

## BAB II

### KAJIAN NORMATIF PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN PRODUK KOSMETIK

#### A. Konsep Perlindungan Konsumen

##### 1. Pengertian Konsumen dan Pelaku Usaha

Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan konsumen sebagai lawan produsen, yakni pemakai barang-barang hasil industri, bahan makanan, dan sebagainya.<sup>16</sup> Pengertian konsumen secara yuridis terdapat dalam Pasal 1 angka 2 UUPK, yaitu setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Di dalam kepustakaan ekonomi dikenal konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Pengertian konsumen dalam undang-undang ini adalah konsumen akhir.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> WJS. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1976, hlm. 521.

<sup>17</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, 2017, hlm. 4.

Pada umumnya konsumen diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan oleh pengusaha, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi.<sup>18</sup>

Dari beberapa definisi mengenai konsumen yang telah disebutkan, konsumen dapat dibedakan menjadi tiga batasan, yaitu :<sup>19</sup>

- a. Konsumen Komersial, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa lain dengan tujuan mendapatkan keuntungan;
- b. Konsumen Antara, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk diperdagangkan kembali juga dengan tujuan mendapatkan keuntungan;
- c. Konsumen Akhir, yaitu setiap orang yang menggunakan barang dan/atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup pribadi, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan kembali dan/atau untuk mendapatkan keuntungan kembali.

Di Amerika Serikat, pengertian konsumen meliputi “korban produksi yang cacat” yang bukan hanya meliputi pembeli, tetapi juga korban yang bukan pembeli tetapi pemakai, bahkan korban yang bukan pemakai memperoleh perlindungan yang sama dengan pemakai.<sup>20</sup> Sementara itu di

---

<sup>18</sup> Mariam Darus Badruzaman, *Perlindungan terhadap Konsumen Ditinjau dari Segi Standar Kontrak*, Bina Cipta, Bandung, hlm. 59-60.

<sup>19</sup> Az Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2014, hlm. 13.

<sup>20</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Press, Jakarta, 2017, hlm. 7

Eropa, pengertian konsumen bersumber *Product Liability Directive* (selanjutnya disebut *Directive*) sebagai pedoman bagi negara Masyarakat ekonomi Eropa (MEE) dalam menyusun ketentuan Hukum Perlindungan Konsumen. Berdasarkan *Directive* tersebut yang berhak menuntut ganti kerugian adalah pihak yang menderita kerugian (karena kematian atau cedera) atau kerugian berupa kerusakan benda selain produk yang cacat itu sendiri.<sup>21</sup>

Menurut Hans W. Miklitz, secara umum konsumen dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu :<sup>22</sup>

- a. Konsumen terinformasi, memiliki ciri-ciri sebagai berikut :
  1. Memiliki tingkat pendidikan tertentu;
  2. Mempunyai sumber daya ekonomi yang cukup, sehingga dapat berperan dalam ekonomi pasar bebas;
  3. Lancar berkomunikasi.
- b. Konsumen yang tidak terinformasi, memiliki ciri-ciri sebagai berikut :
  1. Kurang berpendidikan;
  2. Termasuk kategori ekonomi kelas menengah ke bawah;
  3. Tidak lancar dalam berkomunikasi.

---

<sup>21</sup> Nurhayati Abbas, "Hukum Perlindungan Konsumen dan Beberapa Aspeknya", *Makalah*, Elips Project, Ujung Pandang, 1996, hlm. 13.

<sup>22</sup> Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT.Grasindo Edisi Revisi, Jakarta, 2004, hlm. 3.

Istilah “Pelaku Usaha” terdapat dalam Pasal 1 angka 3 UUPK, yakni 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.

Pengertian pelaku usaha dalam dalam Pasal 1 angka 3 UUPK cukup luas karena meliputi grosir, leveransir, pengecer, dan sebagainya. Cakupan luasnya pengertian pelaku usaha dalam UUPK tersebut memiliki persamaan dengan pengertian pelaku usaha dalam masyarakat Eropa, terutama negara Belanda, bahwa yang dapat dikualifikasi sebagai produsen adalah; pembuat produk jadi; penghasil bahan baku; pembuat suku cadang; setiap orang yang menampakkan dirinya sebagai produsen, dengan jalan mencantumkan namanya, tanda pengenal tertentu, atau tanda lain yang membedakan dengan produk asli, pada produk tertentu; importir suatu produk dengan maksud untuk dijualbelikan, disewakan, disewagunakan (*leasing*) atau bentuk distribusi lain dalam transaksi perdagangan; pemasok (*supplier*), dalam hal identitas dari produsen atau importir tidak dapat ditentukan.<sup>23</sup> Terkait dengan hal tersebut, Az.Nasutian menyatakan bahwa dalam penjelasan undang-

---

<sup>23</sup> Johannes Gunawan, “Product Liability”, *Pro Justitia*, Tahun XII, Nomor 2, April 1994, hlm. 7.

undang yang termasuk dalam pelaku usaha adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain.<sup>24</sup>

## 2. Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan upaya penting untuk menjamin adanya kepastian hukum yang melindungi konsumen, karena kedudukan konsumen cenderung menjadi sasaran iktikad buruk dari pelaku usaha.<sup>25</sup> Secara yuridis, pengertian perlindungan konsumen terdapat dalam Pasal 1 angka 1 UUPK, yaitu segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Rumusan pengertian perlindungan konsumen yang terdapat dalam Pasal 1 angka 1 UUPK tersebut cukup memadai. Kalimat yang menyatakan “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum”, diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang merugikan pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen.<sup>26</sup>

Meskipun undang-undang ini disebut sebagai Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), namun bukan berarti kepentingan pelaku usaha tidak ikut menjadi perhatian, teristimewa karena keberadaan perekonomian nasional banyak ditemukan oleh para pelaku usaha.<sup>27</sup>

---

<sup>24</sup> Az Nasution, *Op,Cit*, hlm. 17.

<sup>25</sup> Endang Wahyuni, *Aspek Sertifikasi & Keterkaitannya dengan Perlindungan Konsumen*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003, hlm. 90.

<sup>26</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Press, Jakarta, 2017, hlm. 1.

