

**PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS PEMENUHAN HAK INFORMASI
TERHADAP PENJUALAN PRODUK KOSMETIK DALAM KEMASAN
SHARE IN JAR DITINJAU MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR
8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

SKRIPSI



Oleh :

LAURENT FERNANDA PUTRI KAWANUA KILA

No. Mahasiswa: 16410434

**PROGRAM STUDI HUKUM PROGRAM SARJANA
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2022

**PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS PEMENUHAN HAK INFORMASI
TERHADAP PENJUALAN PRODUK KOSMETIK DALAM KEMASAN
SHARE IN JAR DITINJAU MENURUT UNDANG-UNDANG
NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

SKRIPSI



Oleh :

LAURENT FERNANDA PUTRI KAWANUA KILA

No. Mahasiswa: 16410434

**PROGRAM STUDI HUKUM PROGRAM SARJANA
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2022

**PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS PEMENUHAN HAK INFORMASI
TERHADAP PENJUALAN PRODUK KOSMETIK DALAM KEMASAN
SHARE IN JAR DITINJAU MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 8
TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna memperoleh Gelar
Sarjana (Strata-1) pada Fakultas Hukum
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta



Oleh :

LAURENT FERNANDA PUTRI KAWANUA KILA

No. Mahasiswa: 16410434

**PROGRAM STUDI HUKUM PROGRAM SARJANA
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2022

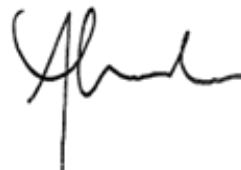
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR PRA PENDADARAN

**PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS PEMENUHAN HAK INFORMASI
TERHADAP PENJUALAN PRODUK KOSMETIK DALAM KEMASAN
SHARE IN JAR DITINJAU MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 8
TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

Telah Diperiksa dan Disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi untuk Diajukan ke
Depan Tim Penguji dalam Ujian Akhir/Pendadaran
Pada Tanggal 19 Desember 2022

Yogyakarta, 27 Desember 2022

Dosen Pembimbing Tugas Akhir



(Abdurrahman Al-Faqih, S.H., M.A., LL.M)

NIK. 094100401

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR PENDADARAN

**PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS PEMENUHAN HAK INFORMASI
TERHADAP PENJUALAN PRODUK KOSMETIK DALAM KEMASAN
SHARE IN JAR DITINJAU MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 8
TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

Telah Dipertahankan di Hadapan Tim Penguji dalam Ujian Akhir/Pendadaran
Pada Tanggal, 19 Desember 2022 dan Dinyatakan LULUS

Yogyakarta, 19 Desember 2022

Tim Penguji

1. Ketua : Bagya Agung Prabowo, S.H., M.Hum., Ph.D.
2. Anggota : Eko Rial Nugroho, S.H., M.H.
3. Anggota : Abdurrahman Al-Faqih, S.H., M.A., LL.M.

Tanda Tangan

.....
.....
.....

Mengetahui:

Universitas Islam Indonesia

Fakultas Hukum

Dekan



(Prof. Dr. Budi Agus Riswandi, S.H., M.Hum)

NIK. 014100109

SURAT PERNYATAAN
ORISINALITAS KARYA TULIS ILMIAH/TUGAS AKHIR MAHASISWA
FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA



Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : LAURENT FERNANDA PUTRI KAWANUA KILA

NIM : 16410434

Adalah benar-benar mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah melakukan penulisan Karya Tulis Ilmiah (Tugas Akhir) berupa Skripsi dengan judul:

**PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS PEMENUHAN HAK INFORMASI
TERHADAP PENJUALAN PRODUK KOSMETIK DALAM KEMASAN SHARE IN
JAR DITINJAU MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN**

Karya ilmiah ini akan saya ajukan kepada Tim Penguji dalam Ujian Pendadaran yang diselenggarakan oleh Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia. Sehubungan dengan hal tersebut, dengan ini saya menyatakan:

1. Bahwa karya tulis ilmiah ini adalah benar-benar hasil karya sendiri yang dalam penyusunannya tunduk dan patuh terhadap kaidah, etika, dan norma- norma penulisan sebuah karya ilmiah sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
2. Bahwa saya menjamin hasil karya ilmiah ini adalah benar-benar asli (Orisinil), bebas dari unsur-unsur yang dapat dikategorikan sebagai perbuatan penjiplakan karya ilmiah (plagiasi);
3. Bahwa meskipun secara prinsip hak milik atas karya ilmiah adalah milik saya, namun demi untuk kepentingan-kepentingan yang bersifat akademik dan pengembangannya, saya memberikan kewenangan kepada Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia dan perpustakaan di lingkungan Universitas Islam Indonesia untuk mempergunakan karya ilmiah tersebut.

Selanjutnya berkaitan dengan hal di atas (terutama pernyataan butir 1 dan 2), saya sanggup menerima sanksi baik sanksi administratif, akademik, bahkan sanksi pidana, jika saya terbukti secara kuat dan meyakinkan telah melakukan perbuatan yang menyimpang dari pernyataan tersebut. Saya juga akan bersikap kooperatif untuk hadir, menjawab, membuktikan, melakukan pembelaan terhadap hak-hak saya, di depan "Majelis" atau "Tim" Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang ditunjuk oleh pimpinan Fakultas, apabila tanda-tanda plagiasi disinyalir ada/terjadi pada karya ilmiah saya ini oleh pihak Fakultas Hukum UII.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dalam kondisi sehat jasmani dan rohani, dengan sadar serta tidak ada tekanan dalam bentuk apapun dan oleh siapapun.

Yogyakarta, 12 Oktober 2022

Pembuat Pernyataan



(Laurent Fernanda Putri Kawanua Kila)

CURRICULUM VITAE

1. Nama Lengkap : Laurent Fernanda Putri Kawanua Kila
2. Tempat Lahir : Pangkalan Bun
3. Tanggal Lahir : 1 Maret 1998
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Golongan Darah : A
6. Alamat Terakhir : Jl. Kusumanegara No.108 Yogyakarta
7. Alamat Asal : Jl. P.Antasari No.47 Kec.Arut Selatan
8. Identitas Orang Tua
 - a. Nama Ayah : Rentje Kila
Pekerjaan : Wiraswasta
 - b. Nama Ibu : Asmanah
Pekerjaan : Pegawai Swasta
9. Riwayat Pendidikan
 - a. SD : SD Negeri 2 Mendawai
 - b. SMP : SMP Islam Al-Hasyimiyyah
 - c. SMA : SMA Negeri 1 Pangkalan Bun
10. Hobi : Olahraga dan *Traveling*

Yogyakarta, 12 Oktober 2022



(Laurent Fernanda Putri Kawanua Kila)

NIM: 16410434

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN REVISI/PERBAIKAN
TUGAS AKHIR



Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Laurent Fernanda Putri Kawanua Kila

Nomor Mahasiswa : 16410434

Ujian Tanggal : 19 Desember 2022

Telah melakukan dan menyelesaikan Revisi/Perbaikan Tugas Akhir saya sebagai mahasiswa yang disyaratkan oleh Tim Penguji Tugas Akhir.

Perbaikan Tugas Akhir tersebut telah selesai dan disetujui oleh dosen Penguji dan dosen Pembimbing Tugas Akhir.

Yogyakarta, 27 Desember 2022

Pembuat pernyataan

(Laurent Fernanda Putri Kawanua Kila)

Menyetujui:

Telah melakukan revisi/perbaikan Tugas Akhir

1. Bagya Agung Prabowo, S.H., M.Hum., Ph.D.

2. Eko Rial Nugroho, S.H., M.H.

Mengetahui:

Dosen Pembimbing Tugas Akhir

(Abdurrahman Al-Faqih, S.H., M.A., LL.M)

NIK. 094100401

HALAMAN MOTTO

بِاللَّهِ الْعِزَّةِ الْمَوْلَانِ

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS Asy Syarh: 5-6)

“Hidup ini adalah perjuangan karna setiap jengkal adalah medan laga”

(W.S. Rendra)

“Make your faith larger than your fears and your dreams larger than your doubts “

(Robin Sharma)

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk Kedua Orangtuaku Tercinta
yaitu Papa Rentje Kila dan Mama Asmanah yang tiada henti selalu
mendoakan, memberikan dukungan, dan kasih sayangnnya kepadaku dan
Amamater Universitas Islam Indonesia*

الجمعة المباركة
الاستاذة الاندونيسية

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir (skripsi) ini dengan baik. Shalawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW melalui petunjuk dan bimbingannya yang membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan. Skripsi ini penulis beri judul “PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS PEMENUHAN HAK INFORMASI TERHADAP PENJUALAN PRODUK KOSMETIK DALAM KEMASAN SHARE IN JAR DITINJAU MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN” dalam rangka menyelesaikan program tugas akhir pada Program Studi Ilmu Hukum Program Sarjana Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, untuk meraih gelar sarjana hukum.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena terbatasnya kemampuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun demi pembelajaran di kemudian hari.

Pada kesempatan kali ini pula penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. **Allah SWT**, yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Rektor Universitas Islam Indonesia, Bapak **Prof. Fathul Wahid, S.T., M. Sc., Ph.D.**
3. Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, Bapak **Prof. Dr. Budi Agus Riswandi, S.H., M.Hum.**
4. **Abdurrahman Al Faqih, S.H., M.A., LL.M** selaku Dosen Pembimbing Penulis yang telah bersedia

meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, kritik, dan dukungan kepada penulis dari awal hingga akhir penulisan tugas akhir ini.

5. Seluruh jajaran Dosen dan Karyawan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, yang telah memberikan ilmu, nasihat, dan pengalaman yang sangat berguna bagi penulis selama menjalani masa perkuliahan.
6. Papa dan Mama yang selalu memotivasi, tiada henti untuk mendoakan dan membantu penulis dengan ketulusan hati untuk berjuang dalam menuntut ilmu dan meraih pendidikan yang tinggi.
7. Sahabat-sahabat ku tercinta, Miftah Anggun Winanda, Fadia Anggi Winanda, Fania Athaya Salsabila, Vika Elmiatin. Terimakasih karena telah menghibur hari-hari penulis, menemani penulis melewati suka duka masa perkuliahan dan senantiasa memberikan dukungan kepada penulis.
8. Pazrin Febrian yang telah percaya bahwa penulis mampu menyelesaikan tugas akhir, terimakasih atas dukungan, kebaikan, perhatian, dan kesabaran yang telah diberikan, juga tak lupa untuk memberikan dorongan yang memotivasi semangat penulis.
9. Sari Indriani dan Nur Tri Aprilia yang selalu hadir untuk mendengarkan keluh kesah penulis serta memberikan support selama mengerjakan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena terbatasnya kemampuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun demi pembelajaran di kemudian hari.

Billahi taufiq wal hidayah, tsummassalamu'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 12 Oktober 2022



(Laurent Fernanda Putri Kawanua Kila)

NIM: 16410434

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR PRA PENDADARAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR PENDADARAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
<i>CURRICULUM VITAE</i>	vi
HALAMAN PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN REVISI.....	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
ABSTRAK	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Orientasi Penelitian	13
E. Tinjauan Pustaka	17
F. Definisi Oprasional	25
G. Metode Penelitian	26
H. Sistematika Penulisan.....	29
 BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG KOSMETIKA, TANGGUNG JAWAB PENJUAL, PERILINDUNGAN KONSUMEN DAN BPOM	
A. Tinjauan Umum Tentang Kosmetika.....	30
1. Tinjauan Umum Kosmetika.....	30
2. Kemasan Kosmetika	33
3. Izin Edar Kosmetika	36
B. Tinjauan Umum Tentang Tanggung Jawab Penjual.....	38
	xii

1.	Tinjauan Umum Tanggung Jawab Penjual	38
2.	Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha.....	43
C.	Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen	45
1.	Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen	45
2.	Hak dan Kewajiban Konsumen	52
D.	Tinjauan Umum BPOM.....	56
E.	Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen dan Pemenuhan Hak Atas Informasi dalam Perspektif Hukum Islam	62
 BAB III PEMBAHASAN PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS PEMENUHAN HAK INFORMASI TERHADAP PENJUALAN PRODUK KOSMETIK DALAM KEMASAN SHARE IN JAR DITINJAU MENURUT UNDANG- UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN		
A.	Perlindungan Konsumen atas Pemenuhan Hak Informasi Terhadap Penjualan Produk Kosmetik dalam Kemasan <i>Share In Jar</i>	78
B.	Tanggung Jawab Pelaku Usaha atas Kerugian yang Dialami Konsumen yang Menggunakan Produk Kosmetik dalam Kemasan <i>Share In Jar</i> Ditinjau Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen.....	93
 BAB IV PENUTUP		
A.	Kesimpulan	105
B.	Saran.....	106
 DAFTAR PUSTAKA		108

ABSTRAK

Banyaknya manfaat yang didapatkan dalam jual beli produk kosmetik kemasan *share in jar*, pada kenyataannya masih memunculkan beberapa masalah. Masalah yang timbul tersebut sudah tentu sangat merugikan konsumen. Kerugian yang dialami konsumen bukan hanya pada ketidaksesuaian produk yang dipilih namun ada risiko kerugian fisik akibat produk tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa. Selain itu terhadap produk kosmetik dalam kemasan *share in jar* banyak yang tidak mengantongi izin dari Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM), sehingga banyak dari produk kosmetik kemasan *share in jar* tidak sesuai dengan standar nasional Indonesia dan BPOM. Penelitian ini membahas 2 (dua) permasalahan, yaitu bagaimana perlindungan konsumen atas pemenuhan hak informasi terhadap penjualan kosmetik dalam kemasan *share in jar*? dan bagaimana tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen yang menggunakan produk kosmetik dalam kemasan *share in jar*? yang mana ditinjau menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif dengan pendekatan telaah peraturan perundang-undangan dan telaah pustaka, yang kemudian dilakukan pengolahan data dan analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa konsumen atas pemenuhan hak informasi terhadap penjualan produk kosmetik dalam kemasan *share in jar* mendapatkan perlindungan melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen serta terhadap kerugian yang dialami tersebut maka konsumen dapat mengugat pelaku usaha melalui Lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha selain itu juga dapat melalui peradilan dengan mengajukan gugatan untuk mendapatkan perlindungan dari Badan Pengawas Obat dan Makanan. Terhadap Konsumen yang mengalami kerugian akibat pelanggaran hukum yang dilakukan oleh pelaku usaha dapat melakukan upaya hukum melalui litigasi maupun non-litigasi. Pelaku usaha yang menjual produk kosmetik harus memperhatikan hak-hak konsumen dan kewajibannya sebagai pelaku usaha sebagaimana yang telah ditetapkan UUPK dan menerapkan iktikad baik dengan memberikan informasi yang jelas dan jujur mengenai barang yang dijualnya agar tidak merugikan konsumennya. Selain itu Pemerintah (Dinas Perindustrian dan Perdagangan), BPOM, serta aparat penegak hukum harus bekerjasama dalam upaya melindungi konsumen terhadap peredaran kosmetik yang tidak memenuhi standar dengan melakukan peningkatan pengawasan secara rutin kepada pelaku usaha serta

diadakannya penyuluhan kepada masyarakat mengenai pentingnya keamanan dalam menggunakan produk kosmetik.

Kata Kunci: Perlindungan, Hak Informasi, Kosmetik, Share in Jar



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kecantikan merupakan suatu anugerah terindah khususnya bagi kaum wanita. Seiring dengan perkembangan zaman yang modern ini, khususnya bagi kaum wanita selalu mempunyai keinginan untuk tampil cantik, merupakan hal yang sangat wajar yang dilakukan kaum wanita maka tidak heran banyak kaum wanita yang rela untuk menghabiskan uangnya demi mempercantik diri dengan melakukan perawatan kecantikan seperti pergi ke klinik kecantikan, pergi ke salon, serta membeli kosmetik baik secara langsung maupun melalui *online*. Perkembangan teknologi serta informasi membuat internet menjadi salah satu media yang efektif bagi pelaku usaha untuk memperkenalkan serta menjual barang atau jasa kepada calon konsumen dari seluruh dunia yang kita kenal sebagai transaksi tanpa kertas (*paperless*) dan tidak bertemu secara langsung (*face to face*).¹

Di era perdagangan sekarang banyak sekali produk kosmetik yang semakin marak beredar dimasyarakat. Tiap hari produk kecantikan semakin bertambah, baik produk perawatan kulit maupun produk kecantikan. Biasanya para pelaku usaha menyediakan contoh atau sampel di setiap penjualan suatu produk kecantikan. Sebagian besar para konsumen mengincar sampel

¹ Abdul Halim Bakatullah, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E.Co.M.Merce Lintas Negara di Indonesia*, FH UII Press, Yogyakarta, 2009, hlm. 49.

produk yang ingin dibeli untuk memastikan kecocokan terhadap produk yang akan dibeli. Sayangnya setiap sampel yang disediakan oleh penjual tidak diperjualbelikan karena setiap penjual hanya menyediakan satu sampel pada setiap produknya.

Pemilihan dan penggunaan kosmetik haruslah tepat dan sesuai dengan tujuan dan manfaat yang diperoleh. Bila kosmetik yang dipilih dan digunakan itu dapat memberikan kesegaran kepada kesehatan kulit atau tubuh secara keseluruhan, berarti itu merupakan pengaruh positif dari kosmetik tersebut. Sebaliknya pengaruh negatif secara umum akan membuat keresahan dan merusak kesehatan serta penampilan, seperti kulit jadi kehitam-hitaman, bercak-bercak, kering, mengelupas, wajah meruam.²

Pelaku usaha dewasa banyak terinspirasi dari minat konsumen dalam mencoba sampel produk tersebut sehingga penjual memiliki inspirasi untuk menjual produk dagangannya dalam bentuk kemasan *share in jar*. *Share in jar* adalah membagi isi sebuah produk ukuran asli ke dalam beberapa tempat atau wadah yang lebih kecil.³ Penjualan dalam bentuk kemasan seperti itu membuat produk tersebut semakin banyak diminati oleh para kaum wanita. Selain dijual dalam bentuk yang lebih kecil harganya juga pasti jauh lebih murah. Faktor harga dalam hal ini juga mempengaruhi pembeli lebih tertarik untuk membeli produk dalam kemasan mini tersebut. Akan tetapi *share in jar* ini

² Rostamailis, *Penggunaan Kosmetik, Dasar Kecantikan & Berbusana Yang Serasi*, PT Rineka Cipta, Jakarta, 2005. hlm. 4-5.

³ Ni Nyoman Rani, "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Penjualan Produk Kosmetik dalam Kemasan Kontainer, *Jurnal Hukum*, Edisi No.3 Vol.6, Fakultas Hukum Universitas Udayana, 2018, hlm. 1.

mengharuskan produk untuk dikeluarkan dari kemasannya, kemudian dipindahkan ke kemasan lain, sudah pasti ada kontak dengan udara, dan kemungkinan produk terkena kotoran menjadi jauh lebih besar. Apalagi kalau diambil dengan jari tangan, potensi bakteri masuk ke dalam produk pun semakin tinggi.⁴

Dengan adanya penjualan produk kosmetik dalam kemasan *share in jar* para penjual biasanya akan menjual produk tersebut dihitung dari per-gram (gr) atau per-mililiter (ml) dan dijual dengan harga yang lebih murah sehingga membuat para konsumen akan semakin tertarik untuk membeli produk tersebut. Namun sangat disayangkan karena dalam praktiknya produk kosmetik yang dijual dalam kemasan *share in jar* tidak mencantumkan identitas produk yang jelas pada kemasan produk seperti yang tertera dalam kemasan asli dari produk tersebut. Hal ini mengakibatkan kerugian konsumen karena konsumen membeli produk yang ditawarkan namun tidak mendapatkan sesuai dengan apa yang ditawarkan.

