



UNIVERSITAS INDONESIA

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK KOSMETIK
IMPORT TANPA IZIN EDAR DARI BADAN POM DITINJAU DARI HUKUM
PERLINDUNGAN KONSUMEN DI INDONESIA**

SKRIPSI

ANASTASIA MARISA R HUTABARAT

0706201481

**FAKULTAS HUKUM
PROGRAM KEKHUSUSAN IV
HUKUM TENTANG KEGIATAN EKONOMI
DEPOK
JULI 2011**



UNIVERSITAS INDONESIA

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK KOSMETIK
IMPORT TANPA IZIN EDAR DARI BADAN POM DITINJAU DARI HUKUM
PERLINDUNGAN KONSUMEN DI INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum

ANASTASIA MARISA R HUTABARAT

0706201481

**FAKULTAS HUKUM
PROGRAM KEKHUSUSAN IV
HUKUM TENTANG KEGIATAN EKONOMI
DEPOK
JULI 2011**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Anastasia Marisa R Hutabarat
NPM : 0706201481

Tanda Tangan :
Tanggal : Juli, 2011



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Anastasia Marisa R Hutabarat
NPM : 0706201481
Program Studi : Ilmu Hukum
Judul Skripsi : Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Kosmetik
Import tanpa Izin Edar Dari Badan POM Ditinjau
Dari Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum, Universitas Indonesia

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Henny Marlyna, S.H. M.H., M.LI.

()
(.....)

Penguji : Heri Tjandasari, S.H. M.H

()
.....

Penguji : Purnawidhi W. Purbacaraka, S.H., M.H.

()
.....

Penguji : Ibu. Rosewitha Irawaty, S.H., M.LI.

()
(.....)

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : Juli, 2011

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah Yang Maha Esa, karena atas Berkat dan Karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Hukum, pada Fakultas Hukum Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, bukanlah hal yang mudah bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- (1) Ibu. Henny Marlina, S.H. M.H., M.LI., selaku dosen pembimbing I, yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam menyusun skripsi ini;
- (2) Bapak Gandjar Laksamana Bonaprapta S.H., M.H., yang telah menjadi Penasehat Akademis saya selama menjalani studi di Fakultas Hukum Universitas Indonesia;
- (3) Kepada seluruh tim Penguji Skripsi saya Ibu. Heri Tjandasari, S.H., M.H., Bapak Purnawidhi W. Purbacaraka, S.H., M.H., Ibu. Rosewitha Irawaty, S.H., M.LI.
- (4) Seluruh staff dosen dan karyawan FHUI yang tanpa kenal lelah memberikan ilmu, tenaganya dan bantuannya sehingga saya dapat menyelesaikan perkuliahan ini.
- (5) Orang tua saya, Papa, adik-adik saya tercinta, Benny, Cokro, David, terima kasih untuk dukungan dan doa nya. Juga untuk semua keluarga yang selalu memberi dukungan, hingga saya dapat menyelesaikan studi saya;
- (6) Abang Nehemia yang selalu setia mendampingi, membantu dan memberikan support yang tak henti-hentinya.
- (7) Sahabat-sahabat saya di Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Rini, Naomi, Ilham. Teman-teman seperjuangan menyusun skripsi Erwin, Denny, Uno, Arief, Lase, Satrio, Endruw. Teman-teman yang telah memberi bahan serta masukan dalam membuat skripsi ini, Jihan, Zensy, Kak Sisie, Teh Eva

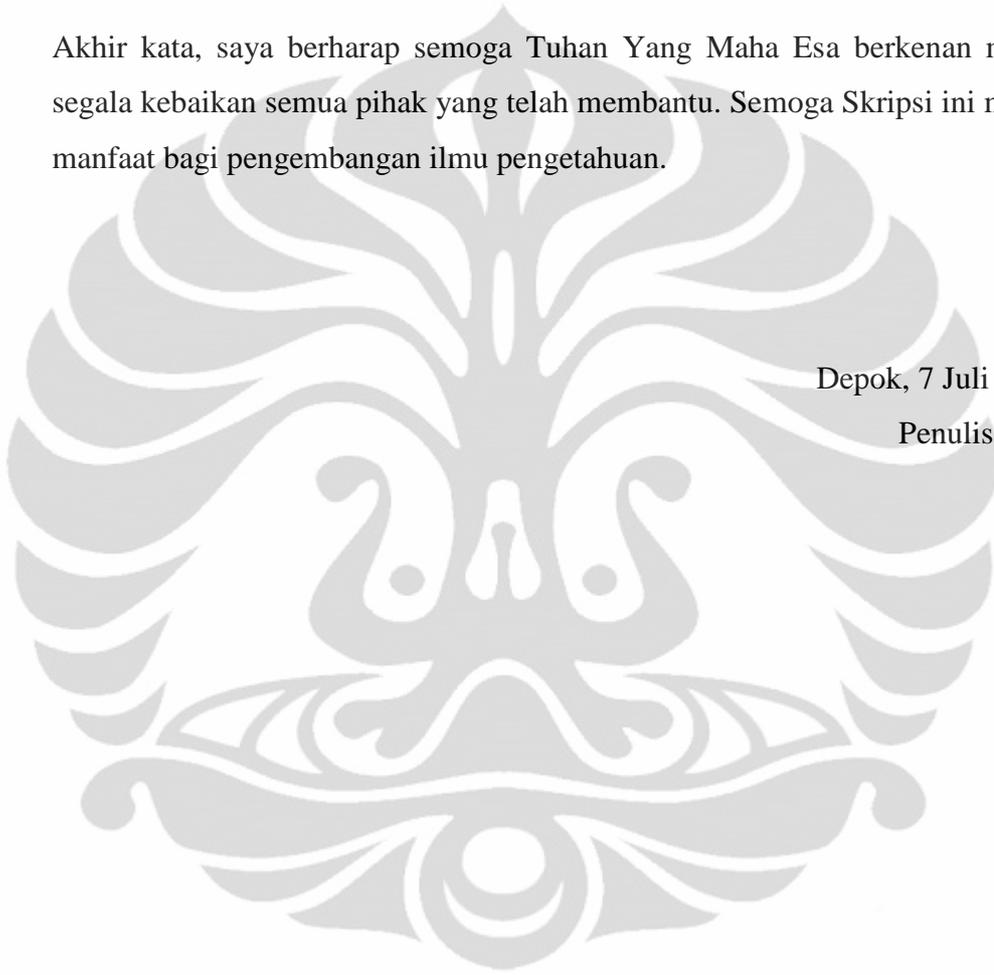
dan teman-teman angkatan 2007 lainnya yang tidak disebutkan satu persatu terima kasih atas dukungan kalian semua;

- (8) Teman-teman Aksek Tarakanita dan BPK Penabur, Vita, Lona, Ay-ay, Butet, Phie-phien, dan teman-teman lain yang tidak disebutkan satu persatu, terima kasih untuk dukungan dan doa dari kalian semua

Akhir kata, saya berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Depok, 7 Juli 2009

Penulis



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anastasia Marisa R Hutabarat
NPM : 0706201481
Program Studi : Ilmu Hukum
Fakultas : Hukum
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK KOSMETIK
IMPORT TANPA IZIN EDAR DARI BADAN POM DITINJAU DARI HUKUM
PERLINDUNGAN KONSUMEN DI INDONESIA

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Depok
Pada Tanggal : Juli, 2011

Yang Menyatakan

(Anastasia Marisa R Hutabarat)

ABSTRAK

Nama : Anastasia Marisa R Hutabarat
Program Studi : Ilmu Hukum
Judul : Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Import tanpa Izin Edar Dari Badan POM Ditinjau Dari Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia

Kehidupan moderen masyarakat saat ini tidak hanya menuntut mobilitas yang tinggi tetapi juga nilai-nilai kecantikan dan keindahan terhadap penampilan. Keinginan manusia khususnya wanita untuk tampil sempurna dimanfaatkan oleh sekelompok pelaku usaha dengan memperdagangkan kosmetik impor yang tidak memiliki izin edar kepada masyarakat, sehingga tampak bahwa produk yang ditawarkan memiliki harga yang lebih murah dibandingkan kosmetik yang memiliki izin edar resmi. Ketentuan tentang pemasukan kosmetik diatur dalam Keputusan kepala Badan POM tentang Pengawasan Pemasukan Kosmetik. Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian hukum normatif yaitu penelitian terhadap aturan-aturan hukum tertulis dengan menggunakan studi kepustakaan dan wawancara. Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen tidak ada pengaturan secara eksplisit mengenai kosmetik impor. Namun demikian ketentuan Pasal 8 ayat (1) huruf a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dapat digunakan untuk menjerat atau memberikan konsekuensi hukum terhadap pelaku usaha yang memperdagangkan produk kosmetik tanpa memiliki izin edar. Agar kepentingan konsumen dapat terlindungi secara sempurna oleh sebab itu diperlukan pengaturan secara spesifik dan tegas di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen kosmetik impor

Kata Kunci:

Keputusan Kepala Badan POM, Perlindungan Konsumen, dan Kosmetik Impor

ABSTRACT

Name : Anastasia Marisa R Hutabarat
Study Program : Law Science
Title : Consumer protection against import cosmetic without authorization of the NA-DFC in the terms of consumer protection law in Indonesia.

In modern life today's, societies required not only high mobility but also the value of beauty and appearance. Human desire to be perfect, especially woman have been exploited by a group of business actors with trade in imported cosmetics that did not have the authorization to the public, so its look like their product cheaper than the others one. The regulations about cosmetic import arranged in the Decree of Head of National Agency of Drug and Food Control of RI. In this research, it used the normative law research that is a research of written law which based research on literature and interviews. The act No. 8 of 1999 on Consumer Protection there is no explicit regulation of the import cosmetic. However, the provisions of Article 8 paragraph (1) of the act No. 8 of 1999 on Consumer Protection can be used to deceive or give legal consequences to businesses that sell import cosmetic without authorization. In order to protect consumers' interests perfectly, it is necessary to arrange specifically and explicitly in the Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection regarding import cosmetic.

Key words:

Decree of Head of National Agency of Drug and Food Control of RI, Consumer Protection, Import Cosmetic

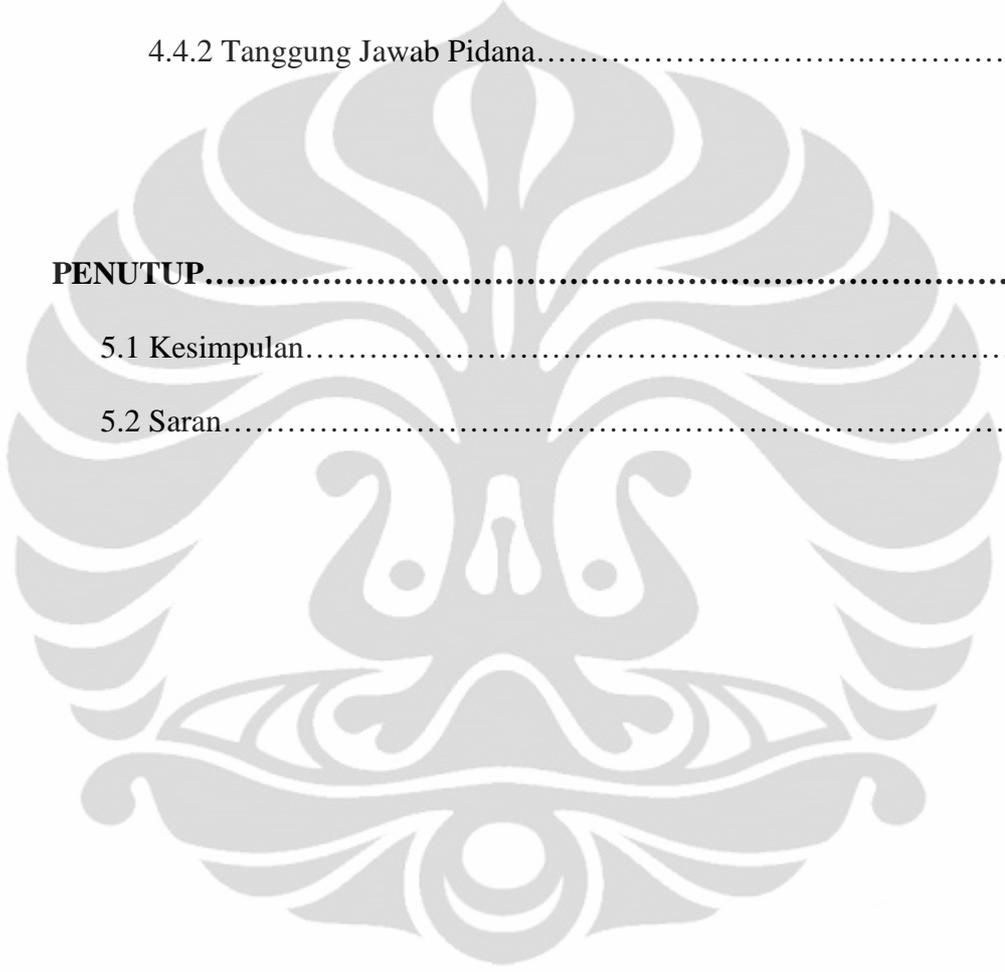
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKEDEMIS.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pokok Permasalahan.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Defini Operasional.....	5
1.5 Metode Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Defini Perlindungan konsumen.....	10
2.2 Hukum Konsumen dan hokum Perlindungan Konsumen.....	10
2.3 Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen.....	12
2.3.1 Asas Perlindungan Konsumen.....	12
2.3.2 Tujuan perlindungan Konsumen.....	13
2.4 Berbagai Pengertian Dasar Dalam Hukum Perlindungan Konsumen.....	14

2.4.1	Konsumen.....	14
2.4.2	Pelaku Usaha.....	17
2.5	Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha.....	18
2.5.1	Hak dan Kewajiban Konsumen.....	18
2.5.2	Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha.....	21
2.6	Tahap-Tahap Transaksi Konsumen.....	23
2.6.1	Tahap Pra-Transaksi Konsumen.....	23
2.6.2	Tahap Transaksi Konsumen.....	24
2.6.3	Tahap Purna Transaksi.....	25
2.7	Bentuk Pelanggaran Hak Konsumen.....	27
2.8	Penyelesaian Sengketa Konsumen.....	31
2.8.1	Penyelesaian Sengketa di luar Pengadilan.....	34
2.8.2	Penyelesaian Sengketa melalui Pengadilan.....	36
	TINJAUAN UMUM PRODUK KOSMETIK DAN PENGATURANNYA SERTA FUNGSI PENGAWASAN BADAN POM TERHADAP KOSMETIK DI INDONESIA.....	40
3.1	Sejarah Perkembangan Kosmetik.....	40
3.2	Penfertian, Penggolongan, dan Pemanfaatan Kosmetik.....	41
3.2.1	Pengertian Kosmetik.....	41
3.2.2	penggolongan Kosmetik.....	42
3.2.3	Pemanfaatan Kosmetik.....	44
3.3	Peraturan Perundang-undangan Yang Mengatur Tentang Kosmetik di Indonesia.....	46
3.3.1	Tinjauan Kosmetik Berdasarkan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.....	47

3.3.2 Berdasarkan Undang-Undang No. 23 Tahun 1992 Tentang kesehatan.....	48
3.3.3 Peraturan Pemerintah No. 72 Tahun 1998 Tentang Pengaman Sediaan Farmasi dan Alat Kesehatan.....	48
3.3.4 Keputusan Kepala Badan POM RI NO. HK. 00.05.04.1745 Tentang Kosmetik.....	50
3.3.5 Keputusan Kepala Badan POM RI NO. HK. 00.05.42.2995 Tentang Pengawasan Pemasukan Kosmetik.....	54
3.4 Tinjauan Umum Mengenai Organisasi Badan POM.....	55
3.4.1 Latar Belakang Badan POM.....	55
3.4.2 Visi dan Misi Badan POM.....	56
3.4.3 Fungsi Badan POM.....	57
3.4.4 Sistem Pengawasan Obat dan Makanan.....	57
3.4.5 Prinsip Dasar Sistem Pengawasan Obat dan Makanan.....	58
3.5 Fungsi Pengawasan Badan POM Terhadap Produksi dan Peredaran Kosmetik.....	58
ANALISIS HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS PRODUK KOSMETIK IMPOR TANPA IZIN EDAR DARI BADAN POM.....	62
4.1 Analisis Peredaran Kosmetik Impor.....	62
4.2 Pelanggaran Hukum Yang Dilakukan Pelaku Usaha Yang Mengedarkan Kosmetik Tanpa Izin Edar Badan POM.....	63
4.2.1 Berdasarkan UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.....	64
4.2.2 Berdasarkan Keputusan Kepala Badan POM.....	66
4.2.2.1 Keputusan Kepala Badan POM RI No. HK. 00.05.4.1745 Tentang Kosmetik.....	66
4.2.2.2 Keputusan Kepala Badan POM RI No. HK. 00.05.4.2995 Tentang Pengawasan Pemasukan Kosmetik.....	68

4.2.2.3 Keputusan Kepala Badan POM RI No. HK. 00.05.4.12495 Tentang Persyaratan Tekhnis Kosmetika.....	68
4.3 Pelaku Usaha Yang Dapat Dimintai Pertanggungjawaban.....	69
4.4 Tanggung Jawab Pelaku Usaha.....	70
4.4.1 Tanggung Jawab Perdata.....	70
4.4.2 Tanggung Jawab Pidana.....	71
PENUTUP.....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	74



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia diciptakan Tuhan dalam rupa dan wujud yang sempurna. Keinginan manusia untuk tampil cantik dan sempurna khususnya kaum wanita juga merupakan suatu hal yang wajar. Selain itu kehidupan moderen masyarakat saat ini tidak hanya menuntut mobilitas yang tinggi tetapi juga nilai-nilai kecantikan dan keindahan terhadap penampilan. Untuk mencapai tujuannya itu banyak wanita yang rela menghabiskan uangnya untuk pergi ke salon, klinik-klinik kecantikan ataupun membeli perlengkapan kosmetik untuk memoles wajah agar terlihat cantik.