<sup>27</sup> *Ibid.*

Perlindungan konsumen merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri.<sup>28</sup>

Sehubungan dengan hal tersebut, A.Z Nasution mengemukakan bahwa Hukum Konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah dan hubungan dalam mengatur masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang dan/atau jasa) antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat. Sementara itu hukum perlindungan konsumen adalah bagian khusus dari hukum konsumen. hukum perlindungan konsumen merupakan keseluruhan asas-asas atau kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat.<sup>29</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti berpendapat bahwa hukum konsumen berskala lebih luas meliputi berbagai aspek hukum yang terdapat kepentingan pihak konsumen dalamnya. Kata aspek hukum ini sangat bergantung pada kemauan kita mengartikan.<sup>30</sup>

Berbicara mengenai perlindungan konsumen berarti mempersoalkan kepastian tentang terpenuhinya hak-hak konsumen. Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas, yaitu meliputi perlindungan terhadap

---

<sup>28</sup> Janus Sidabolok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006, hlm. 9.

<sup>29</sup> Az. Nasution, *Op.Cit*, hlm. 37.

<sup>30</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, hlm. 5.

konsumen barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk memperoleh barang dan jasa hingga dampak dari penggunaan barang dan jasa tersebut.

Dua aspek cakupan perlindungan konsumen dapat dijelaskan sebagai berikut :<sup>31</sup>

- a. Perlindungan terhadap kemungkinan diserahkan kepada konsumen barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati atau melanggar ketentuan undang-undang. Dalam kaitan ini termasuk persoalan-persoalan mengenai penggunaan bahan baku, proses produksi, proses distribusi, desain produksi, dan sebagainya, apakah telah sesuai dengan standar sehubungan keamanan dan keselamatan atau tidak. Serta persoalan tentang bagaimana konsumen mendapatkan penggantian jika timbul kerugian mengkonsumsi produk yang tidak sesuai.
- b. Perlindungan terhadap kemungkinan diserahkan kepada konsumen syarat-syarat yang tidak adil. Dalam kaitan ini termasuk persoalan-persoalan promosi dan periklanan, standar kontrak, harga, layanan purna jual, dan sebagainya. Hal ini berkaitan dengan perilaku pelaku usaha atau produsen dalam memproduksi dan mengedarkan produknya.

---

<sup>31</sup> Janus Sidabolok, *Hukum Perlindungan Konsumen.....Op.Cit*, hlm. 10.

### 3. Tujuan dan Asas Perlindungan Konsumen

Di dalam perlindungan konsumen memiliki tujuan yang harus dicapai.

Tujuan itu terdapat di dalam Pasal 3 UUPK, yaitu sebagai berikut :

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsure kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk memperoleh informasi;
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan hukum bagi konsumen, sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Pasal 3 UUPK ini, merupakan isi pembangunan nasional sebagaimana disebutkan dalam Pasal 2, karena tujuan perlindungan konsumen yang ada itu



merupakan sasaran akhir yang harus dicapai dalam pelaksanaan pembangunan di bidang hukum perlindungan konsumen.<sup>32</sup>

Dalam ketentuan Pasal 2 UUPK terdapat 5 (lima) asas mengenai perlindungan hukum bagi konsumen yakni asas manfaat, asas keadilan, asas keseimbangan, asas keamanan dan keselamatan konsumen, serta asas kepastian hukum.

Asas-asas tersebut dijelaskan secara rinci sebagai berikut :

a. Asas Manfaat

Asas ini dimaksudkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

b. Asas Keadilan

Asas ini dimaksudkan untuk mewujudkan partisipasi seluruh rakyat secara maksimal dan memberi kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajiban secara adil.

c. Asas Keseimbangan

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, serta pemerintah dalam hal materiil maupun spiritual.

---

<sup>32</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit*, hlm. 34.

d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan terhadap konsumen atas keselamatan dalam menggunakan, memakai, dan memanfaatkan barang dan/atau jasa yang digunakan atau dikonsumsi.

e. Asas Kepastian Hukum

Asas ini dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen serta negara menjamin kepastian hukum.

Kelima asas yang disebutkan dalam pasal tersebut, bila diperhatikan substansinya, dapat dibagi menjadi 3 (tiga) asas yaitu :<sup>33</sup>

1. Asas kemanfaatan, yang didalamnya meliputi asas keamanan dan keselamatan konsumen;
2. Asas keadilan, yang didalamnya meliputi asas keseimbangan;
3. Asas kepastian hukum.

**4. Hak - Hak dan Kewajiban - Kewajiban Konsumen**

Istilah “perlindungan konsumen” dalam hal jual beli berkaitan dengan perlindungan hukum. Oleh karena itu, perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Aspek hukum yang dimaksud bukan hanya sekedar fisik,

---

<sup>33</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit*, hlm. 26.

melainkan terlebih-lebih mengenai hak-haknya yang bersifat abstrak. Secara umum terdapat empat hak dasar konsumen, yaitu :<sup>34</sup>

1. Hak memperoleh keamanan (*the right to safety*)

Hak memperoleh keamanan ditujukan untuk perlindungan konsumen dari pemasaran barang dan/atau jasa yang membahayakan keselamatan jiwa konsumen.

2. Hak memilih (*the right to choose*)

Hak memilih bagi konsumen merupakan hak prerogatif konsumen apakah ia akan membeli atau tidak suatu barang dan/atau jasa. Oleh karena itu, dalam hal ini konsumen ditunjang dengan hak mendapat informasi terutama apabila pemasaran produk melalui iklan sehingga terdapat banyak hal yang dapat menjadi faktor di luar dari diri konsumen.

3. Hak untuk informasi (*the right to be informed*)

Hak untuk informasi ini sangat fundamental sebagai faktor lain di luar diri konsumen sebagai penentu apakah konsumen akan menggunakan suatu barang dan/atau jasa. Sehingga konsumen berhak memperoleh informasi lengkap dan detail mengenai produk dan/atau jasa yang ditawarkan dengan penuh kejujuran. Dalam hal ini, informasi dapat diperoleh secara langsung maupun secara umum melalui berbagai media komunikasi agar tidak menyesatkan konsumen.

---

<sup>34</sup> Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen.... Op. Cit.*, hlm. 47-48.

#### 4. Hak untuk didengar (*the right to be heard*)

Hak ini dimaksudkan untuk menjamin konsumen bahwa kepentingan konsumen harus diperhatikan oleh pemerintah, termasuk untuk didengar dalam pembuatan kebijaksanaan mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen.

Empat hak dasar tersebut diakui secara internasional. Dalam perkembangannya, organisasi-organisasi konsumen yang tergabung dalam *The International Organization of Consumer Union* (IOCU) menambahkan lagi beberapa hak seperti hak mendapatkan pendidikan konsumen, hak mendapatkan ganti kerugian, dan hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat.