Dari banyaknya manfaat yang didapatkan dalam jual beli produk kosmetik kemasan *share in jar*, pada kenyataannya masih memunculkan beberapa masalah. Masalah yang timbul tersebut sudah tentu sangat merugikan konsumen. Kerugian yang dialami konsumen bukan hanya pada ketidaksesuaian produk yang dipilih namun terdapat risiko kerugian fisik

⁴ <https://www.beautynesia.id/berita-skincare/sebelum-membeli-share-in-jar-perhatikan-hal-hal-berikut-ini-agar-kamu-enggak-menyasal/b-128391>, Diakses terakhirtanggal 20 Juli 2020, Pukul 10.00 WIB.

akibat pelaku usaha tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa dalam kemasan produk. Selain itu terhadap produk kosmetik dalam kemasan *share in jar* banyak yang tidak mengantongi izin dari Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM), sehingga banyak dari produk kosmetik kemasan *share in jar* tidak sesuai dengan standar nasional Indonesia dan BPOM.

Pasal 2 Peraturan Kepala Badan Pengawasan Obat dan Makanan mengatur bahwa setiap kosmetika yang beredar wajib memenuhi standar dan/atau persyaratan keamanan, manfaat, mutu, penandaan, klaim dan dinotifikasi. Terhadap pelaku usaha yang mengedarkan atau menjual produk kosmetik harus diawasi oleh BPOM. Pengawasan dari BPOM meliputi beberapa kegiatan antara lain pengawasan terhadap sarana produksi, importir, distribusi serta BPOM melakukan sampling, pengujian laboratorium dan pemeriksaan dokumen produk kosmetika guna menjaga keamanan, manfaat dan mutu produk yang akan diedarkan.

Keberadaan Indonesia sebagai negara hukum mengharuskan semuapihak 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 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 karena keberadaan

perekonomian nasional banyak ditentukan oleh para pelaku usaha. Kesewenang-wenangan akan mengakibatkan ketidakpastian hukum.⁵

Pada praktiknya 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.⁶ Permasalahan yang sering terjadi diantaranya tidak mencantumkan identitas-identitas dari produk tersebut, seperti komposisi, tanggal kadaluwarsa, larangan dan efek samping terhadap produk tersebut. Maka dari itu timbul beberapa permasalahan yang berpotensi menimbulkan kerugian pada pembeli seperti tidak mendapatkan kejelasan dari produk yang dibeli. Terdapat contoh beberapa produk yang dijual dalam kemasan *share in jar* yaitu produk serum wajah merek *The Ordinary*, toner wajah merek *Some by Mi*, sabun wajah atau pembersih wajah merek *Cetaphil*, dan sebagainya.

Hal ini bertentangan dengan Pasal 7 huruf b Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menyatakan “pelaku usaha berkewajiban memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan”.

⁵ Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, cet. delapan, Rajawali Press, Jakarta, 2014, hlm. 1.

⁶ Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, cet. pertama, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000. hlm. 235.

Pasal 8 Undang–Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) juga mengatur mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha diantaranya 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 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 di pasang/dibuat;
- j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Berdasarkan penjelasan Pasal diatas maka dapat disimpulkan bahwa 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 konsumen. Informasi yang tidak benar atau menipu, tentunya potensial dapat menimbulkan kerugian pada konsumen.⁷

Kasus pembelian kosmetik *share in jar* yang pernah terjadi ialah yang dialami oleh Sari Indriani, dimana ia membeli produk tersebut melalui media *online* yaitu *online-shop* di Instagram dengan username **@pokoknyaskincare**, pada deskripsi produk yang terdapat pada *caption* instagram memuat keaslian

⁷ Az. Nasution, *Hukum dan Konsumen*, cet. pertama, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm. 40.

produk, larangan dan efek samping dari produk tersebut akan tetapi produk yang dikirimkan dan diterima oleh Sari berbeda dari deskripsi yang telah dimuat di instagram tersebut dan tidak mencantumkan keterangan apapun dalam kemasan produk, sehingga ia juga tidak mengetahui tanggal kadaluwarsa dari produk tersebut, akibatnya setelah pemakaian dilakukan pertama kali wajahnya mengalami jerawat yang sangat meradang serta merasakan panas pada area wajahnya, setelah kejadian itu ia tidak berani untuk



memakai kembali produk tersebut.⁸

Gambar 1. Efek Samping Ruam Pada Wajah Yang Dialami Sari

⁸ Wawancara dengan Sari Indriani di Pangkalan Bun, 14 Juli 2020.



Gambar 2. Kosmetik Dengan Kemasan *Share In Jar*

Kasus lain terjadi pada Winanda yang membeli produk kosmetik yang digunakan pada bagian luar muka untuk mengencangkan dan merawat kulit muka yang sering terkena polusi udara dan sinar matahari siang yang berlebihan. Winanda sebagai konsumen membeli untuk pertama kali pada penjual melalui *marketplace* yaitu *shopee*, Pada deskripsi produk yang terdapat pada *marketplace* dicantumkan bahwa produk original serta bahan-bahan yang terkandung didalamnya. Setelah dilakukan pembelian, pada penggunaan pertama konsumen merasa cukup puas terhadap produk yang dibelinya karena merasaproduk tersebut cocok untuk kulit bagian luar mukanya. Oleh karena itu konsumen membeli kembali produk yang sama kepada pembeli yang sama juga ketika produk pertama tersebut habis. Namun pada saat penggunaan dari pembelian produk kedua tersebut konsumen merasakan efek samping yang

berbeda dari produk yang pertama. Konsumen merasakan kulit bagian luar mukanya terasa panas ketika memakai produk tersebut, efek sampingnya berbeda dari produk yang pertama kali dibelinya dan tekstur dari cairan produk tersebut juga berwarna kusam dan lebih kental.

Menurut Winanda, ia sangat yakin bahwa produk tersebut bukan merupakan produk original seperti yang didapatnya pada pembelian pertama. Hal ini menyebabkan wajah Winanda mengalami tumbuh jerawat setelah tiga kali menggunakan produk tersebut. Padahal konsumen memesan kepada penjual yang sama untuk pembelian produk kosmetik yang sama dengan sebelumnya.⁹



Gambar 3. Efek Samping Ruam Pada Wajah Winanda

⁹ Wawancara dengan Winanda di Yogyakarta, 3 Mei 2020.

Dengan adanya kejadian seperti ini, banyak pelaku yang melalaikan kewajibannya dalam memberi perlindungan kepada konsumennya, 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.¹⁰

Banyaknya pelaku usaha yang masih berani menjual produk yang tidak memiliki kejelasan terhadap produknya sehingga menyebabkan kerugian bagi konsumen yang membeli produk tersebut. Oleh karena itu, sudah seharusnya pelaku usaha juga memperhatikan hak-hak konsumen yang terdapat pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen untuk mencegah terjadinya pelanggaran hak konsumen. Kemudian mengenai kerugian yang dialami oleh konsumen sudah sepatutnya untuk mengetahui tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian yang dialami tersebut.

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

¹⁰ Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2011, hlm. 1.

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.¹¹

Penyampaian informasi produk semestinya 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.

Dari beberapa permasalahan di atas maka produk yang dikemas dalam kemasan *share in jar* masih menimbulkan beberapa permasalahan dan ketidakpastian hukum sehingga konsumen mengalami kerugian. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti mengenai Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Penjualan Produk Kosmetik dalam Kemasan *Share in jar*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang di atas, penulis merumuskan penelitian yang akan dikaji yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan konsumen atas pemenuhan hak informasi terhadap penjualan produk kosmetik dalam kemasan *share in jar* ditinjau

¹¹ N.H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggungjawab Produk*, cet. pertama, Panta Rei, Jakarta, 2005, hlm. 12-13.

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?

2. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen yang menggunakan produk kosmetik dalam kemasan *share in jar*

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis perlindungan konsumen atas pemenuhan hak informasi terhadap penjualan produk kosmetik dalam kemasan *share in jar*.
2. Untuk menganalisis tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen yang menggunakan produk kosmetik dalam kemasan *share in jar*.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian hukum dengan judul “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Penjualan Kosmetik dalam Kemasan *Share In Jar*” ini bukanlah plagiasi dari hasil karya penelitian lain, karena hasil dari penelitian hukum ini diperoleh melalui suatu penelitian hukum yang dilakukan sendiri oleh penulis. Terdapat beberapa penelitian hukum mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen kosmetik, yaitu:

1. Lervony Fridela, Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, 2019, dengan judul *Perlindungan Konsumen atas Pemenuhan Hak Informasi Produk Kosmetik Impor Legal yang di endorse oleh Selebgram di Pekanbaru, Riau*. Rumusan masalah yang diangkat adalah bagaimana perlindungan konsumen atas pemenuhan hak informasi kosmetik impor ilegal yang di *endorse* oleh selebgram di Kota Pekanbaru, Riau dan bagaimana tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen atas produk kosmetik impor ilegal. Permasalahan yang diteliti dalam skripsi tersebut adalah *online-shop* yang menjual kosmetik impor yang mengiklankan melalui *endorse* oleh *selebgram* yang tidak menjelaskan informasi yang benar mengenai kondisi barang tersebut khususnya mengenai keaslian produknya. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis mendasarkan permasalahan penelitian pada pelaku usaha yang tidak mencantumkan informasi identitas produk kosmetiknya, seperti komposisi, tanggal kadaluwarsa, larangan dan efek samping terhadap produk tersebut.
2. Sekar Ayu Amiluhur Priaji, Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, 2018, dengan judul *Perlindungan Hukum terhadap Peredaran Kosmetik yang Merugikan Konsumen*. Rumusan masalah yang diangkat adalah bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen atas beredarnya kosmetik yang merugikan konsumen dan bagaimana tanggung jawab pelaku usaha atas beredarnya kosmetik yang merugikan konsumen. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu penelitian tersebut membahas mengenai tindakan pelaku

usaha dalam memproduksi atau memperdagangkan kosmetik mengandung bahan berbahaya (bahan kimia obat), sedangkan penulis berfokus pada penelitian mengenai pelaku usaha yang menjual produk kosmetik dalam kemasan *share in jar* (botol).

3. Arliwaman, Fakultas Hukum Universitas Lampung, 2019, Dengan judul Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Pengguna Kosmetik yang memiliki Kode Izin Edar Palsu (Fiktif) ditinjau dari Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Rumusan masalah yang diangkat adalah bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen pengguna kosmetik fiktif dan bagaimana pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap konsumen yang mengalami kerugian akibat kosmetik fiktif. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu penelitian tersebut berfokus pada pelaku usaha yang memalsukan kode izin edar agar tampak seperti produk-produk kosmetik yang memenuhi syarat dan terdaftar di Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM), sedangkan penulis membahas mengenai produk kosmetik dalam kemasan *share in jar* (botol) yang tidak mencantumkan identitas- identitas dari produk-produknya.
4. Hayu Rifananda, Fakultas Hukum Universitas Jember, 2019, dengan judul Perlindungan terhadap Konsumen Kosmetik atas Beredarnya Minyak Wangi Isi Ulang yang Berbahaya. Rumusan masalah yang diangkat adalah apa bentuk perlindungan hukum bagi konsumen kosmetik atas beredarnya minyak wangi isi ulang yang berbahaya dan apa upaya penyelesaian yang

dapat dilakukan oleh konsumen kosmetik atas beredarnya minyak wangi isi ulang yang berbahaya. Permasalahan yang diteliti dalam skripsi tersebut adalah mengenai perlindungan hukum bagi konsumen kosmetik atas beredarnya minyak wangi isi ulang yang mengandung bahan *methanol* yang sangat tinggi yang dapat membuat iritasi kulit hingga kebutaan. Perbedaan yang mendasar pada penelitian yang dilakukan penulis, penulis mendasarkan permasalahan penelitian pada perlindungan hukum terhadap konsumen atas penjualan kosmetik dalam kemasan *share in jar* (botol) yang belum menjamin atas kebersihan kosmetik dan botol pengemasan kosmetik yang belum tentu telah steril.

5. Anggoro Septiawan Cahyo Kuncoro, Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, 2016, dengan judul *Perlindungan Hukum Konsumen Pengguna Kosmetik (cream malam) yang Mengandung Bahan Berbahaya yang Merugikan Konsumen*. Rumusan masalah yang diangkat adalah bagaimana perlindungan hukum konsumen pengguna kosmetik cream malam yang mengandung bahan berbahaya yang merugikan konsumen dan bagaimanakah pertanggung jawaban produk oleh pelaku usaha kosmetik cream malam yang telah mengeluarkan dan memasarkan produknya tetapi ternyata mengandung zat berbahaya di dalamnya. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan penulis teliti terdapat pada perbedaan objek. Objek yang akan diteliti penulis ialah perlindungan hukum terhadap konsumen atas penjualan produk kosmetik dalam kemasan *share in jar* (botol).

E. Tinjauan Pustaka

1. Konsumen

Istilah konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument* (Belanda) yang artinya pihak pemakai barang dan jasa.¹²

Konsumen yaitu setiap pengguna barang dan atau jasa untuk kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga, dan tidak untuk memproduksi barang atau jasa lain.¹³ Berdasarkan Pasal 1 angka (2) UUPK konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.¹⁴

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia konsumen merupakan lawan dari produsen, yaitu pemakai barang-barang hasil industri, bahan makanan, dan sebagainya.¹⁵ Dari beberapa pengertian konsumen tersebut, maka konsumen dapat dibedakan menjadi tiga batasan, yaitu:¹⁶

- a. Konsumen Komersial (*commercial consumer*) yaitu setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa lain dengan tujuan mendapatkan keuntungan;
- b. Konsumen Antara (*intermediate consumer*) yaitu setiap orang yang

¹² Kelik Wardiono, *Hukum Perlindungan Konsumen Aspek Substansi Hukum, Struktur Hukum dan Kultur Hukum dalam UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, cet. Pertama, Penerbit Ombak, Yogyakarta, 2015, hlm. 8.

¹³ Az Nasution, *Op. Cit*, hlm. 37.

¹⁴ Pasal 1 angka 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

¹⁵ WJS. Purwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1976, hlm. 521.

¹⁶ Az Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2007, hlm. 13.

mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk diperdagangkan kembali juga dengan tujuan mendapat keuntungan;

- c. Konsumen Akhir (*ultimate consumer/ end user*) 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.

Terdapat pula unsur-unsur mengenai definisi konsumen berdasarkan dari beberapa pengertian konsumen, yaitu:¹⁷

- a. Setiap orang;
- b. Pemakai;
- c. Barang dan/atau Jasa;
- d. Yang Tersedia dalam masyarakat;
- e. Bagi Kepentingan Diri Sendiri, Keluarga, Orang Lain, Makhluk Hidup Lain;
- f. Barang dan/atau Jasa itu tidak untuk Diperdagangkan.

2. Perlindungan Konsumen

Posisi konsumen harus dilindungi oleh hukum karena seringkali hak-hak konsumen dilanggar sehingga membutuhkan perlindungan hukum, yaitu melalui hukum perlindungan konsumen. Perlindungan konsumen

¹⁷ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Grasindo, Jakarta, 2004, hlm. 4.

memiliki fungsi seperti yang tercantum pada Pasal 1 angka 1 UUPK, perlindungan konsumen adalah segala upaya untuk menjamin adanya kepastian hukum sehingga dapat memberi perlindungan terhadap konsumen.¹⁸

Az. Nasution berpendapat bahwa hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen, sedangkan hukum konsumen adalah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.¹⁹

Menurut Hans W. Micklitz, dalam perlindungan konsumen secara garis besar dapat ditempuh dua model kebijakan. Pertama, kebijakan yang bersifat komplementer, yaitu kebijakan yang mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang memadai kepada konsumen (hak atas informasi). Kedua, kebijakan kompensatoris, yaitu kebijakan yang berisikan perlindungan terhadap kepentingan ekonomi konsumen (hak atas kesehatan dan keamanan).²⁰

Perlindungan hukum merupakan upaya penting untuk menjamin adanya kepastian hukum yang melindungi konsumen. Sebab kedudukan

¹⁸ Pasal 1 angka 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

¹⁹ Shidarta, *Revisi Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia edisi 2006*, Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, 2006, hlm. 11.

²⁰ Sukarmi, *Kontrak Elektronik dalam Bayang-Bayang Pelaku Usaha*, Pustaka Sutra, Bandung, 2008, hlm. 142.

konsumen lebih cenderung untuk dijadikan sasaran iktikad buruk dari pelaku usaha. Dengan adanya perlindungan hukum bagi konsumen diharapkan dapat terhindar dari perbuatan para pelaku usaha yang menimbulkan kerugian bagi para konsumen.²¹

Perlindungan konsumen dapat dilakukan dengan:²²

- a. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum;
- b. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha;
- c. Meningkatkan kualitas barang serta pelayanan jasa;
- d. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lain.

Perlindungan konsumen sendiri memiliki cakupan yang cukup luas yaitu meliputi perlindungan terhadap konsumen barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk memperoleh barang dan jasa hingga ke dampak dari penggunaan barang dan/atau jasa tersebut. Dua aspek perlindungan konsumen tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:²³

²¹ Endang Wahyuni, *Aspek Sertifikat & Keterkaitannya dengan Perlindungan Konsumen*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003, hlm. 90.

²² Husni Syawali dan Neni Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, 2000, hlm. 7.

²³ Janus Sidabolok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. CitraAditya Bakti, Bandung, 2006, hlm. 10.

- 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 mengenai penggunaan bahan baku, proses produksi, proses distribusi, desain produk, dan sebagainya sesuai dengan standar sehubungan keamanan dan keselamatan konsumen atau tidak. Selain itu juga persoalan tentang bagaimana konsumen mendapatkan ganti rugi jika timbul kerugian karena menggunakan produk yang tidak sesuai;
- b. Perlindungan terhadap diberlakukannya kepada konsumen syarat-syarat yang tidak adil. Dalam hal ini termasuk persoalan promosi dan periklanan, standar kontrak, harga, dan sebagainya. Hal ini berkaitan dengan perilaku pelaku usaha dalam memproduksi dan mengedarkan produknya.

3. Hak dan Kewajiban Konsumen

Menurut ketentuan Pasal 4 UUPK, konsumen memiliki hak 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 didengar pendapat dan keluhannya atas 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, jujur, serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapat 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 memperoleh hak tersebut, pada Pasal 5 UUPK juga diwajibkan untuk:

- 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.

4. Pelaku Usaha

Pelaku usaha menurut Pasal 1 angka 3 UUPK adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.²⁴ Az. Nasution berpendapat bahwa dalam penjelasan UUPK yang termasuk dalam pelaku usaha yaitu perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain.²⁵ Produsen ataupun pelaku usaha sering diartikan sebagai pengusaha yang telah menghasilkan barang dan jasa. Seperti pembuat grosir, leveransir, dan pengecer profesional yaitu setiap orang/badan yang ikut serta dalam penyediaan barang dan jasa hingga ke tangan konsumen.²⁶

5. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Hak dan kewajiban bagi pelaku usaha diatur dalam pasal 6 dan 7 UUPK. Hak pelaku usaha dalam pasal 6 UUPK, yaitu:

²⁴ Pasal 1 angka 3 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

²⁵ Az. Nasution, *Op. Cit*, hlm 17.

²⁶ Agnes M Toar, *Tanggung Jawab Produk, Sejarah dan Perkembangannya di Beberapa Negara, DKIH-Belanda-indonesia*, Ujung Pandang, 1988, hlm. 2.

- a. Pelaku usaha berhak memperoleh pembayaran yang sesuai dengan kondisi dan nilai tukar barang yang diperdagangkan;
- b. Pelaku usaha berhak memperoleh perlindungan hukum agar terhindar dari itikad buruk konsumen;
- c. Pelaku usaha berhak membela dirinya di dalam penyelesaian konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti kerugian konsumen tidak diakibatkan dari barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya;

Kewajiban pelaku usaha dalam pasal 7 UUPK, yaitu:

- a. Pelaku usaha harus beritikad baik dalam melakukan 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.

F. Definisi Operasional

1. Konsumen menurut UUPK yaitu setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.
2. Pelaku Usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.
3. Kosmetika 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 membran mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan/atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik.

