

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada dasarnya manusia diciptakan Tuhan dalam rupa dan wujud yang sempurna. Keinginan manusia untuk tampil lebih cantik dan sempurna khususnya kaum wanita juga merupakan satu hal yang wajar. Selain itu kehidupan moderen masyarakat saat ini tidak hanya menuntut kemajuan yang berkembang pesat tetapi juga nilai-nilai kecantikan dan keindahan terhadap penampilan. Pada era perdagangan bebas sekarang banyak kosmetik yang beredar di pasaran dengan berbagai jenis merek.

Keinginan seorang wanita untuk selalu tampil cantik banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab dengan memproduksi atau memperdagangkan kosmetik yang tidak memenuhi persyaratan untuk diedarkan kepada masyarakat. Kebanyakan wanita sangat tertarik untuk membeli produk kosmetik dengan harga murah serta hasilnya cepat terlihat. Oleh karena itu, wanita banyak yang memakai jalan alternatif untuk membeli suatu produk walaupun produk kosmetik yang dibelinya tidak memenuhi persyaratan serta tidak terdaftar dalam BPOM.

Banyak bermunculan produk-produk kosmetik baik yang diproduksi dalam negeri maupun diimport dari luar negeri seiring dengan banyaknya permintaan kebutuhan akan kosmetik oleh konsumen Indonesia khususnya kalangan wanita. Dengan adanya permintaan konsumen yang besar ini, banyak pelaku yang melalaikan kewajibannya dalam memberi perlindungan kepada kosumennya, sehingga banyak konsumen yang tertipu dengan harga produk yang

murah tetapi menjanjikan kualitas yang bagus. Sehubungan dengan hal tersebut Ahmadi Miru dalam bukunya yang berjudul Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia, menyatakan bahwa:

Hal tersebut memungkinkan beredar luasnya kosmetik-kosmetik dalam memenuhi kebutuhan pasar yang menjadi ladang bisnis untuk pelaku usaha, baik kosmetik yang memiliki izin edar dari pemerintah sampai yang tidak berizin edar dari pemerintah. Kegiatan seperti ini seringkali dijadikan lahan bisnis bagi pelaku usaha yang mempunyai iktikad buruk akibat posisi konsumen yang lemah karena tidak adanya perlindungan yang seimbang untuk melindungi hak-hak dari konsumen.<sup>1</sup>

Di dalam penjelasan umum Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), disebutkan bahwa piranti hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha, tetapi justru mendorong iklim berusaha yang sehat, serta lahirnya perusahaan tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/ atau jasa yang berkualitas.<sup>2</sup> Berdasarkan dari penjelasan umum (UUPK) perlindungan yang diberikan kepada konsumen tidak semata-mata untuk menyalahkan dan merugikan pelaku usaha sebagai produsen melainkan untuk memberikan keamanan bagi konsumen dan nama baik pelaku usaha agar dapat meningkatkan kualitasnya.

Menurut Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) ada sejumlah kosmetik yang mengandung bahan berbahaya yang ditemukan selama pengawasan rutin Badan POM diseluruh Indonesia terhadap kosmetika yang beredar dari Oktober 2014 sampai September 2015. Bahan berbahaya tersebut

---

<sup>1</sup> Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2011, hlm. 1.

<sup>2</sup> Gunawan Widjaja, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2000, hlm. 17.

adalah Penggunaan Pewarna Merah K3, Merah K10, Asam Retinoat, Merkuri dan Hidrokinon dalam kosmetika dapat menimbulkan berbagai risiko kesehatan. Sebagai contoh, pewarna Merah K3 dan Merah K10 yang sering disalahgunakan pada sediaan tata rias (*eye shadow*, lipstik, perona pipi, dan cream malam) memiliki sifat karsinogenik dan dapat menimbulkan gangguan fungsi hati dan kanker hati. Sementara hidrokinon yang banyak disalah gunakan sebagai bahan pemutih/pencerah kulit, selain dapat menyebabkan iritasi kulit, juga dapat menimbulkan *ochronosis* (kulit berwarna kehitaman). Efek tersebut mulai terlihat setelah penggunaan selama 6 bulan dan kemungkinan bersifat *irreversible* (tidak dapat dipulihkan). Berdasarkan dari kontrol pengawasan rutin tersebut ditemukan 30 jenis kosmetika mengandung bahan berbahaya yang terdiri dari 13 jenis kosmetika produksi luar negeri dan 17 jenis kosmetika produksi dalam negeri.<sup>3</sup>

Salah satu pelaku usaha yang termasuk dalam data pengawasan yang dilakukan oleh BPOM yaitu CV. Purbamas, yang berdomisili di Yogyakarta. CV tersebut memang bergerak dalam produksi kosmetika. Produknya termasuk dalam penyitaan yang dilakukan BPOM adalah produk cream malam yang mengandung Asam Retinoat.<sup>4</sup>

Keberadaan Indonesia sebagai negara hukum mengharuskan semua pihak apabila melakukan tindakan harus berlandaskan pada hukum, tidak terkecuali dengan pelaku usaha yang berkecimpung dalam bisnis kosmetik. Oleh karenanya pada tahun 1999 disahkan Undang-Undang perlindungan konsumen sebagai

---

<sup>3</sup><http://www.pom.go.id/new/index.php/view/pers/286/WASPADA-KOSMETIKA-MENGANDUNG-BAHAN-BERBAHAYA-----Teliti-Sebelum-Memilih-Kosmetika----.html>, 30 November 2015, 09.00

<sup>4</sup> <http://health.liputan6.com/read/2379251/ini-daftar-produk-kosmetik-impor-berbahaya>, 01 Desember 2015, 16.30

payung hukum dalam memberikan perlindungan berupa hak dan kewajiban kepada konsumen juga sebagai acuan untuk memasarkan dan membuat produk bagi pelaku usaha.

Meskipun Undang-Undang ini disebut sebagai Undang-Undang Perlindungan Konsumen namun bukan berarti kepentingan pelaku usaha tidak ikut menjadi perhatian, teristimewa karena keberadaan perekonomian nasional banyak ditentukan oleh para pelaku usaha. Kesewenang-wenangan akan mengakibatkan ketidak pastian hukum.<sup>5</sup>

Praktik monopoli dan tidak adanya perlindungan konsumen telah meletakkan posisi konsumen dalam tingkat yang terendah dalam menghadapi para pelaku usaha. Tidak adanya alternatif yang diambil oleh konsumen telah menjadi suatu rahasia umum dalam dunia atau industri usaha di Indonesia. Ketidakberdayaan konsumen dalam menghadapi pelaku usaha jelas sangat merugikan kepentingan masyarakat.<sup>6</sup>

Perlindungan hukum terhadap konsumen pengguna kosmetik juga harus lebih diperhatikan mengingat sudah beberapa tahun ini BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) melakukan perhitungan dan pengendalian produk terhadap seluruh temuan kosmetika mengandung bahan berbahaya ini telah dilakukan pembatalan izin edar, perintah penarikan dan pengamanan produk dari peredaran dengan nilai 8,8 milyar rupiah. Jika dilihat dari jumlah produk yang disampling

---

<sup>5</sup> Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Delapan, Rajawali Pers, Jakarta, 2014, hlm. 1.

<sup>6</sup> Gunawan Widjaja, *op.cit*, hlm. 1.

selama 5 tahun terakhir, jumlah temuan kosmetika yang mengandung bahan berbahaya atau dilarang cenderung **naik** dari 0,65% menjadi 0,74%.<sup>7</sup>

Perlindungan yang dimaksud agar konsumen lebih terlindungi mengingat angka yang ditemukan dalam pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha kosmetik bukanya semakin tahun menurun tetapi sesuai dengan temuan yang dilakukan BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) malah semakin meningkat. Salah satu hal yang patut menjadi pertanyaan adalah ketersediaan informasi produk di dalam kemasannya, karena menurut Az. Nasution, Informasi-informasi tersebut meliputi antara lain tentang ketersediaan barang atau jasa yang dibutuhkan masyarakat konsumen, tentang jaminan atau garansi produk, yang berkaitan dengan produk itu. Informasi tersebut dapat diperoleh dari keterangan atau bahan-bahan, lisan atau tertulis, para pelaku usaha (investor, produsen, distributor, penjual, agen-agen penjualan, dan para pengusaha lainnya) yang berkaitan.<sup>8</sup>

Label atau barang harus memuat semua informasi pokok tentang produk yang dijual sebagaimana yang ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku dan ditempelkan atau dimasukkan dalam kemasannya. Informasi yang benar dan bertanggung jawab akan memberikan dampak positif pada putusan

---

<sup>7</sup><http://www.pom.go.id/new/index.php/view/pers/286/WASPADA-KOSMETIKA-MENGANDUNG-BAHAN-BERBAHAYA----Teliti-Sebelum-Memilih-Kosmetika----.html>, 30 November 2015, 09.00

<sup>8</sup> Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2006, hlm. 73.

pilihan konsumen. Informasi yang tidak benar atau menipu, tentunya potensial dapat menimbulkan kerugian pada konsumen<sup>9</sup>

Menurut *The UN Guideline for Consumer Protection*, Majelis Umum PBB melalui Resolusi No. A/RES/39/248 pada 16 April 1985 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen mempunyai hak-hak dasar. Hak-hak dasar itu meliputi hak mendapatkan informasi yang jelas, benar, jujur dan mendapatkan jaminan keamanan dan kesehatan. Konsumen juga mempunyai hak untuk memilih, untuk didengar, mendapatkan ganti rugi dan mendapatkan lingkungan yang bersih. Namun demikian, kenyataannya konsumen masih sering menjadi korban.<sup>10</sup>

Penyampaian informasi produk seyogyanya disampaikan secara proporsional. Artinya, pelaku usaha tidak hanya menginformasikan keunggulan atau kekhasan produknya saja, melainkan juga dampak negatif mengenai penggunaan barang yang dijualnya, yang pada akhirnya konsumen dapat lebih cermat sebelum menggunakan barang tersebut. Tetapi pada prakteknya banyak pelaku usaha yang tidak melakukan hal-hal yang seharusnya dilakukan karena mereka lebih memikirkan keuntungan materi saja, dan kurang peduli dengan bahaya dari produk yang dijualnya.<sup>11</sup>

Bertitik tolak dari peristiwa-peristiwa yang banyak merugikan konsumen seperti dampak dari konsumsi produk tersebut, maka dengan diterbitkannya UUPK

---

<sup>9</sup> Az. Nasution, *Hukum dan Konsumen*, Ctk. Pertama, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm. 40.