Seiring era perdagangan bebas sekarang ini berbagai jenis kosmetik beredar di pasaran dengan berbagai kegunaan dari berbagai merk juga. Produk-produk kosmetik yang merupakan hasil dari perkembangan industri obat-obatan, saat ini sudah merambah menjadi salah satu kebutuhan pokok masyarakat seiring dengan perkembangan gaya hidup masyarakat. Pelaku usaha baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri berlomba-lomba menghasilkan berbagai macam produk kecantikan dengan berbagai macam kegunaan bagi masyarakat untuk meraup konsumen sebanyak-banyaknya. Kondisi ini pada satu sisi menguntungkan bagi konsumen karena kebutuhan akan kosmetiknya terpenuhi, dan dengan beraneka jenis merek kosmetik yang ada memberikan konsumen kebebasan memilih aneka jenis dan kualitas produk sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan kemampuan finansial konsumen itu sendiri.

Namun, pada sisi yang lain, hal ini mengakibatkan kedudukan yang tidak seimbang, konsumen berada di pihak yang lemah. Konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya tanpa memperhatikan hak-hak konsumen, salah satunya dengan menjual kosmetik dari luar negeri dengan harga murah untuk menarik konsumen, hingga banyak kosmetik beredar

tidak dengan penjelasan yang jelas tentang produk tersebut dan bahan-bahan yang terkandung di dalamnya.

Keinginan untuk selalu tampil cantik, sempurna dalam segala kesempatan dimanfaatkan oleh sekelompok pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab dengan memproduksi ataupun memperdagangkan kosmetik yang tidak memenuhi persyaratan kepada masyarakat. Sasaran utamanya adalah masyarakat golongan ekonomi menengah, para pekerja kantoran yang mempunyai penghasilan tidak begitu besar tapi dituntut tampil rapi sempurna. Mereka akan mudah sekali tertarik untuk membeli produk kosmetik dengan harga yang murah namun sudah akrab di telinga mereka. Keinginan untuk selalu tampil sempurna juga gengsi akan memakai produk lokal ataupun bukan dari merk yang terkenal dan mahal membuat mereka mencari jalan alternatif dengan membeli produk tersebut walaupun mungkin tidak memenuhi persyaratan. Contohnya adalah merek MAC, Skin Care, Etude, dan The Face Shop yang dijual secara bebas namun tidak ada Nomor Badan POM.

Peredaran kosmetik yang tidak memenuhi persyaratan saat ini dilihat semakin mengawatirkan. Produk-produk kosmetik yang ada di pasar Indonesia saat ini banyak yang berasal dari produk impor yang tidak terdaftar dan tidak mencantumkan zat-zat yang terkandung di dalamnya. Produk-produk ini mudah untuk didapatkan, di mal-mal ataupun dari penjualan internet yang semakin mempermudah untuk mendapatkannya. Produk yang dijual dengan nama merek-merek terkenal yang dijual dengan harga mahal bila membeli di toko resmi dan terdapat nomor Badan POM, maka bila membeli dari toko tidak resmi ini bisa membeli sampai setengah harga saja. Dengan harga murah dan tertulis buatan dari luar negeri maka para konsumen dapat percaya bahwa produk tersebut aman karena asli langsung diimpor dari negara merek tersebut berasal.

Berbagai cara dilakukan oleh pelaku usaha untuk memasarkan produk mereka, salah contohnya adalah dengan mencantumkan bahwa produk tersebut buatan luar negeri yang diimpor langsung ke Indonesia. Tidak adanya nomor dari Badan POM membuat harga produk lebih murah bukan karena produk tersebut palsu. Beberapa perbedaan dari kosmetik resmi selain adanya tidak adanya Nomor Badan POM adalah tidak adanya label terjemahan bahan baku kosmetik dalam

Bahasa Indonesia, tidak adanya tanggal kadaluarsa produk, dan untuk beberapa kosmetik tidak disegel.

Para pelaku usaha yang dimaksudkan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen ialah 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. Dapat disimpulkan bahwa tidak hanya dibatasi pabrikan saja namun juga bagi distributor (dan jaringannya), serta termasuk para importir.¹ Pelaku usaha yang menjadi bahasan dalam skripsi ini adalah pelaku usaha yang mengimpor dan menjadi agen distributor, yaitu yang menjual produk kosmetik yang tidak memenuhi persyaratan yang biasanya beroperasi di mal-mal atau internet.

Di antara beragamnya kosmetik yang tidak memenuhi persyaratan yang beredar di pasaran bebas, penulis memfokuskan pada kosmetik merek luar negeri yang mencantumkan buatan dari luar negeri, diimport langsung ke Indonesia dan yang disegel maupun tidak disegel namun keduanya tanpa Nomor Badan POM yang mana merupakan syarat mutlak legalitas kosmetik impor. Tidak adanya Nomor Badan POM tersebut tentu saja akan merugikan para konsumen karena karena jika konsumen mendapatkan masalah akibat pemakaian obat tersebut tidak dapat meminta pertanggung jawaban dari pelaku usaha maupun importir produk tersebut sebagai pihak yang bertanggung jawab.

Berdasarkan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (untuk selanjutnya disebut dengan UUPK), konsumen memiliki sejumlah hak seperti yang termuat dalam Pasal 4, diantaranya hak konsumen atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Sebaliknya pelaku usaha bertanggung jawab memenuhi kewajibannya dengan memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan

¹ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, Hukum Tentang perlindungan Konsumen (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), hal.12.

jaminan barang dan/atau jasa tersebut serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.²

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis menganggap hak-hak konsumen perlu dilindungi terhadap penggunaan dan peredaran produk kosmetik yang tidak memenuhi persyaratan dan merugikan konsumen serta pelaku usaha lainnya. Selain itu juga akan membahas peranan Badan Pengawas Obat dan Makanan (untuk selanjutnya disingkat sebagai Badan POM) untuk mengawasi dan menindak segala bentuk penyimpangan terhadap peredaran kosmetik yang tidak memenuhi persyaratan ini.

Oleh karena itu, untuk meneliti permasalahan ini maka penulis membuat skripsi yang berjudul: Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Import Tanpa Izin Edar Badan POM Ditinjau dari Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia

1.2 Pokok Permasalahan

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka terdapat tiga pokok permasalahan yang akan dibahas, yaitu:

1. Peraturan-peraturan apa yang mengatur perlindungan konsumen terhadap produk kosmetik impor?
2. Pelanggaran-pelanggaran hukum apa yang dilakukan oleh pelaku usaha yang menjual kosmetik impor tanpa memiliki izin edar dari Badan POM?
3. Pelaku usaha mana yang dapat diminta pertanggung jawaban terkait dengan peredaran kosmetik impor tanpa memiliki izin edar dari Badan POM?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui peraturan apa saja mengatur perlindungan terhadap konsumen yang menggunakan kosmetik import.
2. Untuk mengetahui peraturan-peraturan mana yang telah dilanggar oleh pelaku usaha yang menjual kosmetik impor tanpa memiliki izin edar dari Badan POM.

² Indonesia (a), undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen, LN No.42 tahun 1999, TLN No. 3821, pasal 7 huruf b.

3. Untuk mengetahui pelaku usaha mana yang dapat dimintai pertanggung jawaban apabila terjadi pelanggaran terhadap peraturan yang mengatur peredaran produk kosmetik oleh pelaku usaha sehingga merugikan konsumen.

1.4 Definisi Operasional

Tujuan adanya definisi operational ini adalah untuk mempermudah pemahaman terhadap istilah-istilah yang akan dipergunakan. Jika dikaitkan dengan penulisan ini, maka definisinya adalah mengenai perlindungan konsumen kosmetik yang tidak memiliki ijin POM. Dijelaskan beberapa istilah sebagai berikut:

1. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.³
2. Konsumen adalah setiap orang pemakai baarang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup sendiri dan tidak untuk perdagangan.⁴
3. 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.⁵
4. Barang adalah setiap benda baik yang berwujud maupun tidak berwujud, baik yang bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun

³ *Ibid.*, Pasal 1 angka 1.

⁴ *Ibid.*, Pasal 1 angka 2.

⁵ *Ibid.*, Pasal 1 angka 3.

tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen.⁶

5. Promosi adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan/ atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan.⁷
6. Impor barang adalah kegiatan memasukkan barang ke dalam daerah pabean.⁸
7. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat adalah lembaga pemerintah terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.⁹
8. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen.¹⁰
9. Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen.¹¹
10. Kosmetik adalah sediaan ataupun bahan yang siap untuk digunakan pada bagian luar tubuh (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ kelamin bagian luar), gigi dan rongga mulut untuk membersihkan, menambah daya tarik, mengubah penampilan, melindungi supaya tetap dalam keadaan

⁶ *Ibid.*, Pasal 1 angka 4.

⁷ *Ibid.*, Pasal 1 angka 6.

⁸ *Ibid.*, Pasal 1 angka 7.

⁹ *Ibid.*, Pasal 1 angka 9.

¹⁰ *Ibid.*, Pasal 1 angka 11.

¹¹ *Ibid.*, Pasal 1 angka 12.

baik, memperbaiki bau badan, tetapi tidak dimaksud untuk mengobati atau menyembuhkan suatu penyakit.¹²

11. Izin edar adalah bentuk persetujuan pendaftaran kosmetik yang diberikan oleh Kepala Badan untuk dapat diedarkan di wilayah Indonesia.¹³

12. Kosmetik Impor adalah kosmetik yang dibuat oleh industri di luar negeri yang dimasukkan dan diedarkan di wilayah Indonesia.¹⁴

13. Pemasukkan kosmetik adalah importasi kosmetik melalui angkutan darat, laut dan atau udara ke dalam wilayah Indonesia.¹⁵

14. Kepala Badan adalah Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia.¹⁶

15. Kosmetik lisensi adalah kosmetik yang diproduksi di wilayah Indonesia atas dasar penunjukan atau persetujuan tertulis dari pabrik induk di negara asalnya.

16. Kosmetik kontrak adalah kosmetik yang produksinya dilimpahkan kepada produsen lain berdasarkan kontrak.

¹² Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia (a) No. HK.00.05.42.1018 Tentang Bahan Kosmetik, Tanggal 25 Februari 2008. Pasal 1 angka 1.

¹³ Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia (b) No. HK. 00. 05. 42. 2995 Tentang pengawasan Pemasukan Kosmetik, tanggal 10 Juni 2008. Pasal 1 angka 1.

¹⁴ *Ibid.*, Pasal 1 angka 2.

¹⁵ *Ibid.*, Pasal 1 angka 3.

¹⁶ *Ibid.*, Pasal 1 angka 4.

1.5 Metode Penelitian

Penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini yuridis normatif¹⁷. Penelitian yuridis normatif adalah penelitian yang mengkaji kaitan antara permasalahan yang diangkat dengan norma-norma dalam peraturan-perundangan seperti Undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsemen, dan regulasi lainnya yang mengatur peran Badan POM dalam Perlindungan Konsumen seperti Keputusan Presiden Nomor 103 tahun 2001 tentang Kedudukan, Tugas, fungsi, Kewenangan, dan Tata Kerja Lembaga Pemerintah Non Departemen. Studi ini akan menganalisis obyek penelitian dengan menggunakan data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari hasil penelitian dan kajian bahan-bahan pustaka. Sebagai suatu penelitian hukum, data sekunder yang dipergunakan yaitu:

- a. Bahan hukum primer, yang berupa ketentuan hukum dan perundang-undangan yang mengikat serta berkaitan dengan penelitian ini, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Kesehatan, Peraturan dan Keputusan Menteri Kesehatan, Keputusan Badan POM dan peraturan lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.
- b. Bahan hukum sekunder, yang berupa literatur-literatur tertulis yang berkaitan dengan pokok masalah dalam studi ini, baik berbentuk buku-buku, makalah-makalah, laporan penelitian, surat kabar dan lain sebagainya.
- c. Bahan hukum tersier, yang merupakan bahan penjelasan mengenai bahan hukum tersier maupun sekunder berupa kamus, ensiklopedia, dan sebagainya.¹⁸

¹⁷ Soerjono Soekanto, Pengantar Penelitian Hukum, (Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia, 2007), hal. 51.

¹⁸ Sri Mamudji dkk., Metode Penelitian dan Penulisan Hukum, (jakaarta: Badan Penerbit Fakaultas Hukum Universitas Indonesia, 2005), hal. 28.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan skripsi ini dilakukan menurut bab dan sub bab. Untuk selanjutnya skripsi ini akan dibagi ke dalam lima bab sebagaimana diuraikan sebagai berikut:

Bab pertama, yaitu bab pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, pokok permasalahan, tujuan penelitian, definisi operational, metodologi penelitian, dan sistematika penelitian

Bab kedua, akan membahas mengenai tinjauan umum Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, Hukum Perlindungan Konsumen menurut UUPK dan bagaimana penerapan UUPK di Indonesia

Bab ketiga, akan membahas mengenai tinjauan umum produk kosmetik dan pengaturannya serta fungsi pengawasan Badan POM terhadap peredaran kosmetik di Indonesia.

Bab keempat, akan membahas dan menguraikan tentang kasus posisi peredaran kosmetik impor. Juga akan dibahas mengenai bentuk-bentuk pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha berkaitan dengan peredaran kosmetik impor yang tidak memiliki Nomor Badan POM serta pelaku usaha yang akan bertanggung jawab apabila terjadi pelanggaran terhadap hak-hak konsumen.

Bab kelima, berisi bab penutup yang terdiri dari sub bab kesimpulan dari skripsi ini dan saran yang dapat diberikan.

BAB 2

TINJAUAN UMUM HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DI INDONESIA

2.1 Definisi Perlindungan Konsumen

Dalam ketetapan MPR tahun 1993 terdapat arahan mengenai perlindungan konsumen yaitu melindungi kepentingan produsen dan konsumen. Berdasarkan arahan tersebut maka terdapat dua hal yang perlu mendapat perhatian yaitu adanya kelompok masyarakat produsen serta kelompok masyarakat konsumen, dimana kepentingan masing-masing kelompok perlu untuk dilindungi.¹⁹ Arahan ketetapan MPR tersebut terdapat pengertian mengenai hukum konsumen yaitu keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang dan/jasa) antara penyedia dan penggunaannya, dalam kehidupan bermasyarakat.²⁰

Berdasarkan Pasal 1 angka 1 UUPK disebutkan bahwa Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Kepastian hukum untuk melindungi konsumen yang diperkuat oleh UUPK memberi harapan agar para pelaku usaha tidak lagi bertindak sewenang-wenang sehingga dapat merugikan hak-hak konsumen. Selain itu dengan adanya UUPK dan peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang perlindungan konsumen maka konsumen memiliki posisi seimbang.