4. *Share In Jar* adalah konsep membagi (*share*) isi sebuah produk kosmetik dalam (*in*) beberapa botol (*jar*) kecil. Tujuannya agar seseorang bisa membeli dan mencoba sebuah produk tanpa harus langsung membeli produk dalam ukuran aslinya.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif, yaitu penelitian yang difokuskan untuk mengkaji penerapan kaidah-kaidah atau norma-norma dalam hukum positif.²⁷

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui pendekatan perundangan-undangan yaitu melalui cara pandang dengan melihat ketentuan atau peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti.

3. Objek Penelitian

Objek penelitian yang akan diteliti atau dikaji adalah mengenai peraturan perundang-undangan yang terkait dengan pentingnya perlindungan konsumen.

²⁷ Johnny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Bayumedia Publishing, Malang, 2006, hlm. 295.

4. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah pihak-pihak yang dipilih oleh peneliti untuk memberikan informasi. Subjek penelitian, meliputi:

- a. Konsumen (produk kosmetik dalam kemasan *share in jar*).
- b. Penjual produk kosmetik dalam kemasan *share in jar* (pelakuusaha).

5. Sumber Data Penelitian

Sumber data penelitian diperoleh dari data sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui penelitian kepustakaan yang terdiri dari:

- a. Bahan hukum primer, yaitu bahan yang memiliki kekuatan hukum mengikat secara yuridis yang terdiri atas:
 - 1) KUHPerdata;
 - 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
 - 3) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik; dan
 - 4) Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan
 - 5) Peraturan Kepala Badan Pengawasan Obat dan Makanan Republik Indonesia No HK.03.1.23.12.11.10052 Tahun 2011 Tentang Pengawasan Produksi dan Peredaran Kosmetika.
- b. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan yang tidak memiliki kekuatan mengikat secara yuridis. Meliputi buku, majalah, surat kabar, literatur, dan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan perlindungan konsumen.

- c. Bahan hukum tersier, yaitu bahan hukum yang dapat melengkapi sumber bagi penelitian ini seperti kamus, internet, dan ensiklopedia hukum.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan studi kepustakaan dan dokumen yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mengkaji buku-buku literatur, serta peraturan perundang-undangan yang berlaku dan yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

7. Analisis Data

Dalam melakukan pengolahan dan analisis, terlebih dahulu penulis melakukan kajian dan identifikasi terhadap bahan-bahan hukum yang diperoleh dari hasil penelitian ini kemudian diolah sedemikian rupa sehingga dapat dibaca dan diinterpretasikan. Analisis data dilakukan secara kualitatif, dan bertitik tolak dari peraturan perundang-undangan sebagai norma hukum positif. Berangkat dari data yang diperoleh, penulis akan mencocokkan dan menganalisis data dengan peraturan yang berlaku sehingga memperoleh jawaban atas permasalahan penelitian. Hal ini dilakukan guna memperoleh gambaran 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.

H. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terbagi menjadi 4 bab, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN. Bab ini berisikan tentang uraian penelitian terkait latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, orisinalitas penelitian, tinjauan pustaka, defisini operasional, metode penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN UMUM. Bab ini berisi mengenai pengertian perlindungan hukum, pengertian mengenai konsumen, pengertian tanggung jawab pelaku usaha.

BAB III PEMBAHASAN. Bab ini berisi mengenai pelaksanaan perlindungan hukum bagi konsumen pengguna kosmetik dan tanggung jawab produk pelaku usaha. Bab ini memaparkan pembahasan mengenai gambaran umum tentang perlindungan konsumen dalam pemakaian produk kosmetik dalam kemasan *share in jar* serta ada atau tidaknya tanggung jawab yang dilakukan oleh pelaku usaha.

BAB IV PENUTUP. Bab ini berisikan tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran terkait dengan sumbangan pemikiran penulis dalam memecahkan persoalan mengenai bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen terhadap penjualan produk kosmetik dalam kemasan *share in jar* serta bagaimana tanggung jawab pelaku usaha terhadap penjualan produk kosmetik dalam kemasan *share in jar*.

BAB II

TINJAUAN UMUM

A. Tinjauan Umum Tentang Kosmetika

1. Tinjauan Umum Kosmetika

Kosmetik berasal dari kata *kosmein* berasal dari Yunani yang artinya berhias. Kosmetik sendiri sudah dikenal sejak lama, pada abad ke-19 pemakaian kosmetik mulai mendapat perhatian. Manusia mengenal kosmetik sendiri berangkat dari naluri alamiahnya yang senantiasa ingin selalu tampil menarik dan cantik sehingga akhirnya manusia melakukan riset dan cara yang tepat untuk bisa selalu menampilkan kecantikannya.²⁸

Di Mesir pada sekitar 3500 tahun SM telah digunakan dengan menggunakan bahan alami baik yang berasal dari tumbuh-tumbuhan, hewan maupun bahan alam lain misal, tanah liat, lumpur, arang, batubara, bahkan api, air, embun, pasir, atau sinar matahari. Kosmetik selain digunakan untuk kecantikan digunakan untuk keperluan kesehatan.²⁹

Selain itu ditemukan arkeologi di Mesir bahwa terdapat pemakaian ramuan dari berbagai alami untuk mengawetkan jasad yang telah meninggal agar tetap utuh dan sebuah salep aromatic dipakaiberabad-

²⁸ Dewi Mulyawan dan Neti Suriana, *A-Z Tentang Kosmetik*, PT Gramedia, Jakarta, 2013, hlm. xi.

²⁹ Retno Trianggono dan Fatma Latifah, *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*, Gramedia Pustaka, Jakarta, 2007, hlm. 7-8.

abad yang lalu, yang mana pembalseman dianggap sebagai bentuk awal adanya kosmetik yang dikenal hingga saat ini.³⁰

Kosmetik adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibi 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.³¹ Definisi lain pada Peraturan Menteri Kesehatan Tentang Bahan, Zat, Pewarna, Substratum, Zat Pengawet, dan tabir surya pada Kosmetika adalah paduan bahan yang siap untuk digunakan pada bagian tubuh luar (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, tetapi tidak dimaksud untuk mengobati atau dapat menyembuhkan suatu penyakit.³²

Kosmetik biasa dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai pembersih, pelembab, pelindung, penipisan, rias atau dekoratif dan wangi-wangian. Parfum misalnya, diperlukan untuk menambah penampilan dan menutupi bau badan yang mungkin kurang sedap bagi orang lain.³³ Bahan utama

³⁰ Sjarif M Wisataatmaja, *Penemuan Ilmu Kosmetik Medik*, UniversitasIndonesia Press, Jakarta, 1997, hlm. v.

³¹ Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1175/MENKES/PER/2010 Pasal 1 dan Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.4.1745 Tentang Kosmetik Pasal 1.

³² Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 445.MENKES/PER/V/1998 Tentang Bahan, Zat, Pewarna, Substratum, Zat Pengawet, dan Tabir Surya, Pasal 1 angka 1.

³³ Retni Isnawan Tranggono, *Op.Cit*, hlm 6.

yang dipakai dalam pembuatan kosmetik adalah bahan dasar yang berkhasiat, bahan aktif serta bahan tambahan seperti bahan pewarna, bahan wangi-wangian, pada campuran bahan tersebut harus memenuhi syarat pembuatan kosmetik yang ditinjau dari segi teknologi pembuatan kosmetik termasuk kimia teknik lainnya.³⁴

BPOM menggolongkan kosmetik berdasarkan bahan dan penggunaannya serta untuk maksud evaluasi kosmetik dibagi menjadi 2 (dua) golongan:³⁵

a. Kosmetik golongan I adalah:

- 1) Kosmetik yang digunakan untuk bayi;
- 2) Kosmetik yang digunakan disekitar mata, rongga mulut dan mukosa lainnya;
- 3) Kosmetik yang mengandung bahan dan fungsinya belumlazim serta belum diketahui keamanan dan kemanfaatannya;
- 4) Kosmetik yang mengandung bahan dan fungsinya belumlazim serta belum diketahui keamanan dan kemanfaatannya.

b. Kosmetik golongan II adalah kosmetik yang tidak termasuk golongan I.

Seiring perkembangan zaman kosmetik selalu menemukan pembaharuan. Upaya mencampur berbagai bahan alam untuk merawat dan memperindah diri tersebut merupakan awal perkembangan kosmetik di dunia. Industri kosmetik mulai mendapat perhatian penuh pada abad ke 20. Seiring majunya teknologi melahirkan banyak varian produk kosmetik baru dengan manfaat dan fungsi yang beragam. Teknologi baru

³⁴ Sjarif M Wisataatmaja, *Op. Cit*, hlm. 52.

³⁵ Keputusan Kepala BPOM RI Nomor HK.00.05.4.1745 Tentang Kosmetik Tahun 2003 Pasal

yang di temukan dalam kosmetik adalah perpaduan antara kosmetik dan obat yang kemudian dikenal dengan nama kosmetik medik (*cosmeceuticals*).

2. Kemasan Kosmetika

Pelaku bisnis, saat ini tidak lagi melakukan inovasi pada bagian inti produk melainkan melakukan inovasi pada kemasan produk yang mereka jual. Hal ini dilakukan karena produsen menyadari kemasan merupakan bagian yang penting baik untuk meningkatkan produksi dan meningkatkan penjualan serta menunjukkan citra produk maupun merek. Kemasan merupakan hal yang menjadi perhatian pertama bagi konsumen ketika suatu produk dikemas dengan menarik, dengan begitu konsumen akan tertarik untuk melihat kemudian mendorong minat tinggi konsumen untuk membelinya.

Inovasi dalam kemasan semakin banyak yang diikuti dengan tingginya kebutuhan konsumen terhadap kosmetik, baik lokal maupun impor. Namun pada praktiknya kosmetik yang dijual di pasaran hanya tersedia dalam ukuran besar atau dalam kemasan yang tidak ekonomis. Maka mengakibatkan konsumen ragu untuk membeli kosmetik dengan ukuran cukup karena khawatir jika kosmetik yang digunakan tidak sesuai dengan efek yang diinginkan, seperti tidak seususai dengan warna kulit maupun menyebabkan iritasi. Dengan begitu banyak produsen menjual produk kosmetik secara online dengan konsep *share in jar*.

Share in jar ialah membagi (*share*) isi sebuah produk dalam (*in*) beberapa container kecil (*jar*). Sistem *share in jar* mengharuskan produk untuk dikeluarkan dari kemasannya, kemudian dipindahkan ke kemasan lain.³⁶ Kemasan *share in jar* biasanya dikemas *jar* kecil atau disebut juga pot. Ukuran kemasan biasanya mengikuti banyaknya produk yang dikemas ulang, bisa pot 5gr, 10gr, atau 20gr. Selain itu bisa juga dikemas dalam bentuk botol, tube, atau kemasan asli dengan isi yang lebih sedikit. Biasanya menyesuaikan dengan bentuk produk, semisal produk cair akan dikemas menggunakan botol kaca mini dengan pipet (terutama *skincare* berupa serum).

Kemasan atau wadah menurut Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Republik Indonesia Nomor HK.00.05.4.1745 Tentang Kosmetik Pasal 1 angka 6 adalah kemasan yang bersentuhan langsung dengan isi, dan angka 7 menjelaskan bahwa pembungkus (sekunder) adalah kemasan yang tidak bersentuhan langsung dengan isi.³⁷

Lebih lanjut mengenai pengaturan kemasan, terdapat pada Peraturan Kepala BPOM Nomor 19 Tahun 2015 Tentang Persyaratan Teknis Kosmetika, yakni ketentuan umum Pasal 1 angka 4. Penandaan adalah setiap informasi mengenai Kosmetika yang berbentuk gambar, tulisan,

³⁶ Devina Ellora, Share In Jar: Menggoda Namun Ketahui Juga Bahayanya, <https://Journal.sociolla.com>, diakses 14 Juli 2021, Pukul 00.31 WIB.

³⁷ Keputusan Kepala Pengawas Obat dan makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.4.1745 Tentang Kosmetik Pasal 1 angka 6 dan angka 7.

kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada Kosmetika, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan, serta yang dicetak langsung pada produk Kosmetika.

Kemudian mengenai Persyaratan Penandaan diatur pada Pasal 7 (1) yang menjelaskan, penandaan harus mencantumkan informasi, paling sedikit:

- a. Nama Kosmetik;
- b. Kemanfaatan/Kegunaan;
- c. Cara penggunaan;
- d. Komposisi;
- e. Nama dan Negara Produsen;
- f. Nama dan Alamat Pelengkap Pemohon Notifikasi;
- g. Nomor Bets;
- h. Ukuran, Isi, atau Berat Bersih;
- i. Tanggal Kadaluwarsa;
- j. Nomor Notifikasi; dan
- k. Peringatan/perhatian dan keterangan lain, jika dipersyaratkan.

Menurut Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2015 Tentang Persyaratan Teknis Kosmetika, kosmetika yang beredar harus memenuhi persyaratan teknis. Persyaratan teknis meliputi persyaratan keamanan, kemanfaatan, mutu, penandaan, dan klaim. Persyaratan penandaan penting diberikan produsen untuk konsumen agar konsumen dapat memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Terkadang ada juga konsumen yang memiliki alergi dengan produk tertentu sehingga membutuhkan informasi detail mengenai komposisi bahan. Tanggal kadaluwarsa juga tidak kalah penting karena menyangkut dapat atau tidaknya produk tersebut

digunakan terkait dengan kerusakan produk karena bahan pengawet sudah tidak bekerja.

3. Izin Edar Kosmetika

Izin Edar adalah Izin yang diberikan kepada produsen untuk produk dalam negeri atau penyalur untuk produk import berdasarkan penilaian terhadap mutu, manfaat, keamanan produk alat kesehatan atau perbekalan kesehatan rumah tangga yang akan diedarkan.³⁸ Izin edar juga diatur dalam Pasal 106 Undang-Undang tentang Kesehatan bahwa sediaan farmasi dan alat kesehatan hanya dapat diedarkan setelah mendapat izin edar.

Pengawasan terhadap peredaran kosmetik mempunyai permasalahan yang luas, cenderung kompleks, dan merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah, masyarakat sebagai konsumen, dan pelaku usaha. Peran serta masyarakat dan pelaku usaha dalam pengawasan peredaran kosmetik mempunyai arti penting dan perlu ditingkatkan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mengenai pengertian pengawasan yaitu berasal dari kata “awas” yang artinya adalah memperhatikan baik-baik, dalam arti melihat sesuatu dengan cermat dan seksama, tidak ada lagi kegiatan kecuali memberi laporan berdasarkan kenyataan yang sebenarnya dari apa yang diawas.

³⁸ Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1184/MENKES/PER/X2004 Tentang Pengamanan Alat Kesehatan dan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga.

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, ketentuan mengenai peredaran kosmetika, tindakan terhadap pelanggaran dan tindak pidana terhadap peredaran kosmetik tanpa izin edar diatur dalam beberapa pasal, yaitu:³⁹

Pasal 106 ayat (1) menyebutkan bahwa, “Sediaan farmasi dan alat kesehatan hanya dapat diedarkan setelah mendapat izin edar”

Pasal 106 ayat (3) menyebutkan bahwa “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.”

Izin Edar Kosmetika, sebagaimana dalam Peraturan BPOM Nomor 26 Tahun 2018 Tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Sektor Obat Dan Makanan Pasal 12 ayat (1) menjelaskan bahwa pelaku usaha untuk mendapatkan Izin Edar Kosmetika harus memenuhi persyaratan sebagaimana berikut:⁴⁰

- a. Data formula kualitatif dan kuantitatif;
- b. Dokumen informasi produk;
- c. Data pendukung keamanan bahan kosmetik;
- d. Data pendukung klaim; dan/atau
- e. Contoh produk jika diperlukan.

³⁹ Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan.

⁴⁰ Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 26 Tahun 2018 Tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Sektor Obat dan Makanan.

Pasal 2 Keputusan Kepala BPOM RI Nomor HK.00.05.4.1745 Tentang Kosmetik menyebutkan kosmetik yang diedarkan harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

- a. Kosmetik tersebut harus menggunakan bahan yang memenuhi standar dan persyaratan mutu serta persyaratan lain yang harus ditetapkan;
- b. Kosmetik tersebut harus diproduksi dengan menggunakan cara pembuatan kosmetik yang baik dan sesuai dengan prosedur;
- c. Kosmetik tersebut harus terdapat dan mendapatkan izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).

Peredaran kosmetik dilakukan bimbingan serta pengawasan. Pemberian bimbingan terhadap penyelenggaraan kegiatan produksi, import, peredaran dan penggunaan kosmetik dilakukan oleh Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan. Pemberian bimbingan sebagaimana dimaksud menjamin mutu dan keamanan kosmetik yang beredar, meningkatkan kemampuan teknik dan penerapan cara pembuatan kosmetik yang baik, mengembangkan usaha di bidang kosmetik.

B. Tinjauan Umum Tentang Tanggung Jawab Penjual

1. Tinjauan Umum Tanggung Jawab Penjual

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) tanggung jawab adalah kewajiban menanggung segala sesuatunya bila terjadi apa-apa boleh dituntut, dipersalahkan, dan diperkarakan. Dalam kamus hukum, tanggung jawab adalah suatu keseharusan bagi seseorang untuk melaksanakan apa yang telah diwajibkan kepadanya.⁴¹ Tanggung jawab

⁴¹ Andi Hamzah, *Kamus Hukum*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2005.

hukum ialah akibat dari konsekuensi kebebasan seseorang tentang perbuatannya yang berkaitan dengan etika atau moral dalam hal ini melakukan suatu perbuatan.⁴²

Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 menyebutkan pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Dalam penjelasan Undang-Undang yang termasuk dalam pelaku usaha adalah perusahaan, BUMN, koperasi, importir, produsen, distributor dan lain-lain. Pengertian pelaku usaha/produsen menurut Abdul Halim Barkatullah adalah produsen yaitu pelaku usaha yang membuat, memproduksi barang atau jasa dari barang-barang atau jasa lainnya. Mereka dapat terdiri dari perorangan, badan usaha yang memproduksi sandang dan pangan atau usaha yang berkaitan dengan angkutan, asuransi dan perbankan serta usaha yang berkaitan dengan obat-obatan dan sebagainya.⁴³

⁴² Soekidjo Notoatmojo, *Etika dan Hukum Kesehatan*, Rineka Cipta, Jakarta, 2010.

⁴³ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran)*, PT Nusa Media, Bandung, 2008, hlm. 111.

Pengertian produsen atau pelaku usaha meliputi:⁴⁴

- a. Pihak yang menghasilkan produk akhir berupa barang-barang manufaktur. Mereka ini bertanggung jawab atas segala kerugian yang timbul dari barang yang mereka edarkan ke masyarakat, termasuk bila kerugian timbul akibat cacatnya barang yang merupakan komponen dalam proses produksinya;
- b. Produsen bahan mentah atau komponen suatu produk;
- c. Siapa saja yang dengan membubuhkan nama, mereka ataupun tanda-tanda lain pada produk menampakan dirinya sebagai produsen dari suatu barang.

Beban tanggung jawab dan tuntutan ganti rugi atau hak itu ditunjukkan kepada setiap subjek hukum yang melanggar hukum, tidak peduli apakah subjek hukum itu orang, badan hukum atau pemerintah.⁴⁵ Pertanggungjawaban menurut Titik Triwulan harus mempunyai dasar, yakni sesuatu hal yang menyebabkan timbulnya hak hukum bagi seorang untuk menuntut orang lain sekaligus berupa hal yang melahirkan kewajiban.⁴⁶ Prinsip dasar pertanggungjawaban atas dasar kesalahan mengandung arti bahwa seseorang harus bertanggung jawab karena ia melakukan kesalahan karena merugikan orang lain. Sebaliknya prinsip tanggung jawab risiko adalah bahwa konsumen penggugat tidak

⁴⁴ Celina Tri Siswi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2008, hlm. 41.

⁴⁵ Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hlm. 55.