<sup>10</sup> N.H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggungjawab Produk*, Ctk. Pertama, Panta Rei, Jakarta, 2005. hlm. 12-13.

<sup>11</sup> Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*, Ctk. Pertama, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000. hlm. 235.

akan menjadi dasar hukum dalam upaya perlindungan konsumen, dalam hal ini konsumen kosmetik cream malam, maka perlu diberikan perlindungan hukum untuk menuntut hak-haknya sebagai konsumen dalam hal memperoleh hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa serta hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Adanya berbagai kelemahannya, pada konsumen sehingga tidak memiliki kedudukan yang aman dibandingkan dengan kedudukan produsen atau pelaku usaha yang relatif lebih kuat dalam banyak hal, maka konsumenlah yang pada umumnya akan merasakan dampaknya. Dengan demikian, upaya-upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan suatu hal yang penting untuk ditindak lanjuti.<sup>12</sup>

Oleh karena itu, agar segala upaya memberikan jaminan akan kepastian hukum, ukurannya secara kualitatif ditentukan dalam UUPK dan Undang-Undang lainnya yang juga dimaksudkan dan masih berlaku untuk memberikan perlindungan konsumen, baik dalam bidang Hukum Privat (Perdata) maupun bidang Hukum Publik (Hukum Pidana dan Hukum Administrasi Negara). Keterlibatan berbagai disiplin ilmu hukum sebagaimana dikemukakan di atas, memperjelas kedudukan Hukum Perlindungan Konsumen berada dalam kajian Hukum Ekonomi. Hukum Ekonomi yang dimaksudkan dalam hal ini adalah keseluruhan kaidah hukum administrasi negara yang membatasi hak-individu, yang dilindungi atau dikembangkan oleh hukum perdata. Peraturan-peraturan seperti ini merupakan

---

<sup>12</sup> Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, 2000, hlm. 33.

peraturan Hukum Administrasi di bidang Ekonomi yang akhirnya dicakup dalam satu kategori sebagai *Droit Economique*.<sup>13</sup>

Berdasarkan hal tersebut dalam kaitannya dengan konsumen, maka ( UUPK ) juga mengatur mengenai kewajiban serta larangan bagi konsumen dan pelaku usaha dalam melakukan kegiatan perdagangan. Ketidaktaatan konsumen dan pelaku usaha dalam kegiatan perdagangan dapat menimbulkan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha. Sengketa ini dapat berupa salah satu pihak tidak mendapat haknya karena pihak lain tidak memenuhi kewajibannya, misalnya konsumen yang mengalami kerugian setelah mengkonsumsi suatu produk tertentu. Sebagai contoh yaitu konsumen yang mengkonsumsi produk kosmetik dan menyebabkan iritasi pada kulit setelah pemakaian kosmetik tersebut. Sengketa yang timbul antara pelaku usaha dan konsumen dan berawal dari transaksi konsumen disebut sengketa konsumen.

Sehubungan dengan hal tersebut, pemerintah akhirnya menetapkan pembentukan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2013 tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Kewenangan, Susunan Organisasi, dan Tata Kerja Lembaga Pemerintah Non Departemen. Pasal 67 Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2013, menyebutkan bahwa: BPOM mempunyai tugas melaksanakan tugas pemerintahan di bidang pengawasan obat dan makanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

---

<sup>13</sup> Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen, op.cit* , hlm. 2.



Berkaitan dengan upaya untuk meningkatkan perlindungan konsumen dan pengawasan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, maka BPOM berusaha melakukan upaya pengawasan dan peringatan kepada pelaku usaha untuk tidak menjual kosmetik yang mengandung bahan berbahaya dan BPOM akan menarik kosmetik tersebut dari peredaran.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, penulis merumuskan suatu permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum konsumen pengguna kosmetik cream malam yang mengandung bahan berbahaya yang merugikan konsumen ?
2. Bagaimanakah pertanggung jawaban produk oleh pelaku usaha kosmetik cream malam yang telah mengeluarkan dan memasarkan produknya tetapi ternyata mengandung zat berbahaya di dalamnya ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari uraian rumusan masalah diatas, penulis dapat merumuskan tujuan penelitian yang akan dikaji yaitu sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis perlindungan hukum bagi konsumen dalam pemakaian produk kosmetik cream malam yang mengandung bahan berbahaya yang merugikan konsumen.
2. Untuk menganalisis tanggung jawab pelaku usaha atas penjualan dan pemasaran produk kosmetik cream malam yang mengandung bahan berbahaya.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari sisi teoretis maupun praktis:

1. Dari sisi teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran sehingga dapat menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman khususnya bagi penulis dan masyarakat pada umumnya.
2. Dari sisi praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemerintah sehingga memberikan masukan akademis, dan dapat dijadikan dasar acuan dalam menentukan suatu kebijakan terkait dengan obyek masalah yang dikaji.

#### **E. Kerangka Teori**

Konsumen umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan kepada mereka oleh pelaku usaha, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi. Menurut Pasal 1 angka 2 UUPK bahwa:

Konsumen adalah 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.<sup>14</sup>

Sebagaimana disebutkan dalam penjelasan Pasal 1 angka 2 tersebut bahwa konsumen yang dimaksud adalah konsumen akhir yang dikenal dalam keputusan ekonomi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa semua orang adalah konsumen karena membutuhkan barang dan jasa untuk mempertahankan

---

<sup>14</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Ctk. Pertama, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006, hlm. 17.

hidupnya sendiri, keluarganya, ataupun untuk memelihara/ merawat harta bendanya. Persoalan hubungan pelaku usaha dengan konsumen biasanya dikaitkan dengan produk (barang dan/ atau jasa) yang dihasilkan oleh teknologi. Maka persoalan perlindungan konsumen erat kaitanya dengan persoalan teknologi, khususnya teknologi manufaktur dan teknologi informasi. Dengan makin berkembangnya industri dan teknologi memungkinkan semua lapisan masyarakat terjangkau oleh produk teknologi, yaitu berarti juga memungkinkan semua masyarakat terlibat dengan masalah perlindungan konsumen ini.<sup>15</sup> Khususnya produk yang di keluarkan oleh pelaku usaha kosmetik.

Hukum Konsumen belum dikenal seagaimana kita mengenal cabang hukum pidana, hukum perdata, hukum adat, hukum internasional dan bebrbagai cabang hukum lainnya. Mengenai tempatnya dalam sistematika hukum kita pun belum terdapat kesepakatan di antara para ahli. Sementara para pakar hukum menempatkannya dalam lingkungan hukum kesejahteraan sosial, tetapi pakar lainnya memasukkannya dalam lingkungan hukum ekonomi, masing-masing dengan pertimbangannya sendiri-sendiri. Tinjauan pada hukum positif Inonesia menunjukkan bahwa hukum konsumen, yaitu rangkaian peraturan perundang-undangan yang memuat asas dan kaidah yang berkaitan dengan hubungan dan masalah konsumen, tersebar dalam bebrbagai lingkungan hukum antara lain lingkungan hukum perdata, hukum pidana, hukum acara, hukum administrasi, dalam berbagai konvensi internasional dan lain-lain.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup>*Ibid.* hlm. 18

<sup>16</sup> Az. Nasution, *Hukum dan Konsumen, op.cit*, hlm. 20.

Membahas masalah hubungan konsumen tersebut, baik dalam kerangka hukum konsumen atau hukum perlindungan konsumen, tentunya harus pula membicarakan perilaku pelaku-pelaku lain dalam suatu proses ekonomi, yaitu pelaku usaha (investor, produsen, distributor) dan para pengguna barang/jasa itu (konsumen). Di samping itu, sesuai tugas dan kewajibannya berdasarkan konstitusi, tentunya peran pemerintah dengan segala alat kelengkapannya dan lembaga peradilan harus mendapatkan tinjauan pula.

Konsumen dan pelaku usaha adadah ibarat sekeping mata uang dengan dua sisinya yang berbeda. Konsumen membutuhkan produk (barang/jasa) hasil kegiatan pelaku usaha, tetapi kegiatan pengusaha itu akan mubazir apabila tidak ada konsumen yang menyerap/membeli hasil usahanya. Karena itu keseimbangan dalam segala segi, menyangkut kepentingan dari kedua pihak ini merupakan hal yang ideal dan harus diperhitungkan.<sup>17</sup>

Transaksi kosumen di maksudkan, proses terjadinya peralihan pemilikan atau penikmatan barang atau jasa dari penyedia barang atau penyelenggara jasa kepada kosumen. Peralihan dapat terjadi karena adanya suatu hubungan hukum tertentu sebagaimana diatur dalam KUHPer atau peraturan perundang-undangan lainnya yang berkaitan dengan peralihan hak atau penikmatan barang atau jasa ( hubungan hukum jual beli, beli sewa, sewa-menyewa, pinjam-meminjam , dan sebagainya). Barang atau jasa konsumen yang dialihkan kepada konsumen dalam satu transaksi, dibatasi berupa barang atau jasa yang lazimnya dalam masyarakat digunakan untuk keperluan kehidupan pribadi atau rumah tangga dan tidak untuk

---

<sup>17</sup> *Ibid.* hlm. 21.

komersial, seperti menggunakan barang atau jasa itu untuk memproduksi barang/jasa lain dan memperdagangkannya kembali.<sup>18</sup>

Keadaan yang universal pada beberapa sisi menunjukkan adanya berbagai kelemahan pada konsumen sehingga konsumen tidak berada pada kedudukan yang aman, maka dari itu secara mendasar konsumen juga membutuhkan perlindungan hukum yang universal pula. Mengingat lemahnya kedudukan konsumen pada umumnya dibandingkan dengan kedudukan pelaku usaha yang relatif kuat dalam banyak hal, maka pembahasan perlindungan konsumen akan selalu terasa aktual dan selalu penting untuk dikaji.<sup>19</sup> Karena posisi konsumen yang lemah, maka harus dilindungi oleh hukum.

Salah satu sifat dan tujuan hukum adalah untuk memberikan perlindungan kepada masyarakat. Jadi sebenarnya hukum konsumen dan perlindungan konsumen adalah dua bidang hukum yang sulit untuk dipisahkan dan ditarik batasannya. Perlindungan hukum menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat semakin maraknya permasalahan yang dihadapi oleh konsumen yang akhir-akhir ini terjadi, dan belum dapat ditegakkannya hukum perlindungan konsumen yang benar-benar berpihak kepada konsumen.