Hak konsumen sebagaimana yang tertuang dalam Pasal 4 UUPK adalah sebagai berikut :

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk mendengar pendapat dan keluhannya ats barang dan/atau jasa yang digunakan;

- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Di dalam Pasal 5 UUPK juga menyebutkan mengenai kewajiban konsumen sebagai berikut :

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

## 5. Hak - Hak dan Kewajiban - Kewajiban Pelaku Usaha

Untuk menciptakan rasa kenyamanan dalam melakukan kegiatan usaha bagi pelaku usaha serta sebagai keseimbangan atas hak-hak yang diberikan kepada konsumen, maka terdapat ketentuan hak-hak bagi pelaku usaha di dalam Pasal 6 UUPK, yaitu sebagai berikut :

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Dalam ketentuan Pasal 7 UUPK merupakan konsekuensi dari hak konsumen yang telah dijelaskan pada uraian di atas, maka kepada pelaku usaha juga dibebankan mengenai kewajiban pelaku usaha, yakni sebagai berikut :

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Berdasarkan kewajiban-kewajiban pelaku usaha sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 7 UUPK merupakan manifestasi hak konsumen dalam sisi lain yang ditargetkan untuk menciptakan budaya tanggung jawab pada diri pelaku usaha itu sendiri.

## 6. Larangan - Larangan bagi Pelaku Usaha

Untuk menghindari akibat negatif dari pemakaian suatu barang dan/atau jasa, maka telah ditentukan larangan-larangan bagi pelaku usaha yang diatur dalam 10 Pasal. UUPK menetapkan tujuan perlindungan konsumen antara lain yaitu untuk mengangkat harkat kehidupan konsumen, maka berbagai hal yang membawa akibat negatif dari pemakaian barang dan/atau jasa harus dihindarkan dari aktivitas perdagangan para pelaku usaha. Terkait dengan hal tersebut, sebagai upaya untuk menghindarkan akibat negatif dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut, maka UUPK telah menentukan berbagai larangan bagi pelaku usaha. Larangan-larangan tersebut diatur dalam Pasal 8 sampai dengan Pasal 17.

Berbagai larangan yang diatur dalam Pasal 8 UUPK yaitu sebagai berikut :

1. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang :
  - a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
  - b. Tidak sesuai dengan berat bersih isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
  - c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran sebenarnya;



- d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket, dan keterangan, atau keterangan barang dan jasa tersebut;
- e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan dan promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
- g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan atau pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
- h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan 'halal' yang tercantum dalam label;
- i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha, serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
- j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundangan yang berlaku.

2. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat, atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang yang dimaksud.
3. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
4. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Larangan-larangan yang tertuju pada produk adalah untuk memberikan perlindungan terhadap kesehatan/harta konsumen dari penggunaan barang dengan kualitas yang di bawah standar atau kualitas yang lebih rendah daripada nilai harga yang dibayar. Dengan adanya perlindungan, maka konsumen tidak akan diberikan barang kualitas yang lebih rendah daripada harga yang dibayarnya.

Selain Pasal 8, larangan - larangan bagi pelaku usaha juga dijelaskan dalam Pasal 9. Dimana dalam pasal tersebut dijelaskan mengenai larangan dalam mempromosikan suatu barang dan/atau jasa tertentu, yaitu sebagai berikut :

1. Pelaku usaha dilarang menawarkan, memproduksi, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah - olah :

- a. Barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
  - b. Barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
  - c. Barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesori tertentu;
  - d. Barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
  - e. Barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
  - f. Barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
  - g. Barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
  - h. Barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
  - i. Secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
  - j. Menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tampak keterangan yang lengkap;
  - k. Menawarkan sesuatu yang mengandung janji belum pasti
2. Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang untuk diperdagangkan.

3. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut.

Seperti halnya dengan Pasal 9, Pasal 10 UUPK juga menjelaskan mengenai larangan-larangan bagi pelaku usaha yang berhubungan dengan promosi dan iklan atas suatu barang dan/atau jasa :

1. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya.
2. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain.

Terkait dengan hal tersebut, dalam Pasal 10 UUPK dijelaskan bahwa pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang :

- a. Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan, dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;
- b. Mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa
- c. Memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa;

- d. Tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa;
- e. Mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizing yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan
- f. Melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan

Selain itu, dalam Pasal 10 angka 2 juga menegaskan bahwa pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada angka 1.

## **B. Tanggung Jawab Pelaku Usaha**

### **1. Pengertian Tanggung Jawab**

Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani menyatakan bahwa pertanggungjawaban hukum terkait dengan ada tidaknya suatu kerugian yang diderita oleh suatu pihak sebagai akibat (dalam hal hubungan konsumen-pelaku usaha) dari penggunaan, pemanfaatan, serta pemakaian oleh konsumen atas barang dan/atau jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha tertentu.<sup>35</sup>

Seorang konsumen yang mengkonsumsi barang dan/atau jasa kemudian menimbulkan kerugian, maka dapat menggugat atau meminta ganti rugi kepada pihak yang menimbulkan kerugian. Dalam hal ini, pihak yang meminta ganti kerugian itu dapat berupa produsen, pedagang besar, pedagang

---

<sup>35</sup> Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2000, hlm. 44

eceran/penjual ataupun pihak yang memasarkan produk, tergantung dari pihak yang menimbulkan kerugian bagi konsumen.

Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani juga menyatakan bahwa Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen tidak memberikan rumusan yang jelas dan tegas tentang definisi dari jenis barang yang secara hukum dapat dipertanggungjawabkan, dan sampai seberapa jauh suatu pertanggungjawaban atas barang tertentu dapat dikenakan bagi pelaku usaha tertentu atas hubungan hukumnya dengan konsumen. Hal ini kerat kaitannya dengan konsep *Product Liability* yang banyak dianut oleh negara-negara maju.<sup>36</sup>

## 2. Prinsip-Prinsip Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Secara umum, prinsip-prinsip tanggung jawab dalam hukum dapat dibedakan menjadi empat, yakni sebagai berikut :

1. Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan atau kelalaian (*fault liability* atau *liability based on fault*)

Tanggung jawab berdasarkan kelalaian atau kesalahan merupakan prinsip tanggung jawab yang bersifat subjektif, yakni suatu tanggung jawab yang ditentukan oleh perilaku produsen.<sup>37</sup> Berdasarkan teori *Negligence*, kelalaian yang berakibat pada munculnya kerugian merupakan faktor penentu adanya hak konsumen untuk mengajukan gugatan ganti rugi

---

<sup>36</sup> *Ibid*, hlm. 59.

