

BAB III

PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS PEMENUHAN HAK INFORMASI PRODUK KOSMETIK YANG DIENDORSE OLEH SELEBGRAM DI INSTAGRAM

A. Pemenuhan Hak Atas Informasi Produk Kosmetik Impor yang diendorse oleh selebgram pada Instagram di Pekanbaru

Perlindungan konsumen tidak dapat dipisahkan dengan subjek hukum sebagaimana diatur dalam UUPK, yaitu konsumen serta pelaku usaha. Konsumen maupun pelaku usaha memiliki masing-masing hak serta kewajiban. Pasal 7 huruf c UUPK mengatur bahwasannya konsumen memiliki hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan jasa. Sedangkan Pasal 4 huruf b UUPK memberikan kewajiban bagi pelaku usaha untuk memberikan informasi yang jelas kepada konsumen termasuk pemberian informasi yang jelas pada produk kosmetik Pasal 4 huruf c UUPK dan pasal 7 huruf b UUPK merupakan dasar perlindungan konsumen atas pemenuhan hak atas informasi. Hubungan antara pelaku usaha serta konsumen dalam prakteknya seringkali mengalami kendala sehingga mengakibatkan kerugian bagi konsumen. Salah satu contohnya perihal tidak terpenuhinya pemenuhan hak atas informasi produk kosmetik impor ketika kosmetik tersebut di endorse oleh selebgram. Konsumen seringkali tidak mendapat informasi yang tidak benar, jujur dan jelas terkait keaslian barang serta terkait kosmetik impor yang masih menggunakan bahasa asing sehingga menyulitkan konsumen mendapatkan informasi terkait penggunaan kosmetik, kandungan serta efek samping penggunaan kosmetik.

Para pihak yang terlibat dalam hubungan hukum tersebut adalah konsumen serta pelaku usaha dimana pada kasus ini melibatkan online shop sebagai yang mengedarkan atau memasarkan kosmetik kepada konsumen sehingga dapat dikategorikan sebagai subjek hukum UUPK. Adapun konsumen sebagaimana terdapat pada UUPK Pasal 1 angka 2 yang berbunyi:

konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat baik kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup dan tidak untuk diperdagangkan.¹⁶⁴ Sedangkan pemilik *online shop* yang mengedarkan kosmetik impor ilegal merupakan dijelaskan pada Pasal 1 angka 3 UUPK yang berbunyi: Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Pelaku usaha tidak hanya diartikan sebagai produsen, namun termasuk pula perusahaan (kooperasi) dalam segala usahanya, seperti BUMN, koperasi, dan perusahaan swasta, baik berupa pabrik, importir, pedagang, eceran, distributor, dan lain-lain¹⁶⁵

Tidak hanya online shop saja, seperti yang terdapat pada rantai pasok (*supply chain management*), yang disebut sebagai pelaku usaha juga *supplier* yang merupakan penyedia bahan pertama dan dibantu oleh *manufacuters* dimana kosmetik impor tersebut berasal dari luar negeri. Lalu dikirim kepada distributor melalui ekspedisi dan distributor pihak yang menyimpan barang sebelum disalurkan ke pihak pengecer. Kemudian, kosmetik itu sampai ke tangan pengecer atau *retailer outlet* dimana pada kasus ini *online shop* sebagai pengecer dan kosmetik tersebut bisa sampai ke tangan konsumen.

Seiring dengan semakin majunya teknologi, promosi iklan kini juga terdapat pada sosial media Instagram. *Online shop* sebagai pihak yang memasarkan produk terhadap konsumen menawarkan kosmetik meminta bantuan seseorang *selebgram* sebagai fasilitator dalam mempromosikan atau mengiklankan kosmetik. Kegiatan *endorse* di *Instagram* oleh *selebgram* kini menjadi pilihan yang banyak digunakan oleh pelaku usaha

¹⁶⁴Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1998 tentang Perlindungan Konsumen

¹⁶⁵ Janus Sidabalok, *Opcit*, hlm. 17

ketika ingin mengiklankan produknya sehingga dikenal luas oleh konsumen sehingga para konsumen pun tertarik menggunakan produk tersebut, salah satunya yaitu kosmetik. Semakin banyaknya pengguna sosial media mengakibatkan pelaku usaha tidak hanya mengiklankan produk pada televisi saja, namun juga pada sosial media, salah satunya *Instagram*. *Endorse* dipilih para pelaku usaha sebagai strategi dalam pemasaran iklan atau promosi agar produknya dikenal oleh konsumen. *Selebgram* dipilih pelaku usaha sebagai fasilitator untuk menyampaikan informasi produk kosmetik agar konsumen tertarik dengan idolanya dimana posisi selebgram sebagai *Influencer* atau orang yang berpengaruh.

Hadirnya iklan kosmetik menguntungkan pelaku usaha karena dapat memperkenalkan produk ke konsumen. Namun, dalam prakteknya terkait pemenuhan hak atas informasi atas produk kosmetik impor masih belum terpenuhi. Pasalnya, kosmetik yang di*endorse* oleh *selebgram* tersebut adalah produk ilegal dan replika. Kosmetik impor ilegal adalah obat (bahan) yang digunakan untuk merawat wajah, kulit, rambut, dan sebagainya yang industrinya berasal dari luar negeri lalu dipasarkan ke wilayah Indonesia yang tidak ada izin dari pihak yang bersangkutan yaitu BPOM. Kosmetik ilegal dibagi menjadi dua jenis yaitu kosmetik yang beredar namun tidak mempunyai izin edar yaitu belum dinotifikasi oleh BPOM dan kosmetik palsu yang dibuat namun tidak memenuhi kaidah cara pembuatan kosmetik yang baik (CPKB) dalam menggunakan dan tidak mengikuti persyaratan teknis kosmetik sesuai yang diatur dalam perundang-undangan. Produk kosmetik palsu atau replika bahan-bahan yang digunakan pada produk tersebut bisa saja produk kosmetik yang kadaluwarsa yang dikemas ulang seolah-olah produk internasional hingga yang diproduksi oleh pihak yang tidak bertanggungjawab yang menambahkan bahan berbahaya. Kosmetik ternama dari luar negeri seperti dari Korea Selatan, China, Thailand dan sebagainya kini kian menjamur keberadaanya dan banyak

diminati oleh konsumen. Semakin meningkatnya jumlah peminat akan kosmetik memberikan peluang yang besar terhadap bisnis kosmetik, khususnya kosmetik ternama yang berasal dari luar negeri atau kosmetik impor sehingga menimbulkan hadirnya oknum tidak bertanggungjawab untuk meraup keuntungan melalui kosmetik replika atau palsu yang memproduksi kosmetik luar negeri bermerek yang harganya mahal dan dijual dengan harga miring. Murahnya harga kosmetik tersebut seakan membuat konsumen dibutakan terkait keamanan dan efek samping dari penggunaan kosmetik tersebut.