Konsumen sesungguhnya adalah semua rakyat yang melakukan pembelian barang dan/ atau jasa untuk kebutuhan hidup, maka tidak perlu diragukan bahwa kesemua hak dan kepentingan rakyat sebagaimana yang diterapkan dalam hukum positif Indonesia, terutama yang berkaitan dengan penggunaan dan

---

<sup>18</sup> *Ibid.* hlm. 37.

<sup>19</sup> Abdul Halim Barakatulah, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran)*, Ctk. Pertama, Nusa Media, Bandung, 2008, hlm. 19.

pengkonsumsian barang dan/ atau jasa konsumen, adalah hak dan kepentingan konsumen.

Untuk memudahkan dan mendasarkan dan mendasarkan diri pada pembahasan umum masyarakat tentang kepentingan mereka sebagai konsumen maka bahasan tentang kepentingan konsumen ini dilakukan dengan menggunakan pengelompokan bentuk lain, yaitu:

1. Kepentingan fisik, yang dimaksud kepentingan fisik disini adalah kepentingan badan konsumen yang berhubungan dengan keamanan dan keselamatan tubuh dan/ atau jiwa mereka dalam penggunaan barang atau jasa konsumen.
2. Kepentingan sosial ekonomi, menghendaki agar setiap konsumen dapat memperoleh hasil optimal dari penggunaan sumber-sumber ekonomi mereka dalam mendapatkan barang atau jasa kebutuhan hidup mereka.
3. Kepentingan perlindungan hukum, merupakan suatu kepentingan dan kebutuhan yang sah. Suatu hal yang tidak adil bagi konsumen Indonesia, bila kepentingan mereka tidak seimbang dan tidak dihargai sebagaimana penghargaan pada kepentingan kalangan usaha/bisnis.<sup>20</sup>

Tidak dapat disangkal lagi bahwa produk (baik barang maupun jasa) pemasarannya dan penggunaannya oleh konsumen senantiasa mengandung dampak negatif. Baik karena perilaku pelaku usaha maupun sebagian akibat perilaku konsumen itu sendiri. Misalnya, karena perilaku curang dari pelaku usaha ataupun karena ketidaktahuan dari konsumen. Karena itu, persoalan perlindungan konsumen bukan hanya pada pencarian siapa yang bersalah dan apa hukumnya,

---

<sup>20</sup> *Ibid.* hlm. 78-81

melainkan juga mengenai pendidikan terhadap konsumen dan penyadaran kepada semua pihak tentang perlunya keselamatan dan keamanan di dalam berkonsumsi.

Dengan demikian, orang akan terhindar dari kemungkinan kerugian, seperti cacat, terkena penyakit, bahkan meninggal atau dari kerugian yang menimpa harta bendanya.<sup>21</sup>

Berkaitan dengan pemakaian teknologi yang semakin maju sebagaimana teknologi produksi kosmetik yang kian moderen dan supaya standarisasi dan sertifikasi tercapai semaksimal mungkin, maka pemerintah perlu aktif dalam membuat, menyesuaikan, dan megawasi pelaksanaan peraturan yang berlaku.

Sesuai dengan prinsip pembangunan yang antara lain menyatakan bahwa pembangunan dilaksanakan bersama oleh masyarakat dengan pemerintah dan karena itu menjadi tanggung jawab bersama pula, maka melalui pengaturan dan pengendalian oleh pemerintah, tujuan pembangunan nasional dapat dicapai dengan baik

Upaya pemerintah untuk melindungi konsumen dari produk yang merugikan dapat dilaksanakan dengan cara mengatur, mengawasi, serta mengendalikan produksi, distribusi, dan peredaran produk sehingga konsumen tidak dirugikan, bak kesehatanya maupun keuangannya.<sup>22</sup>

Dilihat dari segi kesehatan, Undang-Undang kesehatan juga mengatur tentang standar pengolahan kosmetik yang telah diatur sedemikian rupa. Menurut Undang-Undang No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, pada pasal 106 ayat (1) menjelaskan bahwa, pelaku usaha kosmetik harus mempunyai izin edar sesuai

---

<sup>21</sup> Janus Sidabalok, *op.cit*, hlm. 5.

<sup>22</sup> *Ibid.* hlm. 23-24.

dengan ketentuan yang berlaku, dan pada pasal (2) Pemerintah berwenang mencabut izin edar dan memerintahkan penarikan dari peredaran sediaan farmasi dan alat kesehatan yang telah memperoleh izin edar, yang kemudian terbukti tidak memenuhi persyaratan mutu dan/atau keamanan dan/atau kemanfaatan, dapat disita dan dimusnahkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Hal diatas menunjukkan pengaturan peredaran kosmetik yang telah diatur ketentuannya oleh pemerintah. Ketentuan lebih lanjut ada pada Peraturan Pemerintah No. 72 Tahun 1998 tentang Pengamanan Sediaan Farmasi dan Alat Kesehatan. PP tersebut mengatur tentang bagaimana sediaan farmasi ( kosmetik ) tersebut dari mulai proses pembuatan produk, peredaran produk, pengecekan produk, penyaluran produk, persyaratan barang masuk dari dan keluar Indonesia dan masih banyak lainnya. Dengan adanya PP tersebut seharusnya lebih diperhatikan oleh para pelaku usaha agar produk yang dihasilkannya sudah sesuai dengan standar yang di tetapkan didalam PP tersebut. Tetapi pada kenyataanya masih ada saja pelaku usaha yang melanggar dan juga pastinya menimbulkan dampak kerugian bagi masyarakat.

Konsumen menjadi tonggak sejarah perkembangan hukum perlindungan konsumen di Indonesia, walaupun peraturan perundang-undangan konsumen sekarang ini bukanlah yang pertama dan terakhir karena sebelumnya ada perumusan aturan hukum yang mengatur perlindungan hukum konsumen tersebar dalam peraturan perundang-undangan yang ada. Akan tetapi, tetap mempunyai tujuan yang tersirat. Tujuan dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah:



1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/ atau jasa
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi, serta akses untuk mendapatkan informasi
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha
6. Meningkatkan kualitas barang dan/ atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/ atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.<sup>23</sup>

Di dalam pelaksanaan perlindungan konsumen tidak dipungkiri pasti banyak terjadi sengketa konsumen. Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 45 ayat (1), setiap konsumen yang dirugikan bisa menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum. Gugatan terhadap masalah pelanggaran hak konsumen perlu dilakukan karena posisi konsumen dan pelaku usaha sama-sama berimbang di

---

<sup>23</sup> Gunawan Widjaja, *op.cit*, hlm. 98-99.

mata hukum. Berdasarkan ketentuan Pasal 45 ayat (2), bisa dikatakan bahwa ada dua bentuk penyelesaian sengketa konsumen, yaitu melalui jalur pengadilan atau di luar jalur pengadilan.<sup>24</sup>

## **F. Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah cara untuk menyelesaikan suatu masalah guna mengembangkan dan menguji kebenaran suatu pengetahuan dengan mengumpulkan, menyusun serta, menginterpretasikan data sesuai dengan aturan yang berlaku untuk suatu karya ilmiah. Metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini, mencakup:

### **1. Objek Penelitian**

Objek penelitian ini adalah perlindungan hukum bagi konsumen pengguna kosmetik cream malam yang mengandung bahan berbahaya yang merugikan konsumen dan tanggung jawab produk pelaku usaha.

### **2. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian di sini, meliputi:

- a. Pimpinan Balai Besar POM Daerah Istimewa Yogyakarta;
- b. Penjual kosmetik cream malam;
- c. Konsumen / pembeli kosmetik cream malam.

### **3. Sumber Data**

Sumber data penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder:

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung melalui wawancara dengan subjek penelitian.

---

<sup>24</sup> Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Ctk. Pertama, Visimedia, Jakarta, 2008, hlm. 75-76.

b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui penelitian kepustakaan yang terdiri atas:

- 1.) Bahan hukum primer, yaitu bahan yang mempunyai kekuatan mengikat secara yuridis. Meliputi KUHPdata dan UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan peraturan terkait lainnya.
- 2.) Bahan hukum sekunder, yaitu bahan yang tidak mempunyai kekuatan hukum secara yuridis meliputi buku, , majalah, surat kabar, literatur dan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan perlindungan konsumen.
- 3.) Bahan hukum tersier, yaitu bahan hukum yang dapat melengkapi sumber bagi penulis yaitu kamus, internet dan ensiklopedia hukum.

#### **4. Teknik pengumpulan data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan:

a. Interview/ wawancara

Wawancara dilakukan kepada para subjek penelitian secara mendalam mengenai hal-hal yang berkaitan dengan penelitian.

b. Studi Pustaka dan dokumen

Teknik pengumpulan data ini yaitu mengumpulkan dan mengkaji buku-buku literatur, serta peraturan perundang-undangan yang berlaku dan teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

#### **5. Metode Pendekatan**

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Pendekatan perundang-undangan

Yaitu cara pandang dengan melihat ketentuan atau peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti. Pendekatan ini menekankan pada regulasi dan legislasi peraturan perundang-undangan

b. Pendekatan sosiologis

Penelitian ini melihat permasalahan dari sudut pandang pelaksanaan perundang-undangan yang berlaku di masyarakat, terutama yang telah menggunakan produk kosmetik yang mengandung bahan berbahaya.

## **6. Pengolahan dan Analisis Data**

Dalam melakukan pengolahan dan analisis penulis terlebih dahulu melakukan kajian dan identifikasi terhadap bahan-bahan hukum yang diperoleh dari hasil penelitian ini kemudian diolah sedemikian rupa sehingga dapat dibaca dan diinterpretasikan. Kegiatan tersebut meliputi menggolong-golongkan bahan sesuai dengan kualifikasi yang dibutuhkan. Analisis data dilakukan secara kualitatif, dan bertitik tolak dari peraturan perundang-undangan sebagai norma hukum positif.

Data yang dikumpulkan dicocokkan dengan peraturan yang ada dan dianalisis kebenarannya dan digunakan untuk memberikan jawaban atas permasalahan penelitian, guna mendapatkan gambaran umum untuk mendukung materi penelitian dan menggambarkan dan menjelaskan lebih dalam bagaimana penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang selama ini berlaku di masyarakat, apakah semua aspek sudah dipatuhi atau belum mengingat masih banyaknya angka pelanggaran yang masih dilakukan oleh pelaku usaha dan

diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan untuk peraturan yang baik kedepannya dan tidak banyak merugikan masyarakat.