2.2 Hukum Konsumen dan Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia

Hukum konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang/jasa) antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan masyarakat.²¹ Sedangkan Hukum Perlindungan Konsumen merupakan bagian khusus hukum

¹⁹ Az Nasution (a), *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diadit Media, 2006), hal. 34

²⁰ *Ibid.*, hal. 37

²¹ Az. Nasution (a), *op. cit.*, hal. 37

konsumen yaitu keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan produk (barang/jasa) konsumen antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat.²²

Pada era reformasi, masa pemerintahan Presiden BJ Habibie, tanggal 20 April 1999, RUUPK diresmikan menjadi UUPK. Rasio diundangkannya UUPK adalah dalam rangka menyeimbangkan daya tawar konsumen terhadap pelaku usaha dan mendorong pelaku usaha untuk bersikap jujur dan bertanggung jawab dalam melaksanakan kegiatannya. Dengan diterapkannya UUPK mengakibatkan tetap digunakannya hukum umum dalam mengatasi masalah perlindungan konsumen yang dalam pelaksanaannya juga perlu ditunjang dengan hukum umum disamping hukum perlindungan konsumen.

Dalam penjelasan UUPK, disebutkan bahwa kedudukan UUPK adalah dimaksudkan sebagai landasan hukum yang kuat bagi pemerintahan dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen. UUPK merupakan “payung” yang mengintegrasikan dan memperkuat penegakkan hukum perlindungan konsumen. Penjelasan UUPK juga memberikan dasar terbukanya kemungkinan pembentukan undang-undang baru yang bermaksud untuk melindungi konsumen.

Keberadaan UUPK pada dasarnya bukan merupakan awal dan akhir dari hukum yang mengatur tentang perlindungan konsumen. Pasal 64 UUPK menyebutkan bahwa:

Segala ketentuan peraturan perundang-undangan yang bertujuan melindungi konsumen yang telah ada pada saat undang-undang ini diundangkan, dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak diatur secara khusus dan atau tidak bertentangan dengan ketentuan dalam undang-undang ini.

Ketentuan ini dimaksudkan agar tidak terjadi kekosongan hukum di bidang perlindungan konsumen. Peraturan perundang-undangan lainnya yang mengatur

²² Ibid.

tentang perlindungan konsumen sebelum diundangkannya UUPK tetap berlaku sepanjang tidak diatur secara khusus atau tidak bertentangan dengan UUPK.

2.3 Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Dalam Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia terdapat beberapa asas dan tujuan guna memberikan arahan dalam implementasinya. Dengan adanya asas dan tujuan yang jelas, Hukum Perlindungan Konsumen memiliki dasar pijakan yang kuat.

2.3.1 Asas Perlindungan Konsumen

Dalam setiap undang-undang yang dibuat pembentuk undang-undang, biasanya dikenal sejumlah asas atau prinsip yang mendasari diterbitkannya undang-undang itu. Asas-asas hukum merupakan fondasi suatu undang-undang dan peraturan pelaksanaannya. Bila asas-asas dikesampingkan, maka runtuhlah bangunan undang-undang itu dan segenap peraturan pelaksanaannya. Mertokusumo memberikan ulasan asas hukum sebagai berikut:

”...bahwa asas hukum bukan merupakan hukum konkrit, melainkan merupakan pikiran dasar yang umum dan abstrak, atau merupakan latar belakang peraturan konkrit yang terdapat dalam dan di belakang setiap sistem sistem hukum yang terjelma dalam peraturan perundang-undangan dan putusan hakim yang merupakan hukum positif dan dapat ditemukan dengan mencari sifat-sifat atau ciri-ciri yang umum dalam peraturan konkrit tersebut.”²³

Berdasarkan Pasal 2 UUPK, terdapat lima asas perlindungan konsumen yaitu:

a. Asas manfaat

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

²³ Yusuf Shofie (a), *Pelaku Usaha, Konsumen, dan Tindak Pidana Korporasi*, cet. 1, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2002), hlm. 25.

b. Asas keadilan

Asas ini dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

c. Asas keseimbangan

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.

d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

e. Asas kepastian hukum

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

Kelima asas yang disebutkan dalam pasal tersebut, jika diperhatikan substansinya, maka dapat dibagi menjadi tiga asas, yaitu:

1. Asas kemanfaatan yang di dalamnya meliputi asas keamanan dan keselamatan konsumen;
2. Asas keadilan yang di dalamnya meliputi asas keseimbangan; dan
3. Asas kepastian hukum.²⁴

2.3.2 Tujuan Perlindungan Konsumen

Konsumen merupakan pihak yang sangat rentan terhadap perilaku yang merugikan yang dilakukan oleh pelaku usaha, sehingga konsumen perlu mendapat perlindungan. Dengan adanya perlindungan konsumen maka diharapkan tindakan sewenang-wenang pelaku usaha yang merugikan konsumen dapat ditiadakan.

²⁴ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2000), hlm. 26.

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari perlindungan konsumen, dimuat dalam Pasal 3 UUPK, yang menyatakan bahwa:

”Perlindungan konsumen bertujuan:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. Menciptakan sistem perlindungan 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/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.²⁵,”

2.4 Berbagai Pengertian Dasar Dalam Hukum Perlindungan Konsumen

Dalam Hukum Perlindungan Konsumen yang diatur UUPK terdapat beberapa pengertian dasar antara lain pengertian konsumen, pelaku usaha, dan mengenai barang dan jasa. Berikut dijabarkan satu persatu pengertian yang terdapat dalam Hukum Perlindungan Konsumen.

2.4.1 Konsumen

Konsumen merupakan pihak yang memiliki peranan penting dalam transaksi penjualan barang dan/atau jasa. Pelaku usaha dalam melakukan produksi, pendistribusian maupun pemasaran suatu produk barang dan/atau jasa,

²⁵ Indonesia (a), UUPK, *op.cit.*, Pasal 3.

mempunyai suatu sasaran yaitu agar dapat menarik pihak konsumen supaya mau membeli produk yang ditawarkannya.

Sekalipun pada umumnya masyarakat Indonesia sudah memahami siapa yang dimaksud dengan konsumen, tetapi hukum positif Indonesia sampai tanggal 20 April 1999 belum mengenalnya, baik hukum positif “warisan” dari masa penjajahan yang masih berlaku berdasarkan Aturan Peralihan Pasal II Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 maupun peraturan perundang-undangan baru hasil karya bangsa Indonesia.²⁶

Istilah “Konsumen” merupakan suatu istilah yang tidak asing dan telah memasyarakat. Banyak literatur yang mencoba untuk mendefinisikan istilah ini. Istilah “konsumen” berasal dari kata *consumer* atau *consument*, yang secara harfiah adalah “orang yang memerlukan, membelanjakan atau menggunakan; pemakai atau pembutuh.”²⁷ Az. Nasution, SH juga mengemukakan itu beberapa batasan mengenai konsumen, yaitu :

- a. Konsumen dalam arti umum adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu;
- b. Konsumen-antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersial);
- c. Konsumen-akhir adalah setiap orang alami yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (nonkomersial).²⁸

Unsur memperoleh/mendapatkan digunakan dalam batasan ini karena perolehan barang atau jasa itu oleh konsumen tidak saja karena hubungan hukum jual-beli, sewa menyewa, pinjam-pakai, jasa angkutan perbankan, konstruksi asuransi dan sebagainya, tetapi dapat juga pemberian sumbangan, hadiah-hadiah

²⁶ Az. Nasution (a), *op.cit.*, hlm. 36.

²⁷ N.H.T. Siahaan, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Cet. 1, (Bogor : Grafika Mardi Yuana, 2005), hlm. 23.

²⁸ Az. Nasution (a), *op.cit.*, hlm. 29.

baik berkaitan dengan hubungan komersial (pemasaran, promosi barang/jasa tertentu) maupun dalam hubungan lain-lainnya.²⁹

UUPK juga memberikan pengertian mengenai konsumen, sebagaimana yang termuat pada Pasal 1 angka (2) dan Penjelasannya. Pasal 1 angka (2) UUPK menyatakan bahwa:

“Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia di masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”³⁰

Di samping itu penjelasan Pasal 1 angka (2) menyatakan bahwa:

“Di dalam kepustakaan ekonomi dikenal istilah konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari suatu proses produksi suatu produk lainnya. Pengertian konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan ini adalah konsumen akhir.”³¹

Pengertian konsumen dalam UUPK di atas lebih luas bila dibandingkan dengan 2 (dua) rancangan undang-undang perlindungan konsumen lainnya, yaitu pertama dalam Rancangan Undang-Undang Perlindungan Kosumen yang diajukan oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, yang menentukan bahwa:

“Konsumen adalah pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, bagi kepentingan diri sendiri atau keluarganya atau orang lain yang tidak untuk diperdagangkan kembali.”³²

²⁹ *Ibid.*, hlm. 8.

³⁰ Indonesia (a), UUPK, *op.cit.*, Pasal 1 angka (2)

³¹ *Ibid.*, Penjelasan Pasal 1 angka (2)

³² Ahmadi Miru dan Sutarnan Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2007), hlm. 5, mengutip dari Yayasan Lembaga Konsumen, *Perlindungan*

Sedangkan yang kedua, dalam naskah final Rancangan Akademik Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen yang disusun oleh Fakultas Hukum Universitas Indonesia bekerja sama dengan Badan Penelitian dan Pengembangan Perdagangan Departemen Perdagangan RI menentukan bahwa, konsumen adalah setiap orang atau keluarga yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan.³³

UUPK tidak mengakui badan hukum (seperti yayasan dan perseroan terbatas) sebagai konsumen.³⁴ Menurut Yusuf Shofie, alasan yang melatarbelakangi badan hukum tidak diakui sebagai konsumen dalam UUPK adalah dikarenakan jika badan hukum diakui sebagai konsumen maka esensi perlindungan hukum yang diberikan UUPK menjadi kabur.³⁵ Perlindungan hukum yang diberikan oleh UUPK hanya bagi individu konsumen akhir bukan konsumen antara (pelaku usaha yang berbentuk badan hukum).

2.4.2 Pelaku usaha

Istilah pelaku usaha merupakan pengertian yuridis dari istilah produsen.³⁶ Pengertian pelaku usaha juga telah dirumuskan secara khusus dalam UUPK yaitu:

“Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama

Konsumen Indonesia, Suatu Sumbangan Pemikiran tentang Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, (Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen, 1981), hlm. 2.

³³*Ibid.*, hlm. 6, mengutip dari Universitas Indonesia dan Departemen Perdagangan, *Rancangan Akademik Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, Jakarta, 1992, Pasal 1 huruf a.

³⁴ Annisa Dita Muliastuti, *Analisa yuridis terhadap perlindungan konsumen jasa layanan short message service (sms) ditinjau UU_8_1999*, (Depok : FHUI, 2009), hlm. 18.

³⁵ Yusuf Shofie (b), *Penyelesaian Sengketa Konsumen Menurut UUPK; Teori dan Penegakan Hukum*, (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2003), hlm. 13.

³⁶N.H.T. Siahaan, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Cet. 1, (Bogor : Grafika Mardi Yuana, 2005), hlm. 24.

melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha berbagai usaha berbagai bidang ekonomi.”³⁷

Pengertian pelaku usaha menurut ketentuan Pasal 1 butir 3 UUPK ini, mempunyai cakupan yang luas karena meliputi penjual grosir, leveransir sampai pada pengecer. Namun dalam pengertian pelaku usaha tersebut, tidaklah mencakup eksportir atau pelaku usaha di luar negeri, karena UUPK membatasi orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia.³⁸

Pengertian pelaku usaha yang bermakna luas tersebut, akan memudahkan konsumen korban menuntut ganti kerugian. Konsumen yang dirugikan akibat penggunaan produk, tidak kesulitan dalam menemukan kepada siapa tuntutan akan diajukan, karena banyak pihak yang dapat digugat.³⁹

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

- a. Investor, yaitu pelaku usaha penyedia dana untuk membiayai berbagai kepentingan;
- b. Produsen, yaitu pelaku usaha yang membuat, memproduksi barang dan atau jasa dari barang-barang dan atau jasa-jasa lain;
- c. Distributor, yaitu pelaku usaha yang mendistribusikan atau memperdagangkan barang dan atau jasa tersebut kepada masyarakat, seperti pedagang kaki lima, warung, supermarket, usaha angkutan.⁴⁰

³⁷ Indonesia (a), *op.cit.*, Pasal 1 angka 3.

³⁸ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *op.cit.*, hlm. 9.

³⁹ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara serta Kendala Implementasinya*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 67-68.

⁴⁰ Az Nasution (b), *Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Tinjauan Singkat UU Nomor 8 Tahun 1999*, www.pemantauperadilan.com. Diakses pada 2 Oktober 2010.

2.5 Hak dan kewajiban konsumen dan Pelaku Usaha

Seringnya terjadi pelanggaran terhadap masalah perlindungan konsumen dan UUPK dikarenakan salah satunya adalah ketidaktahuan konsumen maupun pelaku usaha mengenai hak dan kewajiban mereka. Walaupun dalam UUPK hal itu diatur, tetapi kenyataannya tidak sedikit orang yang belum pernah membaca UUPK ataupun belum mengetahui tentang keberadaan dari UUPK itu sendiri. Maka dari itu penting sekali bagi konsumen dan pelaku usaha untuk mengetahui hak dan kewajiban mereka dalam kegiatan ekonomi yang dilakukannya. Berikut ini adalah hak dan kewajiban masing-masing pihak yang sangat terkait dengan hukum perlindungan konsumen.

2.5.1 Hak dan Kewajiban Konsumen

Baik konsumen maupun pelaku usaha, memiliki hak dan kewajiban yang harus diperhatikan dan dilaksanakan oleh mereka. Jika terjadi pelanggaran akan hak-hak konsumen atau konsumen mengalami kerugian sebagai akibat dari pelaku usaha yang tidak melaksanakan apa yang menjadi kewajibannya, maka konsumen dapat menuntut pelaku usaha tersebut untuk bertanggung jawab. Sebaliknya, konsumen tidak dapat menuntut pelaku usaha untuk bertanggung jawab jika konsumen tidak melaksanakan apa yang menjadi kewajibannya.

Secara umum, terdapat empat hak dasar konsumen yang mengacu pada *President Kennedy's 1962 Consumer's Bill of Right*. Ke empat hak tersebut yaitu:

1. Hak untuk memperoleh keamanan (*the right to safety*);
2. Hak untuk mendapat informasi (*the right to be informed*);
3. Hak untuk memilih (*the right to choose*);
4. Hak untuk didengar (*the right to be heard*).⁴¹

Empat hak dasar yang dikemukakan oleh John F. Kennedy tersebut merupakan bagian dari Deklarasi Hak-hak Asasi Manusia yang dicanangkan oleh PBB.⁴² Selain dari empat hak dasar yang dikemukakan di atas, dalam literature

⁴¹ Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta : PT. Grasindo, 2000), hlm. 16.

⁴² Ahmadi Miru dan Sutarman Yudo, *op.cit.*, hlm. 39.

hukum terkadang hak-hak dasar tersebut digandeng dengan hak untuk mendapatkan lingkungan hidup yang bersih sehingga kelima-limanya disebut dengan “Panca Hak Konsumen”.⁴³ Dalam perkembangannya, Organisasi Konsumen Sedunia (*International Organization of Consumers Union – IOCU*) menambahkan beberapa hak konsumen lainnya, yaitu hak memperoleh kebutuhan hidup, hak memperoleh ganti rugi, hak memperoleh pendidikan konsumen, dan hak memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat.

Dalam rancangan akademik UUPK yang dikeluarkan Fakultas Hukum Universitas Indonesia dan Departemen Perdagangan, dikemukakan enam hak konsumen, yaitu enam hak dasar yang disebut pertama, ditambah dengan hak untuk mendapatkan barang dan atau jasa sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya, dan hak untuk mendapatkan penyelesaian hukum yang patut.⁴⁴

Hak dan kewajiban dari konsumen diatur dalam ketentuan Pasal 4 dan Pasal 5 UUPK. Pasal 4 UUPK menetapkan bahwa konsumen memiliki hak-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 diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- g. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;

⁴³ Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis; Menata Bisnis Modern di Era Global*, (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2005), hlm. 228.

⁴⁴ *Ibid.*, hlm. 40.