⁴⁶ Titik Triwulan dan Shinta Febrian, *Perlindungan Hukum Bagi Pasien*, Prestasi Pustaka, Jakarta, 2010, hlm. 48.

diwajibkan lagi melainkan produsen tergugat langsung bertanggung jawab sebagai risiko usahanya.

Terdapat beberapa teori tanggung jawab dalam perbuatan melanggar hukum (*tort liability*) menurut Abdulkadir Muhammad, yaitu:⁴⁷

- a. Tanggung jawab akibat perbuatan melanggar hukum yang dilakukan dengan sengaja (*intentional tort liability*), tergugat harus sudah melakukan perbuatan sedemikian rupa sehingga merugikan penggugat atau mengetahui bahwa apa yang dilakukan tergugat akan mengakibatkan kerugian.
- b. Tanggung jawab akibat perbuatan melanggar hukum yang dilakukan karena kelalaian (*negligence tort liability*), didasarkan pada konsep kesalahan (*concept of fault*) yang berkaitan dengan moral dan hukum yang sudah bercampur baur (*intermingled*).
- c. Tanggung jawab mutlak akibat perbuatan melanggar hukum tanpa mempersoalkan kesalahan (*strict liability*), didasarkan pada perbuatannya baik secara sengaja maupun tidak sengaja, artinya meskipun bukan kesalahannya tetap bertanggung jawab atas kerugian yang timbul akibat perbuatannya.

Prinsipnya tanggung jawab merupakan sesuatu hal yang dinamis yang berhubungan dengan keseluruhan perilaku manusia dalam

⁴⁷ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, PT. Citra AdityaBakti, Bandung, 2010, hlm. 503.

hubungannya dengan masyarakat ataupun institusi. Tanggung jawab mempunyai kekuatan yang kompleks dan dinamis untuk mempertahankan kualitas keseimbangan dalam masyarakat. Maka tanggung jawab memiliki sifat yang ganda dan fokus pada tingkatan mikro (individu) atau tingkatan makro (organisasi dan sosial), yang keduanya harus dilakukan secara bersama-sama secara seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya. Antara pemilik, manajer, karyawan, masyarakat, dan sosial bahkan dengan negara.⁴⁸

Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.⁴⁹ Pelaku yang dimaksud ialah meliputi grosir, pengeceran dan sebagainya. Cakupan luasnya pengertian pelaku usaha ini memiliki persamaan dengan pengertian pelaku usaha dalam masyarakat Eropa terutama negara Belanda, bahwa yang dapat dikualifikasi sebagai pelaku usaha adalah pembuat produk jadi dengan maksud untuk dijual-belikan dalam transaksi perdagangan.⁵⁰

⁴⁸ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, UPP-AMP YKPN, Yogyakarta, 2004, hlm.153.

⁴⁹ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2010, hlm. 8.

⁵⁰ *Ibid*

2. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

a. Hak Pelaku Usaha

Dalam Pasal 6 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan 5 (lima) hak pelaku usaha di antaranya:⁵¹

- 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 beretika tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam 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 oleh ketentuan perundang-undangan lainnya.

Hak pelaku usaha untuk menerima pembayaran sesuai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak dapat menuntut lebih banyak kondisi barang dan/atau jasa yang diberikannya kepada konsumen tidak atau kurang memadai menurut harga yang berlaku pada umumnya atas barang dan/atau jasa yang sama. Dalam praktek yang biasa terjadi, suatu barang dan/atau jasa yang kualitasnya lebih rendah dari pada barang yang serupa, maka para pihak menyepakati harga

⁵¹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Kosumen.

yang lebih murah. Dengan demikian yang dipentingkan dalam hal ini adalah harga yang wajar.⁵²

b. Kewajiban Pelaku Usaha

Terdapat 7 (tujuh) kewajiban yang diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, yaitu:⁵³

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan 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 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.

Kewajiban adalah sesuatu yang harus dilaksanakan oleh mereka yang mengembannya, dalam hal ini kewajiban pelaku usaha beritikad baik dalam melakukan kegiatan usaha merupakan salah satu asas yang dikenal dalam hukum perikatan. Ketentuan ini diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara. Maka dalam menjamin upaya perlindungan konsumen yang baik dan efektif Undang-Undang

⁵² Ahmadi Miru, *Op.Cit*, hlm. 50.

⁵³ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Kosumen.

Perlindungan Konsumen secara eksplisit mengatur dalam Bab III Pasal 7 mengenai kewajiban-kewajiban yang harus dilakukan oleh pelaku usaha.

Pada intinya antara hak dan kewajiban satu pihak terhadap pihak lainnya lahir dari suatu perjanjian ataupun undang-undang. Secara umum telah diketahui bahwa perjanjian tertulis antara pelaku usaha dan konsumen tidak dapat dikemukakan, maka biasanya orang hanya berbicara mengenai pemenuhan kebutuhan dari konsumen yang mempergunakan, memanfaatkan atau memakai barang dan jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Pasal 6 dan Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dibuat sebagai bentuk kepastian hukum bagi pelaku usaha dan memberikan batasan mengenai hak-hak dan kewajiban-kewajiban pelaku usaha.

C. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen

1. Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen

Perlindungan hukum menurut Satjipto Raharjo adalah adanya upaya melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam rangka kepentingannya tersebut.⁵⁴ Perlindungan konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dapat disingkat dengan

⁵⁴ Satjipto Raharjo, *Sisi-sisi Lain dari Hukum di Indonesia*, Kompas, Jakarta, 2003, hlm, 121.

UUPK, diundangkan pada tanggal 20 April 1999 dan dinyatakan baru berlaku efektif mulai tanggal 20 April 2000, yaitu satu tahun setelah diundangkan. Perkembangan hukum konsumen ini diawali adanya gerakan perlindungan bagi konsumen di Amerika Serikat. Pada tahun 1898 di Amerika dibentuk Liga Konsumen Nasional (*the national consumer's league*) yang kemudian pada 1914 dibentuk komisi yang bergerak dibidang konsuen yakni *Federal Trade Commision*.⁵⁵

UUPK ini memuat aturan-aturan hukum tentang perlindungan kepada konsumen yang menjadi dasar dan kepastian hukum bagi perundang-undangan lainnya yang menyangkut konsumen, sekaligus mengintegrasikan perundang-undangan itu sehingga memperkuat penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen. Berdasarkan Pasal 1 angka 1 UUPK disebutkan bahwa Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen berupa perlindungan terhadap hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui undang-undang khusus, memberi harapan agar pelaku usaha tidak bertindak sewenang-wenang yang selalu merugikan hak-hak konsumen.⁵⁶

⁵⁵ Gunawan dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2003, hlm 12-13.

⁵⁶ Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visi Media, Jakarta, 2015, hlm. 16.

Terdapat 3 batasan mengenai konsumen, sebagai berikut.⁵⁷

- a. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu;
- b. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk diperdagangkan, komersial;
- c. Konsumen akhir adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup pribadinya, keluarga, dan/atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali.

Perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah hukum yang mengatur hubungan hukum dan masalah antara pihak satu dengan lainnya yang berhubungan antara barang dan/atau jasa kepada konsumen, didalam pergaulan hidup.⁵⁸ AZ. Nasution menjelaskan mengenai perlindungan konsumen, sebagai berikut.⁵⁹

“Hukum konsumen pada pokoknya lebih berperan dalam hubungan dan masalah konsumen yang kondisi para pihaknya berimbang dalam kedudukan sosial ekonomi, daya saing, maupun tingkat pendidikan. Rasionya adalah sekalipun tidak selalu tepat, bagi mereka yang berkedudukan seimbang demikian, maka mereka masing-masing lebih mampu mempertahankan dan menegakkan hak-hak mereka yang sah. Hukum perlindungan konsumen dibutuhkan apabila kondisi pihak-pihak yang mengadakan hubungan hukum atau bermasalah dalam masyarakat itu tidak seimbang”.

⁵⁷ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Kenaca Prenada Media Group, Jakarta, hlm 62.

⁵⁸ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT CitraAditya Bakti, Bandung, 2010, hlm. 46.

⁵⁹ AZ Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen (Suatu Pengantar)*, Op.Cit, hlm. 23.

Konsumen tidak hanya diartikan sebagai individu (orang) saja, namun sebagai perusahaan yang menjadi pembeli atau pemakai terakhir.⁶⁰ Hal ini juga disampaikan para ahli hukum bahwa konsumen adalah sebagai pemakai produksi terakhir dari barang dan/atau jasa.⁶¹ Beberapa unsur-unsur mengenai konsumen, yakni:⁶²

a. Setiap orang

Adalah subjek yang disebut sebagai konsumen artinya setiap orang yang berkedudukan sebagai pemakai barang dan/atau jasa;

b. Pemakai

Istilah pemakai artinya tepat digunakan dalam rumusan ketentuan tersebut sekaligus menunjukkan barang dan/atau jasa yang digunakan tidak serta merta hasil dari transaksi jualbeli;

c. Barang dan/atau jasa

Undang-Undang Perlindungan Konsumen mendefinisikan barang sebagai setiap benda, baik benda berwujud atau benda tidak berwujud, benda bergerak atau benda tidak bergerak, benda yang dihabiskan atau yang tidak dihabiskan, benda yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen;

d. Yang tersedia dalam masyarakat berarti barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah harus tersedia di pasaran;

⁶⁰ Shidarta, *Op.Cit*, hlm 60.

⁶¹ *Ibid*, hlm.3.

⁶² *Ibid*, hlm. 5-10.

- e. Bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lainnya. Unsur yang diletakkan dalam definisi itu mencoba untuk memperluas pengertian kepentingan yang tidak sekedar diajukan untuk diri sendiri dan keluarga, tetapi juga barang dan/atau jasa itu diperuntukkan bagi orang lain bahkan untuk makhluk hidup lain seperti hewan dan tumbuhan;
- f. Barang dan/atau jasa tidak untuk diperdagangkan.

Pengertian konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini dipertegas, yakni hanya konsumen akhir. Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur bahwa segala bentuk upaya yang menjamin kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen mencakup antara lain perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati dan perlindungan konsumen terhadap berlakunya syarat yang tidak adil kepada konsumen.⁶³ Perlindungan konsumen diterapkan sebagai upaya bersama berdasarkan lima asas yang dipandang relevan dalam pembangunan nasional. Pasal 2 UUPK yang menyebut perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen. Asas-asas yang dimaksud, yakni:⁶⁴

⁶³ Adrianus Meliala, *Praktik Bisnis Curang*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 2006, hlm. 152.

⁶⁴ Happy Susanto, *Op.Cit*, hlm. 17.

- a. Asas Manfaat, asas ini mengamanatkan bahwa semua upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya untuk kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara bersamaan;
- b. Asas Keadilan, maksud daripada asas ini agar partisipasi seluruh masyarakat dapat diwujudkan secara maksimal dan dapat memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk mendapatkan haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil;
- c. Asas Keseimbangan, asas ini dimaksudkan untuk memberikan perlindungan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah baik materil atau spiritual;
- d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen, artinya asas ini memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang akan digunakan oleh konsumen;
- e. Asas Kepastian Hukum, asas ini dimaksudkan untuk konsumen dan pelaku usaha taat hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara yang menjamin kepastian hukum

Konsumen dalam berhubungan dengan pelaku usaha memiliki prinsip-prinsip yang harus diperhatikan, antara lain:⁶⁵

a. *Let the buyer beware (caveat emptor)*

Pelaku usaha dan konsumen adalah dua pihak yang sangat seimbang sehingga tidak perlu ada proteksi apapun bagi konsumen;

b. *The due care theory*

Artinya bahwa dalam kedudukan konsumen dan pelaku usahayang harus berhati-hati adalah pengusaha. Dalam menawarkan barang dan jasanya siapapun tidak dapat dipermasalahkan apabila konsumen dirugikan. Konsumen harus membuktikan kecerobohan pelaku usaha (Pasal 1865 BW).

c. *The pivity of contract*

Pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk melindungi konsumen, tetapi hal itu baru dapat dilakukan jika diantara mereka telah terjalin suatu hubungan kontraktual. Pelaku usaha tidak dapat disalahkan atas hal-hal diluar yang diperjanjikan.

Perlindungan Konsumen tidak cukup diakomodir dalam kontrak atau perjanjian. Kontrak merupakan peristiwa hukum yang mana seseorangberjanji kepada orang lain atau dua orang saling berjanji untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Jadi pada intinya kontrak bukanlah syarat seseorang untuk mendapatkan perlindungan konsumen.⁶⁶

⁶⁵ *Ibid*, hlm 61.

⁶⁶ Ahmadi Miru, *Hukum Kontrak & Perencanaan Kontrak*, PT Raja GrafindoPersada, Jakarta, 2008, hlm 2.

Keinginan yang hendak dicapai dalam perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup. Segala upaya yang dimaksudkan dalam perlindungan konsumen tersebut tidak saja terhadap tindakan preventif tetapi juga tindakan represif dalam semua bidang perlindungan yang diberikan kepada konsumen, maka pengaturan perlindungan konsumen diharapkan dapat mengakomodir beberapa hal, sebagai berikut.⁶⁷

Perlindungan konsumen sendiri memiliki tujuan yang termaktub dalam Pasal 3 UUPK, yakni:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negative penggunaan barang maupun jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-hak sebagai konsumen;
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

⁶⁷ Abdul Halim Barakatulah, *Op. Cit*, hlm 7.

2. Hak dan Kewajiban Konsumen

a. Hak Konsumen

Pasal 4 UUPK, yaitu:⁶⁸

- (1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- (2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- (3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- (4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- (5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- (6) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- (7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- (8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- (9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Termasuk hak konsumen yang diatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya, seperti hak untuk mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat dan hak untuk dilindungi dari akibat negatif persaingan curang.

Pada dunia Internasional, hak-hak terhadap konsumen juga telah dikemukakan oleh tokoh dunia, salah satunya Jhon F Kennedy menyatakan ada 4 hak konsumen setidaknya dilindungi, yakni:⁶⁹

⁶⁸ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit*, hlm. 40-46.

⁶⁹ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana Prenadan Media Group, Jakarta, 2013, hlm. 45.

- 1) Hak memperoleh keamanan (*the right of safety*), artinya memberikan perlindungan konsumen dari pemasaran barang dan atau jasa yang membahayakan keselamatan konsumen. Dalam hal ini pemerintah wajib bertanggungjawab dan dapat intervensi dalam rangka menjamin keselamatan dan keamanan konsumen sangat penting;
- 2) Hak memilih (*the right to choose*), artinya konsumen berhak untuk menggunakan hak prerogatifnya dengan memutuskan apakah akan kembali atau tidak membeli suatu barang dan/atau jasa. Maka dalam hal ini konsumen berhak untuk mendapatkan informasi yang jujur dari pelaku usaha, tingkat pendidikan yang patut, dan penghasilan yang memadai, maka hak ini akan banyak makna;
- 3) Hak mendapat informasi (*the right to be infomed*), artinya konsumen memiliki hak untuk mendapatkan semua keterangan mengenai suatu barang yang akan dibeli atau akan mengikat dirinya, menjadi keharusan diberikan selengkap mungkin dan penuh kejujuran dari pelaku usaha terhadap konsumen;
- 4) Hak untuk didengar (*the right to be heard*), artinya hak ini menjamin konsumen bahwa kepentingannya harus diperhatikan dan terancam dalam kebijaksanaan pemerintah, termasuk turut didengar dalam pembentuk kebijaksanaan tersebut.

b. Kewajiban Konsumen

Kewajiban Konsumen menurut Pasal 5 UUPK yang menyatakan:

- (1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- (2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- (3) Membayar sesuai nilai tukar yang disepakati;
- (4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Maka hubungan hukum yang terjadi antara pelaku usaha pada satu pihak dengan konsumen pada pihak yang lain sudah dilengkapi dengan hak dan kewajiban para pihak; hal yang seharusnya tidak boleh dilakukukan; peran negara; dan badan penyelesaian sengketa serta prosedur dan syarat penyelesaian sengketa.⁷⁰

Pasal 5 huruf a disebutkan bahwa konsumen berkewajiban untuk membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan. Hal ini merupakan hal yang penting diperhatikan oleh konsumen, karena sering terjadi pelaku usaha telah menyampaikan secara jelas dan rinci mengenai aturan penggunaan suatu produk pada labelnya, namun konsumen tidak membacanya atau tidak menghiraukannya.

⁷⁰ Sri Redjeki Hartono, *Hukum Ekonomi Indonesia*, cet. kedua, Bayumedia Publishing, Malang, 2007, hlm. 40.

Kewajiban yang tidak dilaksanakan oleh konsumen terdapat konsekuensi bagi pelaku usaha untuk tidak bertanggung jawab, apabila konsumen yang bersangkutan menderita kerugian akibat mengabaikan kewajiban tersebut. mengenai kewajiban konsumen beritikad baik hanya tertuju pada transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Hal ini tentunya disebabkan karena bagi konsumen, kemungkinan merugikan konsumen mulai pada saat mulai transaksi dengan produsen. Berbeda dengan pelaku usaha kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang/diproduksi oleh produsen (pelaku usaha). Dalam hal konsumen diwajibkan untuk mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Kewajiban ini dianggap sebagai hal baru, sebab sebelum diundangkannya UUPK hampir tidak dirasakan kewajiban secara khusus seperti ini dalam perkara perdata. Adanya kewajiban seperti ini dalam UUPK dianggap tepat untuk mengimbangi hak konsumen untuk mendapatkan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.⁷¹

D. Tinjauan Umum BPOM

Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) merupakan Lembaga Pemerintah Non Departemen (LPND), yaitu sesuai Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 103 Tahun 2001 merupakan lembaga

⁷¹ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit*, hlm. 39.

Pemerintah pusat yang dibentuk untuk melaksanakan tugas pemerintah tertentu dari Presiden serta bertanggungjawab langsung kepada Presiden.

Awal mula didirikannya Badan Pengawas Obat dan Makanan ini karena Indonesia dianggap memerlukan sistem pengawasan terhadap obat dan makanan yang efektif dan efisien yang mampu mendeteksi, mencegah, dan mengawasi produk-produk termasuk untuk melindungi keamanan keselamatan dan kesehatan konsumennya baik dalam negeri maupun luar negeri maka dari situ mulailah dibentuk Badan Pengawas Obat dan Makanan yang mampu memiliki jaringan nasional dan internasional serta memiliki kewenangan dalam penegakan hukum dan memiliki kredibilitas profesional yang tinggi. Dilain sisi banyaknya iklan yang mempromosikan secara terus menerus dan mendorong konsumen agar mengkonsumsi produk secara berlebihan sehingga memungkinkan meningkatnya resiko dengan implikasi yang luas pada kesehatan dan keselamatan konsumen.

Maka Indonesia harus memiliki Sistem Pengawasan Obat dan Makanan (SisPOM) yang efektif dan efisien yang mampu mendeteksi, mencegah dan mengawasi produk-produk termaksud untuk melindungi keamanan, keselamatan dan kesehatan konsumennya baik di dalam maupun di luar negeri. Untuk itu telah dibentuk Badan Pengawas Obat dan Makanan yang memiliki jaringan nasional dan internasional serta kewenangan penegakan hukum dan memiliki keprofesionalitas yang tinggi.⁷²

⁷² http://www.pom.go.id/pom/profile/latar_belakang.php diakses pada 17 Juli 2021, pukul 13:08 WIB.

Badan Pengawas Obat dan Makanan atau yang biasa disingkat dengan BPOM adalah lembaga di Indonesia yang bertugas untuk mengawasi peredaran obatan-obatan dan makanna di Indonesia. Badan ini dibentuk berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 103 tentang Kedudukan, tugas, fungsi, kewenangan, susunan organisasi, dan tata kerja lembaga pemerintahan non departemen, sebagaimana beberapa kali sudah diubah dengan Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017. Fungsi dan tugas badan ini untuk mengatur makanan, suplemen makanan, obat-obatan produk biofarmasi, transfusi darah,piranti medis untuk terapi dengan radiasi, produk kedokteran hewan, dan kosmetik.