### **G. Pertanggung Jawaban Sistematis**

Untuk mempermudah dalam pembahasan, menganalisis dan menjabarkan dari penelitian ini, maka diuraikan sistematis yang terdiri dari 4 ( empat ) bagian, yaitu bab I, bab 2, dan bab 3n dan bab 4,

Bab 1, menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka teori dan metode penelitian yang digunakan.

Bab 2, berisi Kajian Normatif Perlindungan Hukum bagi konsumen dalam pemakaian kosmetik cream malam yang mengandung bahan berbahaya yang merugikan konsumen. Bab ini terdiri dari penjelasan teoritis tentang pengertian perlindungan hukum, pengertian konsumen dan pelaku usaha serta hak dan kewajibannya masing-masing, tinjauan umum tentang perjanjian jual beli.

Bab 3, berisi pelaksanaan Perlindungan Hukum bagi konsumen pengguna kosmetik cream malam yang merugikan konsumen dan tanggung jawab produk pelaku usaha kosmetik cream malam. Bab ini disajikan dalam bentuk pembahasan mengenai gambaran umum tentang perlindungan konsumen dalam pemakaian produk kosmetik yang mengandung bahan berbahaya dan pembahasan mengenai ada tidaknya tanggung jawab yang dilakukan oleh pelaku usaha kosmetik.

Bab 4, berisi kesimpulan dari bab-bab sebelumnya dan saran yang berguna untuk menyempurnakan skripsi ini.

## **BAB II**

### **KAJIAN NORMATIF PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN PRODUK KOSMETIK**

#### **A. Pengertian Perlindungan Hukum Konsumen**

Perlindungan konsumen merupakan masalah kepentingan manusia, oleh karenanya menjadi harapan bagi semua bangsa di dunia untuk dapat mewujudkannya. Tanggal 20 April 1999, Indonesia memiliki instrumen hukum yang integratif dan komprehensif yang mengatur tentang perlindungan konsumen, yaitu dengan diundangkannya Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).<sup>25</sup> Pengaturan perlindungan konsumen tersebut dilakukan dengan:<sup>26</sup>

1. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum;
2. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha;
3. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa;
4. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktek usaha yang menipu dan menyesatkan; dan
5. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lain.

---

<sup>25</sup> Rachmadi Usman, *Hukum Ekonomi dalam Dinamika*, Djambatan, Jakarta, 2000, hlm. 195.

<sup>26</sup> Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, 2000, hlm. 7.

Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas meliputi perlindungan terhadap konsumen barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga ke akibat-akibat dari pemakaian barang atau jasa itu. Cakupan perlindungan konsumen dalam dua aspeknya itu, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. 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 produk, dan sebagainya, apakah telah sesuai dengan standar sehubungan keamanan dan keselamatan konsumen atau tidak. Disamping itu juga terkait dengan persoalan tentang bagaimana konsumen mendapatkan penggantian jika timbul kerugian karena memakai atau mengonsumsi produk yang tidak sesuai.
2. Perlindungan terhadap diberlakukannya kepada konsumen syarat-syarat yang tidak adil. Dalam kaitan ini termasuk persoalan-persoalan promosi dan periklanan, standar kontrak, harga, layanan purnajual, dan sebagainya. Hal ini berkaitan dengan perilaku pelaku usaha dalam memproduksi dan mengedarkan produknya.

Aspek yang pertama, mencakup persoalan barang atau jasa yang dihasilkan dan diperdagangkan. Aspek tersebut dimasukkan dalam cakupan tanggung jawab produk, yaitu tanggung jawab yang dibebankan kepada pelaku usaha. Dikarenakan barang yang diserahkan kepada konsumen itu mengandung cacat di dalamnya sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen, misalnya

karena keracunan makanan, barang tidak dapat dipakai untuk tujuan yang diinginkan karena kualitasnya rendah, barang tidak dapat bertahan lama karena cepat rusak, dan sebagainya. Dengan demikian, tanggung jawab produk erat kaitannya dengan persoalan ganti kerugian.

Di sisi lain aspek yang kedua, mencakup cara konsumen memperoleh barang atau jasa, yang dikelompokkan dalam cakupan standar kontrak yang mempersoalkan syarat-syarat perjanjian yang diberlakukan oleh pelaku usaha kepada konsumen pada waktu konsumen hendak mendapatkan barang atau jasa kebutuhannya.

Umumnya pelaku usaha membuat atau menetapkan syarat-syarat perjanjian secara sepihak tanpa memperhatikan dengan sungguh-sungguh kepentingan konsumen sehingga bagi konsumen tidak ada kemungkinan untuk mengubah syarat-syarat itu guna mempertahankan kepentingannya. Seluruh syarat yang terdapat pada perjanjian, sepenuhnya atas kehendak pihak produsen barang atau jasa. Bagi konsumen hanya ada pilihan mau atau tidak mau sama sekali. Karena itu, Vera Bolger menamakannya sebagai *take it or leave it contract*. Artinya, kalau calon konsumen setuju, perjanjian boleh dibuat, kalau tidak setuju silakan pergi.<sup>27</sup>

Berdasarkan tujuan perlindungan hukum, ada sejumlah asas yang terkandung di dalam usaha memberikan perlindungan hukum kepada konsumen. Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama seluruh pihak

---

<sup>27</sup> Janus Sidabalok, Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Ctk. Pertama, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006, hlm. 10-11.



yang terkait, masyarakat, pelaku usaha, dan pemerintah berdasarkan lima asas, yang menurut Pasal 2 UUPK ini adalah:

1. Asas manfaat;
2. Asas keadilan;
3. Asas keseimbangan;
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen serta;
5. Asas kepastian hukum.

Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan. Asas ini menghendaki bahwa pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk menempatkan salah satu pihak di atas pihak lain atau sebaliknya, tetapi adalah untuk memberikan kepada masing-masing pihak, pelaku usaha dan konsumen, apa yang menjadi haknya. Dengan demikian, diharapkan bahwa pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen bermanfaat bagi seluruh lapisan masyarakat dan pada gilirannya bermanfaat bagi kehidupan berbangsa.

Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat terwujud secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil. Asas ini menghendaki bahwa melalui pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen ini, konsumen dan pelaku usaha dapat berlaku adil melalui perolehan hak dan penunaian kewajiban secara seimbang.

Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual. Asas ini menghendaki agar konsumen, pelaku usaha dan pemerintah memperoleh manfaat yang seimbang dari pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen. Kepentingan antara konsumen, produsen, dan pemerintah diatur dan harus diwujudkan secara seimbang sesuai dengan hak dan kewajibannya masing-masing dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Tidak ada salah satu pihak yang mendapat perlindungan atas kepentingannya yang lebih besar dari pihak lain sebagai komponen bangsa dan negara.

Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Asas ini menghendaki adanya jaminan hukum bahwa konsumen akan memperoleh manfaat dari produk yang dikonsumsi/dipakainya, dan sebaliknya bahwa produk itu tidak akan mengancam ketentraman dan keselamatan jiwa dan harta bendanya. Karena itu, undang-undang ini membebaskan sejumlah kewajiban yang harus dipenuhi dan menetapkan sejumlah larangan yang harus dipatuhi oleh pelaku usaha dalam memproduksi dan mengedarkan produknya.

Asas kepastian hukum dimaksudkan agar, baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum. Artinya, undang-undang ini mengharapkan bahwa aturan-aturan tentang hak dan kewajiban yang terkandung di dalam undang-undang ini harus diwujudkan dalam kehidupan

sehari-hari sehingga masing-masing pihak memperoleh keadilan. Oleh karena itu, negara bertugas dan menjamin terlaksananya undang-undang ini sesuai dengan bunyinya.<sup>28</sup>

Pengertian konsumen antar negara yang satu dengan yang lain tidak sama, sebagai contoh di Amerika Serikat, pengertian konsumen meliputi “korban produk 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 pembeli. Sementara itu di Eropa, pengertian konsumen bersumber dari *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>29</sup>

Hal lain yang juga perlu dikemukakan dalam pengertian konsumen ini adalah syarat “tidak untuk diperdagangkan” yang menunjukkan sebagai “konsumen akhir” (*end consumer*) dan sekaligus membedakan dengan konsumen antara (*derived/intermediate consumer*). Dalam kedudukan sebagai *derived/intermediate consumer*, yang bersangkutan tidak dapat menuntut pelaku usaha berdasarkan UUPK.<sup>30</sup>

Kriteria pokok barang atau jasa konsumen adalah bahwa barang atau jasa itu lazimnya digunakan untuk keperluan pribadi, keluarga dan rumah tangga di

---

<sup>28</sup> *ibid*, hlm. 31-33.

<sup>29</sup> Abdul Halim Barkatullah, *Hak – Hak Konsumen*, Nusa Media, Bandung, 2010, hlm.31.

<sup>30</sup> *Ibid*, hlm. 32.

dalam masyarakat.<sup>31</sup> Hal itu menegaskan bahwa suatu barang atau jasa yang diterima oleh konsumen adalah *user* atau pengguna langsung, yang tidak diusahakan kembali dan diperdagangkan kembali sehingga berpindah tangan kepemilikannya.

## **B. Batasan Pengertian Konsumen terkait Produk Kosmetika**

Pengertian konsumen menurut UUPK dalam Pasal 1 angka 2 yakni: Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Unsur-unsur definisi konsumen meliputi:

### **a. Setiap orang**

Subjek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa. Istilah “orang” sebetulnya menimbulkan keraguan, apakah hanya orang individual yang lazim disebut *natuurlijke persoon* atau termasuk juga badan hukum (*rechtspersoon*). Hal ini berbeda dengan pengertian yang diberikan untuk “pelaku usaha” dalam Pasal 1 angka (3), yang secara eksplisit membedakan kedua pengertian *persoon* di atas, dengan menyebutkan kata-kata: “orang perseorangan atau badan usaha”. Tentu yang paling tepat tidak membatasi pengertian konsumen itu sebatas pada orang perseorangan. Namun, konsumen harus mencakup juga badan usaha dengan makna lebih luas daripada badan hukum.

---

<sup>31</sup> Az. Nasution, *Hukum dan Konsumen*, Ctk. Pertama, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm. 38.

UUPK tampaknya berusaha menghindari penggunaan kata “produsen” sebagai lawan kata “konsumen”. Untuk itu, digunakan kata “pelaku usaha” yang bermakna lebih luas. Istilah terakhir dipilih untuk memberi arti sekaligus bagi kreditur (penyedia dana), produsen, penyalur, penjual, dan terminologi lain yang lazim diberikan. Bahkan, untuk kasus-kasus yang secara spesifik seperti dalam kasus periklanan, pelaku usaha ini juga mencakup perusahaan media, tempat iklan itu ditayangkan.

