https://doi.org/10.34304/fundamental.v1i1.17>

Tranggono. (2007). *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Gramedia Pustaka Utama.

Vanderstoep, S.W. and Johnston, D. D. (2009). *Research Methods for Everyday Life Blending Qualitative and Quantitative Approaches*. Jossey-Bass, San Francisco.

Zaenab, S. (2015). *Metodologi Penelitian Pendidikan Perspektif Kekinian*. Deepublisher.