Pengawasan berasal dari kata dasar “awas” yang mempunyai arti mengajak agar seseorang atau beberapa orang dalam melakukan sesuatu kegiatan penuh dengan kehati-hatian, sehingga dari situ tidak terjadi kesalahan atau kekeliruan. Kemudian diberikan awalan “pe” atau sisipan ‘ng” dengan akhiran “an”, maka munculah kata pengawasan dimana dalam perkembangannya dalam pemikiran manusia dengan menemukan yang berbeda-beda antara pemikiran atau pemahaman manusia yang satu dengan pemahaman manusia lain.⁷³

Pengawasan Obat dan Makanan merupakan bagian integral dari upaya pembangunan kesehatan di Indonesia. Misi Balai POM dalam melindungi masyarakat dari produk obat dan makanan yang membahayakan kesehatan

⁷³ Makmur, *Efektivitas Kebijakan Kelembagaan Pengawasan*, PT. RefikaAditama, Jakarta, 2011. Hlm. 175.

dituangkan dalam sistem pengawasan *full spectrum* mulai dari *pre-market* hingga *post-market control* yang disertai dengan upaya penegakan hukum dan pemberdayaan masyarakat.⁷⁴

Menurut Keputusan Kepala Badan POM RI No. 02001/SK/BPOM tahun 2001, Balai POM RI merupakan lembaga pemerintah non departemen yang dibentuk untuk melaksanakan tugas pemerintahan tertentu dari Presiden. Balai POM RI dikepalai oleh pejabat setingkat menteri. Tugas Balai POM RI adalah melaksanakan tugas pemerintah di bidang pengawasan obat dan makanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dalam melaksanakan tugasnya Balai POM RI melakukan fungsinya yang meliputi berbagai kegiatan sebagai berikut:⁷⁵

1. Pengkajian dan penyusunan kebijakan nasional di bidang pengawasan obat dan makanan;
2. Pelaksanaan kebijakan tertentu di bidang pengawasan obat dan makanan;
3. Koordinasi kegiatan fungsional dalam pelaksanaan tugas BPOM;
4. Pemantauan, pemberian bimbingan dan pembinaan terhadap kegiatan instansi pemerintah di bidang pengawasan obat dan makanan;
5. Penyelenggaraan pembinaan dan pelayanan administrasi umum di bidang perencanaan umum, ketatausahaan, organisasi dan tata laksana,

⁷⁴ Badan Pengawas Obat dan Makanan, Pelaksanaan Program dan Kegiatan Reformasi Birokrasi Badan POM RI, http://www.pom.go.id/index.php/home/reformasi_birokrasi/next1, diakses pada 17 Juli 2021 Pukul 12:49 WIB.

⁷⁵ http://www.pom.go.id/pom/profile/visi_misi.php diakses pada 17 Juli 2021, pukul 13:08 WIB.

kepegawaian, keuangan, kearsipan, persandian, pelengkapan dan rumah tangga.

Penyelenggaraan fungsinya, BPOM RI memiliki kewenangan yang diatur dalam Pasal 69 Keputusan Presiden Nomor 103 Tahun 2001 tentang Wewenang Badan Pengawas Obat dan makanan, yakni:⁷⁶

1. Penyusunan rencana nasional secara makro di bidang pengawasan obat dan makanan;
2. Perumusan kebijakan di bidang pengawasan obat dan makanan untuk mendukung pengobatan secara makro;
3. Penetapan sistem informasi di bidang pengawasan obat dan makanan;
4. Penetapan persyaratan penggunaan bahan makanan tambahan (zat aditif) tertentu untuk makanan dan penetapan pedoman pengemasan peredaran obat dan makanan;
5. Pemberian izin dan pengawasan peredaran obat serta pengawasan industri farmasi;
6. Penetapan pedoman penggunaan, konservasi dan pengembangan tanaman obat.

⁷⁶ Keputusan Presiden Nomor 103 Tahun 2001 tentang Wewenang Badan Pengawas Obat dan makanan.

Pengawasan dan pembinaan oleh Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) sesuai dengan Pasal 7, Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10 dan Pasal 11 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2001 Tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, yakni:⁷⁷

Pasal 7:

Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen dan penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya dilaksanakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.

Pasal 8

- (1) Pengawasan oleh pemerintah dilakukan terhadap pelaku usaha dalam memenuhi standar mutu produksi barang dan/atau jasa, pencantuman label dan klausula baku, serta pelayanan purna jual barang dan/atau jasa;
- (2) Pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan dalam proses produksi, penawaran, promosi, pengiklanan, dan penjualan barang dan/atau jasa;
- (3) Hasil pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dapat disebarluaskan kepada masyarakat;
- (4) Ketentuan mengenai tata cara pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) ditetapkan oleh Menteri dan atau menteri teknis terkait bersama-sama atau sendiri-sendiri sesuai dengan bidang tugas masing-masing.

Pasal 9

- (1) Pengawasan oleh masyarakat dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar;
- (2) Pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan dengan cara penelitian, pengujian dan atau survei;
- (3) Aspek pengawasan meliputi pemuatan informasi tentang risiko penggunaan barang jika diharuskan, pemasangan label, pengiklanan, dan lain-lain yang disyaratkan berdasarkan ketentuan

⁷⁷Peraturan Pemerintah Republik Nomor 58 Tahun 11 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.

peraturan perundang-undangan dan kebiasaan dalam praktik dunia usaha;

- (4) Hasil pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (2), dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada Menteri dan menteri teknis.

Pasal 10

- (1) Pengawasan oleh LPKSM dilakukan terhadap barang dan/atau jasa beredar dipasar;
- (2) Pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan dengan cara penelitian, pengujian dan/atau survei;
- (3) Aspek pengawasan meliputi pemuatan informasi tentang risiko penggunaan barang jika diharuskan, pemasangan label, pengiklanan, dan lain-lain yang diisyaratkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebiasaan dalam praktik dunia usaha;
- (4) Penelitian, pengujian dan/atau survei sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang diduga tidak memenuhi unsur keamanan, kesehatan, kenyamanan dan keselamatan konsumen;
- (5) Hasil pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada Menteri dan menteri teknis.

Pasal 11

Pengujian terhadap barang dan/atau jasa yang beredar dilaksanakan melalui laboratorium pengujian yang telah diakreditasi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

E. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen dan Pemenuhan Hak Atas Informasi dalam Perspektif Hukum Islam

1. Tanggung jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen dalam Hukum Islam

Islam menyebutkan istilah tanggung jawab dengan kata “*dhaman*”.

Sebab-sebab terjadinya *dhaman* ada dua macam yaitu tidak melaksanakan akad, atau alpa dalam melaksanakan akad. Timbulnya *dhaman* (tanggung jawab) akad mengandaikan bahwa terdapat suatu akad yang sudah

memenuhi ketentuan hukum sehingga mengikat dan wajib dipenuhi. Bilamana akad yang sudah tercipta secara sah menurut ketentuan hukum itu tidak dilaksanakan isinya oleh debitor atau dilaksanakan tetapi tidak sebagaimana mestinya (ada kealpaan), maka timbul kesalahan di pihak debitor baik kesalahan itu karena kesengajaannya untuk tidak melaksanakannya maupun karena kelalaiannya yang bertentangan dengan hak dan kewajiban.⁷⁸

Agar terwujudnya *dhaman* (tanggung jawab), tidak hanya cukup ada kesalahan (*at-ta'addi*) dari pihak debitor, tetapi juga harus ada kerugian (*adh-dharar*) dari pihak kreditor sebagai akibat dari kesalahan tersebut. Kerugian ini yang menjadi sendi dari adanya tanggung jawab yang diwujudkan dalam bentuk ganti rugi. Menurut Syamsul Anwar kerugian adalah segala gangguan yang menimpa seseorang, baik menyangkut dirinya maupun menyangkut harta kekayaannya, yang terwujud dalam bentuk terjadinya pengurangan kuantitas, kualitas, ataupun manfaat.⁷⁹

Bila ternyata debitor tidak melaksanakan kewajibannya, baik untuk mewujudkan hasil maupun untuk memberikan upaya pada tingkat tertentu, maka ia dinyatakan bersalah karena tidak melaksanakan akad sehingga harus bertanggung jawab (memikul *dhaman*). Namun, tidak terlaksanakan perjanjian selain debitor sendiri yang tidak melaksanakannya, juga bisa

⁷⁸ Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2007, hlm. 331.

⁷⁹ *Ibid.*, hlm. 335.

disebabkan oleh keadaan lain diluar dirinya seperti adanya keadaan memaksa (keadaan darurat), atau perbuatan kreditur sendiri, atau perbuatan orang lain. Berdasarkan hal tersebut debitor harus membuktikannya, ia di anggap tidak melaksanakan kewajibannya sehingga ia memikul *dhaman*.

Hukum Islam dalam mengatur perlindungan konsumen berlandaskan kaidah utama dalam kitab suci Alquran Surat Al-Baqarah Ayat 279:

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتِغُوا فَلَئِمَّ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

Artinya: “Jika kamu tidak melaksanakannya, maka umumkanlah perang dari Allah dan Rasul-Nya. Tetapi jika kamu bertobat, maka kamu berhak atas pokok hartamu. Kamu tidak berbuat zalim (merugikan) dan tidak dizalimi (dirugikan),” di antara para pihak dalam aktivitas usaha/bisnis. Penetapan aturan-aturan perlindungan konsumen didasarkan pada metode sumber hukum Islam, dengan urutan dan prioritas: Al Qur’an, Hadist atau Sunnah Nabi Muhammad SAW, Ijma’, dan Qiyas. Hasil penelitian terhadap permasalahan kedua menunjukkan UUPK dan hukum Islam memiliki kesamaan dalam substansi tujuan perlindungan konsumen, hak dan kewajiban konsumen, perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, tanggung jawab pelaku usaha, dan ketentuan klausula baku; yaitu untuk memberikan kebaikan, keadilan, kesejahteraan atau kemaslahatan bagi manusia, atau sesuai dengan *maqashid al-syari’ah* (tujuan disyariatkannya hukum). Perbedaannya adalah, tujuan hukum Islam ingin mencapai kemaslahatan dunia dan akhirat terkait dengan keimanan dan aqidah Islam, sedangkan

UUPK hanya ingin mencapai kemaslahatan atau kebaikan dunia atau kebaikan sesama manusia saja. Kesamaan berikutnya adalah dalam hal aturan perbuatan yang dilarang dari pelaku usaha, yaitu: larangan memperdagangkan barang yang rusak, atau bekas dan tercemar, perdagangan yang menipu (*bai'al gharar*), dan persekongkolan/berkonspirasi untuk mengelabui konsumen (*bai'al najasy*).

Mazhab-mazhab hukum Islam di masa lampau berbeda pandangan dalam hal luas sempitnya jangkauan kerugian yang dapat diberi pengganti. Mazhab Hanafi termasuk mazhab yang mengajarkan pikiran ganti rugi terbatas. Dalam mazhab ini yang dapat menjadi objek ganti rugi adalah benda bernilai pada dirinya sendiri. Mazhab-mazhab lain menganut ajaran ganti rugi lebih luas, dimana ganti rugi dapat mencakup manfaat dengan berbagai bentuknya termasuk ganti rugi atas kerugian yang menimpa badan orang. Sedangkan dalam hukum Islam kontemporer terjadi pergeseran kearah penerima penggantian atas kerugian moril dari fikih klasik yang lebih banyak menolak penggantian atas kerugian moril tidak dapat dinilai dengan uang.⁸⁰

Dengan demikian, dalam Islam semua perbuatan yang berbahaya tidak dibenarkan dan harus dipertanggungjawabkan. Karena itu, bahwa kerugian bahaya materiil atau jiwa yang menimpa konsumen sebagai akibat buruk yang disebabkan produk barang dan jasa pelaku usaha harus

⁸⁰ *Ibid.*, hlm. 336.

ditanggung oleh pelaku usaha sesuai dengan prinsip ganti rugi (*dhaman*) yang terdapat dalam hukum Islam.

Tanggung jawab pelaku usaha dalam islam memiliki dua dimensi, yaitu dimensi vertikal dan dimensi horizontal, keduanya dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- a. Adanya dimensi tauhid sebagai ciri tanggung jawab secara vertikal kepada Allah SWT.
- b. Adanya dimensi amanah sebagai khalifah di muka bumi bagi para pelaku bisnis.
- c. Sumber daya tersedia berlimpah karena karunia Allah SWT yang dilimpahkan ke muka bumi ini, yang harus digunakan untuk mencapai kesejahteraan bersama antara sesama manusia.
- d. Harus saling tolong menolong dan bekerja sama serta membina saling mengasihi di antara semua manusia (stakeholders).
- e. Bisnis merupakan sarana ibadah bagi para pelaku bisnis.

Untuk menjaga keseimbangan dan memberikan keadilan kepada para pelaku bisnis dalam melakukan transaksi, Islam melarang beberapa bentuk transaksi dan sangat dibenci oleh Rasulullah SAW, antara lain sebagai berikut.⁸¹

⁸¹https://www.academia.edu/25847755/PERLINDUNGAN_KONSUMEN_DALAM_PERSPEKTIF_HUKUM_ISLAM_DAN_UNDANG-UNDANG_NOMOR_8_TAHUN_1999, diakses pada tanggal 26 Juli 2021, Pukul 10.00WIB.

a. *Talaqqi rukban*

Talaqqi rukban, adalah mencegah pedagang yang membawa barang dari tempat produksi sebelum sampai ke pasar.⁸² Rasulullah SAW melarang praktik perdagangan seperti ini dengan tujuan untuk menghindari ketidak tahuan penjual dari daerah pedesaan mengenai harga barang yang berlaku di kota. Rasulullah SAW memerintahkan agar supply barang dibawa langsung ke pasar, sehingga penjual dan pembeli dapat mengambil manfaat dari adanya harga yang alamiah.

b. Melipat gandakan harga

Menurut Imam Ghazali, dilarang melipat gandakan harga dari kebiasaan yang berlaku. Pada dasarnya melipat gandakan harga itu diperbolehkan dengan syarat tidak menyembunyikan kebenaran, karena aktivitas bisnis untuk mendapatkan keuntungan. Menurut sebagian ulama, jika kelipatannya itu melebihi dari 1/3 maka hukumnya wajib atau dituntut adanya hak *khiyar* (pilih) melanjutkan transaksi atau sebaliknya membatalkan.

c. Perdagangan yang menipu (*bai'al gharar*)

Islam sangat menentang segala bentuk penipuan, untuk itu Islam menuntutsuatu perdagangan dilakukan dengan jujur, adil, dan amanah. Rasulullah SAW bersabda, “barang siapa yang melakukan penipuan maka dia bukanlah dari golongan kami” (HR.At-Tarmidzi).

⁸² Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Penerjemah Zainal Arifindan Dahlia Husin, Gema Insani Press, Jakarta, 1997, hlm. 180.

d. Memperdagangkan barang haram

Produk haram adalah memperdagangkan barang-barang yang telah dilarangan dan diharamkan oleh Al Qur'an dan Sunnah.

e. Perdagangan secara riba

Riba adalah pengambilan tambahan dalam transaksi bisnis, baik dalam bentuk jual beli maupun simpan pinjam secara zalim dan menyimpang dari prinsip-prinsip muamalah yang Islami.

f. Persekongkolan (*bai'al najasy*)

Bai'al najasy adalah praktik berbisnis di mana seseorang berpura-pura sebagai pembeli yang menawar dengan tawaran tinggi yang disertai dengan pujian kualitas secara tidak wajar, dengan tujuan untuk menaikkan harga barang.

g. Penimbunan harga (*ikhtikaar*)

Ikhtikaar adalah upaya penimbunan barang untuk menunggu naiknya atau melonjaknya harga barang. Menurut Asy-Syaukani, *ikhtikaar* adalah penimbunan atau penahanan barang dagangan dari peredarannya. Menurut Al-Ghazali, *ikhtikaar* adalah penyimpanan barang dagangan oleh penjual makanan untuk menunggu melonjaknya harga dan menjualnya ketika harga sudah melonjak. Islam sangat membenci dan melarang *ikhtikaar*, karena *ikhtikaar* dapat merusak tatanan ekonomi masyarakat dan mengandung kemudharatan bagi manusia.

h. Monopoli dan persaingan usaha tidak sehat

Monopoli dan persaingan usaha dalam perdagangan/bisnis merupakan ciri khas ekonomi bebas (*liberal economic*) atau sistem ekonomi kapitalis. Sistem ekonomi ini pada prinsipnya tidak menjamin kebebasan berdagang/berbisnis, tetapi membunuh mekanisme kebebasan pasar.

2. Hak dan Kewajiban Konsumen dalam Hukum Islam

Prinsip perlindungan konsumen sudah ditemukan sejak jaman Rasulullah. Konsep ekonomi dan perdagangan dalam Islam harus dilandasi dengan nilai-nilai serta etika yang menjunjung tinggi kejujuran serta keadilan dalam bisnis.

Salah satu hak konsumen dalam Islam adalah hak untuk memilih yang dikenal dengan istilah *khiyar*. Hak *khiyar* ditetapkan syariat Islam bagi orang-orang yang melakukan transaksi perdata agar tidak dirugikan dalam transaksi yang mereka lakukan, sehingga kemashlahatan yang dituju dalam suatu transaksi tercapai dengan sebaik-baiknya. Tujuan diadakan *khiyar* oleh *syara'* berfungsi agar kedua orang yang melakukan transaksi jual beli dapat memikirkan kemashlahatan masing-masing lebih jauh, supaya tidak terjadi penyesalan di kemudian hari karena merasa tertipu.⁸³

Islam memberikan ruang yang cukup luas bagi konsumen dan produsen

⁸³ Abdul Rahman, *Fiqh Muamalah*, Kencana, Jakarta, 2010, hlm. 98.

untuk mempertahankan hak-hak mereka dalam melakukan transaksi perdagangan apakah melanjutkan akad/transaksi bisnis atau tidak melalui hak *khiyar*.

Allah SWT berfirman dalam surat Al-Baqarah ayat 168 yang sesuai dengan hal tersebut

نُؤْمِي عَدُو لَكُمْ إِنَّهُ الشَّيْطَانُ خُطُوتٍ وَاتَّبِعْ وَلَا تَطِيبًا حَلًا الْأَرْضِ فِي مِمَّا كُلُّوا النَّاسُ بِأَيْهَا

Artinya: “Hai manusia, makanlah segala yang dihasilkan dari bumi ini, yang halal dan yang baik-baik, dan janganlah kamu ikuti jejak langkah setan, karena setan adalah nyata-nyata musuh bagimu”.

Para ulama membagi hak *khiyar* menjadi tujuh macam yaitu: *khiyar majlis*, *khiyar syarath*, *khiyar aibi*, *khiyar tadlis*, *khiyar ru'yah*, *khiyar al-ghabn al-fahisy* (*khiyar al-murtarsil*), dan *khiyar ta'yin*. Penjelasan dari berbagai macam *khiyar* tersebut antara lain:

a. *Khiyar Majlis*

Khiyar majlis, merupakan hak untuk memilih melanjutkan atau membatalkan transaksi bisnis selama masih berada dalam tempat (*majlis*).⁸⁴

b. *Khiyar Syarah*

Khiyar syarah, merupakan hak untuk memilih melanjutkan atau membatalkan transaksi bisnis sesuai dengan waktu yang telah

⁸⁴ Abdurrahman Al-Jaziri, *Fiqh Empat Mazdhab Bagian Muamalah II*, terjemahan H. Chatibul Umam & Abu Hurairah, Darul Ulum Press, 2001. hlm. 41.

disepakati atau syarat yang telah ditetapkan bersama. *Khiyar syarah* memiliki jangka waktu yang jelas. Sebagaimana yang dijelaskan dalam Hadist riwayat Ibnu Umar bahwa Rasulullah pernah bersabda yang artinya:

“Masing-masing dari dua orang yang berjual beli tidak ada jual beli bagi keduanya hingga keduanya berpisah, kecuali jual beli dengan *khiyar*.” (H.R. Ibnu Umar).

c. *Khiyar Aibi*

Khiyar aibi, merupakan hak untuk membatalkan transaksi bisnis apabila objek transaksi cacat sekalipun tidak ada perjanjian sebelumnya. Cacat yang dapat dijadikan alasan untuk mengembalikan barang adalah cacat yang dapat menyebabkan turunnya harga. Uqbah bin Amir menyatakan bahwa Rasulullah pernah bersabda yang artinya “Seorang muslim adalah saudara bagi umat muslim lainnya”. “Tidak halal bagi seorang Muslim menjual sesuatu kepada saudaranya, sementara didalamnya terdapat cacat, kecuali ia menjelaskannya.”