#### b. Pemakai

Sesuai dengan ketentuan penjelasan Pasal 1 angka 2 UUPK, kata “pemakai” menekankan, konsumen adalah konsumen akhir (*ultimate consumer*). Istilah “pemakai” dalam hal ini tepat digunakan dalam rumusan ketentuan tersebut, sekaligus menunjukkan, barang dan/jasa yang dipakai tidak serta-merta hasil dari transaksi jual beli. Artinya, sebagai konsumen tidak selalu harus memberikan perstasinya dengan cara membayar uang untuk memperoleh barang dan/ atau jasa itu. Dengan kata lain, dasar hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha tidak perlu harus kontraktual (*the privity of contract*).

#### c. Barang dan/ atau Jasa

Berkaitan dengan istilah barang dan/ atau jasa, sebagai pengganti terminologi tersebut digunakan kata produk. Saat ini “produk” sudah berkonotasi barang atau jasa. Semula kata produk hanya mengacu pada pengertian barang. UUPK mengartikan barang sebagai setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan,

atau dimanfaatkan oleh konsumen. UUPK tidak menjelaskan perbedaan istilah-istilah “dipakai”, dipergunakan, atau dimanfaatkan”.

Sementara itu, jasa diartikan sebagai setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen. Pengertian “disediakan bagi masyarakat” menunjukkan, jasa itu harus ditawarkan kepada masyarakat. Artinya, harus lebih dari satu orang. Jika demikian halnya, layanan yang bersifat khusus (tertutup) dan individual, tidak tercakup dalam pengertian tersebut.

#### d. Yang Tersedia dalam Masyarakat

Barang dan/ atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah harus tersedia di pasaran (lihat juga bunyi Pasal 9 ayat 1 huruf e UUPK). Dalam perdagangan yang makin kompleks dewasa ini, syarat itu tidak mutlak lagi dituntut oleh masyarakat konsumen.

#### e. Bagi Kepentingan Diri Sendiri, Keluarga, Orang Lain, Makhluk Hidup Lain

Transaksi konsumen ditujukan untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lain. Unsur yang diletakkan dalam definisi itu mencoba untuk memperluas pengertian kepentingan. Kepentingan ini tidak sekedar ditunjukkan untuk diri sendiri dan keluarga, tetapi juga barang dan/ atau jasa itu diperuntukkan bagi orang lain (diluar diri sendiri dan keluarganya), bahkan untuk makhluk hidup lain, seperti hewan dan tumbuhan.

Dari sisi teori kepentingan, setiap tindakan manusia adalah bagian dari kepentingannya. Oleh sebab itu, penguraian unsur itu tidak menambah makna apa-apa karena pada dasarnya tindakan memakai suatu barang dan/jasa (terlepas

ditujukan untuk siapa dan makhluk hidup lain), juga tidak terlepas dari kepentingan pribadi.

f. Barang dan/atau Jasa itu tidak untuk Diperdagangkan

Pengertian konsumen dalam UUPK ini dipertegas, yakni hanya konsumen akhir. Batasan itu sudah biasa dipakai dalam peraturan perlindungan konsumen di berbagai negara. Secara teoretis hal demikian terasa cukup baik untuk mempersempit ruang lingkup pengertian konsumen, walaupun dalam kenyataannya, sulit menetapkan batas-batas seperti itu.<sup>32</sup>

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.<sup>33</sup>

Menurut Iswari, kosmetik adalah sediaan atau panduan bahan yang untuk digunakan pada bagian luar badan (kulit, kuku, bibir dan organ kelamin bagian luar), gigi dan rongga mulut untuk membersihkan, menambah daya tarik, mengubah penampilan, melindungi supaya tetap dalam keadaan baik, memperbaiki bau badan tetapi tidak dimaksudkan untuk mengobati atau menyembuhkan penyakit.<sup>34</sup>

Komposisi utama kosmetik adalah bahan dasar yang berkhasiat, bahan aktif dan ditambah bahan lain seperti: bahan pewarna, bahan pewangi, pada

---

<sup>32</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2008, hlm. 27 – 30.

<sup>33</sup> Pasal 1 Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor Hk. 00.05.4.1745 tentang Kosmetik.

<sup>34</sup> Iswari, *Mengenal Kosmetika*, Media Publishing, Semarang, 2007, hlm. 21.

pencampuran bahan-bahan tersebut harus memenuhi kaidah pembuatan kosmetik ditinjau dari berbagai segi teknologi pembuatan kosmetik termasuk farmakologi, farmasi, kimia teknik dan lainnya.<sup>35</sup>

### **C. Hak dan Kewajiban Konsumen**

Dalam pengertian hukum, umumnya yang dimaksud dengan hak adalah kepentingan hukum yang dilindungi oleh hukum, sedangkan kepentingan adalah tuntutan yang diharapkan untuk dipenuhi. Kepentingan pada hakikatnya mengandung kekuasaan yang dijamin dan dilindungi oleh hukum dalam melaksanakannya.

Pada dasarnya hak bersumber dari tiga hal. Pertama, dari kodrat manusia sebagai manusia yang diciptakan oleh Allah. Sebagai makhluk ciptaan Allah, manusia mempunyai sejumlah hak sebagai manusia dan untuk mempertahankan kemanusiannya, misalnya hak untuk hidup, kebebasan, dan sebagainya. Hak inilah yang disebut dengan hak asasi.

Kedua, hak yang lahir dari hukum, yaitu hak-hak yang diberikan oleh hukum negara kepada manusia dalam kedudukannya sebagai warga negara/warga masyarakat. Hak inilah yang disebut dengan hak hukum, hak dalam artian yuridis (juga disebut sebagai hak dalam artian sempit). Misalnya, hak untuk memberikan suara pada pemilihan umum, hak untuk mendirikan bangunan dan lain sebagainya.

Ketiga, hak yang lahir dari hubungan antara seseorang dan orang lain melalui sebuah kontrak/perjanjian. Misalnya, seseorang meminjamkan mobilnya

---

<sup>35</sup> Wasitaatmadja, *Penuntun Ilmu Kosmetik Medis*, UI Press, Jakarta, 1997, hlm. 52.



kepada orang lain, maka orang itu mempunyai hak pakai atas mobil tersebut. Meskipun hak ini berasal dari hubungan kontraktual, tetap mendapat perlindungan dari hukum jika kontrak yang dibuat untuk melahirkan hak itu sah menurut hukum. Karena itu, hak ini juga masuk dalam kelompok hak hukum.

Hak yang bersumber dari hukum maupun perjanjian itu dibedakan menjadi hak kebendaan dan hak perorangan. Hak kebendaan berkaitan dengan penguasaan langsung atas suatu benda yang dapat dipertahankan terhadap setiap orang, misalnya hak milik. Sementara hak perorangan memberikan suatu tuntutan atau penagihan terhadap seseorang. Dalam hukum romawi keduanya disebut dengan *actiones in rem* untuk tuntutan kebendaan dan *actiones in personam* untuk tuntutan perseorangan.<sup>36</sup>

Istilah perlindungan konsumen berkaitan dengan perlindungan hukum. Oleh karena itu, perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Adapun materi yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekedar fisik, melainkan terlebih-lebih hak-haknya yang bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang hukum tentang hak-hak konsumen.

Secara umum dikenal ada 4 ( empat ) hak dasar konsumen yaitu:

1. Hak untuk mendapatkan keamanan ( *the right to safety* )
2. Hak untuk mendapatkan informasi ( *the right to be informed* )
3. Hak untuk memilih ( *the right to chose* )
4. Hak untuk didengar ( *the right to be heard* )

---

<sup>36</sup> Janus Sidabalok, *op.cit*, hlm. 35-36.

Di dalam UUPK, empat hak dasar yang dikemukakan oleh John F. Kennedy tersebut juga diakomodasikan. Hak konsumen untuk mendapatkan lingkungan hidup secara baik dan sehat, tidak dimasukkan dalam UUPK ini karena UUPK secara khusus mengecualikan hak-hak atas kekayaan intelektual (HAKI) dan bidang pengelolaan lingkungan. Tidak jelas mengapa hanya kedua bidang hukum ini saja yang dikecualikan secara khusus, mengingat sebagai undang-undang payung hukum UUPK seharusnya dapat mengatur hak-hak konsumen itu secara lebih komprehensif.

Langkah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen harus diawali dengan upaya memahami hak-hak pokok konsumen, yang dapat dijadikan sebagai landasan perjuangan untuk mewujudkan hak-hak tersebut.

Hak konsumen sebagaimana tertuang dalam Pasal 4 UUPK adalah berikut:

- a. Hak atas kenyamanan dan kelemtan dalam mengonsumsi 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 jaminan barang dan/ atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhanya atas barang dan/ atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa konsumen secara patut;

- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar 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 tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Selain hak-hak yang disebutkan itu, ada juga hak untuk dilindungi dari akibat negatif persaingan curang. Hal ini berangkat dari pertimbangan, kegiatan bisnis yang dilakukan pengusaha sering dilakukan tidak secara jujur, yang dalam hukum dikenal dengan terminologi “persaingan curang” (*unfair competition*).

Dalam hukum positif Indonesia, masalah persaingan curang (dalam bisnis ini diatur secara khusus pada Pasal 382 kitab Undang-Undang Hukum Pidana). Selanjutnya, sejak 5 maret 2000 diberlakukan juga UU No. 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Ketentuan-ketentuan ini sesungguhnya diperuntukkan bagi semua pelaku usaha, tidak bagi konsumen langsung. Kendati demikian, kompetisi tidak sehat di antara mereka pada jangka panjang pasti berdampak negatif bagi konsumen karena pihak yang dijadikan sasaran rebutan adalah konsumen itu sendiri.

Akhirnya, jika semua hak-hak yang disebutkan itu disusun kembali secara sistematis (mulai dari yang diasumsikan paling mendasar), akan diperoleh urutan sebagai berikut.

- a. Hak Konsumen Mendapat Keamanan

Konsumen berhak mendapatkan keamanan dari barang dan jasa yang ditawarkan kepadanya. Produk barang dan jasa itu tidak boleh membahayakan jika dikonsumsi sehingga konsumen tidak dirugikan baik secara jasmani dan rohani. Hak untuk memperoleh keamanan ini penting ditempatkan pada kedudukan utama karena berabad-abad berkembang suatu falsafah berpikir bahwa konsumen (terutama pembeli) adalah pihak yang wajib berhati-hati, bukan pelaku usaha.