<sup>37</sup> Inosentius Samsul, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak....Op. Cit.*, hlm. 46.

kepada produsen. Teori tersebut dapat dijadikan dasar gugatan, apabila memenuhi syarat-syarat sebagai berikut :<sup>38</sup>

- a. Suatu tingkah laku yang menimbulkan kerugian, tidak sesuai dengan sikap hati-hati yang normal;
- b. Harus dibuktikan bahwa tergugat lalai dalam kewajiban berhati-hati terhadap penggugat;
- c. Kelakuan tersebut merupakan penyebab nyata (*proximate cause*) dari kerugian yang timbul.

2. Prinsip tanggung jawab berdasarkan wanprestasi (*breach of warranty*)

Tanggung jawab produsen yang dikenal dengan wanprestasi adalah tanggung jawab berdasarkan kontrak. Ketika suatu produk rusak dan mengakibatkan kerugian, konsumen biasanya melihat isi kontrak atau perjanjian atau jaminan yang merupakan bagian dari kontrak, baik tertulis maupun lisan. Keuntungan bagi konsumen dalam gugatan berdasarkan teori ini adalah penerapan kewajiban yang sifatnya mutlak, yaitu suatu kewajiban yang tidak didasarkan pada upaya yang telah dilakukan penjual untuk memenuhi janjinya.

3. Prinsip tanggung jawab berdasarkan jaminan produk yang tertulis (*Express Warranty*)

Prinsip ini menerangkan bahwa pernyataan yang dikemukakan produsen atau merupakan janji yang mengikat produsen untuk memenuhinya. Hal

---

<sup>38</sup>Ahmadi Miru, *Op.Cit*, hlm. 148.

ini sangat penting, karena terkait dengan pertimbangan konsumen untuk membeli suatu produk berdasarkan informasi produsen tersebut. Pernyataan produsen terhadap produknya hanya diberlakukan bagi pembeli langsung yang bersifat eksplisit dan tegas. Akan tetapi prinsip tersebut dianggap kurang menguntungkan bagi konsumen, maka pernyataan produsen tidak hanya dalam bentuk kata-kata formal dan tertulis. Terlebih lagi, dengan adanya pernyataan penjual ketika menawarkan produknya kepada konsumen juga termasuk janji yang mengikat produsen.<sup>39</sup>

#### 4. Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict product liability*)

Menurut Adrian Sutedi, ada dua hak konsumen yang berhubungan dengan *Product Liability*, yaitu sebagai berikut :<sup>40</sup>

1. Hak untuk mendapatkan barang yang memiliki kuantitas dan kualitas yang baik serta aman. Dengan hak ini, berarti konsumen harus dilindungi untuk mendapatkan barang dengan kuantitas dan kualitas yang bermutu. Ketidaktahuan konsumen atas suatu produk barang yang dibelinya sering kali diberdayakan oleh pelaku usaha. Konsumen sering dihadapkan pada kondisi “jika setuju beli, jika tidak silahkan

---

<sup>39</sup> Inosentius Samsul, *Op Cit*, hlm 76.

<sup>40</sup> Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2008, hlm 51-52.



cari di tempat yang lain.” Dalam situasi demikian, biasanya konsumen terpaksa mencari produk alternatif (bila masih ada), yang mungkin kualitasnya lebih buruk.

## 2. Hak untuk mendapatkan ganti kerugian

Jika barang yang dibelinya cacat, rusak, atau telah membahayakan konsumen, ia berhak mendapatkan ganti kerugian yang layak. Akan tetapi, jenis ganti kerugian yang diklaimnya untuk barang yang cacat atau rusak tentu harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku atau atas kesepakatan masing-masing pihak. Artinya, konsumen tidak dapat menuntut secara berlebihan dari barang yang dibelinya dengan harga yang dibayarnya, kecuali barang yang dikonsumsi tersebut menimbulkan gangguan pada tubuh atau mengakibatkan cacat pada tubuh konsumen, maka tuntutan konsumen dapat melebihi dari harga barang yang dibelinya.

Berdasarkan ketentuan yang ada di dalam UUPK, maka setiap penyedia barang dan/atau jasa memiliki tanggung jawab terhadap konsumen. Hal tersebut telah diatur dalam Pasal 19 sampai Pasal 28 UUPK. Pasal-pasal yang mengatur pertanggungjawaban pelaku usaha berdasarkan ketentuan yang ada pada Pasal 19 UUPK yaitu sebagai berikut :

1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan 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 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.

Substansi Pasal 19 ayat (1) menurut Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo dalam bukunya mengemukakan tanggung jawab pelaku usaha, meliputi :

1. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan;
2. Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran;
3. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen.

Selanjutnya, Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani menyatakan bahwa Pasal 19 mengatur tentang pertanggungjawaban pelaku usaha pabrikan dan/atau distributor pada umumnya, untuk memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi

barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan, dengan ketentuan bahwa ganti rugi tersebut dapat dilakukan dalam bentuk 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. Ganti rugi harus diberikan dalam jangka waktu 7 (tujuh) hari sejak tanggal transaksi.<sup>41</sup>

Secara garis besar, lingkup tanggung jawab pembayaran ganti kerugian hanya dikategorikan menjadi dua, yaitu tuntutan ganti kerugian berdasarkan wanprestasi dan tuntutan ganti kerugian berdasarkan perbuatan melawan hukum. Kedua dasar tuntutan ganti kerugian ini dibahas secara rinci di bawah ini :

a. Tuntutan Berdasarkan Wanprestasi

Apabila tuntutan ganti kerugian didasarkan pada wanprestasi, maka terlebih dahulu tergugat dengan penggugat (produsen dengan konsumen) terikat suatu perjanjian. Dengan demikian, pihak ketiga (bukan sebagai pihak dalam perjanjian) yang dirugikan tidak dapat menuntut ganti kerugian dengan alasan wanprestasi.<sup>42</sup>

b. Tuntutan Berdasarkan Perbuatan Melawan Hukum

Berbeda dengan tuntutan ganti kerugian yang didasarkan pada perikatan yang lahir dari perjanjian (karena terjadinya wanprestasi),

---

<sup>41</sup> Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Op, Cit.*, hlm. 65-66

<sup>42</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit.* hlm. 131.

tuntutan ganti kerugian yang didasarkan pada perbuatan melawan hukum tidak perlu didahului dengan perjanjian antara produsen dengan konsumen, sehingga tuntutan ganti kerugian dapat dilakukan oleh setiap pihak yang dirugikan, walaupun tidak pernah terdapat hubungan perjanjian antara produsen dengan konsumen. dengan demikian, pihak ketiga pun dapat menuntut ganti kerugian.<sup>43</sup>

Dalam Pasal 24 UUPK menjelaskan bahwa pelaku usaha yang menjual barang dan atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan atau gugatan konsumen apabila :

- a. Pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apa pun atas barang dan/atau jasa tersebut;
- b. Pelaku usaha lain, di dalam transaksi jual beli tidak mengetahui adanya perubahan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha atau tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi.