(H.R. Ahmad, Ibnu Majah dan Tabrani). Dalam hal ini konsumen memiliki hak untuk menerima barang sesuai harga dan kondisi yang dijanjikan. Maksudnya agar konsumen terlindungi atau terhindar dari kerugian akibat dari kelakuan oknum pelaku usaha yang tidak baik. Dengan begitu konsumen pun berhak meminta jaminan dalam transaksinya. Syariat Islam juga mengajarkan kejujuran dalam

berdagang agar perdagangan bukan hanya mencari uang tapi juga menjadi ladang pahala.

مُهْتَدِينَ كَانُوا وَمَا تَجَارَتْهُمْ رَبِحَتْ فَمَا بِالْهُدَى الضَّلَّةَ اشْتَرَوْا الَّذِينَ أَوْلَيْكَ

Artinya: “Mereka itulah orang yang membeli kesesatan dengan petunjuk, maka tidaklah beruntung perniagaan mereka dan tidaklah mereka mendapat petunjuk” (Q.S. Al-Baqarah: 16).

d. *Khiyar Tadlis*

Khiyar tadlis terjadi jika penjual mengelabui pembeli. Dalam hal ini pembeli memiliki hak *Khiyar* selama tiga hari.⁸⁵ Didalam kitab Fiqh Empat Madzhab bagian muamalat Abdurrahman Al-Jaziri menyebut khiyar jenis ini dengan “*khiyar al-taghriri al-fi’liyy*” (*khiyar* karena tertipu oleh tindakan penjual).⁸⁶ Hal tersebut juga didasarkan pada hadist Rasulullah SAW yang dituturkan oleh Abu Hurairah: “Janganlah kalian membiarkan unta dan domba tidak diperah (sebelum dijual). Siapa saja yang membelinya, kemudian setelah ia memerahnya, ia boleh memilih diantara dua hal; jika ingin ia boleh mengembalikannya disertai dengan satu sha’ kurma.” (H.R. Bukhari dan Muslim).

⁸⁵ Yusuf As-Sabatin, *Bisnis Islam dan Kritik atas Praktik Bisnis ala Kapitalis*, Al-Azhar Press, Bogor, 2009, hlm. 312.

⁸⁶ Abdurrahman Al-Jaziri, *Op.Cit*, hlm. 87.

e. *Khiyar Ru'yah*

Khiyar ru'yah, merupakan hak pilih untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi bisnis yang dilakukan terhadap suatu objek yang belum dilihat pada saat transaksi dilaksanakan.⁸⁷ Untuk sahnya transaksi jual beli/bisnis disyaratkan barang dan harganya diketahui dengan jelas oleh penjual dan pembeli. Maka tidak sah apabila menjual atau membeli sesuatu yang tidak jelas, karena hal itu dapat menimbulkan perselisihan.⁸⁸

f. *Khiyar Al-Ghabn Al-Fahisy*

Khiyar al-ghabn al-fahisy (khiyar al-murtarsil) adalah jika penjual dan pembeli merasa ditipu maka ia memiliki hak khiyar untuk menarik diri dari transaksi jual beli/bisnis dan membatalkan transaksi tersebut. *Khiyar* jenis ini pada suatu saat bisa menjadi hak penjual dan pada saat yang lain bisa juga menjadi hak pembeli.

g. *Khiyar Ta'yin*

Khiyar ta'yin adalah memberikan hak kepada pembeli untuk memilih barang yang dia inginkan dari sejumlah atau kumpulan barang yang dijual kendatipun barang tersebut berbeda harganya, sehingga konsumen dapat menentukan barang yang dia kehendaki.⁸⁹

⁸⁷ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalat)*, PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004, hlm. 139-141.

⁸⁸ Abdurrahman Al-Jaziri, *Op. Cit*, hlm. 106

⁸⁹ *Ibid*, hlm. 316.

Kewajiban-kewajiban konsumen dalam hukum Islam tidak dijelaskan secara spesifik, namun demikian sebagai bentuk keseimbangan dan keadilan dapat dijelaskan sebagai berikut:⁹⁰

1. Beritikad baik dalam melakukan transaksi barang dan/atau jasa;
2. Mencari informasi dalam berbagai aspek dari suatu barang dan/atau jasa yang akan dibeli atau digunakan;
3. Membayar sesuai dengan harga atau nilai yang telah disepakati dan dilandasi rasa saling rela merelakan (*taradhin*), yang terealisasi dengan adanya ijab dan qabul (*sighah*);
4. Mengikuti prosedur penyelesaian sengketa yang terkait dengan perlindungan konsumen.

Kewajiban-kewajiban konsumen yang diatur pada Pasal 5 tidak dijelaskan secara spesifik dalam hukum Islam, tetapi apabila dilihat dari tujuan pengaturan itu untuk kemashlahatan konsumen dan pelaku usaha, maka pengaturan itu sesuai dengan hukum Islam dan *maqashid al-syari'ah*, yaitu untuk mewujudkan *mashlahah* (kebaikan).

3. Pemenuhan Hak Atas Informasi dalam Perspektif Hukum Islam

Terkait penjualan kosmetik tanpa pencantuman informasi terhadap produk kosmetik *share in jar* harus diperhatikan. Berdasarkan teori *Sadd Al-Zari'ah*, menurut Imam al-Syatibi adalah seseorang melakukan

⁹⁰ Muhammad Yusri, Kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam, *Jurnal Hukum*, Vol. 5 No. 3, 2009, hlm. 365.

sesuatu pekerjaan yang pada dasarnya dibolehkan karena mengandung suatu kemaslahatan, tetapi tujuan yang akan ia capai berakhir pada suatu kemafsadatan atau menimbulkan kerugian maka hukumnya akan menjadi haram.⁹¹

Pada dasarnya teori ini berangkat dari perkembangan perlindungan konsumen berdasarkan hukum Islam yang selalu menuntun manusia agar berada pada jalan yang lurus dalam kegiatan ekonomi dan menciptakan iklim usaha yang kondusif dan harmonis. Tujuan penetapan hukum atas dasar *Sadd Al-Zari'ah* adalah untuk menuju kemaslahatan dan menjauhkan kerusakan. Adapun untuk mencapai pada suatu kemaslahatan itu, adakalanya *syara'* memerintahkan sesuatu dan melarang sesuatu.

Pencegahan terhadap kerusakan dilakukan karena ia bersifat terlarang. Sebagai contoh ialah anggur kepada orang yang akan mengolahnya menjadi minuman keras menjadi terlarang sehingga menimbulkan bahaya/mafsadat. Oleh karena itu, adanya larangan meminum minuman keras yang memabukkan karena berbahaya/mafsadat.⁹² Ibnu Qayyim membagi *Zari'ah* dari segi akibat ke dalam empat macam yaitu:

- a. *Zari'ah* yang memang pada dasarnya membawa kepada kerusakan, seperti meminum minuman yang memabukkan.

⁹¹ Nasrun Harun, *Ushul Fiqh*, Logos Publishing House, Ciputat, 1995, hlm. 161.

⁹² Siti Farida, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Kewajiban Pencantuman Label Halal dan Registrasi Keamanan pada Makanan Kemasan", *Skripsi*, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga, 2017.

- b. *Zari'ah* yang ditentukan untuk sesuatu yang mubah, namun ditujukan untuk perbuatan buruk yang merusak baik dengan sengaja, seperti mencaci sembah agama lain.
- c. *Zari'ah* yang semula ditentukan untuk mubah, tidak ditujukan untuk kerusakan, namun biasanya sampai juga kepada kerusakan, dan kerusakan itu lebih besar daripada kebaikannya seperti berhiasnya perempuan yang sedang dalam masa *'iddah*.
- d. *Zari'ah* yang semula ditentukan untuk mubah, namun terkadang membawa kerusakan, sedangkan kerusakannya lebih kecil dibanding kebaikannya. Sebagai contoh ialah melihat wajah perempuan yang sedang dipinang.

Dalam kajian hukum ekonomi syariah, *Zari'ah* ada tiga yaitu: 1) *Zari'ah* yang harus dihalau dan dihindari karena dipastikan akan menimbulkan kerusakan, dalam hal ini ulama sepakat untuk dihindari, 2) *Zari'ah* yang kemungkinan besar dapat menimbulkan kemudharatan, 3) *Zari'ah* yang kecil kemungkinan menimbulkan kemudharatan dan kerusakan. Jadi dalam kegiatan antara konsumen dan pelaku usaha harus dihindari sarana atau perantara yang mengakibatkan kerugian baik untuk pelaku usaha itu sendiri terutama adalah konsumen. Hak pemenuhan atas informasi dimaksudkan agar konsumen mendapatkan informasi yang benar dan jelas tentang sebuah produk agar terhindar dari kesalahan saat memilih barang. Salah satu kecacatan dalam produk disebabkan oleh kurang memadainya sebuah informasi tentang produk tersebut.

4. Rukun dan Syarat Sah Jual Beli

Dalam surah an-Nisa ayat 29 dijelaskan bahwa manusia di larang memiliki barang yang tidak halal sebagaimana penambahan kekayaan dengan jalan yang batil atau yang tidak benar oleh syara', tetapi hendaknya dilakukan dengan jalan memberi, menerima pemberian secara penuh kerelaan. Karena itu diaturkan rukun dan syarat yang perlu dipenuhi sebelum melakukan transaksi jual beli sebagai berikut:

a. Rukun jual beli, adalah ijab dan qabul, ijab dan qabul adalah perbuatan yang menunjukkan kesediaan dua pihak untuk menyerahkan milik masing-masing kepada pihak lain, dengan menggunakan perkataan atau perbuatan. Akan tetapi, menurut jumhur ulama rukun jual beli itu ada 4 (empat), yaitu adanya orang yang berakad al-muta'qidain (penjual dan pembeli), adanya shighat (lafal ijab dan qabul), adanya barang yang di beli, dan adanya nilai tukar pengganti barang.⁹³

b. Syarat sah jual beli dapat dibedakan menjadi beberapa mazhab sebagai berikut:

- 1) Menurut mazhab Hanafi syarat jual beli itu ada empat kategori yaitu a) Orang yang berakad harus mumayyiz dan berbilang. b) Sighatnya harus dilakukan di satu tempat,

⁹³ Abdul Rahman Ghazali, *Fiqh Muamalat*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2012, hlm. 71

harus sesuai, dan harus didengar oleh kedua belah pihak. c) Objeknya dapat dimanfaatkan, suci, milik sendiri, dapat diserahkan. d) Harga harus jelas.

2) Menurut mazhab Maliki syarat jual beli adalah a) Orang yang melakukan akad harus mumayyiz, cakap hukum, berakal sehat dan pemilik barang. b) Pengucapan lapadz harus dilaksanakan dalam satu majelis, antara ijab dan qabul tidak terputus. c) Barang yang diperjual belikan harus suci, bermanfaat, diketahui oleh penjual dan pembeli, serta dapat diserahkan.

3) Menurut mazhab Syafi'iyah syarat jual beli adalah a) Orang yang berakad harus mumayyiz, berakal, kehendak sendiri, beragama Islam. b) Objek yang diperjual belikan harus suci, dapat diserahkan, dapat dimanfaatkan secara syara', hak milik sendiri, berupa materi dan sifat-sifatnya dapat dinyatakan secara jelas. c) Ijab dan qabul tidak terputus dengan percakapan lainnya, harus jelas, tidak dibatasi periode tertentu.

4) Menurut mazhab Hanbali syarat jual beli adalah a) Orang yang berakad harus mubaligh dan berakal sehat (kecuali barang-barang yang ringan), adanya kerelaan. b) sighatnya harus berlangsung dalam satu majlis, tidak terputus, dan akadnya tidak dibatasi dengan periode waktu. c) Objeknya

berupa harta, milik para pihak, dapat diserahterimakan, dinyatakan secara jelas, harga dinyatakan secara jelas, tidak ada halangan syara'.

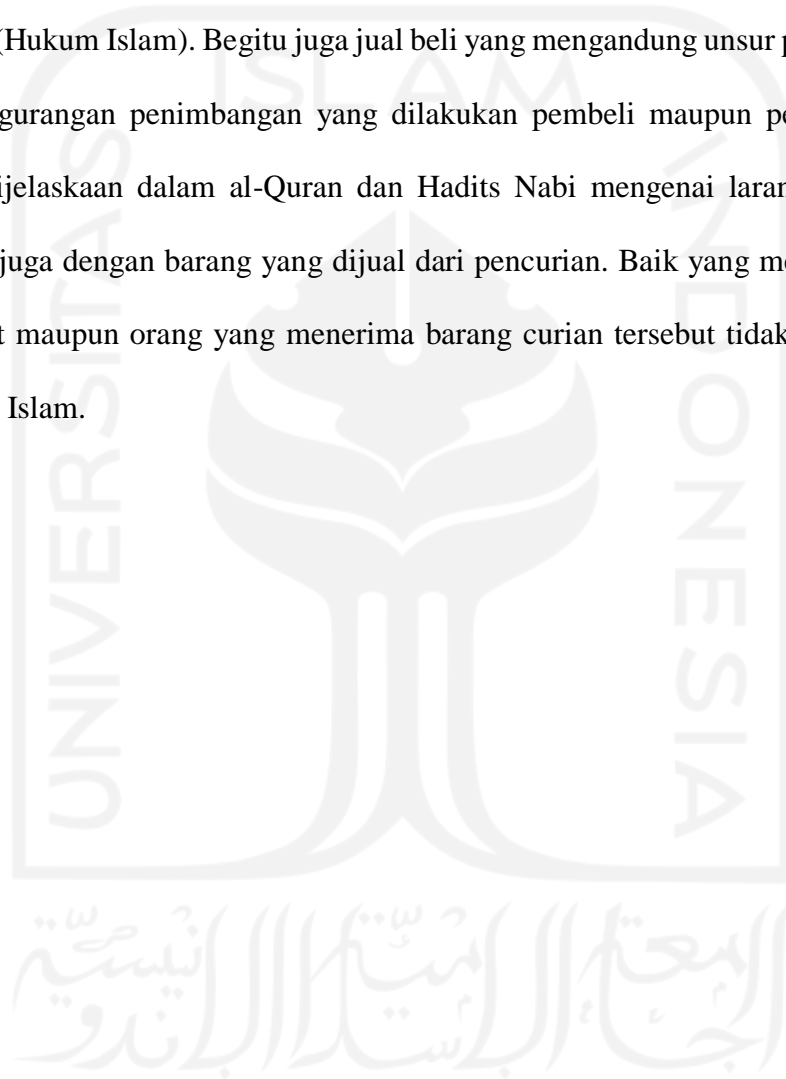
5. Larangan Jual Beli dalam Islam

Jual beli terlarang karena tidak memenuhi syarat dan rukun. Bentuk jual beli yang termasuk dalam katagori ini sebagai berikut:

- a. Jual beli barang yang zatnya haram, najis, atau tidak boleh diperjual belikan;
- b. Jual beli yang belum jelas. Sesuatu yang bersifat spekulasi atau samarsamar haram untuk diperjual belikan;
- c. Jual beli bersyarat. Jual beli yang ijab dan kabulnya dikaitkan dengan syarat-syarat tertentu yang tidak ada kaitannya dengan jual beli atau ada unsur-unsur yang merugikan dilarang oleh agama;
- d. Jual beli yang menimbulkan kemudharatan;
- e. Jual beli yang dilarang karena dianiaya;
- f. Jual beli *muhaqalah*, yaitu menjual tanam-tanaman yang masih di sawah atau di ladang;
- g. Jual beli *mukhadharah*, yaitu penjual buah-buahan yang masih hijau (belum pantas dipanen);
- h. Jual beli *mulamasah*, yaitu jual beli secara sentuh menyentuh;
- i. Jual beli *munabadzah*, yaitu jual beli secara lempar melempar;
- j. Jual beli *muzabanah*, yaitu menjual buah yang basah dengan buah yang kering.

Larangan jual beli di atas, merupakan hal-hal yang telah di larang syari'at Islam. Seperti halnya babi, baik zat dan keseluruhan dari babi adalah haram. Artinya tidak ada tawar-menawar dari babi itu sendiri, baik untuk memelihara,

memakannya maupun untuk diperjual belikan. Begitu juga dengan minuman keras yang mengandung alkohol, baik sedikit maupun banyak itu haram. Karena dapat merusak syaraf-syaraf dalam organ tubuh manusia. Kesimpulannya kegiatan yang dapat merugikan baik diri sendiri maupun orang lain tidak dapat dibenarkan oleh agama (Hukum Islam). Begitu juga jual beli yang mengandung unsur penipuan baik itu pengurangan penimbangan yang dilakukan pembeli maupun penjual sendiri yang dijelaskan dalam al-Quran dan Hadits Nabi mengenai larangan tersebut. Begitu juga dengan barang yang dijual dari pencurian. Baik yang mencuri barang tersebut maupun orang yang menerima barang curian tersebut tidak sah menurut Hukum Islam.



BAB III

PEMBAHASAN

PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS PEMENUHAN HAK INFORMASI TERHADAP PENJUALAN PRODUK KOSMETIK DALAM KEMASAN *SHARE IN JAR* DITINJAU MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

A. Perlindungan Konsumen Atas Pemenuhan Hak Informasi Terhadap Penjualan Produk Kosmetik Dalam Kemasan *Share In Jar*

1. Perlindungan Konsumen Atas Pemenuhan Hak Informasi Terhadap Produk Kosmetik Kemasan *Share In Jar* Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Pada praktiknya pembelian produk kosmetik *share in jar* yang dibeli melalui *online* setelah produk diterima konsumen tidak mencantumkan keterangan mengenai spesifikasi produk dan tanggal kadaluwarsa sehingga mengakibatkan konsumen mengalami kerugian. Adapun kerugian yang dialami konsumen seperti wajah yang timbul jerawat, wajah terasa terbakar atau rasa yang tidak enak pada bagian wajah setelah menggunakan produk yang dibeli.

Kasus ini terjadi juga pada konsumen yang membeli produk kosmetik *share in jar* untuk kedua kalinya yang menimbulkan efek samping yang berbeda dengan produk pertama kali dibelinya pada toko yang sama. Padahal konsumen tersebut memesan produk kosmetik yang sama

dengan produk sebelumnya dan dengan penjual yang sama juga. Namun efek samping yang dirasakan berbeda, hal ini jelas disebabkan oleh tidak adanya penjelasan pada kemasan produk yang dibeli seperti komposisi, cara pemakaian, efek samping dan tanggal kadaluwarsa produk kosmetik *share in jar tersebut*.

Menurut Shidarta dalam bukunya Hukum Perlindungan Konsumen, menyebutkan bahwa istilah “hukum konsumen” dan “hukum perlindungan konsumen” sudah sangat sering terdengar. Namun belum jelas benar apa saja yang masuk ke dalam materi keduanya. Selain itu apakah kedua cabang hukum itu identik.⁹⁴

Perlindungan bagi konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen diatur dalam beberapa pasal yang mana bentuk perlindungan ini salah satunya terpenuhi hak konsumen yang diatur dalam Pasal 4 mengenai hak konsumen:⁹⁵

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan Pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

⁹⁴ Shidarta, *Loc. Cit*, hlm. 9.