Agar produk tersebut dikenal oleh konsumen, pelaku usaha menyebarluaskan produknya melalui iklan sehingga konsumen yang melihat kosmetik yang direkomendasikan oleh *selebgram* pun menjadi tertarik untuk menggunakan serta membeli kosmetik tersebut karena mengikuti sang idolanya. Kosmetik tersebut tergolong kosmetik ilegal. Kosmetik ilegal dibagi menjadi dua jenis yaitu kosmetik yang beredar namun tidak mempunyai izin edar yaitu belum dinotifikasi oleh BPOM dan kosmetik palsu yang dibuat namun tidak memenuhi kaidah cara pembuatan kosmetik yang baik (CPKB) dalam menggunakan dan tidak mengikuti persyaratan teknis kosmetik sesuai yang diatur dalam perundang-undangan. Produk kosmetik palsu atau replika bahan-bahan yang digunakan pada produk tersebut bisa produk kosmetik yang kadaluwarsa yang dikemas ulang seolah-olah produk internasional hingga yang diproduksi oleh pihak yang tidak bertanggungjawab yang menambahkan bahan berbahaya. Kosmetik replika tersebut dikemas dengan menyerupai bentuk *packaging* dan dijual dengan harga murah konsumen tidak dapat membedakan secara kasat mata. Kosmetik replika dijual dengan harga murah sehingga menjadikan konsumen mengabaikan keaslian produk tersebut dan tidak mencurigai bahwasanya produk tersebut adalah produk palsu yang menggunakan nama brand yang sama dengan kosmetik aslinya. Kosmetik replika kini lazim dengan istilah

replika tersebut diganti dengan istilah seperti kosmetik *original* Singapura, Grade Ori, dan sebagainya.

Kosmetik yang beredar harus memiliki izin edar berupa edar atau nomor pendaftaran yang harus didaftarkan pada Dirjen POM, agar dapat diawasi oleh Badan POM. Pasal 3 Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor Permenkes Nomor 1176/MENKES/PER/VIII/2010 tentang Notifikasi Kosmetika bahwasannya setiap kosmetik yang dapat diedarkan harus mendapat izin edar berupa notifikasi.¹⁶⁶ Kosmetik yang beredar harus memenuhi persyaratan teknik kosmetika. Pada Pasal 2 ayat (2) Peraturan Kepala Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2015 tentang Persyaratan Teknik Kosmetika bahwasannya yaitu persyaratan secara teknis yaitu keamanan, kemanfaatan, mutu, penandaan dan klaim. Pasal 3 ayat (1) dan ayat (2) Peraturan Kepala Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2015 tentang Persyaratan Teknik Kosmetika menjelaskan bahwasannya kosmetik yang memenuhi persyaratan keamanan dan kemanfaatan tersebut dibuktikan dengan hasil uji dan/atau referensi empiris/ilmiah lain yang relevan. Kosmetik yang mencantumkan klaim harus memenuhi persyaratan keamanan dan kemanfaatan mengacu pada pedoman Klaim Kosmetika. Pada Pasal 4 dijelaskan pula bahwasannya kosmetika harus memenuhi persyaratan mutu sebagaimana tercantum pada Kodeks Kosmetika Indonesia, standar yang diakui, atau sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku¹⁶⁷

Kosmetik yang akan beredar harus diproduksi pada sarana yang sudah menerapkan Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik (CPKB) sebagaimana diatur pada Peraturan Kepala Badan POM RI Nomor HK.00.05.4.3780 tentang Pedoman Cara Pembuatan Kosmetik

¹⁶⁶ Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor Permenkes Nomor 1176/MENKES/PER/VIII/2010 tentang Notifikasi Kosmetika

¹⁶⁷ Pasal 2 ayat (2) Peraturan Kepala Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 19 (PerKaBPOM) Tahun 2015 tentang Persyaratan Teknik Kosmetika

yang Baik¹⁶⁸. CPKB memiliki peran penting untuk menghasilkan kosmetik yang memenuhi standar mutu dan keamanan dan menjamin mutu, keamanan, dan kemanfaatan kosmetik bagi pemakainya. CPKB diterapkan dalam seluruh aspek dan rangkaian produk. Pasal 8 Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.4.1745 tentang Kosmetik menjelaskan industri kosmetik harus memenuhi persyaratan Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik yang diberikan sertifikatnya oleh Kepala Badan.¹⁶⁹

Kosmetik impor yang akan beredar harus memenuhi persyaratan impor berdasarkan Peraturan Kepala BPOM No. 12 Tahun 2015 tentang Pengawasan Pemasukan Obat dan Makanan ke Dalam Wilayah Indonesia antara lain:¹⁷⁰

- a. Hanya dapat dilakukan terhadap obat dan makanan yang telah memiliki izin edar (Pasal 3 ayat (1))
- b. Telah mendapatkan persetujuan dari Kepala BPOM berupa Surat Keterangan Impor (SKI) (Pasal 4)
- c. Hanya dapat dilakukan oleh pemegang izin edar atau kuasanya (Pasal 7)

Viralnya sosok *selebgram* tersebut membuat pelaku usaha berharap produk yang *diendorse* melalui *selebgram* tersebut akan semakin dikenal dan konsumen berbondong-bondong membeli produknya sehingga pelaku usaha memperoleh keuntungan. Barang yang *diendorse* oleh sosok *selebgram* dapat menarik daya tarik sehingga pengguna *instagraamingin* menggunakan produk yang sama dengan produk yang digunakan ataatau

¹⁶⁸ Peraturan Kepala Badan POM RI Nomor HK.00.05.4.3780 tentang Pedoman Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik

¹⁶⁹ Pasal 8 Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.4.1745 tentang Kosmetik

¹⁷⁰ Peraturan Kepala BPOM No. 12 Tahun 2015 tentang Pengawasan Pemasukan Obat dan Makanan ke Dalam Wilayah Indonesia

dikonsumsi oleh *selebgram* tersebut. *Selebgram* sebagai seseorang yang memfasilitasi dalam mengiklan produk kosmetik melalui *endorse* tidak memiliki tanggungjawab terkait kerugian yang akan diderita oleh konsumen. Pelaku usaha dan *selebgram* mereka melakukan perjanjian kerja sebagaimana yang diatur pada Pasal 1320 KUHPerdara.