Pasal tersebut menegaskan bahwa pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibebaskan dari tanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha lain yang membeli barang dan/atau jasa menjual kembali kepada konsumen dengan melakukan perubahan atas barang dan/atau jasa tersebut.

Adanya pengaturan di dalam Pasal 24 ayat (1) tersebut, maka Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo menyatakan bahwa pelaku usaha yang menjual

---

<sup>43</sup> *Ibid*, hlm. 133.

barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain akan tetap bertanggung jawab atas tuntutan ganti kerugian dan/atau gugatan konsumen sekalipun tidak memiliki hubungan kontraktual dengan konsumen yang bersangkutan.

Tanggung jawab yang dimaksud oleh pasal ini adalah tanggung jawab berdasarkan perbuatan melanggar hukum. Dasar pertanggungjawaban ini yaitu karena adanya syarat yang telah ditentukan dalam pasal tersebut, yaitu : apabila pelaku usaha lain yang menjual barang dan/atau jasa hasil produksinya kepada konsumen tidak melakukan perubahan apapun atas barang dan/atau jasa tersebut. Namun bila pelaku usaha lain yang melakukan transaksi jual beli dengan produsen, tidak mengetahui adanya perubahan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh produsen, atau produsen yang bersangkutan telah memproduksi barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan contoh, mutu dan komposisi yang diperjanjikan sebelumnya.<sup>44</sup>

Terkait dengan Pasal 24 ayat (2), Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani juga mengatakan bahwa jika pelaku usaha lain yang membeli barang dan/atau jasa menjual kembali kepada konsumen dengan melakukan perubahan atas barang dan/atau jasa tersebut, maka tanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen dibebankan sepenuhnya kepada pelaku usaha lain yang telah melakukan perubahan tersebut.<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit*, hlm. 155-156.

<sup>45</sup> Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Op. Cit.*, hlm. 67

Selanjutnya, terkait dengan dua pasal lainnya, Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani mengatakan bahwa Pasal 25 dan Pasal 26 berhubungan dengan layanan purna jual oleh pelaku usaha atas barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Dalam hal ini pelaku usaha diwajibkan untuk bertanggung jawab sepenuhnya atas jaminan dan/atau garansi yang diberikan, serta penyedia suku cadang atau perbaikan.<sup>46</sup>

Dalam Pasal 27 UUPK, pelaku usaha yang memproduksi barang dibebaskan dari tanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen, apabila :

1. Barang tersebut terbukti seharusnya tidak diedarkan atau tidak dimaksudkan untuk diedarkan;
2. Cacat barang timbul pada kemudian hari;
3. Cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan mengenai kualifikasi barang;
4. Kelalaian yang diakibatkan oleh konsumen;
5. Lewatnya jangka waktu penuntutan 4 (empat) tahun sejak barang dibeli atau lewatnya jangka waktu yang diperjanjikan.

Sehubungan dengan hal tersebut, apabila dikaitkan dengan asas hukum perdata, dapat dikatakan bahwa siapapun yang tindakanya merugikan pihak lain, maka wajib memberikan ganti rugi kepada pihak yang menderita kerugian tersebut. Apabila berbicara mengenai konsep dan teori ilmu hukum,

---

<sup>46</sup> *Ibid*

Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani menyatakan perbuatan yang merugikan tersebut dapat lahir karena :<sup>47</sup>

- a. Tidak ditepatinya suatu perjanjian atau kesepakatan yang telah dibuat (yang pada umumnya dikenal dengan istilah wanprestasi);
- b. Semata-mata lahir karena suatu perbuatan tersebut (dikenal dengan perbuatan melawan hukum.

Akibat kerugian yang diderita oleh konsumen maka gugatan yang tepat digunakan biasanya adalah wanprestasi atau perbuatan melawan hukum. Apabila ada hubungan kontraktual antara konsumen dengan pelaku usaha, maka gugatannya adalah wanprestasi. Kerugian yang dialami konsumen dikarenakan tidak dilaksanakannya prestasi oleh pengusaha atau pelaku usaha, apabila konsumen menggunakan gugatan perbuatan melawan hukum, maka hubungan kontraktual antara konsumen dengan pelaku usaha tidaklah disyaratkan. Hal demikian telah dikemukakan oleh Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo dalam bukunya Perlindungan Konsumen.

Menurutnya, secara umum, tuntutan ganti kerugian atas kerugian yang dialami oleh konsumen sebagai akibat penggunaan produk hanya digolongkan menjadi dua kategori, yaitu :<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup> *Ibid.*, hlm. 62

<sup>48</sup> Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit.*, hlm. 127-129.

### 1. Tuntutan Berdasarkan Wanprestasi

Apabila tuntutan ganti kerugian didasarkan pada wanprestasi, maka terlebih dahulu tergugat dengan penggugat (produsen dengan konsumen) terkait suatu perjanjian. Dengan demikian, pihak ketiga (bukan sebagai pihak dalam perjanjian) yang dirugikan tidak dapat menuntut ganti kerugian dengan alasan wanprestasi.

### 2. Tuntutan Berdasarkan Perbuatan Melawan Hukum

Berbeda dengan tuntutan ganti kerugian yang didasarkan wanprestasi, tuntutan ganti kerugian yang didasarkan pada perbuatan melawan hukum tidak perlu didahului dengan perjanjian antara produsen dengan konsumen, sehingga tuntutan ganti kerugian dapat dilakukan oleh setiap pihak yang dirugikan, walaupun tidak pernah terdapat hubungan perjanjian antara produsen dengan konsumen. Dengan demikian, pihak ketiga dapat menuntut ganti kerugian.