⁹⁵ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 4 angka 3 telah mengatur bahwa konsumen mendapatkan hak informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa yang digunakan oleh konsumen. Artinya keterbukaan informasi yang diberikan produsen atau pelaku usaha kepada konsumen merupakan hak yang harus dimiliki konsumen. Dengan begitu produsen memiliki kewajiban untuk menerapkan Pasal 4 angka 3 tersebut. Hal ini menjadi penting bagi konsumen untuk selalu membaca kemasan atau tabel informasi pada setiap produk yang dibeli, selain itu konsumen harus teliti mengenai informasi produk atau barang yang tidak sesuai dengan informasi yang diberikan pada produk.

Pasal tersebut mengatur mengenai larangan produksi bagi produk khususnya kosmetik yang tidak mengikuti peraturan di atas, dengan begitu terhadap produk yang tidak sesuai dan melanggar informasi bagi konsumen seharusnya tidak dapat izin edar, selain itu dengan tidak dicantulkannya label kadaluwarsa menjadikan produk tersebut jelas melanggar aturan yang berlaku dalam peredaran kosmetik Indonesia.⁹⁶

⁹⁶ Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, PT. Bina Ilmu, Surabaya, 1987, hlm. 30.

Kewajiban pelaku usaha dalam menjalankan usahanya diatur dalam Pasal 7 huruf a UUPK mengamanatkan bahwa pelaku usaha harus beriktikad baik dalam melakukan usahannya. Selain itu terkait hak informasi konsumen termuat pada Pasal 7 huruf b bahwa pelaku usaha harus memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.⁹⁷ Sehingga dari hal ini bisa dikatakan produsen masih belum memenuhi kewajibannya dalam memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur pada konsumen barang dan/atau jasa dalam hal ini khususnya produk kosmetik yang mengandung zat berbahaya.⁹⁸

Demi kepentingan konsumen terlindungi UUPK juga mengatur mengenai perbuatan atau tindak pelaku usaha yang dilarang. Berkaitan dengan perlindungan hak informasi bagi konsumen diatur dalam Pasal 8 huruf g bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak mencantumkan tanggal kadaluawarsa atau jangka waktu penggunaan/ pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu. Serta diatur juga dalam huruf i bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat *netto*, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat

⁹⁷ *Ibid*

⁹⁸ Phipipus M Hadjon, *Op.Cit*, hlm. 29.

sampingan, nama, dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat.

Konsumen produk kosmetik *share in jar* mendapatkan perlindungan melalui UUPK serta terhadap kerugian yang dialami tersebut maka konsumen dapat mengugat melalui Lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau langkah yang dapat diambil juga dapat melalui peradilan dengan mengajukan gugatan. Selain itu juga mendapatkan perlindungan melalui Badan Pengawas Obat dan Makanan.

Konsumen harus mengetahui adanya informasi yang baik dan benar baik melalui media sosial atau transportasi, agar tidak terjadi permasalahan di kemudian hari. Pelaku usaha yang membuat iklan harus jujur dan dapat dimengerti oleh konsumen, agar tidak terjadi permasalahan dikemudian hari. Selain itu konsumen berhak mendapatkan keamanan dari barang/ jasa yang tidak membahayakan jika dikonsumsi sehingga konsumen tidak dirugikan baik secara jasmani dan rohani, serta hak keamanan dan kenyamanan tersebut juga menjadi penting dan harus diutamakan.

Bentuk perlindungan represif yang diatur UUPK membuat terobosan dengan memfasilitasi para konsumen yang merasa dirugikan dengan mengajukan gugatan ke pelaku usaha diluar pengadilan yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). BPSK adalah pengadilan khusus konsumen yang sangat diharapkan dapat menjawab tuntutan masyarakat agar proses berperkara berjalan cepat, sederhana, dan murah.

Proses berperkara di BPSK dapat dikategorikan sebagai proses yang sederhana. Proses yang sederhana maksudnya adalah pemeriksaan atau penyelesaian sengketa dilakukan hanya pada sengketa konsumen tersebut. Tanpa adanya konsumen atau yang mewakilinya sebagai salah satu pihak, maka sengketa itu bukan sengketa konsumen.

2. Peran BPOM dalam Memberikan Perlindungan Konsumen Terhadap Penjualan Produk Kosmetik *Share in Jare*

Perlindungan konsumen sangat erat hubungannya dengan lalu lintas perdagangan saat ini. Praktik kegiatan perdagangan tersebut dapat mengakibatkan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen dalam transaksi pada produk yang dijual.⁹⁹ Dalam rangka menjamin mutu, keamanan, dan kemanfaatan kosmetik perlu pengaturan izin produksi kosmetik, pemerintah mengeluarkan Peraturan Menteri Republik Indonesia Nomor 1175/MENKES/PER/VII/2010 Tentang Izin Produksi Kosmetika Pasal 2 ayat (1) menyebutkan kosmetik yang beredar harus memenuhi persyaratan mutu, keamanan, dan kemanfaatan. Pasal 4 ayat (1) menyebutkan industri kosmetik yang akan membuat kosmetik harus memiliki izin produksi. Izin produksi berlaku selama 5 (lima) tahun dan dapat diperpanjang. Industri kosmetik dalam membuat kosmetik wajib

⁹⁹ Shidarta, *Loc. Cit*

menerapkan Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik (CPKB). Industri yang memenuhi persyaratan CPKB diberikan Sertifikat oleh Kepala Badan.¹⁰⁰

Untuk menjamin masyarakat aman terhadap produk-produk yang beredar maka terdapat pemerintah melalui Lembaga yang berwenang dalam melakukan pengawasan terhadap produk makanan, minuman dan obat-obatan dari bahan berbahaya dan produk-produk yang dapat merugikan konsumen. Lembaga yang dimaksud ialah Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM). Balai Besar POM adalah lembaga yang sudah diberikan amanah oleh pemerintah untuk melakukan pengawasan, Peran lembaga ini sangat penting untuk menjamin tidak terjadinya penyimpangan dan kecurangan-kecurangan. Pengawasan yang dilakukan Balai Besar POM ini merupakan suatu sistem pengawasan eksternal.

Dalam hal ini peredaran kosmetik menjadi salah satu produk yang semakin banyak digunakan masyarakat sehingga perlu adanya pengawasan terhadap peredaran produk kosmetik agar tidak merugikan konsumen yang mengkonsumsi produk tersebut. Sebagaimana telah diatur bahwa kosmetik yang beredar wajib memenuhi standar dan/atau persyaratan keamanan, manfaat, mutu, penandaan, klaim, dan dinotifikasi sebagaimana pada Pasal 2 Keputusan Badan POM RI Nomor HK.03.1.23.12.11.10052 Tahun 2011 Tentang Pengawasan Produksi dan Peredaran Kosmetik.

¹⁰⁰ Peraturan Menteri Republik Indonesia Nomor 1175/MENKES/PER/VII/2010 Tentang Izin Produksi Kosmetika.

Untuk melindungi konsumen, Badan POM melakukan pengawasan obat dan makanan secara *pre-market* dan *post market*. Pengawasan *pre-market* meliputi pendaftaran produk untuk mendapatkan izin edar. Sedangkan pengawasan *post market*, dengan dilakukan inspeksi terhadap sarana produksi dan distribusi, monitoring label beredar, sampling dan pengujian, serta pengawasan terhadap penyebaran iklan dan promosi. Pelaku usaha wajib mendaftarkan produk kosmetik.

Sistem pengawasan Obat dan Makanan yang diselenggarakan oleh BPOM merupakan suatu proses yang lengkap dan menyeluruh, mencakup pengawasan *pre-market* dan *post-market*. Sistem itu terdiri dari:¹⁰¹

1. Standarisasi yang merupakan fungsi penyusunan standar, regulasi, dan kebijakan terkait dengan pengawasan Obat dan Makanan. Standardisasi dilakukan terpusat, dimaksudkan untuk menghindari perbedaan standar yang mungkin terjadi akibat setiap provinsi membuat standar tersendiri.
2. Penilaian (*pre-market evaluation*) yang merupakan evaluasi produk sebelum memperoleh nomor izin edar dan akhirnya dapat diproduksi dan diedarkan kepada konsumen. Penilaian tersebut dijalankan terpusat, dengan maksud agar produk yang memiliki izin edar berlaku secara nasional.

¹⁰¹ <https://www.pom.go.id/new/view/direct/strategic>

3. Pengawasan setelah beredar (*post-market control*) untuk melihat konsistensi mutu produk, keamanan dan informasi produk yang dilakukan dengan melakukan sampling produk Obat dan Makanan yang beredar, serta pemeriksaan sarana produksi dan distribusi Obat dan Makanan, pemantauan farmakovigilan dan pengawasan label/penandaan dan iklan. Pengawasan post-market dilakukan secara nasional dan terpadu, konsisten, dan terstandar. Pengawasan post-market dilakukan secara nasional dan terpadu, konsisten, dan terstandar. Pengawasan ini melibatkan Balai Besar/Balai POM di 33 provinsi dan wilayah yang sulit terjangkau/perbatasan dilakukan oleh Pos Pengawasan Obat dan Makanan (Pos POM).
4. Pengujian laboratorium. Produk yang disampling berdasarkan risiko kemudian diuji melalui laboratorium guna mengetahui apakah Obat dan Makanan tersebut telah memenuhi syarat keamanan, khasiat/manfaat dan mutu. Hasil uji laboratorium ini merupakan dasar ilmiah yang digunakan sebagai untuk menetapkan produk tidak memenuhi syarat yang digunakan untuk ditarik dari peredaran.
5. Penegakan hukum di bidang pengawasan Obat dan Makanan. Penegakan hukum didasarkan pada bukti hasil pengujian, pemeriksaan, maupun investigasi awal. Proses penegakan hukum sampai dengan projusticia dapat berakhir dengan pemberian sanksi administratif seperti dilarang untuk diedarkan, ditarik dari peredaran, dicabut izin edar, disita untuk dimusnahkan. Jika pelanggaran masuk pada ranah

pidana, maka terhadap pelanggaran Obat dan Makanan dapat diproses secara hukum pidana.

BPOM berperan dalam perlindungan konsumen melalui wewenang pengawasannya yang diatur melalui Keputusan Badan POM RI Nomor HK.03.1.23.12.11.10052 Tahun 2011 Tentang Pengawasan Produksi dan Peredaran Kosmetik yang mana pengawasan dilakukan melalui pemeriksaan terhadap sarana dan kosmetika. Pengawasan untuk menjamin, mutu, keamanan dari produk kosmetik sendiri diatur dalam Pasal 5 yang meliputi:

- a. Legalitas kosmetika;
- b. Keamanan, kemanfaatan, mutu;
- c. Penandaan dan klaim; dan
- d. Promosi dan iklan.

BPOM untuk selalu melindungi peredaran kosmetik yang digunakan masyarakat melakukan pemeriksaan. Pemeriksaan menurut Pasal 6 Keputusan Badan POM RI Nomor HK.03.1.23.12.11.10052 Tahun 2011 Tentang Pengawasan Produksi dan Peredaran Kosmetik, yaitu:

- (1) Pemeriksaan dilakukan oleh petugas secara:
 - a. rutin; dan
 - b. khusus.
- (2) Pemeriksaan rutin sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a dilakukan untuk mengetahui pemenuhan standar dan/atau persyaratan.
- (3) Pemeriksaan khusus sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b dilakukan untuk menindaklanjuti hasil pengawasan dan/atau informasi adanya indikasi pelanggaran.

Terhadap produk kosmetik yang diperiksa dan ditemukan pelanggaran atau tidak memenuhi ketentuan maka menurut Pasal 11 Keputusan Badan POM RI Nomor HK.03.1.23.12.11.10052 Tahun 2011 Tentang Pengawasan Produksi dan Peredaran Kosmetik akan diberikan rekomendasi kepada Menteri Kesehatan untuk pembekuan izin produksi atau pencabutan izin produksi.

BPOM tidak hanya melakukan upaya repreventif namun berupaya melakukan langkah preventif dengan membimbing masyarakat untuk menjadi konsumen cerdas dengan selalu memperhatikan label kemasan produk, apakah telah memiliki izin edar atau tidak. “Nomor izin edar dapat di cek melalui website pom.go.id dengan mengetik di mesin pencarian kata ‘cekbpom’ atau mendownload aplikasi Cek BPOM pada aplikasi di gawai. Selain itu BPOM berperan memberikan dukungan terhadap pelaku usaha untuk memperoleh kemudahan dalam usahanya dengan memberikan insentif, *clearing house*, dan pendampingan dalam peraturan.

3. Upaya Hukum Bagi Konsumen yang Mengalami Kerugian Akibat Pembelian Produk Kosmetik yang Tidak Terpenuhi Hak Informasi

Bentuk perlindungan hukum salah satunya adalah upaya hukum yang diberikan. Upaya hukum untuk menyelesaikan sengketa, secara umum terdapat dua model penyelesaian sengketa secara keperdataan, yaitu litigasi dan non-litigasi. Kedua upaya tersebut merupakan upaya hukum

penyelesaian sengketa sebagai bentuk pilihan ketika salah satu upaya hukum jika salah satu upaya hukum tidak ketemu jalan keluarnya.

Kosmetik yang saat ini sudah menjadi kebutuhan dasar bagi masyarakat baik perempuan atau laki-laki. Konsumen untuk mendapatkan produk kosmetik saat ini sangat mudah dijangkau sehingga permintaan terhadap produk kosmetik meningkat. Dengan begitu pelaku usaha dibidang kosmetik juga semakin bertambah. Terjadinya peningkatan tersebut maka sering terjadi praktik dari pelaku usaha yang belum mendapatkan pengawasan dengan baik dan benar sehingga banyak dari pelaku usaha yang mengedarkan produknya dapat mengakibatkan kerugian terhadap konsumen. Pada praktiknya beberapa dari konsumen terjadi pelanggaran terutama dalam memberikan akses informasi yang jelas terhadap produk yang dijual. Guna menghindari praktik kecurangan pelaku usaha diperlukan pengawasan dari pihak-pihak terkait serta konsumen sendiri harus cerdas dan teliti sebelum membeli produk kosmetik.

Di dalam UUPK memberikan dua macam upaya untuk menyelesaikan sengketa konsumen, yaitu penyelesaian sengketa melalui pengadilan dan penyelesaian sengketa di luar pengadilan. Diatur dalam Pasal 45 dan Pasal 47.

Pasal 45:

- (1) Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum;

- (2) Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa;
- (3) Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat tidak menghilangkan tanggungjawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-undang;
- (4) Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

Pasal 47

Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.

Terhadap konsumen yang mengalami kerugian terhadap produk kosmetik yang dibeli akibat tidak mendapatkan informasi yang jelas dari produk kosmetik yang dibeli atau tidak tercantumnya tanggal kadaluwarsa maka konsumen dapat melakukan upaya dengan meminta klarifikasi dari pelaku usaha mengenai kandungan, efek samping aturan pakai dan tanggal kadaluwarsa produk kosmetik, dengan begitu dapat dilihat juga iktidat baik dari pelaku usaha dalam bertanggungjawab atas produk kosmetik yang dijual.

Upaya yang dapat dilakukan konsumen jika tidak mendapatkan jawaban atau tanggapan yang baik dari pelaku usaha, maka konsumen dapat melakukan pengaduan melalui Badan Perlindungan Konsumen Nasional. Pasal 34 Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan tugas kepada Badan Perlindungan Konsumen Nasional untuk menerima

pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat atau pelaku usaha. Selain itu terdapat juga Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang membantu masyarakat untuk mendapatkan perlindungan konsumen. Hal ini juga diatur dalam Pasal 44 UUPK yang mana Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat memiliki tugas, sebagai berikut:

- a. menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;
- c. bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
- d. membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen;
- e. melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

Konsumen yang tidak mendapatkan haknya atau atas tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan kerugian terhadap konsumen masih belum dapat diselesaikan maka konsumen masih memiliki upaya.

Selain dua Lembaga disebutkan diatas masih terdapat Badan Penyelesaian Sengketa (BPSK). Menurut Pasal 1 angka 11 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, bahwa BPSK adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen.

Adapun organisasi-organisasi konsumen sebagai lembaga swadaya masyarakat yang fokus bergerak di bidang perlindungan konsumen

seperti Yayasan Lembaga Perlindungan Konsumen yang bertindak dalam kepastian selaku perwakilan konsumen. Meskipun demikian organisasi ini sama halnya dengan Lembaga-lembaga yang disebutkan secara jelas dalam Undang- Undang Perlindungan Konsumen yang mana tujuannya adalah melayani dan meningkatkan martabat dan kepentingan konsumen.¹⁰²

Upaya-upaya konsumen untuk mendapatkan perlindungan secara non- litigasi sudah terakomodir dalam UUPK baik upaya yang dilakukan kedua pihak antara konsumen dan pelaku usaha tanpa perantara maupun upaya-upaya perlindungan konsumen yang dibantu oleh Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, Badan Penyelesaian Sengketa dan Badan Perlindungan Konsumen Nasional. Namun apabila upaya tersebut masih belum bisa memberikan keadilan dan terlindunginya hak konsumen, maka upaya hukum secara litigasi masih dapat dilakukan oleh konsumen.

Konsumen dapat juga memilih upaya hukum secara litigasi dengan cara mengugat pelaku usaha secara perdata baik melalui gugatan wanprestasi atau gugatan perbuatan melawan hukum, yang mana konsumen dalam persidangan harus membuktikan unsur-unsur wanprestasi atau perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh pelaku usaha. Selain itu konsumen dapat melakukan upaya dengan

¹⁰² Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Loc.Cit*, hlm. 127.

laporan kepolisian. Dengan begitu pelaku usaha dapat dikenakan sanksi pidana, hal ini sesuai dengan Pasal 62 UUPK yang berbunyi:

- (1) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah);
- (2) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah);
- (3) Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku.

Terhadap konsumen yang tidak mendapatkan hak informasi atas produk kosmetik dan mengakibatkan kerugian pada konsumen, maka pelaku usaha melanggar Pasal 17 ayat (1) huruf d, dengan begitu terhadap pelaku usaha yang melanggar pasal tersebut dapat dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (limaratus juta rupiah).

B. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Kerugian Yang Dialami Konsumen Yang Menggunakan Produk Kosmetik Dalam Kemasan *Share In Jar* Ditinjau Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen

1. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Kerugian Yang Dialami Konsumen Pengguna Produk Kosmetik Kemasan *Share In Jar*

Kosmetik tanpa label merupakan kosmetik yang tidak memiliki penjelasan tentang 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.¹⁰³ Produk kosmetik yang tidak mencantumkan keterangan terutama label informasi sangat banyak ditemui terutama penjualan secara *online*.

Tanggung jawab pelaku usaha diatur Pasal 19 UUPK yang menyebutkan bahwa pelaku usaha bertanggungjawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Tanggung jawab dari pada pelaku usaha juga diatur dalam Pasal 1365 Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPerdata) yang menyatakan:

“Tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian pada orang lain, mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian itu karena kesalahannya untuk menggantikan kerugian tersebut.”

Prinsip tanggung jawab terdapat beberapa hal, yakni:

a. Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan

Prinsip tanggung jawab berdasarkan prinsip ini adalah prinsip yang berlaku dalam hukum pidana dan perdata. Dalam hukum perdata termuat dalam Pasal 1365, 1366, dan 1367 harus dipegang secara teguh.¹⁰⁴ Prinsip ini memuat beberapa unsur yaitu adanya

¹⁰³ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit*, hlm. 64.