Berdasarkan wawancara penulis dengan Riri (nama samaran) seorang *selebgram* yang memiliki jutaan pengikut di Instagram. Pelaku usaha dimana pemilik *online shop* ketika ingin meng*endorse* kosmetik nantinya akan mengiklankan produk kosmetik, maka *online shop* menghubungi kontak atau *official account* yang tertera pada bio Instagram baik melalui Line maupun Whatsapp manajemen *endorse selebgram* tersebut yang diwakili oleh admin. Nantinya, pemilik *online shop* nantinya akan mendapatkan keterangan harga untuk melakukan sekali *endorse*, baik melalui *story*, *Paid Promote*, *feed*, dan sebagainya. Namun, tidak ada ketentuan khusus barang apa yang akan di *endorse*, khususnya mengenai kualitas barang yang akan di*endorse*. Selain itu, juga terdapat format bagaimana cara melakukan *endorse* barang. Pemilik *online shop* lalu menjelaskan bahwasannya ingin meng*endorse* kosmetik. Ketika ditanya apakah boleh meng*endorse* kosmetik Original Singapura apakah boleh di*endorse* serta digunakan oleh *selebgram* tersebut, admin tersebut menjawab bahwasannya tetap bisa untuk melakukan *endorse* produk kosmetik yang kualitasnya replika atau Original Singapura, namun *selebgram* nantinya akan menggunakan kosmetik tersebut ketika meng*endorse* jika barangnya asli. Jika kosmetik tersebut kualitasnya Original Singapur, maka *selebgram* tersebut tidak menggunakan produk tersebut dan hanya sebagai properti ketika melakukan *endorse*. Nantinya setelah *online shop* melakukan pembayaran, baru *selebgram* dapat melakukan *endorsement* dan nantinya mengikuti narasi atau teks berdasarkan yang dikirim oleh pemilik *online shop*.¹⁷¹

¹⁷¹ Wawancara, Riri, Selebgram, tanggal 13 Juli 2019

Berdasarkan wawancara penulis dengan selebgram lainnya, Gina (nama samara) merupakan *selebgram* yang membuka jasa *endorse* yang followers atau pengikutnya Instagramnya masih sedikit yang tergolong baru menjadi selebgram. Berdasarkan wawancara penulis yang mencoba menghubungi *contact person* atau untuk *endorse* yang tertera di bio akun Instagramnya, penulis meminta ketentuan apa saja yang diperlukan terhadap produk dan langsung dibalas oleh *admin*. Penulis menanyakan perihal kosmetik original Singapura apa boleh *diendorse* kepada *selebgram* tersebut dan kosmetik Original Singapura dapat untuk *diendorse* oleh selebgram. Admin menjawab boleh saja untuk melakukan *endorse* tanpa menanyakan maupun melihat barang yang akan nantinya *diendorse*.¹⁷²

Pada penulisan di atas, dapat kita lihat bahwasannya terdapat dua jenis *selebgram*. Terdapat *selebgram* yang mengetahui mengenai kualitas dan istilah yang digunakan pada kosmetik replika sehingga menolak untuk menggunakan barang *endorse* tersebut. *Selebgram* tersebut berhati-hati dalam memilih produk karena pernah sebelumnya mencoba produk yang tidak asli. *Selebgram* lainnya ada yang tidak mengerti dan mengetahui mengenai kosmetik *Original* Singapura karena tidak mengerti istilah pada kosmetik replika. *Selebgram* tersebut hanya sebagai fasilitator dalam mengiklankan barang sehingga tidak mengetahui produk tersebut adalah replika karena yang mengetahui hal yang berhubungan dengan kosmetik tersebut adalah pelaku usaha. Pengaturan terkait iklan kosmetik melalui *endorse* dengan *selebgram* belum diatur sehingga *selebgram* tidak memperdulikan terkait pemenuhan informasi terhadap produk kosmetik.

¹⁷² Wawancara, Gina, Admin Selebgram, 28 Mei 2019

Pemenuhan hak atas informasi yang benar, jujur, serta jelas dijelaskan pada Pasal 7 huruf b. Memberikan informasi adalah termasuk kewajiban pelaku usaha yaitu memberikan informasi yang benar, jelas, serta jujur mengenai kondisi jaminan barang atau jasa serta memberikan penjelasan tentang penggunaan, perbaikan, serta pemeliharaan karena informasi selain itu merupakan hak konsumen karena ketiadaan informasi atau tidak memedainya informasi dari pelaku usaha termasuk merupakan salah satu jenis cacat produk (cacat informasi), dimana akan merugikan konsumen. Pentingnya penyampaian informasi yang benar, jelas, serta jujur terhadap konsumen bertujuan agar tidak salah dalam memberikan gambaran mengenai produk tersebut sehingga penyampaian informasi terhadap konsumen tersebut bentuknya dapat berupa representasi, peringatan, maupun instruksi.¹⁷³

Representasi diperlukan dalam pemenuhan suatu produk agar tidak terjadinya kerugian yang dapat menimpa konsumen akibat salah merepresentasikan produk atau misrepresentasi. Konsumen banyak yang tergiur dengan iklan yang ditawarkan produk, sedangkan iklan yang beredar pada masyarakat belum tentu mempresentasikan secara benar karena hanya menonjolkan keutamaan produk saja, sebaliknya kelemahannya hanya ditutup-tutupi.¹⁷⁴

Peringatan penting dalam suatu produk sebagai instruksi penggunaan yang merupakan informasi bagi konsumen. Peringatan dan instruksi memiliki fungsi yang berbeda yaitu instruksi terutama sudah diperhitungkan untuk menjamin efisiensi penggunaan produk, sedangkan peringatan dirancang untuk menjamin keamanan penggunaan produk. Peringatan adalah bagian pemberian informasi kepada konsumen

¹⁷³ Ahmad Miru, *Op cit*, hlm. 41

¹⁷⁴ *Ibid*, hlm. 55

merupakan pelengkap dari proses produksi. Peringatan yang diberikan kepada konsumen memberikan peran penting terhadap produk sehingga pabrikan (produsen pembuat wajib menyampaikan peringatan terhadap konsumen). Hal ini berarti tugas produsen tidak berakhir sebagai produsen pemuat dengan menempatkan suatu produksi dalam suatu sirkulasi. Selain adanya peringatan, instruksi yang ditujukan agar menjamin efisiensi penggunaan sangat penting untuk mencegah timbulnya kerugian terhadap konsumen. Pencantuman informasi bagi konsumen yang berupa instruksi atau petunjuk prosedur pemakaian suatu produk adalah kewajiban setiap produsen agar produknya tidak dianggap sebagai produk yang cacat (sebab tidak adanya ketiadaan informasi yang tidak memadai).