## C. Pengaturan Produk Kosmetik

### 1. Pengertian Kosmetik

Kosmetik berasal dari bahasa Yunani yaitu kosmein yang artinya “berhias”. Bahan yang digunakan dalam usaha untuk mempercantik diri dahulu diramu dengan bahan-bahan alami yang berasal dari alam di sekitarnya. Namun seiring berkembangnya zaman, kini kosmetik tidak hanya



dibuat dari bahan alami saja, tetapi juga bahan-bahan non alami atau buatan (bahan kimia) dengan maksud untuk mempercantik diri.<sup>49</sup>

Pengertian kosmetik menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, yaitu obat (bahan) untuk mempercantik wajah, kulit, rambut, dan sebagainya seperti bedak dan pemerah bibir. Sedangkan pengertian kosmetika menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yaitu ilmu tata cara mempercantik wajah, kulit, dan rambut.<sup>50</sup>

Pengertian kosmetik menurut *Fedral Food Cosmetic Act* (1985) yaitu bahan atau campuran bahan untuk digosokkan, diletakkan, dituangkan, dipercikkan, atau disemprotkan pada, dimasukkan dalam, dipergunakan pada badan manusia dengan maksud untuk membersihkan, memelihara, menambah daya tarik dan mengubah rupa dan tidak termasuk golongan obat. Zat tersebut tidak boleh mengganggu kulit atau kesehatan tubuh secara keseluruhan. Dalam definisi tersebut jelas dibedakan antara kosmetik dengan obat yang dapat mempengaruhi stuktur dan faal tubuh.<sup>51</sup>

Selanjutnya, terkait dengan hal tersebut, pengertian kosmetik juga dijelaskan di dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor

---

<sup>49</sup> Wasitaatmaja, *Penuntun Ilmu Kosmetik Medik*, Universitas Indonesia Press, Jakarta, 1997, hlm 26-27.

<sup>50</sup> Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, 1990, Jakarta.

<sup>51</sup> Ny. Lies Yul Achyar, "Dasar-dasar Kosmetologi Kedokteran", *Majalah Cermin Dunia Kedokteran*, <http://www.scribd.com> diakses pada tanggal 12 Desember 2014.

1175 /MENKES / PER / VIII / 2010 tentang Notifikasi Kosmetika, yaitu sebagai berikut :

Kosmetik adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar) atau gigi dan membrane mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan, dan atau memperbaiki bau badan atau melindungi dan memelihara tubuh pada kondisi baik.

Selain itu, definisi kosmetik juga dijelaskan dalam Pasal 1 angka 1 Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 445 / MENKES / PER / V / 1998 tentang Bahan, Zat Pewarna, Substratum, Zat Pengawet, dan Tabir Surya Pada Kosmetik adalah paduan bahan siap digunakan pada bagian luar tubuh (kulit, rambut, kuku, bibir, dan organ kelamin luar), gigi dan rongga mulut untuk memberikan, menambah daya tarik, mengubah penampilan, melindungi, supaya tetap dalam keadaan baik, memperbaiki bau badan, tetap tidak dimaksudkan untuk mengobati atau menyembuhkan suatu penyakit.

Selanjutnya menurut Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor Hk.00.05.4.1745 Tahun 2003 tentang Kosmetik adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar) atau gigi dan mukosa mulut terutama untuk membersihkan,

mewangikan, mengubah penampilan dan atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik.

## 2. Pemanfaatan Kosmetik bagi Manusia

Kosmetik banyak digunakan oleh konsumen yaitu untuk pembersih, pelembab, pelindung, penipis, rias atau dekoratif, serta untuk wewangian yang bertujuan untuk mempercantik diri.

Kegunaan kosmetik untuk kesehatan dan kecantikan antara lain sebagai berikut :<sup>52</sup>

### a. Kosmetik pemeliharaan dan perawatan kulit

Kosmetik berguna untuk mencegah timbulnya kelainan kulit serta mempertahankan keadaan kulit yang baik agar tidak berubah menjadi buruk.

### b. Kosmetik rias atau dekoratif

Berguna untuk memperbaiki penampilan.

### c. Kosmetik wangi-wangian (parfum)

Untuk menambah daya tarik penampilan dan menutupi bau badan yang kurang sedap.

## 3. Klasifikasi Kosmetik

Adapun kegunaan kosmetik yang dapat dibagi menjadi dua, yaitu sebagai berikut :<sup>53</sup>

---

<sup>52</sup> <http://www.scribd.com/doc/106627153/Manfaat-Aplikasi-Dan-Efek-Samping-Kosmetik>

## 1. Kosmetik Perawatan Kulit

Jenis kosmetik ini digunakan untuk merawat kebersihan dan kesehatan kulit termasuk di dalamnya adalah kosmetik untuk membersihkan kulit, melindungi, melembabkan kulit, dan untuk menipiskan kulit (*peeling*).

## 2. Kosmetik Riasan atau Dekoratif

Jenis kosmetik ini digunakan untuk merias, menutupi cacat sehingga menimbulkan penampilan yang lebih menarik, dan menimbulkan efek psikologis yang baik, disini peran zat pewarna dan pewangi sangat besar.

Jalineck di dalam bukunya menyatakan mengenai penggolongan kosmetik. Ia menjelaskan bahwa penggolongan kosmetik dapat digolongkan menjadi pembersih, deodorant, dan anti prespirasi, protektif, efek dalam, superficial, dekoratif dan untuk kesenangan.<sup>54</sup>

Selanjutnya, menurut Wels Fv dan Lubewo II mengatakan bahwa kosmetik tergolongkan menjadi preparat untuk tangan dan kaki, kosmetik badan, preparat untuk rambut, kosmetik untuk pria lainnya.<sup>55</sup>

Kemudian Breur EW dan *Principles of Cosmetic for Dermatologist* mengklasifikasi kosmetik sebagai berikut :<sup>56</sup>

---

<sup>53</sup> Wasitaatmaja, *Penuntun Ilmu Kosmetik Medik*, Universitas Indonesia Press, Jakarta, 1997, hlm . 30.

<sup>54</sup> Retno Iswari Trianggono dan Fatma Latifah, *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*, Gramedia Pustaka, Jakarta, 2007, hlm. 9.

<sup>55</sup> *Ibid*

<sup>56</sup> *Ibid*

1. Toiletries, terdiri dari sabun, sampo, pengkilap rambut, kondisioner rambut, piñata, pewarna, pengeriting rambut, pelurus rambut, deodorant, anti prespirasi, dan tabir surya;
2. Skin Care, terdiri dari pencukur, pembersih, toner, pelembab, masker, krim malam, dan bahan untuk mandi;
3. Make Up, terdiri dari foundation, eye make up, lipstick, blusher, enamel kuku;
4. Fragrance, terdiri dari parfumes, colognes, toilet water, body lotion, bath powder, dan after shave agents.