Dalam barang dan/ atau jasa yang dihasilkan dan dipasarkan oleh pelaku usaha berisiko sangat tinggi terhadap keamanan konsumen, pemerintah selayaknya mengadakan pengawasan secara ketat.

#### b. Hak untuk Mendapatkan Informasi yang Benar

Setiap produk yang diperkenalkan kepada konsumen harus disertai informasi yang benar. Informasi itu diperlukan agar konsumen tidak sampai mempunyai gambaran yang keliru atas produk barang dan jasa. Informasi ini dapat disampaikan dengan berbagai cara, seperti lisan kepada konsumen, melalui iklan di berbagai media, atau mencantumkan dalam kemasan produk ( barang ).

Jika dikaitkan dengan hak konsumen atas keamanan, maka setiap produk yang mengandung risiko terhadap keamanan konsumen wajib disertai informasi berupa petunjuk pemakaian yang jelas. Sebagai contoh, iklan yang secara ideal diartikan sebagai sarana pemberi informasi kepada konsumen, seharusnya terbebas dari manipulasi data. Jika iklan memuat informasi yang tidak benar, maka perbuatan itu memenuhi kriteria kejahatan yang lazim disebut *fraudulent misrepresentation*. Bentuk kejahatan ini ditandai oleh (1) pemakaian pernyataan

yang jelas-jelas salah (*false statement*), seperti menyebutkan diri terbaik tanpa indikator yang jelas, dan (2) pernyataan yang menyesatkan (*mislead*), misalnya menyebutkan khasiat tertentu padahal tidak.

Menurut Troelstrup, konsumen pada saat ini membutuhkan banyak informasi yang lebih relevan dibandingkan dengan sekitar 50 tahun lalu. Alasannya, saat ini: (1) terdapat lebih banyak produk, merek dan tentu saja penjualnya, (2) daya beli konsumen makin meningkat, (3) lebih banyak variasi merek yang beredar di pasaran, sehingga belum banyak diketahui semua orang, (4) model-model produk lebih cepat berubah, (5) kemudahan transportasi dan komunikasi sehingga membuka akses yang lebih besar kepada bermacam-macam produsen atau penjual.

Menurut Hans W. Micklitz, secara garis besar dapat dibedakan dua tipe konsumen, yaitu konsumen yang terinformasi dan konsumen yang tidak terinformasi. Ciri-ciri konsumen yang terinformasi diantaranya: memiliki tingkat pendidikan tertentu, mempunyai sumber daya ekonomi yang cukup sehingga dapat berperan dalam ekonomi pasar dan lancar berkomunikasi. Dengan memiliki tiga potensi, konsumen ini mampu bertanggung jawab dan relatif tidak memerlukan perlindungan.

Sementara itu, ciri-ciri konsumen yang tidak terinformasi, antara lain: kurang berpendidikan, termasuk kategori mengengah kebawah, dan tidak lancar berkomunikasi. Konsumen jenis ini perlu dilindungi, dan khususnya menjadi tanggung jawab negara untuk memberikan perlindungan.

Penggunaan teknologi tinggi dalam mekanisme produk barang dan/ atau jasa akan menyebabkan makin banyaknya informasi yang harus dikuasai oleh masyarakat konsumen. Di sisi lain mustahil mengharapkan sebagian besar konsumen memiliki kemampuan dan kesempatan akses informasi secara sama besarnya. Apa yang dikenal dengan *consumer ignorance*, yaitu ketidakmampuan konsumen menerima informasi akibat kemajuan teknologi dan keragaman produk yang dipasarkan dapat saja dimanfaatkan secara tidak sewajarnya oleh pelaku usaha.

Itulah sebabnya, hukum perlindungan konsumen memberikan hak konsumen atas informasi yang benar, yang di dalamnya tercakup juga hak konsumen atas informasi yang benar, yang didalamnya tercakup juga hak atas informasi yang proporsional dan diberikan secara tidak diskriminatif.

#### c. Hak untuk Didengar

Hak yang erat kaitanya dengan hak untuk mendapatkan informasi adalah hak untuk didengar. Ini disebabkan oleh informasi yang diberikan pihak yang berkepentingan atau yang berkompeten sering tidak cukup memuaskan konsumen. Untuk itu konsumen berhak mengajukan permintaan informasi lebih lanjut.

Dalam tata krama dan tata cara periklanan Indonesia disebutkan, bila diminta oleh konsumen, maka baik perusahaan periklanan, media, maupun pengiklan, harus bersedia memberikan penjelasan mengenai suatu iklan tertentu. Pengaturan demikian, sekalipun masih berbentuk kode etik akan mengarah kepada langkah positif menuju pengormatan hak konsumen untuk didengar.

#### d. Hak untuk Memilih

Dalam mengonsumsi suatu produk, konsumen berhak menentukan pilihannya. Ia tidak boleh mendapat tekanan dari pihak luar sehingga ia tidak lagi bebas untuk membeli atau tidak membeli. Seandainya ia jadi membeli, ia juga bebas menentukan produk mana yang akan dibeli.

Hak untuk memilih ini erat kaitannya dengan situasi pasar. Jika seseorang atau suatu golongan diberikan hak monopoli untuk memproduksi dan memasarkan barang atau jasa, maka besar kemungkinan konsumen kehilangan hak untuk memilih produk yang satu dengan produk yang lain.

#### e. Hak untuk Mendapatkan Produk Barang dan/atau Jasa Sesuai dengan Nilai Tukar yang Diberikan

Dengan hak ini berarti konsumen harus dilindungi dari permainan harga yang tidak wajar. Dengan kata lain, kuantitas dan kualitas barang dan/ jasa yang dikonsumsi harus sesuai dengan nilai uang yang dibayar sebagai penggantinya. Namun, dalam ketidakbebasan pasar, pelaku usaha dapat saja mendikte pasar dengan menaikkan harga, dan konsumen menjadi korban dari ketiadaan pilihan. Konsumen dihadapkan pada kondisi, jika setuju silakan beli, jika tidak silakan mencari tempat yang lain. Dalam situasi demikian, biasanya konsumen terpaksa mencari produk alternatif, yang boleh jadi kualitasnya malah lebih buruk.

Akibat tidak berimbang posisi tawar-menawar antara pelaku usaha dan konsumen, maka pihak pertama dapat saja membebankan biaya-biaya tertentu yang sewajarnya tidak ditanggung konsumen. Praktik yang tidak terpuji ini lazim dikenal dengan istilah *externalities*.

#### f. Hak untuk Mendapatkan Ganti Kerugian

Jika konsumen merasakan, kuantitas dan kualitas barang/ atau jasa yang dikonsumsinya tidak sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya, ia berhak mendapatkan ganti kerugian yang pantas. Jenis dan jumlah ganti kerugian itu tentu saja harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku atau atas kesepakatan masing-masing pihak.

Untuk menghindari dari kewajiban memberi ganti kerugian, sering terjadi pelaku usaha mencantumkan klausul-klausul eksonerasi di dalam hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumennya. Klausul seperti “barang yang dibeli tidak dapat dikembalikan” merupakan hal yang lazim ditemukan pada toko-toko. Pencantuman secara sepihak demikian tetap tidak dapat menghilangkan hak konsumen untuk mendapatkan ganti kerugian.

#### g. Han untuk Mendapatkan Penyelesaian Hukum

Hak untuk mendapatkan ganti kerugian harus ditempatkan lebih tinggi daripada hak pelaku usaha (produsen/penyalur produk) untuk membuat klausul eksonerasi secara sepihak. Jika permintaan yang diajukan konsumen dirasakan tidak mendapat tanggapan yang layak dari pihak-pihak terkait dalam hubungan hukum dengannya, maka kosnumen berhak mendapatkan penyelesaian hukum, termasuk advokasi. Dengan kata lain, konsumen berhak menuntut pertanggungjawaban hukum dari pihak-pihak yang dipandang merugikan karena mengonsumsi produk itu.

Hak untuk mendapatkan penyelesaian hukum ini sebenarnya meliputi juga hak untuk mendapatkan ganti kerugian, tetapi kedua hak tersebut tidak berarti



identik. Untuk mendapatkan ganti kerugian, konsumen tidak selalu harus menempuh upaya terlebih dahulu. Sebaliknya, setiap upaya hukum pada hakikatnya berisikan tuntutan memperoleh ganti kerugian oleh salah satu pihak. Tentu ada beberapa karakteristik tuntutan yang tidak memperoleh tuntutan ganti kerugian ini, seperti dalam upaya *legal standing* LSM yang dibuka kemungkinannya dalam Pasal 46 ayat (1) c UUPK.

#### h. Hak untuk Mendapatkan Lingkungan Hidup yang Baik dan Sehat

Hak konsumen atas lingkungan hidup yang baik dan sehat merupakan yang diterima sebagai salah satu hak dasar konsumen oleh berbagai organisasi konsumen di dunia. Lingkungan hidup yang baik dan sehat berarti sangat luas, dan setiap makhluk hidup adalah konsumen atas lingkungan hidupnya. Lingkungan hidup meliputi lingkungan hidup dalam arti fisik dan lingkungan non fisik.

Dalam Pasal 22 Undang-Undang No. 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan dan Pasal 5 ayat (1) UU No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup, hak untuk mendapatkan lingkungan yang baik dan sehat ini dinyatakan secara tegas. Dalam Undang-Undang tersebut menyatakan bahwa setiap orang mempunyai hak yang sama atas lingkungan hidup yang baik dan sehat. Dalam ketentuan itu jelas bahwa lingkungan hidup, selain sehat juga harus baik.

#### i. Hak untuk Dilindungi dari Akibat Negatif Persaingan Curang

Persaingan curang atau dalam Undang-Undang No. 5 tahun 1999 disebut dengan “persaingan usaha tidak sehat” dapat terjadi jika seorang pelaku usaha berusaha menarik langganan atau klien pelaku usaha lain untuk memajukan

usahanya atau memperluas penjualan atau pemasarannya dengan menggunakan alat atau sarana yang bertentangan dengan itikad baik dan kejujuran dalam pergaulan perekonomian. Walaupun persaingan terjadi antara pelaku usaha, namun dampak dari persaingan itu selalu dirasakan oleh konsumen.