Pemilik produk kosmetik dalam mengiklankan kosmetik harus memenuhi persyaratan dimana dijelaskan Pada Pasal 5 Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2016 tentang Pedoman Teknis Pengawasan Iklan Kosmetika bahwasannya Pemilik Nomor Notifikasi atau pemilik produk kosmetik bertanggungjawab dan wajib memantau serta memastikan iklan yang dipublikasikan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pengawasan terhadap iklan kosmetik diatur pada Pasal 2 Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2016 tentang Pedoman Teknis Pengawasan Iklan Kosmetika, dimana iklan kosmetik:

1. Obyektif, yaitu memberikan informasi sesuai dengan kenyataan yang ada dan tidak boleh menyimpang dari sifat kemanfatan, cara penggunaan dan keamanan kosmetika;

2. Tidak menyesatkan, yaitu memberikan informasi yang akurat dan bertanggungjawab serta tidak memanfaatkan kekhawatiran masyarakat akan suatu masalah kesehatan;
3. Lengkap, yaitu mencantumkan spot iklan “BACA CARA PENGGUNAAN DAN PERINGATAN” jika dipersyaratkan.¹⁷⁵

Selain itu, Keputusan Menteri Kesehatan Nomor 386/MEN.KES/SK/IV.1994 tentang Pedoman Periklanan Alat Kesehatan Kosmetika Perbekalan Rumah Tangga menjelaskan dalam mengiklankan produk kosmetik harus mencantumkan.

2. Ketentuan yang harus dipenuhi spot
 - a. Untuk media televisi : Spot iklan harus dicantumkan dengan tulisan yang jelas terbaca pada satu screen/gambar terakhir.
 - b. Untuk media radio: Spot iklan harus dibacakan pada akhir iklan dengan jelas dan dengan nada suara tegas.
 - c. Untuk media cetak: Spot iklan harus dengan tulisan yang jelas terbaca.¹⁷⁶

Masih banyaknya kosmetik impor ilegal yang diendorse oleh *selebgram* membuktikan bahwasannya masih banyak kosmetik yang beredar secara *online*. Bahkan, keberadaan kosmetik impor ilegal kian meningkat. Kota Pekanbaru salah satu kota di Indonesia yang masih banyak ditemukan kosmetik impor ilegal karena letaknya strategis, yaitu berdekatan dengan negara lain.

Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) Pekanbaru melakukan pengawasan terhadap obat, makanan, kosmetik pada seluruh wilayah di Provinsi Riau. Berdasarkan wawancara dengan Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi BBPOM

¹⁷⁵ Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor1 Tahun 2016 tentang Pedoman Teknis Pengawasan Iklan Kosmetika

¹⁷⁶ Menteri Kesehatan Nomor 386/MEN.KES/SK/IV.1994 tentang Pedoman Periklanan Alat Kesehatan Kosmetika Perbekalan Rumah Tangga

Pekanbaru, Bapak Adrizal, selama tahun 2018 BPOM Republik Indonesia menemukan 112 miliar kosmetik ilegal dan/atau mengandung bahan dilarang (BD)/bahan berbahaya yang merupakan hasil dari pengawasan dari peredaran (*post-market control*), baik dari adanya kasus maupun operasi penertiban ke sarana produksi dan sarana distribusi kosmetik. Kosmetik yang disita tersebut mengandung merkuri, hydroquinone, serta asam retinoat. Selain itu, BPOM juga menemukan enam kosmetik yang mengandung pewarna yang dilarang seperti (merah K3) dan logam berat (timbal). Kosmetik yang ditemukan berasal dari dalam negeri maupun luar negeri atau kosmetik impor. Selain itu, Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) Pekanbaru pada akhir tahun 2018 mengamankan sebanyak 21.218 kosmetik dengan total estimasi ekonomi satu miliar rupiah dari berbagai jenis dan merk. Produk kosmetik tersebut dicurigai mengandung bahan-bahan yang berbahaya dan beredar secara ilegal. Produk tersebut berasal dari Malaysia, Korea, Amerika, Perancis. penertiban yang dilakukan BBPOM bersama sejumlah instansi seperti Dinas Kesehatan, Kepolisian serta Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Menurut Ketua BBPOM Pekanbaru, Bapak Kashuri, kosmetik tersebut diamankan dalam operasi penertiban sejak 19 November - 8 Desember 2018. Jenis sarana yang diperiksa mulai dari distributor (kosmetik), klinik kecantikan, toko kelontong, dan swalayan. Jumlah temuan kosmetik sebanyak 620 item seperti bedak, masker, lipstick, *skincare*, dan lain-lain.¹⁷⁷

Menurut data terbaru BPOM, Pada periode tiga bulan April-Juni 2019 ini BPOM kembali berhasil mengungkap obat dan makanan ilegal yang didominasi temuannya

¹⁷⁷ <https://pekanbaru.tribunnews.com/2018/12/11/bbpom-pekanbaru-amankan-21218-kemasan-produk-kosmetik-ilegal-dan-berbahaya-senilai-rp-1-m-lebih>, diakses pada tanggal 2 Juli 2019 pukul 16:46

oleh kosmetik ilegal dan mengandung bahan berbahaya/dilarang, termasuk dijual secara *online*. Balai Besar POM (BBPOM) di Semarang telah mengungkap setidaknya dua perkara pidana distribusi kosmetik ilegal, yaitu di Magelang dan Semarang dengan nilai keekonomian mencapai miliaran rupiah. Magelang, penindakan dilakukan di sebuah gudang tersamar yang digunakan sebagai tempat ekspedisi, beralamat di Jl. Tarumanegara, Rejowinangun Utara pada Selasa (30/04). Barang bukti berupa 137 jenis kosmetik Tanpa Izin Edar (TIE)/ilegal, 1 jenis obat tradisional ilegal, dan 1 jenis obat ilegal dengan nilai keekonomian mencapai 1,04 miliar rupiah. Temuan kosmetik ilegal didominasi oleh produk perawatan kulit sebagai pencerah/pemutih antara lain RDL *Hidroquinone Tretinoin Babyface*, *Original DR Pemutih Dokter*, *Deonard Whitening & Spot Removing Temulawak Cream Night Cream*, dan RDL *Papaya Whitening Soap*. Bahan berbahaya yang ditemukan dalam kosmetik ilegal tersebut antara lain merkuri, asam retinoat, dan hidrokuinon, dimana bahan-bahan tersebut dapat menyebabkan kanker (karsinogenik), kelainan pada janin (teratogenik), dan iritasi kulit.¹⁷⁸