Selanjutnya Dr. Cipto Mangunkusumo, bagian ilmu penyakit kulit dan kelamin FKUI/RSUPN, mengklasifikasi kosmetik yang terdiri atas :

- a. Kosmetik pemeliharaan dan perawatan

Kosmetik ini terdiri dari kosmetik pembersih, kosmetik pelembab, kosmetik pelindung, dan kosmetik penipis;

- b. Kosmetik rias atau dekoratif

Kosmetik ini terdiri atas kosmetik rias kulit terutama wajah, kosmetik rias rambut, kosmetik rias kuku, kosmetik rias bibir, dan kosmetik rias mata;

- c. Kosmetik pewangi dan parfum

Kosmetik ini terdiri dari deodorant, after shave lotion, parfum, dan *eau de toilette*;

#### 4. Pengaturan Kosmetik

Perlindungan konsumen terhadap penggunaan kosmetik sangat diperlukan untuk melindungi konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha.

Penggunaan kosmetik yang merugikan konsumen biasanya tidak terdaftar pada BPOM, sehingga produk yang dipasarkan tanpa ada izin dari BPOM tidak sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan sebagai standar kosmetik yang baik.<sup>57</sup> Undang-undang perlindungan konsumen mengatur sejumlah hak konsumen bahwasannya konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam penggunaan barang dan/atau jasa. Dalam Pasal 1 ayat 2 Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1175/MENKES/PER.VIII/2010 mengenai Izin Kosmetik menyebutkan bahwa kosmetik yang beredar harus memenuhi persyaratan mutu, keamanan, dan kemanfaatan. Beberapa pasal yang mengatur produk kosmetik antara lain sebagai berikut :

Di dalam Pasal 3, dijelaskan mengenai pembuatan kosmetika hanya dapat dilakukan oleh industri kosmetika.

Dalam Pasal 4 telah dijelaskan sebagai berikut :

- a. Industri kosmetika yang akan membuat kosmetik harus memiliki izin produksi;
- b. Izin produksi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 diberikan oleh Direktur Jendral.

---

<sup>57</sup> [http://etd.unsyiah.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=22766](http://etd.unsyiah.ac.id/index.php?p=show_detail&id=22766)

Pasal 5 menjelaskan bahwa izin produksi berlaku selama 5 (lima) tahun dan dapat diperpanjang selama memenuhi ketentuan yang berlaku.

Di dalam Pasal 6 dijelaskan sebagai berikut :

- a. Izin produksi kosmetika diberikan sesuai bentuk dan jenis sediaan kosmetika yang akan dibuat;
- b. Izin produksi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dibedakan atas 2 (dua) golongan sebagai berikut :
  1. Golongan A yaitu izin produksi untuk industri kosmetika yang dapat membuat semua bentuk dan jenis sediaan kosmetika;
  2. Golongan B yaitu izin produksi untuk industri kosmetika yang dapat membuat bentuk dan jenis sediaan kosmetika tertentu dengan menggunakan teknologi sederhana.
- c. Bentuk dan jenis sediaan kosmetika tertentu sebagaimana dimaksud pada ayat 2 huruf b ditetapkan oleh Kepala Badan.

Dalam Pasal 7 dijelaskan sebagai berikut :

- a. Industri kosmetika dalam membuat kosmetika wajah menerapkan CPKB;
- b. CPKB sebagaimana dimaksud pada ayat 1 ditetapkan oleh Menteri;
- c. Ketentuan lebih lanjut mengenai pedoman penerapan CPKB ditetapkan oleh Kepala Badan.

Pasal 21 menjelaskan apabila hasil pemeriksaan menunjukkan adanya atau patut diduga adanya pelanggaran hukum di bidang kosmetika, segera

dilakukan penyidikan oleh Penyidik Pegawai Negeri Sipil yang berwenang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Selain Peraturan Menteri yang telah dijelaskan di atas, adapun Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia yang mengatur mengenai izin dan pembuatan kosmetik. Di dalam Keputusan BPOM tersebut memuat beberapa pasal terkait tata cara dan pembuatan kosmetik yang baik. Keputusan tersebut terdapat di dalam Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan No. HK.00.05.4.1745 dan telah ditetapkan pada 5 Mei 2003. Beberapa pasal tersebut diantaranya sebagai berikut :

Di dalam Pasal 4 dijelaskan bahwa bahan kosmetik sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 2 huruf a harus memenuhi persyaratan mutu sesuai dengan Kodeks Kosmetik Indonesia atau standar lain yang diakui.

Dalam Pasal 8 dijelaskan sebagai berikut :

- a. Industri kosmetik harus memenuhi persyaratan Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik;
- b. Industri yang memenuhi persyaratan Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik diberikan Sertifikat oleh Kepala Badan.

Pasal 9 menerangkan bahwa :

- a. Penerapan Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik dilaksanakan secara bertahap dengan memperhatikan kemampuan industri kosmetik;



- b. Ketentuan lebih lanjut mengenai penerapan Cara Pembuatan kosmetik yang Baik ditetapkan oleh Kepala Badan.

Dalam Pasal 10 dijelaskan sebagai berikut :

- a. Kosmetik sebelum diedarkan harus didaftarkan untuk mendapatkan izin edar dari Kepala Badan;
- b. Yang berhak untuk mendaftarkan adalah :
  - 1. Produsen kosmetik yang mendapatkan izin usaha industri;
  - 2. Perusahaan yang bertanggung jawab atas pemasaran;
  - 3. Badan hukum yang ditunjuk atau diberi kuasa oleh perusahaan dari negara asal.

Pasal 16 menerangkan bahwa :

- a. Kosmetik dinyatakan tidak memenuhi persyaratan mutu, keamanan dan kemanfaatan yang dapat merugikan masyarakat, berdasarkan hasil pengawasan dan atau hasil penelitian kembali sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15; atau
- b. Produsen, perusahaan atau badan Hukum tidak memenuhi persyaratan sebagaimana dimaksud dalam dalam Pasal 10 ayat 2; atau
- c. Terkena sanksi sebagaimana dimaksud Pasal 38.

Pasal 38 menjelaskan bahwa apabila hasil pemeriksaan oleh pemeriksa menunjukkan adanya dugaan atau patut diduga adanya tindak pidana di bidang kosmetik segera dilakukan penyidikan oleh penyidik Badan Pengawas Obat dan Makanan.