Jika persaingan sehat, konsumen memperoleh keuntungan. Sebaliknya jika persaingan curang atau tidak sehat konsumen pula yang dirugikan. Kerugian itu boleh jadi tidak dirasakan dalam jangka pendek tetapi cepat atau lambat pasti terjadi. Hak konsumen untuk dihindari dari akibat negatif persaingan curang dapat dikatakan sebagai upaya *pre-emptive* yang harus dilakukan, khususnya oleh pemerintah guna mencegah munculnya akibat-akibat langsung yang merugikan konsumen. Itulah sebabnya, gerakan konsumen sudah selayaknya menaruh perhatian terhadap keberadaan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan hak ini, seperti yang ada saat ini, yaitu UU No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

#### j. Hak untuk Mendapatkan Pendidikan Konsumen

Masalah perlindungan konsumen di Indonesia termasuk masalah yang baru. Oleh karena itu, wajar bila masih banyak konsumen yang belum menyadari hak-haknya. Kesadaran akan hak tidak dapat dimungkiri sejalan dengan kesadaran hukum. Makin tinggi tingkat kesadaran hukum masyarakat, makin tinggi penghormatannya pada hak-hak dirinya dan orang lain. Upaya pendidikan konsumen tidak selalu harus melewati jenjang pendidikan formal, tetapi dapat melewati media massa dan kegiatan lembaga swadaya masyarakat.

Dalam banyak hal, pelaku usaha terikat untuk memperhatikan hak konsumen untuk mendapatkan “pendidikan konsumen” ini. Pengertian pendidikan tidak harus diartikan sebagai proses formal yang dilembagakan. Pada prinsipnya, makin kompleks teknologi yang diterapkan dalam menghasilkan suatu produk menuntut pula makin banyak informasi yang harus disampaikan kepada konsumen. Bentuk informasi yang lebih komprehensif dengan tidak semata-mata menonjolkan unsur komersialisasi, sebenarnya sudah merupakan bagian dari pendidikan konsumen.<sup>37</sup>

Selain hak, tentunya konsumen juga memiliki kewajiban-kewajiban yang harus dipenuhi. Pasal 5 UUPK menetapkan empat 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; dan
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.<sup>38</sup>

Adanya kewajiban konsumen membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan atau jasa demi keselamatan dan keselamatan merupakan hal penting yang perlu diatur, karena sering pelaku usaha telah menyampaikan peringatan secara jelas pada suatu produk, tetapi konsumen tidak membaca peringatan secara yang telah disampaikan kepadanya.

---

<sup>37</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *op.cit*, hlm. 30-41.

<sup>38</sup> Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Dengan pengaturan kewajiban ini maka memberikan konsekuensi pelaku usaha tidak bertanggung jawab apabila konsumen yang bersangkutan menderita kerugian akibat mengabaikan kewajiban tersebut.

#### **D. Pengertian, Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha**

Istilah pelaku usaha merupakan pengertian yuridis dari istilah produsen.<sup>39</sup>

Pengertian pelaku usaha juga telah dirumuskan secara khusus dalam UUPK Pasal 1 angka 3, yaitu: “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 berbagai usaha berbagai bidang ekonomi.”

Pengertian pelaku usaha menurut ketentuan Pasal 1 angka 3 UUPK ini, mempunyai cakupan yang luas karena meliputi penjual grosir, leveransir sampai pada pengecer. Namun dalam pengertian pelaku usaha tersebut, tidaklah mencakup eksportir atau pelaku usaha di luar negeri, karena UUPK membatasi 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.<sup>40</sup>

Pengertian pelaku usaha yang bermakna luas tersebut, akan memudahkan konsumen korban menuntut ganti kerugian. Konsumen yang dirugikan akibat

---

<sup>39</sup> N.H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggungjawab Produk*, Ctk. Pertama, Panta Rei, Jakarta, 2005. hlm. 24.

<sup>40</sup> Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Delapan, Rajawali Pers, Jakarta, 2014, hlm. 9.

penggunaan produk, tidak kesulitan dalam menemukan kepada siapa tuntutan akan diajukan, karena banyak pihak yang dapat digugat.

Sementara Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) mengelompokan pelaku usaha menjadi:

- a. Investor, yaitu pelaku usaha penyedia dana untuk membiayai berbagai kepentingan;
- b. Produsen, yaitu pelaku usaha yang membuat, memproduksi barang dan atau jasa dari barang-barang dan atau jasa-jasa lain;
- c. Distributor, yaitu pelaku usaha yang mendistribusikan atau memperdagangkan barang dan atau jasa tersebut kepada masyarakat, seperti pedagang kaki lima, warung, supermarket, usaha angkutan.<sup>41</sup>

Untuk menciptakan kenyamanan berusaha bagi pelaku usaha dan sebagai keseimbangan atas hak-hak yang diberikan kepada konsumen, kepada pelaku usaha diberikan beberapa hak. Hak-hak pelaku usaha dalam UUPK diatur dalam Pasal 6, yang menyatakan bahwa hak pelaku usaha terdiri atas:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- c. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan atau jasa yang diperdagangkan;

---

<sup>41</sup> Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara serta Kendala Implementasinya*, Kencana, Jakarta, 2008, hlm. 67-68.

- d. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik; dan
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undang lainnya.

Sebagai konsekuensi dari adanya hak konsumen, maka pada pelaku usaha dibebani kewajiban-kewajiban. Pasal 7 UUPK menyatakan bahwa kewajiban dari pelaku usaha, antara lain:

- 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 dan;
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan atau penggantian apabila barang dan atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Dalam UUPK tampak bahwa itikad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dimulai sejak barang dirancang/diproduksi sampai pada tahappurna penjualan, sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan karena kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang/diproduksi oleh produsen (pelaku usaha), sedangkan bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen.<sup>42</sup>

#### **E. Larangan-Larangan bagi Pelaku Usaha**

Seperti diketahui bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen menetapkan tujuan perlindungan konsumen antara lain adalah untuk mengangkat harkat kehidupan konsumen, maka untuk maksud tersebut berbagai hal yang membawa akibat negatif dari pemakaian barang dan/atau jasa harus dihindarkan dari aktivitas perdagangan pelaku usaha. Sebagai upaya untuk menghindarkan akibat negatif pemakaian barang dan/atau jasa tersebut, maka undang-undang menentukan berbagai larangan.<sup>43</sup> Secara umum larangan bagi pelaku usaha dapat ditafsirkan dari ketentuan Pasal 8 UUPK, antara lain:

##### **Pasal 8**

- (1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:

---

<sup>42</sup> Ahmadi Miru, *op.cit*, hlm. 54.

<sup>43</sup> *Ibid*, hlm. 63.

- a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundangundangan;
- 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 yang sebenarnya;
- d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau 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 atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
- g. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
- h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan 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 perundangundangan yang berlaku.

(2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang 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 ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Pelaku usaha kosmetik juga dilarang memperdagangkan kosmetik yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas kosmetik, serta pelaku usaha kosmetik dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.<sup>44</sup>

## **F. Tanggung Jawab Pelaku Usaha**

Kewajiban pelaku usaha untuk senantiasa beritikad baik dalam melakukan kegiatannya (Pasal 7 huruf a UUPK) berarti bahwa pelaku usaha ikut bertanggung jawab untuk menciptakan iklim yang sehat dalam berusaha demi menjunjung

---

<sup>44</sup> Pasal 8 ayat (1), (2), (3) dan (4) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

pembangunan nasional. Jelas ini adalah tanggung jawab publik yang diemban oleh seorang pelaku usaha. Banyak ketentuan di dalam UUPK ini yang bermaksud mengarahkan pelaku usaha untuk berperilaku sedemikian rupa dalam rangka menyukseskan pembangunan ekonomi nasional, khususnya dalam bidang usaha.

Atas setiap pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha maka kedepannya dikenakan sanksi-sanksi hukum, baik sanksi administratif maupun sanksi pidana. Beberapa perbuatan yang bertentangan dengan tujuan untuk menciptakan iklim usaha yang sehat dapat dikategorikan sebagai perbuatan kejahatan.<sup>45</sup>

Jika berbicara soal pertanggung jawaban hukum, mau tidak mau, pemerintah harus berbicara soal ada tidaknya suatu kerugian yang telah 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>46</sup>

Seorang konsumen yang mengkonsumsi barang dan/atau jasa kemudian menimbulkan kerugian bagi konsumen, maka dapat menggugat atau meminta ganti rugi kepada pihak yang menimbulkan kerugian. Pihak yang menimbulkan kerugian di sini yaitu bisa produsen, pedagang besar, pedagang eceran/penjual ataupun pihak yang memasarkan produk, tergantung dari pihak yang menimbulkan kerugian bagi konsumen.

UUPK tidak memberikan rumusan yang jelas dan tegas tentang definisi dari jenis barang yang secara hukum dapat dipertanggung jawabkan, dan sampai

---

<sup>45</sup> Janus Sidabalok, *op.cit*, hlm. 93.

<sup>46</sup> Gunawan Widjaja, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2000, hlm. 59.

seberapa jauh suatu pertanggungjawaban atas barang tertentu dapat dikenakan bagi pelaku usaha tertentu atas hubungan hukumnya dengan konsumen. Hal ini erat kaitannya dengan konsep *Product Liability* yang banyak dianut oleh negara-negara maju.<sup>47</sup>

Di dalam UUPK diatur mengenai pertanggung jawaban produsen, yang disebut dengan pelaku usaha, pada Bab VI dengan judul Tanggung jawab Pelaku Usaha, Pasal 19-Pasal 28. Ketentuan pasal-pasal tersebut adalah sebagai berikut:

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 perundangundangan yang berlaku.
- (3) Pemberian gantirugi 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

---

<sup>47</sup> *Ibid.* hlm. 59.

merupakan kesalahan konsumen

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 telah diberikan dalam jangka waktu 7 (tujuh) hari terhitung sejak tanggal transaksi.<sup>48</sup>

Pasal 24

- (1) 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.
- (2) 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

---

<sup>48</sup> Gunawan Widjaja, *op.cit*, hlm. 65-66.

konsumen dengan melakukan perubahan atas barang dan/atau jasa tersebut.

Pelaku usaha yang menjual 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 dimaksudkan oleh pasal ini adalah tanggung jawab berdasarkan perbuatan melanggar hukum.

Dasar pertanggungjawaban ini terutama karena adanya syarat yang ditentukan di 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, atau apabila 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>49</sup>

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>50</sup>

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

---

<sup>49</sup> Ahmadi Miru, *op.cit* , hlm. 155-156.