Bapak Adrizal menuturkan dengan adanya peredaran kosmetik secara *online* cenderung disalahgunakan oleh pelaku usaha yaitu hadirnya kosmetik ilegal dimana terdapat juga kosmetik ilegal yang berasal dari luar negeri. Selain dari operasi pasar yang rutin, BBPOM Pekanbaru juga menerima laporan dari masyarakat, temuan balai langsung dari lapangan, atau temuan balai lain mengenai kasus tersebut, lalu BBPOM Pekanbaru menindaklanjuti laporan tersebut dengan melakukan tindakan mandiri atau bekerjasama dengan pihak-pihak yang terkait dan Dinas terkait untuk melakukan tindakan terhadap laporan tersebut. Pada

¹⁷⁸ <https://www.pom.go.id/new/view/more/pers/473/Badan-POM-Amankan-Miliaran-Kosmetik-Ilegal-di-Semarang.html>, diakses pada tanggal 9 Juli 2019 Pukul 15:08 WIB

kosmetik yang dipasarkan secara *online*, Ketika ada *online shop* yang dicurigai menjual kosmetik ilegal yang dilaporkan oleh masyarakat, maka BPOM terlebih dari cari web atau *toko online shop*. Setelah itu, BPOM memancing untuk membeli kosmetik tersebut lalu diuji di laboratorium oleh pihak BBPOM Pekanbaru, dan jika terbukti maka BBPOM langsung menyita produk tersebut.¹⁷⁹ Berdasarkan keterangan diatas dapat disimpulkan bahwasanya kinerja BBPOM Pekanbaru terkait peredaran kosmetik impor ilegal yang diberedar dan dipasarkan khususnya secara online masih bersifat “pasif” karena menunggu aduan dari masyarakat. Pemilik online shop kosmetik online menjual secara individu sehingga sulit untuk terpantau keberadaannya.

Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) Pekanbaru merupakan Unit Pelaksana Tugas (UPT) yang mengacu pada Balai Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia yang disingkat Badan POM yaitu lembaga di Indonesia. BBPOM Pekanbaru berperan dalam melaksanakan kebijakan teknis operasional dibidang pengawasan obat dan makanan guna meningkatkan kesehatan masyarakat dan daya saing bangsa khususnya di Kota Pekanbaru dan sekitarnya. BBPOM Pekanbaru mengedukasi melalui mensosialisasikan ke masyarakat untuk menjadi konsumen yang cerdas dengan Cek KLIK (Cek Kemasan, Label, Izin Edar, dan Kadulawarsa dan jika mendapatkan obat dan makanan yang tidak aman dapat melaporkan melalui Unit Layanan Pengaduan Konsumen¹⁸⁰. Tidak menutup kemungkinan kosmetik tersebut juga dipasarkan oleh pelaku usaha yang mengambil kosmetik pada distributor tersebut lalu dipasarkan pada toko online atau *online shop* pada *Instagram*. Kosmetik impor

¹⁷⁹ *Ibid*

¹⁸⁰ Wawancara dengan Bapak Adrizal, Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan Pekanbaru, Di Pekanbaru 17 Juni 2019

ilegal tersebut beredar dengan menggunakan Bahasa asing sehingga konsumen pun tidak mengetahui kandungan serta efek samping yang akan ditimbulkan pemakaian kosmetik.

Menurut dr. Kevin Adrian yang dikutip dari website alodokter.com, adapun efek samping yang ditimbulkan dari ketiga bahan tersebut yaitu:

a. Merkuri

Merkuri mampu menghambat pembentukan melanin sehingga membuat kulit tampak lebih cerah dalam waktu yang singkat. Oleh karena itu merkuri sering digunakan sebagai bahan krim pencerah atau pemutih kulit. Namun, jika sering digunakan merkuri dapat menyebabkan ruam dan perubahan warna kulit, tremor (gemeteran), kerusakan ginjal, serta gangguan psikologis seperti cemas dan susah tidur. Pada wanita hamil dan ibu menyusui, paparan merkuri dapat menyebabkan kelainan bawaan dan gangguan perkembangan otak pada bayi.¹⁸¹

b. Asam Retinoat

Asam retinoat mampu membersihkan pori-pori, mengatasi jerawat dan bekas jerawat, serta mengurangi kerutan. Meski demikian, asam retinoat beresiko menyebabkan kulit menjadi iritasi, kering, sensitif terhadap sinar matahari, berubah warna, bengkak, atau kemerahan. Tidak hanya itu, janin dalam kandungan yang terpapar zat beresiko mengalami kelainan bawaan, sementara anak-anak beresiko mengalami kelainan pada sistem saraf, tulang, otot, sendi, dan pencernaan. Oleh sebab itu, penggunaan produk yang

¹⁸¹ <https://www.alodokter.com/waspada-inilah-4-kandungan-krim-berbahaya-untuk-wajah>, diakses pada tanggal 30 Juni 2019 Pukul 17:02 WIB

mengandung asam retinoat harus dalam pengawasan medis dan melalui resep dokter.

c. Hydroquinone

Hydroquinone biasanya digunakan untuk mencerahkan kulit dan menyamarkan bintik hitam. Namun, penggunaan hydroquinone pada krim wajah dapat mengakibatkan kulit menjadi sensitive terhadap sinar matahari. Efek samping lainnya yaitu kulit terasa perih, menyengat, kemerahan, kering, dan pecah-pecah, melepuh, atau menghitam. Hydroquinone juga berisiko menimbulkan alergi berat, seperti sakit kepala, gatal, bengkak pada wajah dan tenggorokan, dan sulit bernapas.¹⁸²

Penggunaan Pewarna K3 sebenarnya diperuntukkan untuk pewarna tekstil namun sering pula digunakan pada *eyeshadow*, perona pipi, serta lipstick. Namun, bahan ini terbukti dapat menyebabkan kanker hati, tumor kulit, dan berbahaya pada sistem saraf. Sedangkan penggunaan timbal biasanya diperuntukkan pada pewarna kulit dan rambut, *lipgloss*, *eyeshadow*, bedak tabur, *lipstick*, body lotion, dan shampoo. Timbal adalah logam berbahaya yang sebenarnya manusia punya batas maksimal berapa banyak timbal yang digunakan, dalam satu produk. Efek buruk yang ditimbulkan dari bahan ini berdampak pada sistem saraf, saluran pencernaan. Pada pria penggunaan timbal dapat mengakibatkan menurunnya jumlah dan pergerakan sperma pada sistem reproduksi pria. Bagi kaum wanita zat ini dapat menyebabkan keguguran dan memperlambat pertumbuhan anak.¹⁸³

¹⁸² *Ibid*

¹⁸³ <https://lifestyle.bisnis.com/read/20180529/106/800627/ketahui-bahan-berbahaya-dalam-kosmetik-palsu>, diakses pada tanggal 30 Juni 2019 Pukul 17:33 WIB

B. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen atas Produk Kosmetik Impor Ilegal

Kosmetik merupakan suatu kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia, khususnya bagi kaum wanita. Bermunculannya kosmetik impor yang masuk ke Indonesia yang dikemas dengan menarik serta konsumen yang cenderung mengikuti idolanya serta adanya trend dalam kosmetik sehingga peminat akan kosmetik impor semakin banyak peminatnya. Semakin tingginya peminat kosmetik membuka peluang para pelaku usaha untuk menjual kosmetik impor ilegal yang dapat merugikan konsumen. Tidak hanya pelaku usaha, distributor juga memiliki peran sebagai penyedia kosmetik yang akan dijual oleh pemilik *online shop*.