Dalam Pasal 39 dijelaskan sebagai berikut :

a. Pelanggaran terhadap ketentuan dalam keputusan ini dapat diberikan sanksi administratif berupa :

1. Peringatan tertulis;
2. Penarikan kosmetik dari peredaran termasuk penarikan iklan;
3. Pemusnahan kosmetik;
4. Penghentian sementara kegiatan produksi, impor, distribusi, penyimpanan, pengangkutan, dan penyerahan kosmetik;
5. Pencabutan sertifikat dan atau izin edar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat 2 dan Pasal 10 ayat 1.

b. Selain dikenai sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dapat pula dikenakan sanksi pidana sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Menurut BPOM, ciri-ciri kosmetik berbahaya atau tidak terdaftar dalam izin BPOM, yaitu :<sup>58</sup>

a. Tidak mendapatkan izin dari BPOM

Kosmetik legal terdaftar izinnya dalam BPOM, sehingga kualitasnya dipastikan memberikan kenyamanan dan keamanan bagi konsumen yang menggunakan produk kosmetik. Cara melihat kemasan produk kosmetik

---

<sup>58</sup> <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-4164035/perlu-tahu-bpom-beberkan-ciri-ciri-obat-dan-kosmetik-ilegal>

yang sudah terdaftar dalam BPOM pada kemasan produk terdapat adanya nomor BPOM.

b. Memiliki ciri khas warna mengkilap

Pada cream yang asli warnanya tidak terlalu terang, sedangkan cream yang palsu lebih mengkilap seperti kuning cerah atau putih bersih mengkilat. Adanya warna mengkilat pada cream mengindikasikan bahwa cream tersebut tercampur bahan pewarna tekstil atau pewarna kimia yang sangat berbahaya bila diaplikasikan pada kulit manusia.

c. Memiliki ciri khas bau harum menyengat

Bau yang tajam menyengat yakni didapat dari bau logam merkuri. Logam merkuri memiliki bau yang sangat menyengat, maka produsen menambahkan wangi parfum dengan kadar yang sangat banyak untuk menutupi bau logam merkuri.

d. Memiliki ciri khas tekstur tidak rata serta lengket

Kosmetik berbahaya teksturnya tidak tercampur merata dan lengket saat diaplikasikan pada kulit manusia.

e. Memiliki ciri khas panas dan mengelupas pada kulit manusia

Kosmetik palsu akan memberikan sensasi panas dan mengelupas bahkan rasa sakit seperti terbakar yang mengakibatkan bekas seperti luka bakar. Jika penggunaan kosmetik yang memberikan efek panas dan mengelupas digunakan dalam waktu yang terus menerus dapat mengakibatkan komplikasi penyakit kanker kulit.

- f. Memiliki ciri khas hasil cepat putih pada kulit manusia

Kosmetik yang berbahaya memiliki efek cepat putih pada pemakaian pertama. Jika digunakan dalam jangka waktu yang lama maka menimbulkan penyakit kulit berbahaya.

- g. Memiliki ciri khas memberikan efek ketergantungan penggunaan kosmetik

Konsumen yang tidak menggunakan produk kosmetik yang biasa dipakai akan mengalami perubahan warna kulit menjadi kusam bahkan terdapat perubahan warna kulit yang tidak wajar, sehingga adanya efek ketergantungan jika sudah lama tidak memakai produk kosmetik tersebut.

- h. Memiliki ciri khas tekstur kenyal dan susah menyerap pada kulit manusia

Adanya bahan kimia yang terdapat dalam kosmetik akan memberikan efek seperti lem, sehingga kulit tidak dapat menyerap.

- i. Memiliki ciri khas mengandung hidroquinon

Adanya hidroquinon menghambat produksi pigmen kulit jika melebihi standar yang diberikan oleh badan BPOM. Hidroquinon dapat digunakan sebagai bahan kosmetik asal tidak melebihi 2%. Jika melebihi 2%, maka akan meninggalkan iritasi pada kulit.

## 5. Bahan Kosmetik

Sesuai dengan Keputusan Kepala Badan Pengawasan Obat dan Makanan Nomor HK.00.05.4.1745 Tahun 2003, bahan yang harus digunakan dalam



pembuatan kosmetik harus memenuhi persyaratan yaitu bahan yang diizinkan digunakan dalam kosmetik dengan pembatasan dan persyaratan penggunaan sesuai dengan yang ditetapkan, zat pengawet yang diizinkan digunakan dalam kosmetik dengan persyaratan penggunaan dan kadar maksimum yang diperbolehkan dalam produk akhir sesuai dengan yang ditetapkan, bahan tabir surya yang diizinkan digunakan dalam kosmetik dengan persyaratan kadar maksimum dan persyaratan lainnya sesuai yang ditetapkan.

## 6. Zat Warna Merah K3

### a. Sifat fisika – kimia

Jenis pewarna Merah K3 berbentuk serbuk merah, dengan rumus molekul  $(C_{17}H_{12}ClN_2O_4S)_2Ba$ . bobot molekul 888,6, mempunyai titik lebur 343-345<sup>0</sup>C dengan masa jenis 1,669 gr/cm<sup>3</sup>, dan banyak digunakan sebagai tinta percetakan. Merah K3 larut dalam air dan etanol dan tidak larut dalam aseton dan benzena. Nama IUPAC merah K3 adalah 5-kloro-2-((2-hidroksi-1-naphthalenil) azo)-4-metil benzena asam sulfona, garam barium (2; 1). Indeks warna Nomor 15585:1. Sinonim Merah K3 adalah CI Pigment Red 53, Ba salt; CI Pigment Red 53, barium salt (2;1); D dan C Red Nomor 9; pigment Red 53:1; Lake Red C; Red Lake C (IARC, 1993).

### b. Efek samping zat pewarna merah K3

Belum ada bukti yang memadai pada manusia untuk menimbulkan efek karsinogenik. Pemberian zat warna merah K3 secara oral menimbulkan toksitas rendah. Zat warna tersebut tidak mengiritasi kulit dan mata. Pemberian secara perulang dengan konsentrasi tinggi menimbulkan perubahan hematologi serta memiliki efek pada limpa, hati dan ginjal. Dosis tertinggi dari merah K3 yang tidak menimbulkan efek yang merugikan kesehatan adalah 25 mg/kg berat badan. Merah K3 terbukti tidak genotoksik dalam berbagai uji in-vitro dan in-vivo.

Beberapa uji toksitas untuk jangka panjang pada tikus tidak mengungkapkan adanya efek karsinogenik. Namun dalam suatu uji pemberian merah K3 pada dosis tinggi menyebabkan perkembangan pada fibrosarkomas limpa. Sehingga ketika merah K3 dinyatakan tidak genotoksik, timbulnya efek karsinogenik dianggap sebagai konsekuensi dari timbulnya kerusakan jaringan.