<sup>50</sup> Gunawan Widjaja, *op.cit*, hlm. 67.

diwajibkan untuk bertanggung jawab sepenuhnya atas jaminan dan/atau garansi yang diberikan, serta penyedia suku cadang atau perbaikan.<sup>51</sup>

#### Pasal 27

Pelaku usaha yang memproduksi barang dibebaskan dari tanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen apabila:

- a. barang tersebut terbukti seharusnya tidak diedarkan atau tidak dimaksudkan untuk diedarkan;
- b. cacat barang timbul pada kemudian hari;
- c. cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan mengenai kualifikasi barang;
- d. kelalaian konsumen
- e. lewatnya jangka waktu penuntutan 4 (empat) tahun sejak barang dibeli atau lewatnya jangka waktu yang diperjanjikan.

Pasal 27 UUPK ini mengatur kemungkinan-kemungkinan pembebasan pelaku usaha dari pertanggung jawaban, yaitu karena faktor-faktor pencurian, cacat yang timbul dikemudian hari, kesalahan konsumen, kedaluwarsa hak untuk menuntut.<sup>52</sup>

Kerugian yang diderita seseorang secara garis besar dapat dibagi atas dua bagian, yaitu kerugian yang menimpa diri dan kerugian yang menimpa harta benda seseorang. Sedang kerugian harta benda sendiri dapat berupa kerugian nyata yang dialami serta kehilangan keuntungan yang diharapkan.<sup>53</sup>

Dalam menentukan besarnya ganti kerugian yang harus dibayar, pada dasarnya harus berpegang pada asas bahwa ganti kerugian yang harus dibayar

---

<sup>51</sup> *Ibid.*

<sup>52</sup> Janus Sidabalok, *op.cit*, hlm. 99.

<sup>53</sup> Ahmadi Miru, *op.cit*, hlm. 133.

sedapat mungkin membuat pihak yang rugi dikembalikan pada kedudukan semula seandainya tidak terjadi kerugian atau dengan kata lain ganti kerugian menempatkan sejauh mungkin orang yang dirugikan dalam kedudukan yang seharusnya andaikata perjanjian dilaksanakan secara baik atau tidak terjadi perbuatan melanggar hukum. Dengan demikian ganti kerugian harus diberikan sesuai dengan kerugian yang sesungguhnya tanpa memperhatikan unsur-unsur yang tidak terkait langsung dengan kerugian itu, seperti kemampuan/kekayaan pihak yang bersangkutan.<sup>54</sup>

Tanggung jawab pelaku usaha sebagaimana diatur dalam pasal-pasal di atas adalah tanggung jawab sehubungan dengan adanya hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumennya dan tanggung jawab berdasarkan hubungan hukum yang lahir kemudian. Dengan kata lain, tanggung jawab yang dimaksud di sini adalah tanggung jawab keperdataan, baik yang bersifat kontraktual maupun di luar hubungan kontraktual. Sehubungan dengan pertanggung jawaban keperdataan ini, maka perlu dipersoalkan beberapa hal pokok, yaitu dasar pertanggung jawaban, pembuktian dan ganti kerugian.<sup>55</sup>

#### **G. Jual Beli antara Pelaku Usaha dan Konsumen terkait Produk Kosmetik**

Sehubungan dengan perjanjian jual beli, maka menurut Pasal 1457 KUH Perdata, jual beli adalah suatu persetujuan, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Dalam hubungan jual beli, kepada kedua belah pihak dibebankan hak-hak dan kewajiban-kewajiban, sebagai mana

---

<sup>54</sup> *Ibid.* hlm. 134.

<sup>55</sup> Janus Sidabalok, *op.cit*, hlm. 100.

diatur dalam Pasal 1513-Pasal 1518 KUH Perdata untuk pembeli dan Pasal 1474-pasal 1512 KUH Perdata untuk penjual.<sup>56</sup>

Kewajiban utama penjual adalah menyerahkan barangnya dan menanggungnya (Pasal 1474 KUHPerdata). Menyerahkan barang artinya memindahkan penguasaan atas barang yang dijual dari tangan penjual kepada pembeli. Dalam konsep hukum perdata yang berlaku di Indonesia, jual beli merupakan perjanjian obligatoir, bukan perjanjian kebendaan. Karena itu, penjual masih wajib menyerahkan barang yang dijualnya kepada pembeli. Penyerahan dapat dilakukan bersamaan dengan tercapainya kesepakatan yang diikuti dengan pembayaran dan pembeli, atau dalam waktu yang hampir sama, selalu terbuka kemungkinan untuk melakukan penyerahan pada waktu yang berbeda dengan saat tercapainya kesepakatan.

Yang dimaksud dengan menanggung di sini adalah kewajiban penjual untuk memberi jaminan atas kenikmatan tenteram dan jaminan dari cacat-cacat tersembunyi (*hidden defects*).<sup>57</sup>

Mengenai kewajiban penjual untuk menanggung cacat tersembunyi (*hidden defects*) sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1504 KUH Perdata dapat diterangkan bahwa penjual diwajibkan menanggung cacat-cacat tersembunyi pada barang yang dijualnya, yang menyebabkan barang tersebut tidak dapat dipakai untuk keperluan yang dimaksudkan atau cacat yang mengurangi pemakaian itu,

---

<sup>56</sup> *Ibid.* hlm. 75.

<sup>57</sup> *Ibid.* hlm. 76.



sehingga seandainya si pembeli mengetahui adanya cacat-cacat tersebut, ia sama sekali tidak akan membelinya.<sup>58</sup>

#### **H. Peraturan-peraturan Terkait Produk Kosmetik**

Pelaku usaha diharuskan mendapatkan izin edar sebelum kosmetik perawatan wajahnya di edarkan di pasaran. Pada pasal 106 ayat (1) Undang-Undang No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan dijelaskan bahwa: “persediaan farmasi dan alat kesehatan hanya dapat diedarkan setelah mendapat izin edar”.

Kosmetik merupakan salah satu bahasan dalam Pasal ini, karena berdasarkan pasal 1 angka 4 UU tentang Kesehatan dijelaskan bahwa: “yang dimaksud dengan sediaan farmasi adalah obat, bahan obat, obat tradisional, dan kosmetika”. Jadi dalam pasal 106 ayat (1) ini mengharuskan sediaan farmasi atau kosmetik hanya dapat diedarkan dipasaran jika telah memperoleh izin edar. Selain itu di dalam pasal 9 ayat 1 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 1998 Tentang Pengamanan Sediaan Farmasi Dan Alat Kesehatan (yang selanjutnya disebut dengan PP Tentang Pengamanan Sediaan Farmasi Dan Alat Kesehatan) dijelaskan bahwa “Sediaan farmasi dan alat kesehatan hanya dapat diedarkan setelah memperoleh izin edar dari menteri”.

Disisi lain terdapat pula peraturan Menteri Kesehatan terkait produk kosmetik kaitanya dengan masalah izin serta pengawasanya. Peraturan Menteri tersebut tertuang dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1175/MENKES/PER/VII/2010. Beberapa pasal yang mengatur produk kosmetik diantaranya :

---

<sup>58</sup> *Ibid.* hlm. 77.

### Pasal 3

Pembuatan kosmetika hanya dapat dilakukan oleh industri kosmetika.

### Pasal 4

- (1) Industri kosmetika yang akan membuat kosmetika harus memiliki izin produksi.
- (2) Izin produksi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberikan oleh Direktur Jenderal.

### Pasal 5

Izin produksi berlaku selama 5 (lima) tahun dan dapat diperpanjang selama memenuhi ketentuan yang berlaku.

### Pasal 6

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

#### Pasal 7

- (1) Industri kosmetika dalam membuat kosmetika wajib menerapkan CPKB.
- (2) CPKB sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan oleh Menteri.
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai pedoman penerapan CPKB ditetapkan oleh Kepala Badan.

#### Pasal 21

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 perundangundangan.

Selain dari peraturan menteri diatas terdapat pula Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, yang mengatur mengenai izin dan pembuatan kosmetik. Keputusan tersebut memuat beberapa pasal terkait tata cara dan pembuatan produk kosmetik yang baik. Keputusan ini tertuang dalam Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan No. HK.00.05.4.1745 dan ditetapkan pada 5 Mei 2003. Beberapa pasal diantaranya yaitu :

#### Pasal 4

Bahan kosmetik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 huruf (a) harus memenuhi persyaratan mutu sesuai dengan Kodeks Kosmetik Indonesia atau standar lain yang diakui.

#### Pasal 8

- (1) Industri kosmetik harus memenuhi persyaratan Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik.

- (2) Industri yang memenuhi persyaratan Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik diberikan Sertifikat oleh Kepala Badan.

#### Pasal 9

- (1) Penerapan Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik dilaksanakan secara bertahap dengan memperhatikan kemampuan industri kosmetik.
- (2) Ketentuan lebih lanjut mengenai penerapan Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik ditetapkan oleh Kepala Badan.

#### Pasal 10

- (1) Kosmetik sebelum diedarkan harus didaftarkan untuk mendapatkan izin edar dari Kepala Badan.
- (2) Yang berhak untuk mendaftarkan adalah :
  - a. produsen kosmetik yang mendapat izin usaha Industri;
  - b. perusahaan yang bertanggungjawab atas pemasaran;
  - c. badan hukum yang ditunjuk atau diberi kuasa oleh perusahaan dari negara asal.

#### Pasal 16

Izin edar kosmetik dibatalkan apabila :

- a. kosmetik dinyatakan tidak memenuhi persyaratan mutu, keamanan dan kemanfaatan yang dapat merugikan masyarakat, berdasarkan hasil pengawasan dan atau hasil penilaian kembali sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15; atau
- b. produsen, perusahaan atau Badan Hukum tidak memenuhi persyaratan sebagaimana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 ayat (2); atau
- c. terkena sanksi sebagaimana dimaksud pasal 38.

Pasal 38

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.

Pasal 39

- (1) Pelanggaran terhadap ketentuan dalam keputusan ini dapat diberikan sanksi administratif berupa :
- a. peringatan tertulis;
  - b. penarikan kosmetik dari peredaran termasuk penarikan iklan;
  - c. pemusnahan kosmetik;
  - d. penghentian sementara kegiatan produksi, impor, distribusi, penyimpanan, pengangkutan dan penyerahan kosmetik;
  - e. pencabutan sertifikat dan atau izin edarsebagaimana dimaksud dalam pasal 8 ayat (2) dan atau pasal 10 ayat (1)
- (2) Selain dikenai sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat pula dikenakan sanksi pidana sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.