Berdasarkan wawancara dengan konsumen, Rosa (nama samaran) yang pernah membeli kosmetik pada *online shop* yang menjual kosmetik yang berasal dari rekomendasi salah satu seorang *selebgram*. Rosa tertarik membeli kosmetik tersebut karena melihat *postingan endorse* salah satu *selebgram* terkenal yang enggan disebut namanya yang dilihatnya pada *Instagram*. Rosa pun kemudian menghubungi online shop via dm (direct message) *Instagram* yang direkomendasikan *online shopnya* dan ketika Rosa menanyakan apakah kosmetik ini 100% original, *online shop* tersebut mengatakan dengan istilah seperti ini” ori Singapura ka, jadi kita ga jual barang kw alias palsu”. Rosa tidak mengerti dan tidak mengetahui istilah tersebut sehingga ia pun memutuskan untuk membelinya. Ketika Rosa menggunakan barang tersebut, awalnya baik-baik saja. Namun, seminggu kemudia bibirnya menjadi kapalan dan bibirnya menjadi perih.

Hal serupa juga dialami oleh Ani (nama samaran) yang juga mengalami hal yang sama yaitu dia membeli produk kosmetik dari *online shop* yang direkomendasikan oleh seorang *selebgram* yang juga terkenal. *Online shop* yang diendorse tersebut menyebutkan bahwasannya *online shop* ini menjual kosmetik merk ternama namun harganya murah dari harga store asli di negaranya berasal. Berdasarkan wawancara penulis dengan Ani, alasan Ani tergiur dengan *lipstick* dan *eyeshadow* serta peralatan makeup lainnya yang bermerek tersebut karena lebih murah dari *store* menjadi untuk membeli produk tersebut tanpa melihat apakah kosmetik tersebut asli atau tidak. Akibatnya, matanya menjadi bengkak setelah pemakaian produk tersebut dan bibirnya terasa panas.¹⁸⁴

Vani (nama samaran) menjadi korban atas kosmetik impor yang diendorse oleh selebgram pada *Instagram*. Vani melihat postingan seorang *selebgram* yang diidolaknya tanpa menanyakan terkait produk tersebut khususnya keaslian barang tersebut. Berdasarkan wawancara, Vani mengaku tertarik membeli kosmetik berupa *mascara* bermerek terkenal dari luar negeri. Vani memutuskan membeli karena ingin mengikuti apa saja yang digunakan oleh idolanya *selebgram* tersebut. Akibatnya, matanya menjadi perih dan berair setelah pemakaian *mascara* tersebut. selain membeli *mascara*, Vani juga membeli cream pemutih wajah yang juga diendorse oleh selebgram yang sama. Lima hari setelah pemakaian mukanya ditumbuhi banyak jerawat dan kemerahan. Pada endorse tersebut dikemukakan khasiat serta manfaat penggunaan sehingga ia pun tertarik.¹⁸⁵

¹⁸⁴ Wawancara dengan Ani, Konsumen, Di Pekanbaru, 20 Juni 2019

¹⁸⁵ Wawancara dengan Vani, Konsumen, Di Pekanbaru, 23 Juni 2019

Berdasarkan penelusuran penulis terhadap konsumen yang menggunakan kosmetik impor tersebut banyak yang menjadi korban dari efek samping penggunaan kosmetik tersebut. Para konsumen hanya tergiur dengan murahnya harga kosmetik dimana jika membeli yang original membutuhkan biaya yang mahal serta mengikuti selebgram yang menjadi panutan atau idolanya. Selain itu, kurangnya pengetahuan mengenai kosmetik sehingga konsumen tidak mengerti dan dibutakan akan murahnya kosmetik. Konsumen ketika merasa dirugikan hanya memilih diam karena konsumen tidak memiliki kesadaran akan hak konsumen ketika dirugikan atas penggunaan kosmetik.

Penulis melakukan penelusuran terhadap pelaku usaha yang mempunyai beberapa *online shop* di *Instagram* yang menjual kosmetik impor. *Online shop* pertama bernama berinisial M (nama samaran) ketika penulis apakah kosmetik nya tersebut *Original* 100% atau tidak, *online shop* tersebut mengatakan bahwasanya produk yang dijualnya merupakan produk *Original* Singapura dan kualitasnya adalah *grade original* yang ditulis pada Saat penulis menanyakan terkait istilah tersebut terhadap pihak *online shop* tersebut produk tersebut adalah kosmetik ini original, ia mengatakan bahwasannya kosmetiknya adalah barang ori Singapura sehingga harganya lebih murah dan mencoba terus meyakinkan bahwasanya kosmetik tersebut original atau asli. *Online shop* itu mengatakan jika tidak percaya dengan keasliannya maka dapat lihat pada testimoni *selebgram* yang pernah mengendorse kosmetik tersebut serta banyak konsumen .¹⁸⁶

Online shop kedua berinisial BS menjual kosmetik impor. Ketika penulis menanyakan perihal keaslian produknya tersebut, maka *online shop* tersebut

¹⁸⁶ Wawancara, M, *Online shop*, tanggal 29 Mei 2019

menjelaskan dia menjual kosmetik dua jenis kualitasnya yaitu original maupun produk *grade original*. Keterangan tersebut ditulis pada bio *Instagram*. Ketika penulis menanyakan kenapa harga original berbeda dengan harga *grade ori*, pelaku usaha mengatakan konsumen banyak yang memilih barang *grade ori* tersebut karena harganya murah dibanding *original* dan peminatnya banyak sehingga konsumen yang tidak sanggup membeli kosmetik original dapat merasakan kosmetik ternama yang harganya tidak bisa dijangkau konsumen.¹⁸⁷

Online shop lainnya berinisial *BI* juga menjual kosmetik impor dimana kosmetik bermerk terkenal yang dijual dengan harga yang murah. Saat penulis menanyakan terkait kualitas kosmetik, pelaku usaha barangnya benar adalah original. Pada *Instagram* nya pun tidak dicantumkan kualitas produk tersebut.¹⁸⁸ Berdasarkan wawancara, penulis menemukan fakta bahwasanya produk yang dijual oleh pelaku usaha atau *online shop* masih diragukan keasliannya.