¹⁰⁴ Shidarta, *Loc.Cit*, hlm. 59.

perbuatan, adanya unsur kesalahan dan adanya kerugian yang diderita.

b. Prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab

Prinsip ini meletakkan kedudukan pelaku usaha yang berkewajiban bertanggung jawab dianggap selalu bertanggung jawab, sampai dapat membuktikan jika bersalah. Maka pembebanan pembuktian ada pada tergugat.¹⁰⁵

c. Prinsip tanggung jawab mutlak

Prinsip ini adalah tanggung jawab tanpa kesalahan dan tidak ada pengecualiannya. Prinsip ini dapat diterapkan apabila karena suatu, yakni:¹⁰⁶

- 1) Konsumen tidak pada posisi menguntungkan untuk membuktikan adanya kesalahan dalam suatu proses produksi dan distribusi yang kompleks.
- 2) Dimaknai bahwa produsen lebih dapat mengantisipasi jika sewaktu-waktu terdapat gugatan atas kesalahannya.

d. Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan

Prinsip ini biasanya dilakukan pelaku usaha yang biasanya mencantumkan klausa eksonerasi dalam perjanjian standar yang dibuatnya. Prinsip ini sangat merugikan konsumen karena kedudukan konsumen dibawah pelaku usaha.

¹⁰⁵ *Ibid*

¹⁰⁶ <https://kuliahade.wordpress.com/perlindungan-konsumen-prinsip-tanggung-jawab/> diakses pada tanggal 9 Juli 2021, Pukul 22.22 WIB.

Persoalan tanggung jawab hukum ruang lingkupnya mengenai ada tidaknya suatu kerugian yang telah diderita oleh pihak sebagai akibat dalam hal ini adalah hubungan konsumen dan pelaku usaha yang mana kerugiannya akibat penggunaan, pemanfaatan serta pemakaian oleh konsumen atas barang dan/atau jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha tertentu.¹⁰⁷

Tanggung jawab pelaku usaha tersebut merupakan bagian dari kewajiban yang mengikat kegiatan mereka dalam berusaha. Yang disebut dengan istilah *Product liability* (tanggung jawab produk). *Product liability* adalah suatu tanggung jawab secara hukum dari orang atau badan yang menghasilkan suatu produk dari perseorangan atau badan usaha suatu produk atau mendistribusikan produk tersebut.¹⁰⁸ Pelaku usaha diwajibkan bertanggung jawab atas kegiatan usaha yang dijalankannya, dengan kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

1. Menghasilkan produk akhir, termasuk memproduksi bahan mentah atau komponen;
2. Mencantumkan nama, merek, atau tanda lain pada produk dengan tidak menunjukkan pihaknya sebagai pelaku usaha;
3. Mengimpor produk ke wilayah Republik Indonesia;
4. Menyalurkan barang yang tidak jelas identitas pelaku usahanya, baik produk dalam negeri maupun importirnya yang tidak jelas

¹⁰⁷ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Loc.Cit*, hlm. 59.

¹⁰⁸ Happy Susanto, *Loc.Cit*, hlm. 37

identitasnya;

5. Menjual jasa seperti mengembangkan perumahan atau membangun apartemen;
6. Menjual jasa dengan menyewa alat transportasi atau alat berat.

Berdasarkan uraian diatas maka menjadi tanggung jawab pelaku usaha dalam memberikan hak informasi kepada konsumen mengenai produk kosmetik yang dijualnya jadi apabila pelaku usaha tidak memberikan hak informasi kepada konsumen dan mengakibatkan kerugian harus bertanggung jawab atas pelanggaran dan kesalahannya tersebut. Karena dasar pembebanan tanggung jawab yakni adanya *negligence* yang artinya adalah suatu perilaku yang tidak sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh undang-undang dan adanya kewajiban memelihara kepentingan orang lain.¹⁰⁹

Tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen menurut Pasal 19 ayat (2) diwujudkan dalam bentuk ganti rugi dapat berupa pengembalian uang atau pengganti 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. Maka melihat ayat tersebut terhadap konsumen produk kosmetik yang mengalami kerugian akibat

¹⁰⁹ Abuyazid Bustomi, 'Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen', *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Palembang*, Vol. 16 No. 2 Mei 2018, hlm. 162.

pemakaian kosmetik yang mengakibatkan wajah yang semakin tumbuh jerawat atau mengalami iritasi maka pelaku usaha diwajibkan untuk memberikan perawatan kesehatan yang lebih lanjut.

Secara umum tuntutan ganti kerugian terhadap kerugian yang dialami konsumen karena akibat penggunaan produk, baik yang berupa kerugian materi, fisik atau jiwa, dapat didasarkan pada beberapa ketentuan yang telah disebutkan, yang secara umum hanya ada dua kategori, yakni tuntutan ganti kerugian berdasarkan wanprestasi dan tuntutan ganti kerugian yang berdasarkan perbuatan melawan hukum. Maka 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 maupun pihak yang memasarkan produk, tergantung dari pihak yang mengakibatkan kerugian bagi konsumen.

2. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Kerugian Yang Dialami Konsumen Pengguna Produk Kosmetik Kemasan *Share In Jar*

Dalam Pasal 4 UUPK secara tegas disebutkan bahwa konsumen berhak untuk mendapatkan kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang, mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang serta mendapatkan

kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Secara timbal balik undang-undang ini juga menyebutkan kewajiban pelaku usaha dalam melindungi konsumen dari produk yang tidak memenuhi ketentuan. Dalam Pasal 7 UUPK disebutkan bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang serta memberikan penjelasan mengenai penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan; menjamin mutu barang yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu yang berlaku; memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian penggunaan, pemakaian, pemanfaatan barang yang diperdagangkan, memberikan kompensasi apabila barang yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Berdasarkan kasus diatas, pelaku usaha telah melanggar ketentuan Pasal 8 ayat (1) UUPK yaitu bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan menjual barang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan; 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.

Demi tercapainya tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen, diperlukan adanya pembinaan dan pengawasan dari pihak-pihak terkait sehingga dapat meminimalisir kerugian yang diperoleh pada konsumen. Apabila telah dilakukan pembinaan dan pengawasan, konsumen merasa belum puas dan masih merasa dirugikan dapat mengajukan gugatan terhadap pelaku usaha yang mana oleh badan penyelesaian sengketa konsumen dapat diberikan sanksi administratif yakni berupa ganti rugi paling banyak Rp. 200.000.000 (dua ratus juta rupiah). Pelaku usaha yang memproduksi atau menjual produk kosmetik yang merugikan bagi konsumen dapat dijatuhi pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau denda paling banyak Rp. 2.000.000.000 (dua milyar rupiah) sebagaimana diatur pada Pasal 62 ayat (1) UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pelaku usaha yang berbuat curang juga dapat diberikan hukuman tambahan yaitu berupa:

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

Pasal 1367 KUHPerdara juga menyebutkan bahwa agen atau distributor dan penjual harus bertanggung jawab untuk kerugian yang

disebabkan perbuatannya sendiri tetapi juga kerugian yang disebabkan perbuatan orang-orang yang menjadi tanggungannya (produsen) atau produk kosmetik yang berada di bawah pengawasannya.

Konsumen yang merasa dirugikan oleh pelaku usaha dapat melakukan beberapa upaya hukum dalam menyelesaikan sengketanya melalui jalur litigasi yaitu peradilan umum. Selain itu dapat pula melakukan upaya hukum non litigasi melalui lembaga Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.

Pasal 52 huruf a UUPK mengatakan bahwa tugas dan wewenang BPSK adalah melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi. Mediasi adalah suatu proses penyelesaian sengketa antara dua pihak atau lebih melalui perundingan atau cara mufakat dengan bantuan pihak netral yang tidak memiliki kewenangan memutus.¹¹⁰ Mediasi sebagai salah satu alternatif penyelesaian sengketa di luar pengadilan ditempuh atas inisiatif salah satu pihak atau para pihak dimana majelis BPSK bersifat aktif sebagai pemerantara dan/atau penasehat, pihak ketiga yang

¹¹⁰ Takdir Rahmadi, *Mediasi Penyelesaian Sengketa Melalui Pendekatan Mufakat*, RajaGrafindo, Jakarta, 2010, hlm. 12.

bersifat netral terhadap sengketa. Arbitrase menurut Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 350/Mpp/Kep/12/2001 Tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia adalah proses penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan yang dalam hal ini para pihak yang bersengketa menyerahkan sepenuhnya penyelesaian sengketa kepada BPSK. Sedangkan konsiliasi adalah proses penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan dengan perantaraan BPSK untuk mempertemukan para pihak yang bersengketa dan penyelesaiannya diserahkan kepada para pihak.

Pada penyelesaian seperti ini kerugian yang dapat dituntut sesuai dengan Pasal19 UUPK. Tanggung jawab pelaku usaha diatur di dalam Pasal 19 UUPK, yaitu:

1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
2. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Dari Pasal 19 UUPK dapat disimpulkan bahwa kerugian yang dapat dituntut terdiri dari kerugian karena kerusakan, pencemaran, dan kerugian lain akibat dari mengonsumsi barang dan/atau jasa. Bentuk penggantian kerugian dapat berupa:

1. pengembalian uang seharga pembelian barang dan/atau jasa;
2. penggantian barang dan/atau jasa sejenis atau setara nilainya;
3. perawatan kesehatan; atau
4. pemberian santunan yang sesuai.

Jika cara-cara di atas tidak dapat menghasilkan keputusan yang disepakati oleh kedua belah pihak yang bersengketa atau tidak ada kata sepakat maka undang-undang menyediakan penyelesaian sengketa di dalam pengadilan dengan cara mengajukan gugatan atas dasar wanprestasi ataupun perbuatan melawan hukum. Dalam mengajukan gugatan ganti kerugian atas dasar wanprestasi maupun perbuatan

melawan hukum, konsumen harus bisa membuktikan bahwa kerugian yang dialaminya disebabkan oleh pelaku usaha.

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

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

Pelaku usaha yang menolak atau berusaha lepas untuk memberikan ganti kerugian pada konsumen dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan gugatan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen. Hal ini diatur di dalam Pasal 23 UUPK.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Perlindungan konsumen atas pemenuhan hak informasi terhadap penjualan produk kosmetik dalam kemasan *share in jar* mendapatkan perlindungan melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada Pasal 4 angka 3 serta terhadap kerugian yang dialami tersebut maka konsumen dapat mengugat melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau langkah yang dapat diambil juga dapat melalui peradilan dengan mengajukan gugatan. Selain itu, konsumen juga mendapatkan perlindungan melalui Badan Pengawas Obat dan Makanan. Konsumen harus mengetahui adanya informasi yang baik dan benar baik melalui media sosial atau transportasi, agar tidak terjadi permasalahan di kemudian hari. Pelaku usaha yang membuat iklan harus jujur dalam menyampaikan informasi dan dapat dimengerti oleh konsumen agar tidak terjadi permasalahan dikemudian hari. Bentuk perlindungan represif yang diatur UUPK membuat terobosan dengan memfasilitasi para konsumen yang merasa dirugikan dengan mengajukan gugatan ke pelaku usaha diluar pengadilan yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

2. Tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian yang dialami konsumen yang menggunakan produk kosmetik dalam kemasan *share in jar* apabila penjualan kosmetik *share in jar* tidak disertai dengan kejelasan label produk bahwa apabila terdapat keluhan dari masyarakat akibat penggunaan kosmetik tanpa kejelasan label maka pelaku usaha sepatutnya bertanggung jawab atas keluhan tersebut. Tanggung jawab pelaku usaha ini dimuat dalam Pasal 19 UUPK. Tanggung jawab daripada pelaku usaha juga di sebutkan dalam Pasal 1365 KUHPerdara yang menyatakan: “tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian pada orang lain, mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian itu karena kesalahannya untuk menggantikan kerugian tersebut”.

B. Saran

1. Pelaku usaha dalam menjual produk kosmetik harus memperhatikan hak-hak konsumen dan kewajibannya sebagai pelaku usaha sebagaimana yang telah ditetapkan UUPK dan menerapkan iktikad baik dengan memberikan informasi yang jelas dan jujur mengenai barang yang dijualnya.
2. Pemerintah (Dinas Perindustrian dan Perdagangan), BPOM, serta aparat penegak hukum harus bekerjasama dalam upaya melindungi konsumen terhadap peredaran kosmetik yang tidak memenuhi standar dengan melakukan peningkatan pengawasan secara rutin kepada pelaku usaha serta diadakannya penyuluhan kepada masyarakat mengenai pentingnya keamanan dalam menggunakan produk kosmetik.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

Abdul Halim Bakatullah, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi E.Co.M.Merce Lintas Negara di Indonesia*, FH UII Press, Yogyakarta, 2009.

Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran)*, PT Nusa Media, Bandung, 2008.

Abdul Rahman, *Fiqh Muamalah*, Kencana, Jakarta, 2010.

Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010.

Abdurrahman Al-Jaziri, *Fiqh Empat Mazdhab Bagian Muamalah II*, terjemahan H. Chatibul Umam & Abu Hurairah, Darul Ulum Press, 2001.

Adrianus Meliala, *Praktik Bisnis Curang*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 2006.

Agnes M Toar, *Tanggung Jawab Produk, Sejarah dan Perkembangannya di Beberapa Negara*, DKI-H-Belanda-indonesia, Ujung Pandang, 1988.

Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, cet. delapan, Rajawali Press, Jakarta, 2014.

_____, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen DiIndonesia*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2011.

_____, *Hukum Kontrak & Perencanaan Kontrak*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2008.

Andi Hamzah, *Kamus Hukum*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2005.

Az. Nasution, *Hukum dan Konsumen*, cet. pertama, Pustaka SinarHarapan, Jakarta, 1995.

_____, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, DiaditMedia, Jakarta, 2007.

Celina Tri Siswi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, SinarGrafika, Jakarta, 2008.

Dewi Mulyawan dan Neti Suriana, *A-Z Tentang Kosmetik*, PT Gramedia, Jakarta, 2013.

Endang Wahyuni, *Aspek Sertifikat & Keterkaitannya dengan Perlindungan Konsumen*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003.

Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2003.

Happy Susanto, *Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visi Media, Jakarta, 2015.

Husni Syawali dan Neni Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, 2000.

Janus Sidabolok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006.

_____, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010.

Johnny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Bayumedia Publishing, Malang, 2006.

Kelik Wardiono, *Hukum Perlindungan Konsumen Aspek Substansi Hukum, Struktur Hukum dan Kultur Hukum dalam UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Penerbit Ombak, Yogyakarta, 2015.

M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalat)*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004.

Makmur, *Efektivitas Kebijakan Kelembagaan Pengawasan*, PT. Refika Aditama, Jakarta, 2011.

Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, UPP-AMP YKPN, Yogyakarta, 2004.

N.H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggungjawab Produk*, cet. pertama, Panta Rei, Jakarta, 2005.

Nasrun Harun, *Ushul Fiqh*, Logos Publishing House, Ciputat, 1995.

Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, PT. Bina Ilmu, Surabaya, 1987.

- Retno Trianggono dan Fatma Latifah, *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*, Gramedia Pustaka, Jakarta, 2007.
- Rostamailis, *Penggunaan Kosmetik, Dasar Kecantikan & Berbusana Yang Serasi*, PT Rineka Cipta, Jakarta, 2005.
- Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000. Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Grasindo, Jakarta, 2004.
- _____, *Revisi Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia edisi 2006*, Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, 2006.
- Sjarif M Wisataatmaja, *Penemuan Ilmu Kosmetik Medik*, Universitas Indonesia Press, Jakarta, 1997.
- Soekidjo Notoatmojo, *Etika dan Hukum Kesehatan*, Rineka Cipta, Jakarta, 2010.
- Sri Redjeki Hartono, *Hukum Ekonomi Indonesia*, cet. kedua, Bayumedia Publishing, Malang, 2007.
- Sukarmi, *Kontrak Elektronik dalam Bayang-Bayang Pelaku Usaha*, Pustaka Sutra, Bandung, 2008.
- Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Kenaca Prenada Media Group, Jakarta.
- Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2007.
- Titik Triwulan dan Shinta Febrian, *Perlindungan Hukum Bagi Pasien*, Prestasi Pustaka, Jakarta, 2010.
- WJS. Purwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1976.
- Yusuf As-Sabatin, *Bisnis Islam dan Kritik atas Praktik Bisnis ala Kapitalis*, Al-Azhar Press, Bogor, 2009.
- Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Penerjemah Zainal Arifin dan Dahlia Husin, Gema Insani Press, Jakarta, 1997.

Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*, cet. pertama, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000.

Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana Prenadan Media Group, Jakarta, 2013.

2. Jurnal

Abuyazid Bustomi, 'Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen', *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Palembang*, Volume 16 Nomor 2 Mei 2018.

Ni Nyoman Rani, "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Penjualan Produk Kosmetik dalam Kemasan Kontainer", *Jurnal Hukum*, Edisi No.3 Vol.6, Fakultas Hukum Universitas Udayana, 2018.

Muhammad Yusri, 'Kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam', *Jurnal Hukum*, Vol. 5 No. 3, 2009.

Siti Farida, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Kewajiban Pencantuman Label Halal dan Registrasi Keamanan pada Makanan Kemasan", Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga, 2017.

3. Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Keputusan Kepala BPOM RI Nomor HK.00.05.4.1745 Tentang Kosmetik Tahun 2003.

Keputusan Kepala Pengawas Obat dan makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.4.1745 Tentang Kosmetik.

Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 26 Tahun 2018 Tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Sektor Obat dan Makanan.

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1175/MENKES/PER/2010 Pasal 1 dan Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.4.1745 Tentang Kosmetik.

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1184/MENKES/PER/X/2004 Tentang Pengamanan Alat Kesehatan dan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga.

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 445.MENKES/PER/V/1998 Tentang Bahan, Zat, Pewarna, Substratum, Zat Pengawet, dan Tabir Surya.

Peraturan Menteri Republik Indonesia Nomor 1175/MENKES/PER/VII/2010 Tentang Izin Produksi Kosmetika.

Peraturan Pemerintah Republik Nomor 58 Tahun 11 Tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Pelindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan.

4. Data Elektrik

Badan Pengawas Obat dan Makanan, Pelaksanaan Program dan Kegiatan Reformasi Birokrasi Badan POM RI,
http://www.pom.go.id/index.php/home/reformasi_birokrasi/next1.

Devina Ellora, Share In Jar: Menggona namun Ketahui Juga Bahayanya,
<https://journal.sociolla.com/beauty/plus-minus-share-in-jar/>

http://www.pom.go.id/pom/profile/latar_belakang.php

http://www.pom.go.id/pom/profile/visi_misi.php

<https://kuliahade.wordpress.com/perlindungan-konsumen-prinsip-tanggung-jawab>

<https://www.beautynesia.id/berita-skincare/sebelum-membeli-share-in-jar-perhatikan-hal-hal-berikut-ini-agar-kamu-enggak-menyasal/b-128391>,

https://www.academia.edu/25847755/PERLINDUNGAN_KONSUMEN_DALAM_PERSPEKTIF_HUKUM_ISLAM_DAN_UNDANG-UNDANG_NOMOR_8_TAHUN_1999,

<https://www.pom.go.id/new/view/direct/strategic>

5. Lain-lain

Wawancara dengan Sari Indriani di Pangkalan Bun, 14 Juli 2020.

Wawancara dengan Winanda di Yogyakarta, 3 Mei 2020.





**FAKULTAS
HUKUM**

Gedung Fakultas Hukum
Universitas Islam Indonesia
Jl. Kalirejan Km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 7070222
E. fh@uii.ac.id
W. law.uii.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI

No. : 329/Perpus/20/H/X/2022

Bismillaahirrahmaanirrahaim

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Joko Santosa, A.Md.**
 NIK : **961002136**
 Jabatan : **Staf Perpustakaan Referensi Fakultas Hukum UII**

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Laurent Fernanda Putri Kawanua Kila
 No Mahasiswa : 16410434
 Fakultas/Prodi : Hukum
 Judul karya ilmiah : PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS PEMENUHAN
 HAK INFORMASI TERHADAP PENJUALAN PRODUK
 KOSMETIK DALAM KEMASAN SHARE IN JAR
 DITINJAU MENURUT UNDANG- UNDANG NOMOR 8
 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses uji deteksi plagiasi dengan hasil **20%**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 14 Oktober 2022 M
 18 Rabi'ul Awwal 1443 H

Perpustakaan Referensi FH UII



Joko Santosa, A.Md.