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

Selain hak, tentunya konsumen juga memiliki kewajiban-kewajiban yang harus dipenuhi. Pasal 5 UUPK menetapkan empat kewajiban konsumen sebagai berikut:

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

Adanya kewajiban konsumen membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan atau jasa demi keselamatan dan keselamatan merupakan hal penting yang perlu diatur, karena sering pelaku usaha telah menyampaikan peringatan secara jelas pada suatu produk, tetapi konsumen tidak membaca peringatan secara yang telah disampaikan kepadanya. Dengan pengaturan kewajiban ini maka memberikan konsekuensi pelaku usaha tidak bertanggung jawab apabila konsumen yang bersangkutan menderita kerugian akibat mengabaikan kewajiban tersebut.

2.5.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

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

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan atau jasa yang diperdagangkan;

- b. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- c. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan atau jasa yang diperdagangkan;
- d. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik; dan
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undang lainnya.

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

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

Dalam UUPK tampak bahwa itikad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dimulai

sejak barang dirancang/diproduksi sampai pada tahap purna penjualan, sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan karena kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang/diproduksi oleh produsen (pelaku usaha), sedangkan bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen.⁴⁵

2.6 Tahap-Tahap Transaksi Konsumen

Yang dimaksud dengan transaksi konsumen adalah suatu proses terjadinya peralihan pemilikan atau penikmatan barang atau jasa dari pelaku usaha penyedia barang dan/atau jasa kepada konsumen. Tahap-tahap transaksi konsumen yang lazim terjadi yaitu:

2.6.1 Tahap pra-transaksi konsumen

Pada tahap pra-transaksi konsumen, transaksi (pembelian, penyewaan, peminjaman, pemberian hadiah komersial dan sebagainya) belum terjadi. Konsumen masih mencari keterangan dimana barang atau jasa kebutuhannya dapat ia peroleh, berapa harga dan apa pula syarat-syarat yang ia harus penuhi, serta mempertimbangkan berbagai fasilitas atau kondisi dari transaksi ia inginkan.⁴⁶

Dalam hal ini pelaku usaha sebagai penyedia atau penjual, harus menyediakan informasi yang jujur dan tidak menyesatkan berkaitan dengan barang dan/atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena, informasi tersebut akan menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian.

Pentingnya penyampaian informasi yang benar terhadap konsumen mengenai suatu produk, agar konsumen tidak salah terhadap gambaran mengenai

⁴⁵ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *op.cit.*, hlm. 54.

⁴⁶ Az. Nasution (c), *Konsumen dan Hukum*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995), hlm. 39.

suatu produk tertentu. Penyampaian informasi terhadap konsumen tersebut dapat berupa representasi, peringatan maupun berupa instruksi.⁴⁷

UUPK juga memberikan pengaturan yang berkaitan dengan tahap pra-transaksi konsumen, antara lain:

1. Pasal 7

Huruf b:

Pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan

Huruf c:

Pelaku usaha wajib memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

2. Pasal 8 ayat (1)

Huruf j:

Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

3. Pasal 8 ayat (2)

Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud

2.6.2 Tahap transaksi konsumen

Pada tahap ini transaksi peralihan suatu barang ataupun penyelenggaraan jasa dari pelaku usaha kepada konsumen telah terjadi. Konsumen dalam hal ini, sudah terikat dengan berbagai persyaratan guna memperoleh barang atau jasa bersangkutan misalnya mengenai persyaratan pembayaran, harga, dan sebagainya.

⁴⁷ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *op.cit.*, hlm. 55, mengutip dari Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, (Disertasi Program Pascasarjana Universitas Airlangga, Surabaya, 2000), hlm. 141`.

Faktor lain yang juga berpengaruh pada konsumen dalam tahap ini adalah beberapa praktek bisnis yang dijalankan pengusaha untuk mempertahankan atau meningkatkan pemasaran produk usahanya atau penyerapan produknya oleh masyarakat.⁴⁸

Permasalahan yang sering timbul dalam tahap transaksi konsumen adalah pada perikatan yang telah disepakati oleh pelaku usaha dan konsumen. terdapat perjanjian dengan syarat-syarat baku, terutama perjanjian dengan syarat-syarat baku yang ditentukan secara sepihak.

Mengenai keadaan tersebut, Pasal 18 UUPK memberikan pengaturan secara khusus atas batasan dalam pencantuman klausula baku dalam suatu perjanjian yang dilarang oleh UUPK. Dalam penjelasan pasal tersebut, dikemukakan bahwa larangan ini dimaksudkan untuk menempatkan kedudukan konsumen setara dengan pelaku usaha berdasarkan prinsip kebebasan berkontrak.

2.6.3 Tahap Purna-Transaksi Konsumen

Tahap ini disebut juga tahap purna-jual. Pada tahap ini konsumen mulai memanfaatkan barang dan/atau jasa yang diperolehnya dari transaksi dengan pelaku usaha bersangkutan.

Kepuasan konsumen atau kekecewaannya berkenaan dengan transaksi yang diselenggarakan dapat menjadi kenyataan. Kepuasan konsumen akan menyebabkan konsumen untuk selanjutnya setia dan tidak beralih dari merek barang atau jasa tertentu, sehingga pelaku usaha bersangkutan akan dapat mempertahankan langganannya.⁴⁹

Sebaliknya, keadaan menjadi berbeda apabila konsumen merasa tidak puas terhadap kegunaan dan/atau pemakaian dari suatu barang atau penyelenggaraan jasa yang diperoleh dari pelaku usaha. Dalam hal ini konsumen merasakan kerugian dari penggunaan barang dan/atau jasa bersangkutan. Konsumen yang merasa mengalami suatu kerugian lazimnya mengajukan suatu keluhan kepada

⁴⁸ Az. Nasution (c), *op.cit.*, hlm. 46, mengutip dari Mr. R.B.M. Keurentjes, *Agressieve Handelspraktijken*, Kluwer-Deventer 1986, hlm. 2.

⁴⁹ Az. Nasution (b), *op.cit.*, hlm. 52.

pelaku usaha tersebut. Pelaku usaha tetap harus memberikan perlindungan dan pelayanan yang baik atas keluhan yang diajukan oleh konsumen dalam tahap purna-transaksi ini.

Berkaitan dengan hal itu, UUPK memberikan pengaturan atas tindakan yang harus dilakukan oleh pelaku usaha dalam tahap purna transaksi, antara lain:

1. Pasal 7

huruf f:

Pelaku usaha wajib memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

huruf g:

Pelaku usaha wajib memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

2. Pasal 19 ayat (1)

Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

3. Pasal 25 ayat (1)

Pelaku usaha yang memproduksi barang yang pemanfaatannya berkelanjutan dalam batas waktu sekurang-kurangnya 1 (satu) tahun wajib menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas purna jual dan wajib memenuhi jaminan atau garansi sesuai dengan yang diperjanjikan.

4. Pasal 26

Pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/atau diperjanjikan.

Tahap-tahap diatas tidaklah secara tegas terpisah satu sama lain. Mungkin saja tahap pertama dan kedua langsung terjadi dalam satu kegiatan transaksi konsumen. Misalnya konsumen datang ke suatu toko melihat barangnya, mencari dan mendapat sekedar informasi mengenai barang tersebut. Ketika konsumen merasa sudah cukup “mengenal” produk tersebut, maka ia langsung membelinya

(mengadakan transaksi konsumen).⁵⁰ Tahap-tahap transaksi konsumen tersebut di atas diperlukan agar dapat dengan mudah memahami akar permasalahan dan mencari jalan penyelesaian dalam penyelesaian sengketa transaksi konsumen.⁵¹

2.7 Bentuk Pelanggaran Hak Konsumen

Seperti diketahui bahwa UUPK menetapkan tujuan perlindungan konsumen antara lain adalah untuk mengangkat harkat kehidupan konsumen, maka untuk maksud tersebut berbagai hal yang membawa akibat negatif dari pemakaian barang dan atau jasa harus dihindarkan dari aktivitas perdagangan pelaku usaha. Sebagai upaya untuk menghindarkan akibat negatif pemakaian barang dan atau jasa tersebut, UUPK menentukan berbagai larangan bagi pelaku usaha yang terdiri dari 10 pasal, dimulai dari Pasal 8 sampai dengan Pasal 17.⁵²

Dalam Pasal 8 yang termasuk perbuatan-perbuatan yang dilarang dilakukan pelaku usaha yaitu:

- (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;

⁵⁰ Ramadhan Rizky Perdana Hamzah, "*Perlindungan Konsumen Pengguna Jasa Ketenagalistrikan: Studi Kasus Penerapan Tarif Dasar Listrik (TDL) oleh PT. PLN (Persero)*," (Skripsi Sarjana Hukum Universitas Indonesia, Depok, 2009), hlm. 24, mengutip dari Az. Nasution (b), *op.cit.*, hlm. 38.

⁵¹ *Ibid.*, hlm. 24.

⁵² Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *op.cit.*, hlm. 63.

- 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 tersebut;
 - h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label;
 - i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat; dan
 - j. Tidak mencantumkan informasi dan atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
- (3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas atau tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
- (4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Substansi dari Pasal 8 tertuju dua hal, yaitu larangan memproduksi barang dan atau jasa dan larangan memperdagangkan barang dan atau jasa yang dimaksud.

Dalam Pasal 9 yang termasuk perbuatan-perbuatan yang dilarang dilakukan pelaku usaha yaitu:

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

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

Pasal 9 UUPK mengatur mengenai larangan melakukan penawaran, promosi, periklanan suatu barang dan atau jasa secara tidak benar, tampak sedikit rancu sehingga perlu dilakukan revisi bahkan sebagian di antara ayat-ayatnya terdapat pengaturan berlebihan.⁵³ Substansi pasal ini juga terkait dengan representasi dimana pelaku usaha wajib memberikan presentasi yang benar atas barang dan atau jasa yang diperdagangkannya.

Dalam Pasal 10 yang termasuk perbuatan-perbuatan yang dilarang pelaku usaha yaitu pelaku usaha dalam menawarkan barang dan atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:

- a. Harga atau tarif suatu barang dan atau jasa;
- b. Kegunaan suatu barang dan atau jasa;
- c. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan atau jasa;
- d. Tawaran potongan harga atau hadiah yang ditawarkan; dan
- e. Bahaya penggunaan barang dan atau jasa.

Pasal 10 juga menyangkut larangan yang tertuju pada “perilaku” pelaku usaha yang tujuannya mengupayakan adanya perdagangan yang tertib dan iklim usaha yang sehat guna memastikan produk yang diperjual belikan dalam masyarakat dilakukan dengan cara tidak melanggar hukum.

Dalam Pasal 11 yang termasuk perbuatan-perbuatan yang dilarang dilakukan pelaku usaha yaitu pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui/menyesatkan konsumen dengan:

⁵³ *Ibid.*, hlm. 89.

- a. Menyatakan barang dan atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu;
- b. Menyatakan barang dan atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi;
- c. Tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain;
- d. Tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain;
- e. Tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu dan atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual jasa yang lain; dan
- f. Menaikkan harga atau tariff barang dan atau jasa sebelum melakukan obral.

Pasal 11 masih menyangkut persoalan representasi yang tidak benar dilakukan oleh pelaku usaha, sebagaimana juga terjadi dengan ketentuan pasal-pasal sebelumnya.

Dalam Pasal 12 yang termasuk perbuatan-perbuatan yang dilarang dilakukan pelaku usaha yaitu pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan atau jasa dengan harga tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, dan diiklankan. Pasal 12 menyangkut larangan yang tertuju pada perilaku pelaku usaha, terlihat dari kegiatan menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan barang dan atau jasa dengan harga atau tarif khusus padahal pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya.

Dalam Pasal 13 yang termasuk perbuatan-perbuatan yang dilarang dilakukan pelaku usaha yaitu:

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

kesehatan dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan atau jasa lain.

Pasal 13 menyangkut larangan yang tertuju pada cara-cara penjualan yang dilakukan melalui sarana penawaran, promosi atau pengiklanan, di samping larangan yang tertuju pada peristiwa pelaku usaha yang mengelabui atau menyesatkan konsumen. Hanya variasinya yang membedakan dengan larangan yang tertuang di dalam pasal-pasal sebelumnya.

Dalam Pasal 14 yang termasuk perbuatan-perbuatan yang dilarang dilakukan pelaku usaha yaitu dalam menawarkan barang dan atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk;

- a. Tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan;
- b. Mengumumkan hasilnya tidak melalui media massa;
- c. Memberikan hadiah tidak sesuai yang dijanjikan; dan
- d. Menggantikan hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.

Ketentuan-ketentuan Pasal 15 juga sama dengan maksud larangan yang disebutkan pada pasal-pasal sebelumnya. Yang membedakannya hanya menyangkut cara yang dilakukan oleh pelaku usaha yang bersangkutan. Khusus dalam pasal ini adalah cara paksaan yang menempatkan posisi konsumen menjadi lemah.

Dalam Pasal 16 intinya larangan tertuju pada “perilaku” pelaku usaha yang tidak menepati pesanan dan atau tidak menepati kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan, termasuk tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan atau prestasi.

Dalam Pasal 17 yang termasuk perbuatan-perbuatan yang dilarang dilakukan pelaku usaha yaitu:

- (1) Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang:
 - a. Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan atau jasa;
 - b. Mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan atau jasa;

- c. Memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan atau jasa;
 - d. Tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan atau jasa;
 - e. Mengeksploitasi kejadian dan atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan; dan
 - f. Melanggar etika dan atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.
- (2) Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat (1).

Pasal 17 merupakan pasal yang ditujukan pada perilaku pelaku usaha periklanan yang mengelabui konsumen melalui iklan yang diproduksinya.

2.8 Penyelesaian Sengketa Konsumen

Masalah penyelesaian sengketa dalam UUPK diatur secara khusus pada Bab X, dimulai dari Pasal 45 sampai dengan Pasal 48. Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha. Pasal 46 UUPK menyebutkan bahwa gugatan pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh:

- a. Seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan;
- b. Sekelompok orang yang mempunyai kepentingan yang sama;
- c. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya; dan
- d. Pemerintah dan atau instansi terkait apabila barang dan atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan atau korban yang tidak sedikit.

Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.

2.8.1 Penyelesaian Sengketa di luar Pengadilan

Yang dimaksud dengan penyelesaian sengketa secara damai yaitu penyelesaian yang dilakukan oleh kedua belah pihak baik dengan atau tanpa bantuan dari pihak ketiga, untuk mencapai suatu kesepakatan yang menguntungkan dan tanpa ada yang merasa dirugikan dengan adanya kesepakatan tersebut. Artinya dalam hal ini para pihak yaitu konsumen dan pelaku usaha dapat menyelesaikan sengketa yang ada di antara mereka dengan hanya melibatkan konsumen dan pelaku usaha bersangkutan atau dengan bantuan pihak ketiga.

Apabila dilakukan dengan bantuan pihak ketiga, maka dapat dibantu oleh Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) misalnya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). Dalam hal ini YLKI dapat menjadi fasilitator untuk menengahi kedua belah pihak dan memberikan nasehat guna mencapai kesepakatan yang menguntungkan baik bagi konsumen maupun pelaku usaha tersebut.

Untuk mengatasi liku-liku proses pengadilan yang lama dan formal, UUPK memberikan jalan alternatif dengan menyediakan penyelesaian sengketa di luar pengadilan, yaitu di BPSK. Pasal 1 butir 11 UUPK memberikan penjelasan bahwa BPSK adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. Keberadaan BPSK dapat menjadi bagian dari pemerataan keadilan terutama bagi konsumen yang merasa dirugikan oleh pelaku usaha/produsen, karena sengketa di antara konsumen dan pelaku usaha/produsen, biasanya nominalnya kecil sehingga tidak mungkin mengajukan sengketa di pengadilan karena tidak sebanding antara biaya perkara dengan besarnya kerugian yang akan dituntut.

Dasar hukum pembentukkan BPSK adalah Pasal 49 ayat (1) UUPK jo. Pasal 2 Kepmenperindag No. 350/MPP/Kep/12/2001 yang menegaskan bahwa di setiap kota atau kabupaten harus terdapat BPSK yang bertugas untuk membantu menyelesaikan sengketa konsumen.

Penyelesaian sengketa di luar pengadilan dapat ditempuh melalui BPSK yang tugas dan wewenangnya meliputi antara lain: pelaksanaan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau

konsiliasi. Selain sebagai media penyelesaian sengketa badan ini juga dapat menjatuhkan sanksi administratif bagi pelaku usaha yang melanggar larangan-larangan tertentu yang dikenakan bagi pelaku usaha.