Penulis juga mewawancarai Nanang (nama samaran) seorang supplier kosmetik. Berdasarkan penuturan Nanang, kosmetik impor replika berasal dari China dan Singapura dan dikirim ke Indonesia melalui ekspedisi. Lalu, Nanang sebagai supplier memasok kosmetik secara rutin. Lalu, nantinya kosmetik tersebut dibeli oleh distributor dan diletakkan pada gudang. Kemudian kosmetik tersebut dibeli lagi oleh retailer outlet (pengecer). Pada *Instagram*, tahap ini biasanya dilakukan oleh pemilik online shop. Tahap terakhir sampailah produk pada konsumen.¹⁸⁹

Berdasarkan data diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwasanya peredaran kosmetik impor ilegal yang dipasarkan secara *online* masih sangat banyak dan beredar

¹⁸⁷ Wawancara, BS, Online Shop, 27 Mei 2019

¹⁸⁸ Wawancara, BI, Online Shop, 28 Mei 2019

¹⁸⁹ Wawancara, Sista, Distributor, 05 Juli 2019

secara masif bahkan terang-terangan. Pelaku usaha baik *supplier*, distributor, pemilik *online shop* hanya berorientasi untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya tanpa mengetahui apa kandungan serta efek samping yang akan ditimbulkan nantinya oleh konsumen. Mereka seakan tidak peduli bahwasannya perbuatan mereka memasarkan produk kosmetik replika dan ilegal dapat merugikan konsumen.

Perbuatan pelaku usaha dimana termasuk *supplier*, distributor, maupun pemilik *online shop* yang memasarkan produk kosmetik ilegal termasuk perbuatan yang dilarang yang terdapat 8 UUPK bahwasanya pelaku usaha tidak memenuhi standar sesuai dengan peraturan perundangundangan, tidak sesuai dengan standar mutu, komposisi produk yang dapat membahayakan, berproduksi secara tidak halal, produk kosmetik tidak sesuai dengan kondisi atau tidak sesuai dengan label yang dicantumkan. Pelaku usaha tidak boleh lepas tangan atas kerugian yang diperoleh oleh konsumen dan harus bertanggung jawab sebagaimana yang diatur dalam Pasal 7 huruf f UUPK yaitu wajib memberi kompensasi, ganti rugi atas penggunaan, pemakaian, serta pemanfaatan atas produk kosmetik yang diperdagangkan.

Perbuatan pelaku usaha yang tidak sesuai dengan kosmetik yang sebagaimana diperjanjikan yaitu kosmetik yang legal dan kosmetik replika tidak memenuhi syarat sah perjanjian sebagaimana diatur pada Pasal 1320 KUHPdata yaitu mengenai kesepakatan anatar kedua belah pihak sehingga berakibat perjanjian tersebut batal demi hukum.

Konsumen yang merasa dirugikan dengan adanya kosmetik replika impor dapat melakukan pengaduan melalui Unit Layanan Pengaduan Konsumen (ULPK). Pengaduan tersebut lalu akan ditindaklanjuti oleh Kepala BPOM Republik Indonesia sebagaimana yang diatur dalam Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan

Republik Indonesia Nomor hk 03.1.23.12.11.10050 Tahun 2011 tentang Tata Cara Pengelolaan dan Tindak Lanjut Pelaporan Pelanggaran (whistleblowing) di Lingkungan Badan Pengawas Obat dan Makanan.

UUPK mengatur Tanggung jawab pelaku usaha telah diatur didalam Pasal 19 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen:

Pasal 19

- (1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan
- (2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku
- (3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- (4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan
- (5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.¹⁹⁰

¹⁹⁰ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Berdasarkan substansi pada pasal 19 ayat (1) di atas, dapat diketahui bahwa tanggung jawab pelaku usaha meliputi :

- a. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan ;
- b. Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran, dan
- c. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen ;

Berdasarkan tanggung jawab diatas, maka adanya produk barang dan/atau jasa yang cacat bukan merupakan satu-satunya dasar pertanggungjawaban pelaku usaha. Hal ini berarti bahwa tanggung jawab pelaku usaha meliputi segala kerugian yang dialami konsumen.¹⁹¹ Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti-rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

1. Ganti-rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Pemberian ganti-rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
3. Pemberian ganti-rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.

¹⁹¹ M. Sadar, Moh. Taufik Makarao, Habloel Mawandi, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, Akademia, Jakarta, 2012 .

4. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen

Tanggung jawab produk diperuntukkan untuk menekankan tanggung jawab pada pelaku usaha. Pelaku usaha yang memproduksi maupun menjual produknya yang dapat membahayakan kesehatan maupun keselamatan jiwa, atau mengakibatkan penderitaan terhadap konsumen (pengguna, pembeli, maupun orang lain) wajib bertanggung jawab atas tindakannya. Tanggung jawab pelaku usaha tidak hanya atas kerugian yang diperoleh konsumen, tetapi juga tanggung jawab terhadap produk yang cacat maupun rusak.

Pelaku usaha baik *supplier, manufacture*, atau distributor, maupun pemilik *online shop* wajib bertanggung jawab atas kerugian yang diperoleh konsumen karena menggunakan produk atau jasa. Penjual dalam hal ini pemilik *online shop* tidak bisa lepas tangan atas kerugian yang diperoleh konsumen sebagaimana terdapat pada Pasal 7 UUPK huruf f yaitu pelaku usaha wajib memberi kompensasi, ganti rugi atas penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan atas produk kosmetik yang diperdagangkan. Sehingga pemilik *online shop* pun tidak dapat lepas dari tanggung jawab terhadap konsumen.

Tanggungjawab pelaku usaha terhadap konsumen akibat penggunaan kosmetik masih belum maksimal karena pelaku usaha masih bahkan lepas dari tanggung jawab dengan berdalih bahwasannya segala kerugian akibat penggunaan produk kosmetik yang seharusnya bertanggungjawab adalah produsen. Padahal seharusnya baik agen atau distributor dan penjual turut memenuho tanggung jawab terhadap segala kerugian yang diderita oleh konsumen. Pasa; 1367 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) disebutkan bahwasannya agen atau distributor dan penjual harus bertanggung jawab untuk kerugian yang disebabkan perbuatannya sendiri, tetapi juga kerugian yang disebabkan perbuatan orang-

orang yang menjadi tanggungannya (produsen) atau produk kosmetik yang berada di bawah pengawasannya.

