

## ABSTRAK

Perkembangan pesat *e-commerce* di Indonesia telah mendorong pemanfaatan fitur *user generated content* (UGC) sebagai sarana promosi digital, sekaligus membuka peluang penyalahgunaan dalam penjualan kosmetik ilegal yang berpotensi merugikan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tanggung jawab platform *e-commerce* terhadap penyalahgunaan fitur UGC serta mengkaji konsekuensi hukum bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan yang berlaku. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis-normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual, didukung oleh data sekunder serta wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaturan hukum yang ada, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, belum secara tegas mengatur batas tanggung jawab platform terhadap konten UGC. Kondisi ini menimbulkan kekosongan norma yang berdampak pada lemahnya pengawasan dan mekanisme validasi konten, sehingga turut mendorong maraknya peredaran kosmetik ilegal. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi serta peningkatan peran aktif platform dalam melakukan pengawasan guna menjamin perlindungan konsumen secara optimal dan menekan peredaran produk ilegal di ruang digital.

**Kata kunci:** *e-commerce*, *user generated content*, kosmetik ilegal, perlindungan konsumen, tanggung jawab hukum