Tugas dan wewenang BPSK secara menyeluruh diatur dalam Pasal 52 UUPK jo. Kepmenperindag No. 350/MPP/Kep/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, yaitu:

- a. Melaksanakan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi;
- b. Memberikan konsultasi perlindungan konsumen;
- c. Melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku;
- d. Melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam undang-undang ini;
- e. Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;
- f. Menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap konsumen;
- g. Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- h. Memanggil, menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran undang-undang ini;
- i. Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g dan huruf h, yang tidak bersedia memenuhi panggilan badan penyelesaian sengketa konsumen;
- j. Mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan;
- k. Memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen;
- l. Memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- m. Menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini.

Selanjutnya, atas putusan BPSK berkaitan dengan penyelesaian sengketa konsumen tidak memiliki kekuatan eksekutorial. Untuk pelaksanaan putusan

tersebut, seperti yang tercantum dalam Pasal 57 UUPK, maka harus dilakukan permohonan penetapan eksekusinya kepada pengadilan negeri di tempat konsumen yang dirugikan.

Mengenai sanksi administratif yang dapat dikenakan oleh BPSK diatur dalam Pasal 60 ayat (1) dan ayat (2) UUPK yang menyatakan bahwa BPSK berhak menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar Pasal 19 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 20, Pasal 25 dan Pasal 26 UUPK berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah).

Penyelesaian sengketa konsumen di BPSK diselenggarakan semata-mata untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti kerugian dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.⁵⁴ Dalam upaya untuk memudahkan konsumen menjangkau BPSK, maka dalam Keppres No. 90 Tahun 2001, tidak dicantumkan pembatasan wilayah yuridiksi BPSK, sehingga konsumen dapat mengadukan masalahnya pada BPSK mana saja yang dikehendakinya.

2.8.2 Penyelesaian Sengketa melalui Pengadilan

Dalam ketentuan Pasal 46 ayat (1) UUPK, dinyatakan bahwa gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh:

- a. Seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan;
- b. Sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama;
- c. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya;
- d. Pemerintah dan/atau instansi terkait apabila barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit.

⁵⁴Susanti Adi Nugroho, *op.cit.*, hlm. 100, mengutip dari penjelasan Pasal 47 UUPK.

Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada ketentuan peradilan umum. Gugatan sengketa konsumen yang diajukan oleh perorangan dapat dilakukan melalui pengadilan, apabila upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan tidak berhasil atau tidak tercapai kesepakatan oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.⁵⁵

Pada ketentuan Pasal 46 ayat (2) UUPK, dinyatakan bahwa Gugatan yang diajukan oleh sekelompok konsumen (*class action*), lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat (*legal Standing*) atau pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b, huruf c, atau huruf d diajukan kepada peradilan umum. Gugatan kelompok (*class action*) diakui oleh UUPK. Lebih lanjut dikemukakan bahwa gugatan ini harus diajukan oleh konsumen yang benar-benar dirugikan dan dapat dibuktikan secara hukum.

Class action merupakan gugatan perdata biasa yang diajukan oleh satu orang atau lebih, atas nama sejumlah orang yang mempunyai tuntutan yang sama terhadap penggugat.⁵⁶ Orang yang menjadi wakil itu mewakili kepentingan hukum dia atau mereka sendiri serta kepentingan anggota kelas yang lain. Dengan kata lain, wakil kelas maupun anggota kelas, keduanya adalah pihak korban atau pihak yang mengalami kerugian.

Mas Ahmad Santosa merujuk pada *US Federal of Civil Procedure*, menyatakan bahwa yang menjadi persyaratan gugatan *class action*, antara lain:

- 1 *Numerosity*, yaitu jumlah orang yang mengajukan harus sedemikian banyaknya;
- 2 *Commonality*, yaitu kesamaan fakta antara pihak yang mewakili dan yang diwakili;
- 3 *Typicality*, yaitu tuntutan penggugat maupun pembelaan tergugat dari seluruh anggota yang diwakili (*class member*) harus sejenis; dan

⁵⁵ Indonesia (a), *op.cit.*, Pasal 45 ayat (4).

⁵⁶ Yusuf Shofie, *op.cit.*, hlm. 80.

- 4 *Adequacy of Representation* (kelayakan perwakilan), yaitu kewajiban perwakilan kelas untuk menjamin secara jujur dan adil serta mampu melindungi kepentingan mereka yang diwakili.⁵⁷

Gugatan kelompok atau gugatan perwakilan (*class action*) ini mungkin dilakukan oleh sejumlah konsumen yang memiliki keluhan-keluhan serupa pada saat tertentu, daripada menempuh proses atau acara yang terpisah satu sama lainnya. Satu atau dua atau lebih konsumen mewakili konsumen-konsumen senasib lainnya, menggugat pelaku usaha yang diduga melanggar instrumen hukum perdata. Menurut Colin Scott dan Julia Black, melalui gugatan kelompok (*class action*) ini terdapat efek penjera bagi pelaku usaha, dimana mereka mendapati bahwa praktek-praktek bisnis mereka tidak lagi dibiarkan.⁵⁸

Gugatan yang diajukan oleh lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat disebut *legal standing* atau hak gugat lembaga swadaya masyarakat (LSM). Tidak sedikit praktisi hukum yang mencampuradukkan antara pengertian gugatan perwakilan kelompok (*class action*) dan konsep hak gugat lembaga swadaya masyarakat (LSM). Sesungguhnya gugatan perwakilan kelompok /*class action* dan hak gugat LSM memiliki perbedaan.

Gugatan perwakilan kelompok terdiri dari unsur wakil kelas yang berjumlah satu orang atau lebih (*class representative*) dan anggota kelas yang pada umumnya berjumlah besar (*class members*). Baik wakil kelas maupun anggota kelas pada umumnya merupakan pihak korban atau yang mengalami kerugian nyata.

Sedangkan dalam konsep *Legal Standing*, LSM sebagai penggugat bukan sebagai pihak yang mengalami kerugian nyata. Namun karena kepentingannya ia mengajukan gugatannya. Misalkan dalam perkara perlindungan lingkungan hidup, LSM sebagai penggugat mewakili kepentingan perlindungan lingkungan hidup yang perlu diperjuangkan karena posisi lingkungan hidup sebagai ekosistem sangat penting. Lingkungan Hidup tentu tidak dapat memperjuangkan

⁵⁷ *Ibid.*, hlm. 82.

⁵⁸ *Ibid.*, hlm. 81.

kepentingannya sendiri karena sifatnya yang *in-animatif* (tidak dapat berbicara) sehingga perlu ada pihak yang memperjuangkan.⁵⁹

Perbedaan lainnya adalah tuntutan ganti rugi dalam *class action* pada umumnya adalah berupa ganti rugi berupa uang, sedangkan dalam *legal standing* tidak dikenal tuntutan ganti kerugian uang. Ganti rugi dapat dimungkinkan sepanjang atau terbatas pada ongkos atau biaya yang telah dikeluarkan oleh organisasi tersebut.⁶⁰

Definisi secara bebas dari *legal standing* adalah suatu tata cara pengajuan gugatan secara perdata yang dilakukan oleh satu atau lebih lembaga swadaya masyarakat yang memenuhi syarat atas suatu tindakan atau perbuatan atau keputusan orang perorangan atau lembaga atau pemerintah yang telah menimbulkan kerugian bagi masyarakat.

Pada lingkup Perlindungan Konsumen, gugatan pelanggaran perilaku usaha dapat dilakukan oleh lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya.⁶¹

Penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud pada Pasal 45 UUPK, tidak menutup kemungkinan dilakukannya penyelesaian secara damai oleh para pihak yang bersengketa. Dalam setiap proses penyelesaian sengketa, pada umumnya selalu diupayakan untuk menyelesaikan secara damai di antara kedua belah pihak yang bersengketa. Penyelesaian sengketa secara damai maksudnya adalah penyelesaian sengketa yang dilakukan oleh para pihak yang bersengketa tanpa melalui pengadilan atau BPSK, dan tidak bertentangan dengan UUPK.⁶²

⁵⁹ Emerson Yuntho, *Class Action Sebuah Pengantar*, (Jakarta : ELSAM, 2005), hlm. 8.

⁶⁰ *Ibid.*

⁶¹ *Ibid.*, hlm. 9.

⁶² Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *op.cit.*, hlm. 75.

BAB 3

TINJAUAN UMUM PRODUK KOSMETIK DAN PENGATURANNYA SERTA FUNGSI PENGAWASAN BADAN POM TERHADAP KOSMETIK DI INDONESIA

3.1 Sejarah Perkembangan Kosmetik

Kosmetik yang digunakan untuk riasan dan perawatan, menurut catatan sejarah arkeologi sudah dikenal sejak jaman babilonia dan mesir kuno. Dalam sejarah kosmetik dan kosmetologi, ilmu kedokteran pun ikut mengambil peranan sejak jaman kuno. Data yang diperoleh dari hasil penyelidikan antropologi, arkeologi, dan etnologi di mesir dan India membuktikan adanya pemakaian ramuan seperti bahan pengawet mayat dan salep aromatik yang dapat dianggap sebagai bentuk awal dari kosmetik yang kita kenal sekarang. Adanya bahan-bahan tersebut, menunjukkan telah berkembangnya suatu keahlian khusus di bidang kosmetik.

Hipocrates (460-370 SM) memberikan peranan besar dalam awal perkembangan kosmetik dan kosmetologi moderen melalui dasar-dasar dermatologi, diet, olahraga sebagai saran yang baik untuk kesehatan dan kecantikan. Perkembangan ilmu kedokteran yang kian bertambah luas menjadi alasan diadakannya pemisahan antara kosmetik dan kosmetologi dari ilmu kedokteran, sehingga dikenal sebagai kosmetik untuk merias dan kosmetik yang dipakai untuk kelainan patologi kulit.

Keberadaan kosmetik di Indonesia diperkirakan sudah dikenal sejak kepulauan ini dihuni oleh manusia. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya peninggalan cara periasan tradisional seperti memakan sekapur sirih untuk pemerah bibir, serta ramuan kosmetik tradisional lainnya yang tetap terkenal dan digemari oleh semua lapisan hingga saat ini. Semula kosmetik dibuat dengan bahan alami, dengan proses yang sangat sederhana, hal ini merupakan catatan kuno warisan nenek moyang kita yang perlu dilestarikan pembuatan kosmetik pada waktu itu memakai bahan-bahan alami yang dipilih dari bahan terbaik, diramu dengan cara tertentu, kemudian dikemas dalam bentuk yang menarik. Hal tersebut mengandung pengertian bahwa nenek moyang kita telah mengenal

persyaratan bahan baku, persyaratan berproduksi dan persyaratan bentuk fisik sediaan.

Kemajuan dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi ikut mempengaruhi bidang kosmetik. Kosmetik umumnya dibuat dari paduan bahan kimia, dijadikan dalam bentuk fisik sediaan tertentu, sesuai dengan yang diinginkan. Ramuan dengan formulasi tertentu akan menentukan manfaat dan kegunaan kosmetik itu.

3.2. Pengertian, Penggolongan dan Pemanfaatan kosmetik.

3.2.1. Pengertian Kosmetik

Dalam bahasa Yunani “kosmetikos” berarti keterampilan menghias sedang “kosmos” berarti hiasan.⁶³ Definisi tersebut menurut Federal Food and Cosmetic Act (1938) sama dengan definisi dalam Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 220/Men.kes/Per/IX/76 sebagai berikut

Kosmetika adalah bahan atau campuran bahan untuk digosokkan, diletakkan, dituangkan, dipercikan, atau disemprotkan pada, dimasukkan dalam, dipergunakan pada badan atau bagian badan manusia dengan maksud untuk membersihkan, memelihara, menambah daya tarik atau mengubah rupa dan tidak termasuk golongan obat. Zat tersebut tidak boleh mengganggu faal kulit atau tubuh manusia.

Definisi tersebut jelas menunjukkan bahwa kosmetik bukan satu obat yang dipakai untuk diagnosis, pengobatan maupun pencegahan penyakit. Obat bekerja lebih kuat dan dalam, sehingga dapat mempengaruhi struktur dan faal tubuh.⁶⁴ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kosmetik adalah obat (bahan) untuk mempercantik wajah, kulit, rambut, dan sebagainya seperti bedak dan pemerah bibir. Sedangkan kosmetika adalah ilmu kecantikan, ilmu tata cara mempercantik wajah, kulit dan rambut.⁶⁵

⁶³ Syarif M. Wasitaatmadja. *Penuntun Ilmu Kosmetik Medik*. (Depok: UI Press, 1997), hal. 26-27.

⁶⁴ *Ibid.*

⁶⁵ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1990)

Dalam keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.4.1745 tentang kosmetik (untuk selanjutnya disebut Keputusan Kepala Badan POM) disebutkan bahwa yang dimaksud dengan kosmetik adalah:

Bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar) atau gigi dan mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan/atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik.⁶⁶

Masyarakat awam sering menggunakan istilah yang sama untuk produk seperti bedak, pemerah bibir dan sebagainya dengan sebutan kosmetik atau ksmetika. Sedangkan dalam skripsi ini istilah yang digunakan produk yang dimaksud seperti bedak, pemerah bibir, pelembab dan sebagainya adalah kosmetik. Istilah ini mengacu pada Keputusan Kepala Badan POM

3.2.2 Penggolongan Kosmetik

Saat ini terdapat ribuan produk kosmetik yang beredar di pasar bebas, baik kosmetik import maupun kosmetik lokal. Di Indonesia tercatat lebih dari 300 pabrik kosmetik yang terdaftar secara resmi, dan diperkirakan ada lebih dari dua kali lipat pabrik kosmetik yang tidak terdaftar secara resmi yang merupakan usaha rumah tangga maupun salon kecantikan.⁶⁷ Berdasarkan hal tersebut maka diperlukan adanya penggolongan kosmetik yang bertujuan untuk penyederhanaan kosmetik baik untuk pengaturan maupun pemakaian.

Menurut Jelinek, penggolongan kosmetik dapat digolongkan menjadi pembersih, deodorant dan anti prespirasi, protektif, efek dalam, superficial, dekoratif dan untuk kesenangan.⁶⁸ Wels FV dan Lubowe II mengelompokkan kosmetik menjadi preparat untuk kulit muka, preparat untuk higienis mulut,

⁶⁶ Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan (POM) Republik Indonesia No. HK. 00.05.4.1745 tentang kosmetik., ps. 1 butir 1.

⁶⁷ Syarif M. Wasitaatmadja, *op. cit.*, hal. 29.

⁶⁸ *Ibid.*

preparat untuk tangan dan kaki, kosmetik badan, preparat untuk rambut, kosmetik untuk pria dan lainnya. Breur EW dan Principles of Cosmetic for Dermatologist membuat kalsifikasi sebagai berikut:

- a. *Toiletries*: sabun, sampo, pengkilap rambut, kondisioner rambut, penata, pewarna, pengeriting, pelurus rambut, deodorant, anti prespirasi dan tabir surya.
- b. *Skin Care*: pencukur, pembersih, toner, pelembab, masker, krem malam, dan bahan untuk mandi
- c. *Make up*: *foundation, eye make up, lipstick, blusher*, enamel kuku
- d. *Fragrance*: *parfumes, colognes, toilet water, body silk, bath powder* dan *after shave agents*⁶⁹

Sub bagian kosmetik medik bagian ilmu penyakit kulit dan kelamin FKUI/RSUPN Dr. Cipto Mangunkusumo, Jakarta, membagi kosmetik atas:

- a. kosmetik pemeliharaan dan peraawatan yang terdiri dari kosmetik pembersih, kosmetik pelembab, kosmetik pelindung dan kosmetik penipis.
- b. Kosmetik rias/dekoratif yang terdiri atas kosmetik rias kulit terutama wajah, kosmetik rias rambut, kosmetik rias kuku, kosmetik rias bibir, dan kosmetik rias mata.
- c. Kosmetik pewangi/parfum yang terdiri *dari deodorant, after shavwe lotion, parfum dan eau de toilette.*⁷⁰

Menurut Pasal 3 keputusan Kepala Badan PM, berdasarkan bahan dan penggunaannya serta untuk maksud evaluasi, produk kosmetik dibagi menjadi dua golongan:

- a. kosmetik golongan I adalah:
 1. Kosmetik yang digunakan untuk bayi;
 2. kosmetik yang digunakan di sekitar mata, rongga mulut dan mukosa lainnya;

⁶⁹ *Ibid*

⁷⁰ *Ibid.*, hal. 30

3. kosmetik yang mengandung bahan dengan persyaratan kadar penandaan;
 4. kosmetik yang mengandung bahan dan fungsinya belum lazim serta belum diketahui keamanan dan kemanfaatannya.
- b. kosmetik golongan II adalah kosmetik yang tidak termasuk golongan I.⁷¹

Dengan adanya penggolongan sederhana ini, setiap jenis kosmetik akan dapat dikenal kegunaannya dan akan menjadi bahan acuan bagi konsumen di dalam bidang kosmetik. Penggolongan ini juga dapat menampung setiap jenis sediaan kosmetik (bedak, cairan, krim, pasta, semprotan, dan lainnya) dan setiap tempat pemakaian kosmetik (kulit, mata, kuku, rambut, seluruh badan, alat kelamin, dan sebagainya).⁷² Penggolongan kosmetik menjadi bahan acuan di Indonesia merujuk pada keputusan Kepala Badan POM.