Tuntutan ganti kerugian atas kerugian yang dialami oleh konsumen akibat penggunaan produk kosmetik yang dijual oleh pelaku usaha baik kerugian secara fisik, kesehatan, maupun yang mengancam jiwa terdapat dua kategori yakni tuntutan berdasarkan wanprestasi dan tuntutan berdasarkan perbuatan melawan hukum. Tuntutan berdasar wanprestasi harus didahulukan apabila tergugat dan penggugat (konsumen dan pelaku usaha) terikat dalam suatu kontrak atau perjanjian (jual beli produk kosmetik). Tuntutan berdasarkan wanprestasi dikarenakan tidak terpenuhinya salah satu kewajiban atau bahkan seluruh kewajiban atas prestasi yang terdapat dalam kontrak atau perjanjian. Tuntutan yang didasarkan pada perbuatan melawan hukum ini tidak didasarkan atas suatu kontrak atau perjanjian. Tuntutan ini dilakukan oleh pihak yang merasa dirugikan guna mengajukan tuntutan ganti kerugian, ganti kerugian harus didasarkan akibat dari perbuatan melanggar hukum yang memiliki unsur-unsur sebagai berikut:

1. Adanya perbuatan melanggar hukum
2. Adanya kerugian
3. Adanya kesalahan
4. Adanya hubungan kausalitas antara perbuatan melawan hukum dan kerugian

Adanya tanggung jawab produk merupakan salah satu usaha untuk menekankan tanggung jawab pada pelaku usaha baik produsen, agen atau distributor, bahkan penjual yang menjual produk berbahaya yang dapat membahayakan dan mengancam keselamatan jiwa. Konsumen dalam dapat mengajukan tuntutan ganti kerugian berdasarkan wanprestasi maupun

berdasarkan perbuatan melawan hukum tidaklah mudah karena konsumen harus bisa membuktikan bahwa kerugian yang dialaminya karena perbuatan maupun produk yang dijual oleh pelaku usaha. Demikian menjadi persyaratan bagi konsumen untuk mengajukan tuntutan ganti kerugian, meskipun pada pasal 22 UUPK disebutkan bahwa pembuktian terbalik menjadi tanggung jawab pelaku usaha. Salah satu usaha untuk menegakkan perlindungan konsumen adalah dengan menerapkan prinsip tanggung jawab mutlak (*Strict Liability*) yaitu kesalahan tidak menjadi faktor yang menentukan, akan tetapi terdapat pengecualian-pengecualian yang memungkinkan pelaku usaha untuk dibebaskan dari tanggung jawab karena keadaan memaksa seperti terjadi bencana alam. Dengan adanya prinsip tanggung jawab mutlak diharapkan pelaku usaha lebih mengutamakan kepentingan atau hak-hak konsumen sehingga konsumen tidak mengalami kerugian atas perbuatannya maupun atas produk kosmetik yang diproduksi atau dijual. Demi tercapainya tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen, diperlukan adanya pembinaan dan pengawasan dari pihak-pihak terkait sehingga dapat meminimalisir kerugian yang diperoleh pada konsumen.

Apabila telah dilakukan pembinaan dan pengawasan, konsumen merasa belum puas dan masih merasa dirugikan dapat mengajukan gugatan terhadap pelaku usaha yang mana oleh badan penyelesaian sengketa konsumen dapat diberikan sanksi administratif yakni berupa ganti rugi paling banyak Rp.200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah). Pelaku usaha yang memproduksi atau menjual produk kosmetik yang merugikan bagi konsumen dapat dijatuhi pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah) sebagaimana diatur pada Pasal 62 UUPK. Pelaku usaha yang berbuat curang juga dapat diberikan hukuman tambahan yaitu berupa:

1. Perampasan barang tertentu;
2. Pengumuman keputusan hakim;

3. Pembayaran ganti rugi;
4. Perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;
5. Kewajiban penarikan barang dari peredaran;
6. Pencabutan izin usaha;

Distributor dalam peredaran kosmetika ilegal dapat dikenakan Pasal 196 dan Pasal 197 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, yaitu mendistribusikan produk sediaan farmasi jenis kosmetik tanpa izin edar dan mengandung bahan dilarang dengan ancaman hukum pidana penjara paling lama 15 tahun dan denda paling banyak 1,5 miliar rupiah.¹⁹²

Bagi Importir kosmetik, Pasal 39 Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan republik Indonesia nomor HK.00.05.4.1745 Tahun 2003 tentang Kosmetik sanksi yang dapat diberikan kepada pelaku usaha, yang memasarkan kosmetik impor yang ilegal yaitu:

1. Sanksi administratif, berupa:
 - a. Peringatan tertulis.
 - b. Penarikan produk kosmetik dan penarikan iklan kosmetik tersebut.
 - c. Pemusnahan kosmetik.
 - d. Penghentian sementara kegiatan produksi, impor distribusi, penyimpanan, pengangkutan, dan penyerahan kosmetik.
 - e. Pencabutan sertifikat dan izin edar
2. Sanksi pidana sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku

¹⁹² Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan

Pelaku usaha yang lepas dan tidak bertanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen dapat melakukan beberapa upaya hukum yaitu melalui penyelesaian sengketa di pengadilan maupun luar pengadilan (jalur non pengadilan). Hal tersebut ditunjukkan untuk mencapai kesepakatan tentang bentuk ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak terulang kembalinya kerugian konsumen dikemudian hari. Penentuan pilihan penyelesaian sengketa mengikuti pilihan sukarela para pihak yang bersengketa. Berdasarkan Pasal 45 ayat (1) UUPK setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha, yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Pasal 52 UUPK menjelaskan bahwasannya tugas serta wewenang BPSK adalah untuk melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen melalui arbitrase maupun konsiliasi. Penyelesaian sengketa lainnya dapat melalui peradilan di lingkungan peradilan umum, yakni Pengadilan Negeri (PN).

Terkait iklan kosmetik, pelaku usaha pada Pasal 20 UUPK bahwasanya pelaku usaha bertanggung jawab atas diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut. Jika iklan kosmetik tersebut terbukti melakukan pelanggaran mengenai iklan kosmetik dapat dikenakan sanksi yaitu pelanggaran terhadap ketentuan dalam Peraturan Kepala Badan Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2016 tentang Pedoman Teknis Pengawasab Iklan Kosmetika dapat dikenai sanksi administratif kepada Pemilik Nomor Notifikasi berupa:

- a. peringatan tertulis;
- b. perintah penghentian tayang Iklan;
- c. penarikan dan/atau pemusnahan media Iklan meliputi poster atau selebaran, leaflet, stiker, buklet, pamflet, spanduk, banner, sarung ban dan yang sejenisnya;
- d. larangan mengiklankan produk;

e. penghentian sementara kegiatan produksi/distribusi/ importasi produk yang melanggar Iklan; dan/atau

f. pembatalan notifikasi terhadap produk yang melanggar Iklan.