3.2.3 Pemanfaatan Kosmetik

Kosmetik dimanfaatkan oleh konsumen 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 untuk orang lain.

Berdasarkan kegunaannya, maka kosmetik dapat dibagi menjadi:

- a. Kosmetik perawatan kulit (*skin care kosmetik*)

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

- b. Kosmetik riasan/dekoratif (*make up*)

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

⁷¹ Keputusan Kepala Badan POM, *op. cit.*, Psl. 3.

⁷² Syarif M. Wasitaatmadja, *op. cit.*, hal. 30.

Kosmetik adalah bahan atau campuran bahan yang dikenakan pada kulit manusia untuk membersihkan, memelihara, menambah daya tarik serta mengubah rupa. Oleh karena terjadi kontak antara kosmetik dengan kulit, maka ada kemungkinan kosmetik diserap oleh kulit dan masuk ke bagian yang lebih dalam dari tubuh. Jumlah kosmetik yang terserap kulit tergantung pada beberapa faktor, misalnya keadaan kulit pemakai. Kontak kosmetik dengan kulit menimbulkan akibat positif berupa manfaat kosmetik dan dapat pula berakibat negatif atau merugikan yang merupakan efek samping kosmetik.⁷³

Komposisi paduan bahan kimia yang tidak sesuai, jelas dapat menimbulkan kerugian yang tidak dikehendaki bagi pemakai kosmetik. Keamanan penggunaan kosmetik tidak hanya ditentukan oleh paduan dan kemurnian bahan kimia yang digunakan, tetapi juga dapat disebabkan oleh bentuk fisik sediaan. Emulsi termasuk krim, jeli, larutan dan suspensi merupakan media yang sangat baik untuk pertumbuhan mikroorganisme, antara lain bakteri patogen. Mengingat ada sebagian mikroorganisme yang dapat tumbuh dalam segala kondisi, maka tidaklah berlebihan jika bentuk fisik sediaan kosmetik seperti bubuk, bubuk padat, krayon atau stik dan pasta juga dapat menjadi media pertumbuhan mikroorganisme.

Formula yang tidak tepat, penggunaan bahan yang tidak memenuhi persyaratan serta adanya pencemaran pada produk, merupakan kejadian yang dapat menimbulkan akibat sampingan yang merugikan bagi kesehatan. Disamping itu, kosmetik akan masih digunakan selama masih disukai oleh pemiliknya tanpa disadari dapat menimbulkan efek samping yang tidak diinginkan, seperti reaksi alergi dan sensitisasi. Bahkan penggunaan kosmetik yang menggunakan bahan kimia tertentu secara terus-menerus dapat menyebabkan keracunan.

Demikian pula dengan kosmetik tradisional yang seharusnya hanya mengandung bahan alami tanpa penambahan bahan kimia, dalam kenyataannya mengingat umumnya kosmetik digunakan dalam jangka waktu relatif lama, maka penggunaan bahan pengawet dari bahan kimia tidak dapat dihindari. Di samping itu bahan alami pun sebenarnya dapat pula menyebabkan efek samping terutama apabila kurang berhati-hati dalam menyeleksi bahan alami yang digunakan

⁷³ Syarif M. Wasitaatmadja, *op. cit.*, hal. 50.

sehingga tercampur dengan bahan alami yang telah berjamur atau terkontaminasi dengan kotoran lainnya.

Bahan alami yang digunakan hendaknya diupayakan yang telah lama dan bisa digunakan sebagai kosmetik secara turun temurun, sehingga secara tidak langsung sebenarnya telah teruji keamanan penggunaannya. Sedangkan untuk bahan-bahan kimia tertentu, harus memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam buku resmi yang diterbitkan oleh departemen kesehatan, seperti Kodek Kosmetik Indonesia, Materi Medika dan Farmakope Indonesia.

3.3 Peraturan perundang-undangan Yang Mengatur tentang Kosmetik di Indonesia

Tidak semua orang mampu membuat produk kosmetik yang baik, dalam artian kosmetik tersebut memenuhi standar mutu atau kualitas dan aman. Oleh karena itu, pemerintah melalui Departemen Kesehatan RI telah menyusun berbagai undang-undang dan peraturan yang berkaitan dengan masalah pembuatan kosmetik. Peraturan perundang-undangan tersebut antara lain, adalah:

1. Undang-undang Nomer 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
2. Undang-undang Nomor 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 1998 tentang Pengamanan Sediaan Farmasi dan Alat Kesehatan
4. Peraturan Menteri Kesehatan No. 220/menkes/Per/XI/1976 tentang Produksi dan Peredaran Kosmetik;
5. Peraturan Menteri Kesehatan No. 236/Menkes/XI/1977 tentang Izin Produksi
6. Peraturan Menteri Kesehatan No. 96/Menkes/V/1977 tentang Wadah, Pembungkus, Penadaan Produk Kosmetik;
7. Keputusan Menteri Kesehatan No. 85/Menkes/SK/III/1981 tentang Stadar Mutu atau Persyaratan yang telah ditetapkan;
8. Surat Keputusan Menteri Kesehatan No. 85/Menkes/SK/1981 tentang Penggunaan Kodeks Kosmetik Indonesia sebagai Persyaratan Mutu Bahan Kosmetik
9. Peraturan Menteri Kesehatan No.359/Menkes/PerIX/1983 tentang Bahan yang boleh dan tidak diperbolehkan dalam kosmetik

10. Keputusan Kepala Badan POM Republik Indonesia No. HK. 00.05. 4. 1745 tentang Kosmetik
11. Keputusan Kepala Badan POM Republik Indonesia No. HK. 00.05. 4. 3870 tentang Pedoman cara pembuatan Kosmetik yang Baik
12. Keputusan Kepala Badan POM Republik Indonesia No. HK. 00.05. 4. 2995 tentang Pengawasan Pemasukan Kosmetik
13. Keputusan Kepala Badan POM Republik Indonesia No. HK. 00.05. 4. 1018 tentang Bahan Kosmetik
14. Keputusan Kepala Badan POM Republik Indonesia No. HK. 00.05. 4. 4974 tentang pengawasan Pemasukan Bahan Kosmetik
15. Keputusan Kepala Badan POM Republik Indonesia No. HK.03.1.23.12.10.12459 tentang persyaratan teknis kosmetika.
16. Peraturan mengenai keharusan untuk mendaftarkan produk kosmetik (registrasi) melalui mekanisme tertentu dalam surat keputusan Direktur Jendral POM Departemen Kesehatan RI No. 178/C/SK/1986 tentang tata cara Pendaftaran Baru dan Pendaftaran Ulang Kosmetik dan Alat Kesehatan. Kosmetik yang tidak memenuhi syarat atau mengandung zat yang dilarang tidak akan diberi nomor registrasi dan tentu dilarang beredar di Indonesia.

3.3.1 Tinjauan Kosmetik Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen

Dalam undang-undang Perlindungan Konsumen tidak disebutkan secara eksplisit pengaturan tentang kosmetik. Namun demikian ketentuan Pasal 8 ayat (1) huruf a dapat digunakan sebagai dasar perlindungan terhadap konsumen yang membeli produk kosmetik impor tanpa izin edar. Diatur bahwa tidak boleh memperdagangkan barang yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standart yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundangan. Setiap produk kosmetik harus memenuhi standart dan/atau persyaratan yang ditentukan Kosmetik yang telah diproduksi baru boleh beredar setelah mendapatkan izin edar setelah sebelumnya melalui proses pengujian dari segi mutu, keamanan dan kemanfaatan. Karena kosmetik tersebut tidak memiliki izin edar maka dapat dikatakan kosmetik tersebut tidak boleh diperdagangkan.

3.3.2 Berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1992 Tentang Kesehatan

Dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1992 Tentang Kesehatan (untuk selanjutnya disebut UU Kesehatan) Pasal 1 angka 9 disebutkan kosmetik merupakan salah satu sediaan farmasi di samping obat, bahan obat, dan obat tradisional.⁷⁴ Salah satu upaya pemerintah dalam rangka peningkatan derajat kesehatan yang optimal bagi masyarakat adalah melalui upaya kesehatan yaitu antara lain berupa pengamanan sediaan farmasi dan alat kesehatan.⁷⁵ Tujuan dari hal tersebut yaitu melindungi masyarakat dari bahaya yang disebabkan oleh penggunaan sediaan farmasi dan alat kesehatan yang tidak memenuhi persyaratan mutu, keamanan dan kemanfaatan.

Setiap produk kosmetik harus memenuhi standart dan/atau persyaratan yang ditentukan.⁷⁶ Penandaan dan informasi produk kosmetik harus memenuhi persyaratan objektivitas dan kelengkapan serta tidak menyesatkan.⁷⁷ Produk tersebut baru bisa diedarkan apabila telah mendapatkan izin edar.⁷⁸

Pemerintah berwenang mencabut izin edar dan memerintahkan penarikan dari peredaran kosmetik yang telah memperoleh izin edar, yang kemudian terbukti tidak memenuhi mutu, keamanan, dan kemanfaatan, dapat disita dan dimusnahkan sesuai dengan peraturan perundang-undang yang berlaku.⁷⁹

3.3.3 Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 1998 Tentang Pengamanan Sediaan Farmasi dan Alat Kesehatan

Peraturan pemerintah Nomor 72 Tahun 1998 Tentang Pengamanan Sediaan Farmasi dan Alat Kesehatan Menyebutkan bahwa persyaratan mutu,

⁷⁴ Indonesia, Undang-Undang Kesehatan, op.cit, Pasal 1 angka 9.

⁷⁵ *Ibid.*, Pasal 39.

⁷⁶ *Ibid.*, Pasal 41 ayat (2)

⁷⁷ *Ibid.*, Pasal 41 ayat (1)

⁷⁸ *Ibid.*, Pasal 41 ayat (3)

⁷⁹ *Ibid.*, Pasal 43.

keamanan dan kemanfaatan yang harus dipenuhi oleh sediaan farmasi dan alat kesehatan, dalam hal ini kosmetik harus sesuai dengan buku Kodeks Kosmetik Indonesia yang ditetapkan oleh Menteri Kesehatan.⁸⁰

Produksi kosmetik hanya dapat dilakukan oleh badan usaha yang telah memiliki izin usaha industri sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan dilakukan dengan cara produksi kosmetik yang baik yang ditetapkan oleh Menteri.⁸¹ Kosmetik yang telah diproduksi baru boleh beredar setelah mendapatkan izin edar setelah sebelumnya melalui proses pengujian dari segi mutu, keamanan dan kemanfaatan.⁸² Setelah lulus pengujian kemudian diberikan izin edar dalam bentuk persetujuan pendaftaran.⁸³

Bahan kemasan kosmetik harus menggunakan bahan yang tidak membahayakan kesehatan manusia dan/atau mempengaruhi berubahnya persyaratan mutu, keamanan, dan kemanfaatan kosmetik.⁸⁴ Perlu adanya penandaan dan informasi tentang kosmetik tersebut sekurang-kurangnya berisi tentang:

- a. Nama produk dan/ atau merek dagang
- b. Nama badan usaha yang memproduksi atau memasukkan kosmetik ke dalam wilayah Indonesia;
- c. Komponen pokok sediaan farmasi dan alat kesehatan;
- d. Tata cara pengamanan;
- e. Tata cara penggunaan;
- f. Tanda peringatan atau efek samping;
- g. Batas waktu kadaluarsa.⁸⁵

⁸⁰ Indonesia, Peraturan Pemerintah Tentang Pengamanan Sediaan Farmasi dan Alat kesehatan, PP Nomor 72 Tahun 1998, LN No. 138 tahun 1998, TLN No. 3781, Pasal 2 angka 2 huruf c.

⁸¹ *Ibid.*, Pasal 3 jo Pasal 5.

⁸² *Ibid.*, Pasal 9 jo Pasal 10 jo Pasal 11.

⁸³ *Ibid.*, Pasal 13

⁸⁴ *Ibid.*, Pasal 24.

⁸⁵ *Ibid.*

Kosmetik yang telah diedarkan dapat dilaksanakan pengujian secara berkala maupun karena adanya data atau informasi baru yang berkenaan dengan efek samping kosmetik.⁸⁶ Pemusnahan sediaan farmasi dan alat kesehatan dilaksanakan terhadap sediaan farmasi dan alat kesehatan yang:

- a. Diproduksi tanpa memenuhi persyaratan yang berlaku;
- b. Telah kadaluarsa;
- c. Tidak memenuhi syarat untuk digunakan dalam pelayanan kesehatan atau kepentingan ilmu pengetahuan;
- d. Dicabut izin edarnya;
- e. Berhubungan dengan tindak pidana di bidang sediaan farmasi dan alat kesehatan.⁸⁷

Setiap orang mempunyai hak untuk mendapat ganti rugi apabila sediaan farmasi dan alat kesehatan yang digunakan mengakibatkan terganggunya kesehatan, cacat atau kematian yang terjadinya karena sediaan farmasi dan alat kesehatan yang tidak memenuhi persyaratan mutu, keamanan dan kemanfaatan.⁸⁸

3.3.4 Keputusan kepala Badan POM Republik Indonesia No.HK. 00.05.4.1745 tentang Kosmetik

Berdasarkan Keputusan Kepala Badan POM Republik Indonesia No.HK. 00.05.4. 1745 tentang Kosmetik Pasal 2, kosmetik yang diproduksi dan/atau diedarkan harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

1. menggunakan bahan yang memenuhi standart dan persyaratan mutu serta persyaratan lain yang ditetapkan;
2. diproduksi dengan menggunakan cara pembuatan kosmetik yang baik;
3. terdaftar pada dan mendapatkan izin edar dari Bahan Pengwas Obat dan Makanan;

Bahan kosmetik harus memenuhi persyaratan mutu sesuai dengan Kodeks Kosmetik Indonesia atau standar lain yang diakui.⁸⁹ Bahan yang diizinkan

⁸⁶ *Ibid.*, Pasal 43.

⁸⁷ *Ibid.*, Pasal 44.

⁸⁸ *Ibid.*, Pasal 43.

⁸⁹ Keputusan Kepala Badan POM, op. cit., Pasal 4.

digunakan dalam kosmetik dengan pembatasan dan persyaratan penggunaan sesuai dengan yang ditetapkan. Zat pengawet yang diizinkan digunakan dalam kosmetik dengan persyaratan penggunaan dan kadar maksimum yang diperbolehkan dalam produk akhir sesuai dengan yang ditetapkan. Bahan tabir surya yang diizinkan digunakan dalam kosmetik dengan persyaratan kadar maksimum dan persyaratan lainnya sesuai dengan yang ditetapkan.⁹⁰

Dalam pembuatan kosmetik industri kosmetik harus memenuhi persyaratan Cara Pembuatan Kosmetik yang baik. Industri yang memenuhi persyaratan Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik diberikan Sertifikat oleh Kepala Badan.⁹¹ Penerapan Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik dilaksanakan secara berharap dengan memperhatikan kemampuan industri kosmetik.⁹²

Kosmetik sebelum diedarkan harus didaftarkan untuk mendapatkan izin edar dari Kepala Badan POM. Adapun yang berhak untuk mendaftarkan adalah:

- a. produsen kosmetik yang mendapat izin usaha Industri;
- b. perusahaan yang bertanggung jawab atas pemasaran
- c. badan hukum yang ditunjuk atau diberi kuasa oleh perusahaan dari negara asal.⁹³

Permohonan izin edar diajukan secara tertulis kepada Kepala Badan POM dengan mengisi formulir dan disket pendaftaran dengan sistem registrasi elektronik yang telah ditetapkan, untuk dilakukan penilaian.⁹⁴ Izin edar sebagaimana dimaksud, berlaku selama 5 (lima) tahun.⁹⁵

Kosmetik yang telah memperoleh izin edar dapat dilakukan penilaian kembali oleh Kepala Badan.⁹⁶ Penilaian kembali dilaksanakan apabila ada data

⁹⁰ *Ibid.*, Pasal 5.

⁹¹ *Ibid.*, Pasal 8 ayat (1) dan (2).

⁹² *Ibid.*, Pasal 9 ayat (1).

⁹³ *Ibid.*, Pasal 10 ayat (1) dan (2).

⁹⁴ *Ibid.*, Pasal 11 ayat (1).

⁹⁵ *Ibid.*, Pasal 12 ayat (4).

⁹⁶ *Ibid.*, Pasal 15 ayat (1).

atau informasi baru berkenaan dengan pengaruh terhadap mutu, keamanan dan kemanfaatan yang berpengaruh terhadap kesehatan masyarakat.⁹⁷ Selain itu izin edar kosmetik dibatalkan apabila:

1. kosmetik dinyatakan tidak memenuhi persyaratan mutu, keamanan dan kemanfaatan yang dapat merugikan masyarakat, berdasarkan hasil pengawasan dan atau hasil penilaian kembali;
2. produsen, perusahaan atau Badan Hukum tidak memenuhi persyaratan.⁹⁸

Selain itu diatur pula mengenai wadah kosmetik. Wadah kosmetik harus dapat melindungi isi terhadap pengaruh dari luar dan menjamin mutu, keutuhan dan keaslian isinya.⁹⁹ Wadah tersebut harus dibuat dengan mempertimbangan keamanan pemakai dan dibuat dari bahan yang tidak mengeluarkan atau menghasilkan bahan berbahaya atau suatu bahan yang dapat mengganggu kesehatan, dan tidak mempengaruhi mutu.¹⁰⁰

Wadah dan pembungkus harus diberikan penandaan yang berisi informasi yang lengkap, objektif dan tidak menyesatkan.¹⁰¹ Penandaan kosmetik tidak boleh berisi informasi seolah-olah sebagai obat. Penulisan pernyataan atau keterangan dalam penandaan harus jelas dan mudah dibaca menggunakan huruf latin dan angka arab. Penandaan yang ditulis dengan bahasa asing, harus disertai keterangan mengenai kegunaan, cara penggunaan dan keterangan lain dalam Bahasa Indonesia.¹⁰²

Pada etiket wadah dan/atau pembungkus harus dicantumkan informasi/keterangan mengenai:

- a. nama produk;
- b. nama dan alamat produsen atau importir/penyalur;
- c. ukuran, isi atau berat bersih;

⁹⁷ *Ibid.*, Pasal 15 ayat (2)

⁹⁸ *Ibid.*, Pasal 16.

⁹⁹ *Ibid.*, Pasal 17 ayat (1).

¹⁰⁰ *Ibid.*, Pasal 17 ayat (2).

¹⁰¹ *Ibid.*, Pasal 19.

¹⁰² *Ibid.*, Pasal 22 ayat (1) dan (2).

- d. komposisi dengan nama bahan sesuai dengan kodeks kosmetik Indonesia tau nomenklatur lainnya yang berlaku;
- e. nomor izin edar;
- f. nomor kode produksi;
- g. kegunaan dan cara penggunaan kecuali untuj produk yang sudah jelas penggunaannya
- h. bulan dan tahun kadaluarsa bagi produk yan stabilitasnya kurang dari 30 bulan.
- i. Penandaan lain yang berkaitan dengan keamanan dan atau mutu

Dalam peredaran kosmetik dilakukan bimbingan serta pengawasan. Pemberian bimbingan terhadap penyelenggaraan kegiatan produksi, import, peredaran dan penggunaan kosmetik dilakukan oleh Kelapa Badan POM.¹⁰³ Pembirian 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.¹⁰⁴

Pengawasan kosmetik dilakukan Oleh Kepala Badan POM, mencakup pelaksanaan fungsi sekurang-kurangnya standarisasi, penilaian, sertifikasi, pemantauan, pengujian, pemeriksaan, penyidikan yang dilakukan terhadap kegiatan produksi, import, peredaran, penggunaan, dan promosi kosmetik.¹⁰⁵ Apabila terjadi pelanggaran terhadap ketentuan Kepala Badan POM Republik Indonesia No. HK. 00. 05. 4.1745 tentang Kosmetik dapat diberikan sanksi administratif berupa:

- a. peringatan tertulis;
- b. penarikan kosmetik dari peredaran termasuk penarikan iklan;
- c. pemusnahan kosmetik penghentian sementara kegiatan produksi, import, distribusi, penyimpanan, pengangkutan, dan penyerahan kosmetik;
- d. pencabutan sertifikat dan atau izin edar;¹⁰⁶

¹⁰³ *Ibid.*, Pasal 32..

¹⁰⁴ *Ibid.*, Pasal 34.

¹⁰⁵ *Ibid.*, Pasal 35 ayat (1) dan (2).

¹⁰⁶ *Ibid.*, Pasal 39 ayat (1).

Selain dikenakan sanksi administratif dapat pula dikenakan sanksi pidana sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.¹⁰⁷

3.3.4 Tinjauan Impor Kosmetik berdasarkan Keputusan Kepala Badan POM Republik Indonesia No.HK. 00.05.42. 2995 tentang Pengawasan Pemasukan Kosmetik

Berdasarkan Keputusan Kepala Badan POM Republik Indonesia No.HK. 00.05.42. 2995 tentang Pengawasan Pemasukan Kosmetik yang berhak memasukkan kosmetik impor ke dalam wilayah Indonesia adalah Importir, distributor, industri kosmetik dan/atau industri farmasi yang memiliki izin impor sesuai peraturan perundang-undangan, yang diberi kuasa oleh produsen di negara asal.¹⁰⁸ Kosmetik yang dapat dimasukkan ke dalam wilayah Indonesia untuk diedarkan adalah kosmetik yang telah memiliki izin edar, terkecuali kosmetik yang digunakan untuk pemakaian sendiri, uji laboratorium, uji minat konsumen, penelitian atau pameran yang tidak diperjual belikan.¹⁰⁹ Setiap pemasukan kosmetik wajib memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan dan pemasukan kosmetik wajib mendapat persetujuan pemasukan dari Kepala Badan POM.¹¹⁰

Permohonan pemasukan kosmetik diajukan kepada Kepala Badan POM. Permohonan pemasukan kosmetik dikenakan biaya per item produk sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.¹¹¹ Persetujuan pemasukan tersebut hanya berlaku untuk satu kali pemasukan (setiap *shipment*).¹¹² Selain itu dalam rangka pengawasan importir, distributor, industri kosmetik dan atau industri

¹⁰⁷ *Ibid.*, Pasal 39 ayat (2).

¹⁰⁸ Peraturan Kepala Badan Pengawas dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK. 00. 05. 42. 2995 Tentang Pengawasan Pemasukan Kosmetik, tanggal 10 Juni 2008. Pasal 1 angka 1. (C)

¹⁰⁹ *Ibid.*, Pasal 2 ayat (2) dan (3).

¹¹⁰ *Ibid.*, Pasal 3 ayat (1) dan (2).

¹¹¹ *Ibid.*, Pasal 4.

¹¹² *Ibid.*, Pasal 5

farmasi yang memasukkan kosmetik wajib melakukan pendokumentasian distribusi kosmetik.¹¹³

Apabila terjadi pelanggaran terhadap ketentuan dalam Peraturan Kepala Badan POM ini dapat diberikan sanksi administratif berupa:

- a. peringatan tertulis;
- b. penghentian sementara kegiatan;
- c. pembatalan izin edar;¹¹⁴

Selain dikenakan sanksi administratif dapat pula dikenakan sanksi pidana sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.¹¹⁵

3.4 Tinjauan umum mengenai Organisasi Badan POM

3.4.1 Latar belakang Badan Pengawas Obat dan Makanan

Kemajuan teknologi telah membawa perubahan-perubahan yang cepat dan signifikan pada industri farmasi, obat asli Indonesia, makanan, kosmetika dan alat-alat kesehatan.¹¹⁶ Dengan menggunakan teknologi modern, industri-industri tersebut kini mampu memproduksi dalam skala yang sangat besar mencakup berbagai produk dengan *range* yang sangat luas. Dengan dukungan kemajuan teknologi transportasi dan *entry barrier* yang makin tipis dalam perdagangan internasional, maka produk-produk tersebut dalam waktu yang sangat singkat dapat menyebar ke berbagai negara dengan jaringan distribusi yang sangat luas dan mampu menjangkau seluruh strata masyarakat.

Konsumsi masyarakat terhadap produk-produk cenderung meningkat, seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat termasuk pola konsumsinya. Sementara itu pengetahuan masyarakat belum memadai untuk dapat memilih dan menggunakan produk secara tepat, benar dan aman. Di lain pihak, iklan dan promosi secara gencar mendorong konsumen untuk mengkonsumsi secara

¹¹³ Ibid., Pasal 7.

¹¹⁴ Ibid., Pasal 8 ayat (2).

¹¹⁵ Ibid., Pasal 8 ayat (1).

¹¹⁶ Badan Pengawas Obat dan Makanan, Profile Badan POM RI (Jakarta: Badan Pengawas Obat dan Makanan, 2006), hal. 1.

berlebihan dan sering kali tidak rasional. Perubahan teknologi produksi, sistem perdagangan internasional dengan hidup konsumen tersebut pada realitasnya meningkatkan gaya hidup konsumen tersebut pada realitanya meningkatkan resiko dengan implikasi yang luas pada kesehatan dan keselamatan konsumen. Apabila terjadi produk sub standar, rusak atau terkontaminasi oleh bahan berbahaya maka risiko yang terjadi akan berskala besar dan luas serta berlangsung secara sangat cepat.

Untuk itu Indonesia harus memiliki sistem pengawasan Obat dan Makanan (SISPOM) yang efektif dan efisien yang mampu mendeteksi, mencegah dan mengawasi produk-produk termasuk untuk melindungi keamanan, keselamatan, dan kesehatan konsumennya baik di dalam maupun di luar negeri. Untuk itu telah dibentuk Badan POM yang memiliki jaringan nasional dan internasional serta kewenangan penegakkan hukum dan memiliki kredibilitas profesional yang tinggi.

Visi dan Misi Badan POM

Visi Badan POM adalah menjadi institusi terpercaya yang diakui secara internasional di bidang pengawasan obat dan makanan untuk melindungi masyarakat.¹¹⁷ Sedangkan Misi Badan POM adalah:

- a. Melindungi kesehatan masyarakat dari resiko peredaran produk tradisional, produk komplement dan kosmetik yang tidak memenuhi persyaratan mutu, keamanan, dan khasiat atau kemanfaatan serta produk pangan yang tidak aman dan tidak layak dikonsumsi;
- b. Melindungi masyarakat dari bahaya penyalahgunaan dan penggunaan yang salah produk obat, narkotik, psikotropik dan zat adiktif serta resiko akibat penggunaan produk dan bahan berbahaya;
- c. Mengembangkan Obat Asli Indonesia dengan mutu, khasiat dan keamanan yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan dapat digunakan untuk meningkatkan kesehatan masyarakat;
- d. Memperluas akses obat bagi masyarakat luas dengan mutu yang tinggi dan dengan harga yang terjangkau.¹¹⁸

¹¹⁷ Badan POM RI PROFILE. *Visi dan Misi Badan POM RI*. Hal. 2.

Komoditas produk yang diawasi Badan POM memiliki karakteristik diantaranya sebagai berikut:

- a. *High Risk*;
- b. Hajat hidup orang banyak;
- c. Produk *range* sangat luas;
- d. Volume sangat besar beredar dilintas propinsi dan lintas negara;
- e. *Economic size* minimal Rp. 200 Triliun

Fungsi Badan POM

Adapun fungsi Badan POM adalah sebagai berikut:

- a. Pengaturan, regulasi dan standarisasi;
- b. Lisensi dan sertifikasi industri di bidang farmasi berdasarkan cara-cara produksi yang baik;
- c. Evaluasi produk sebelum diizinkan beredar;
- d. *Post Marketing* termasuk sampling dan pengujian laboratorium, pemeriksaan sarana produksi dan distribusi, penyidikan dan penegakan hukum;
- e. Pre-audit dan pasca-audit iklan dan promosi produk;
- f. Riset terhadap pelaksanaan kebijakan pengawasan obat dan makanan;
- g. Komunikasi, informasi dan edukasi publik termasuk peringatan publik.¹¹⁹

Sistem Pengawasan Obat dan Makanan

Badan Pom menjalankan sistem pengawasan yang komprehensif, semenjak awal proses suatu produk hingga produk tersebut beredar di tengah masyarakat, melalui SisPOM secara tiga lapis, yaitu:

1. Sub-sistem Pengawasan Produsen yaitu sistem Pengawasan internal oleh produsen melalui pelaksanaan cara-cara produksi yang baik agar setiap bentuk penyimpangan dari standart mutu dapat diteksi sejak awal. Produsen bertanggung jawab secara hukum atas mutu dan keadaan produk yang dihasilkannya. Apabila terjadi penyimpangan dan pelanggaran terhadap standar yang telah ditetapkan maka produsen dikenakan sanksi, baik administratif maupun pro-justisia.

¹¹⁸ *Ibid.*

¹¹⁹ *Ibid.*, Hal. 5.

2. Sub-sistem Pengawasan Konsumen adalah sistem pengawasan oleh masyarakat konsumen sendiri melalui peningkatan kesadaran dan peningkatan pengetahuan mengenai kualitas produk yang digunakannya dan cara-cara penggunaan produk yang rasional. Dengan adanya sub-sistem pengawasan konsumen maka konsumen dapat membentengi dirinya sendiri terhadap penggunaan produk-produk yang tidak memenuhi persyaratan dan tidak dibutuhkan, juga mendorong produsen untuk hati-hati dalam menjaga kualitasnya. Hal ini erat kaitannya dengan hak dan kewajiban konsumen yang diatur dalam UUPK.
3. Sub-sistem pengawasan pemerintah? Badan POM yaitu sistem pengawasan oleh pemerintah melalui pengaturan dan standarisasi, penilaian keamanan, khasiat, dan mutu produk sebelum diijinkan beredar di Indonesia, inspeksi, pengambilan sample dan pengujian laboratorium produk yang beredar serta peringatan kepada publik yang didukung penegakkan hukum. Pemerintah juga melaksanakan kegiatan komunikasi, informasi dan edukasi bagi masyarakat.

Prinsip Dasar Sistem Pengawasan Obat dan Makanan

Badan POM memiliki beberapa Prinsip Dasar SISPOM, yaitu:

- a. tindakan pengamanan cepat, tepat, akurat, dan profesional;
- b. tindakan dilakukan berdasarkan atas tingkat resiko dan berbasis bukti-bukti ilmiah;
- c. lingkup pengawasan bersifat menyeluruh, mencakup seluruh siklus proses;
- d. berskala nasional/lintas propinsi, dengan jaringan kerja internasional;
- e. otoritas yang menunjang penegakkan supremasi hukum;
- f. memiliki jaringan laboratorium nasional yang kohesif dan kuat berkolaborasi dengan jaringan global;
- g. memiliki jaringan sistem informasi keamanan dengan mutu produk.

Fungsi Pengawasan Badan POM Terhadap Produksi dan Peredaran Kosmetik

Meningkatnya kegiatan produksi, distribusi dan penggunaan kosmetik, mempunyai implikasi yang luas terutama dalam pengendalian dan pengawasannya. Upaya pengendalian dan pengawasan kosmetik mempunyai

dimensi permasalahan yang luas dan cenderung semakin kompleks serta merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. Untuk itu maka dalam pengawasan kosmetik, peran serta masyarakat termasuk produsen mempunyai arti penting dan perlu ditingkatkan serta diberi peluang yang makin luas. Demikian pula pengendalian dan pengawasan yang dilakukan pemerintah, Departemen Kesehatan, Badan POM perlu ditingkatkan antara lain mencakup:

1. Pendaftaran, Penilaian, dan Pengujian terhadap Produk Kosmetik sebelum beredar di masyarakat

Proses registrasi kosmetik telah makin disempurnakan dengan sistem registrasi elektronik. Registrasi mempunyai arti penting dalam pengawasan kosmetik. Melalui evaluasi dan pengujian dalam sistem registrasi maka secara awal akan dapat diketahui mutu dan keamanan kosmetik sebelum beredar di masyarakat.¹²⁰ Kosmetik yang ternyata mengandung bahan-bahan terlarang tidak akan diberi nomor registrasi dan dilarang beredar di Indonesia.¹²¹

2. Pembinaan dan Pemeriksaan terhadap Sarana Produksi dan Distribusi

Dalam rangka meningkatkan penerapan cara-cara produksi yang baik maka Badan POM melakukan upaya pembinaan terutama terhadap industri-industri yang sedang dalam tahap berkembang.¹²² Disamping itu, pemeriksaan terhadap sarana produksi dan distribusi akan ditingkatkan terus terutama untuk mencegahnya beredar produk-produk yang tidak memenuhi syarat, substandart maupun kasus-kasus pemalsuan. Oleh karena itu, dalam kegiatan pemeriksaan terhadap sarana produksi dan distribusi tersebut dilakukan pula pengambilan contoh untuk dilakukan pengujian mutu di laboratorium.

¹²⁰ Direktorat Pengawasan kosmetik dan Alat kesehatan DIT. JEN. POM, op. cit., hal 1-6.

¹²¹ *Ibid.*

¹²² *Ibid.*

3. Menetapkan Spesifikasi dan Pembakuan Mutu

Departemen Kesehatan telah menerbitkan buku Kodeks Kosmetik Indonesia yang berisi uraian dan persyaratan bahan kosmetik. Kodeks Kosmetik Indonesia itu mempunyai arti penting dalam rangka pembakuan mutu dan dikerenakan itu merupakan salah satu pedoman yang harus digunakan dalam pemilihan bahan maupun produksi kosmetik di Indonesia.¹²³ Disamping itu, dalam Keputusan Kepala Badan POM tentang kosmetik telah dilampirkan pedoman tentang bahan kosmetik dan zat warna kosmetik yang mencakup antara lain:

- a. Bahan yang diizinkan digunakan dalam kosmetik dengan pembatasan dan persyaratan penggunaan;
- b. Zat warna yang diizinkan dan digunakan dalam kosmetik;
- c. Zat pengawet yang diizinkan dan digunakan dalam kosmetik dengan persyaratan penggunaan dan kadar maksimum yang diperbolehkan dalam produk akhir;
- d. Bahan tabir surya yang diizinkan digunakan dalam kosmetik dengan persyaratan kadar maksimum dan persyaratan lainnya;
- e. Bahan, zat warna, zat pengawet, dan bahan tabir surya yang dilarang digunakan dalam kosmetik.¹²⁴

4. Monitoring Efek Samping dan Survelian

Terhadap produk-produk kosmetik yang telah terdaftar dan beredar dimasyarakat, dilakukan pula pemantauan terutama mengenai efek samping yang mungkin akan timbul dalam penggunaannya oleh masyarakat. Meskipun kosmetik digunakan secara topical, tetapi karena jangka waktu penggunaannya relatif lama dengan frekuensi yang cukup tinggi maka apabila tidak digunakan secara tepat dapat menimbulkan reaksi-reaksi tertentu seperti alergi. Dalam melakukan pemantauan terhadap efek samping ini, maka dilakukan kerjasama dengan rumah sakit- rumah sakit dengan melibatkan dokter-dokter ahli penyakit kulit. Hasil

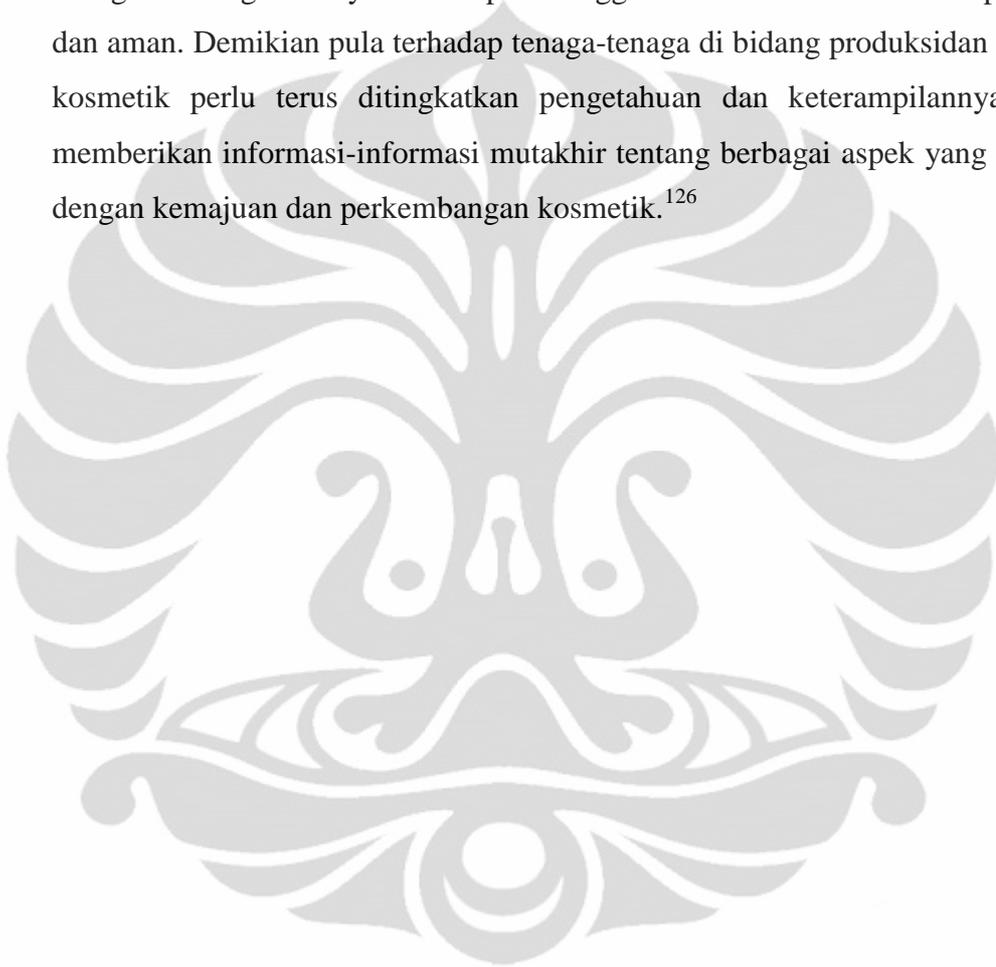
¹²³ *Ibid.*

¹²⁴ Keputusan Kepala Badan POM, *op. cit.*, Pasal 5.

pemantauan ini sangat penting terutama untuk reevaluasi terhadap produk-produk yang ada dalam peredaran.¹²⁵

5. Penyuluhan dan Penyebaran Informasi Kepada Masyarakat

Penyuluhan dan penyebaran informasi, dipandang penting untuk terus ditingkatkan agar masyarakat dapat menggunakan kosmetik secara tepat, benar dan aman. Demikian pula terhadap tenaga-tenaga di bidang produksidan distribusi kosmetik perlu terus ditingkatkan pengetahuan dan keterampilannya dengan memberikan informasi-informasi mutakhir tentang berbagai aspek yang berkaitan dengan kemajuan dan perkembangan kosmetik.¹²⁶



¹²⁵ Direktorat Pengawasan Kosmetik dan Alat Kesehatan DIT. JEN. POM, *op. cit.*, hal 1-8.

¹²⁶ *Ibid.*

BAB 4

ANALISIS HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS PRODUK KOSMETIK IMPOR TANPA IZIN EDAR DARI BADAN POM

4.1 Analisis peredaran kosmetik impor

Peredaran kosmetik impor ilegal di Indonesia semakin marak setelah adanya internet. Para pelaku usaha dapat melakukan transaksi elektronik tanpa perlu adanya izin usaha. Penjualan barang pun tidak perlu bertatap langsung dengan pembeli, tetapi cukup memasarkan produknya secara online dan mengirimkan pesanan konsumen. Kosmetik impor yang masuk ke Indonesia dikirim langsung dari produsen negara asal produk tersebut dibuat. Pelaku usaha melakukan pemesanan lewat distributor dari negara tersebut lalu dikirim ke Indonesia.

Pengiriman itu tidaklah melalui jalur legal. Peruntukan barang-barang tersebut ditujukan bukanlah untuk dijual kembali, melainkan pemakaian secara pribadi. Oleh karena itulah biasanya barang tersebut dapat melewati kepabeanan dan dianggap tidak memerlukan izin edar dari Badan POM.

Namun hal itu seharusnya lebih diperhatikan lagi oleh petugas di bandara, karena petugas dapat melihat ataupun memperkirakan isi dari suatu paket. Karena adanya peraturan yang menyatakan jumlah yang dianggap normal untuk pemakaian pribadi suatu kosmetik:

1. Perorangan / pemakaian sendiri
 - a. Produk OT dan Suplemen makanan
 - 1) Produk yang digunakan untuk penyakit akut atau untuk meningkatkan daya tahan tubuh dibatasi hanya untuk pemakaian 3 bulan
 - 2) Produk yang digunakan untuk penyakit degeneratif, kronis dibatasi hanya untuk pemakaian 6 bulan.
 - b. Kosmetik
 - 1) serbuk / serbuk kompak
 - a) ukuran < 20 gram , jumlah 5 – 10 buah
 - b) ukuran 20 – 100 gram , jumlah 4– 7 buah

- c) ukuran 100 – 500 gram, jumlah 3 – 5 buah
 - d) ukuran > 500 gram , jumlah 2 -3 buah
- 2) Cair / cairan kental
- a) ukuran < 20 ml /gram , jumlah 5 – 10 buah
 - b) ukuran 20 – 100 ml / gram, jumlah 4 – 7 buah
 - c) ukuran 100 – 500 ml/ gram , jumlah 3 -5 buah
 - d) ukuran > 500 ml/ gram , jumlah 2 -3 buah
- 3) Krim, gel/ pasta
- a) ukuran < 10 ml /gram jumlah 5 – 10 buah
 - b) ukuran 10 – 50 ml / gram jumlah 6– 8 buah
 - c) ukuran 50 – 100 ml/ gram jumlah 4 – 6 buah
 - d) ukuran 100 – 200 ml/ gram jumlah 3 – 5 buah
 - e) ukuran > 200 ml/ gram jumlah 2 – 3 buah
- 4) Lipstik = 3 buah
- 5) Sabun padat = 10 buah

Sehingga dapat disimpulkan apabila jumlah yang dijelaskan pada pernyataan pengiriman terlihat tidak sesuai dengan besarnya kemasan pembungkus ataupun isi dari paket pengiriman seharusnya pihak bea cukai memeriksa dan melaporkan kepada Badan POM, ataupun menahan barang tersebut sampai penerima mengurus segala keperluan agar barang tersebut mendapatkan izin edar di wilayah Indonesia.

4.2 Pelanggaran Hukum yang Dilakukan Pelaku Usaha yang Mengedarkan Kosmetik Tanpa Izin Edar Badan POM

Sebelum membahas mengenai pertanggungjawaban apa saja yang dapat dimintakan kepada pelaku usaha kosmetik import, maka akan dibahas terlebih dahulu pelanggaran-pelanggaran apa saja yang dilakukan oleh produsen kosmetik tersebut. Pelaku usaha telah melanggar beberapa peraturan perundang-undangan. Oleh karena itu, berikut akan diuraikan berdasarkan peraturan perundangan yang dilanggar:

4.2.1 Berdasarkan UU No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen.

Pelaku usaha telah melanggar beberapa ketentuan di dalam UUPK, antara lain:

1. Pasal 4 huruf c

Huruf c:

Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Pelaku usaha telah melanggar ketentuan ini dengan memberikan jaminan bahwa produk tersebut aman untuk digunakan. Tanpa ada izin dari Badan POM tidak ada jaminan bahwa produk yang mereka jual adalah aman, walaupun produk tersebut dapat beredar di negara yang memproduksi.

2. Pasal 7 huruf a dan d

Huruf a:

Pelaku usaha wajib beritikad baik dalam melakukan kegiatannya.

Pelaku usaha telah melanggar ketentuan ini, ketiadaan itikad baik itu telah ditunjukkan sejak dari tahap pra-transaksi. Pelaku usaha tidak menjual produk yang sesuai dengan standart mutu yang ditetapkan dan telah mengedarkan barang yang tidak memiliki izin untuk beredar di Indonesia. Padahal dengan praktek niaga dan strategi pemasaran yang dilakukannya, telah menimbulkan kerugian bagi konsumen tersebut.

Huruf d:

Pelaku usaha wajib menjamin mutu barang dan/jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.

Pelaku usaha telah melanggar ketentuan ini karena produk yang dijual tidak memiliki izin edar dari Badan POM, sehingga produk tersebut telah memenuhi standart mutu yang telah diatur di Indonesia. Pelaku usaha hanya menjamin mutu dari barang dijual tersegel dan sesuai dengan standar mutu dari negara yang memproduksi.

3. Pasal 8 ayat (1) huruf a, g dan j

Huruf a:

Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pelaku usaha telah melanggar ketentuan ini karena telah memperjualbelikan barang yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan dengan tidak adanya izin edar dari Badan POM.

Huruf g:

Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu.

Pelaku usaha telah melanggar ketentuan ini karena pada kemasan produk-produk yang dijual hanya terdapat cara penggunaan dan bahan baku. Ketidakadaan dari tanggal produksi, tanggal kadaluarsa dan jangka waktu pemakaian membuat konsumen tidak mengetahui apakah produk tersebut masih aman ataukah sudah tidak layak digunakan. Tidak adanya tanggal-tanggal tersebut membuat pelaku usaha tidak bisa menjamin bahwa produknya terjamin aman.

Huruf j:

Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa dengan tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam Bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Pelaku usaha telah melanggar ketentuan ini karena pada kemasan produk-produk yang dijual beberapa produk menggunakan Bahasa Inggris. Namun beberapa dalam Bahasa asli negara yang memproduksi yang terkadang dalam huruf kanji. Untuk beberapa produk yang sudah jelas diijinkan tidak memiliki petunjuk penggunaan, namun untuk produk yang tidak umum tentu akan menyulitkan. Oleh karena itu pelaku usaha telah melanggar ketentuan ini.

4.2.2 Berdasarkan Keputusan Kepala Badan POM

4.2.2.1 Keputusan Kepala Badan Pengawasan Obat dan Makanan Republik Indonesia No. HK. 00.05. 4. 1745 tentang Kosmetik

1. Pasal 2 huruf c.

Kosmetik yang diproduksi dan atau diedarkan harus memenuhi persyaratan terdaftar pada dan mendapat izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan.

Pelaku usaha telah melanggar ketentuan ini karena produk kosmetik import yang diperdagangkan tidak memenuhi persyaratan yang diatur dalam Peraturan Badan POM, karena tidak ada nomor registrasi dari Badan POM maupun Departemen Kesehatan yang berarti produk tersebut tidak memiliki izin edar di Indonesia dan pemasukan kosmetik tersebut tidak mendapatkan izin pemasukkan dari Badan POM.

2. Pasal 10 ayat (1)

Kosmetik sebelum diedarkan harus didaftarkan untuk mendapatkan izin edar dari Kepala Badan.

Kosmetik yang diedarkan oleh pelaku usaha tidak memiliki izin edar sehingga seharusnya apabila pelaku usaha memiliki itikad baik pelaku usaha tidak mengedarkan barang tersebut karena keamanannya belum terjamin.

3. Pasal 22,

Ayat (1) Penulisan pernyataan atau keterangan dalam penandaan harus jelas dan mudah dibaca menggunakan huruf latin dan angka arab.

Ayat (2) Penandaan yang ditulis dengan bahasa asing, harus disertai keterangan mengenai kegunaan, cara penggunaan dan keterangan lain dalam Bahasa Indonesia.

Pelaku usaha telah melanggar ketentuan ini karena dalam produk yang diperjualbelikan penandaan ditulis dalam huruf latin, namun tidak dalam Bahasa Indonesia. Bahkan dalam beberapa produk ditulis dalam huruf kanji, hanya pada bagian negara pembuat dalam huruf latin. Hal ini mempersulit konsumen dalam penggunaan beberapa jenis kosmetik. Tidak adanya

keterangan dalam Bahasa Indonesia membuat pelaku usaha telah melanggar aturan dalam Pasal ini.

4. Pasal 23

(1) Pada etiket wadah dan atau pembungkus harus dicantumkan informasi/keterangan

mengenai :

- a. nama produk;
- b. nama dan alamat produsen atau importir / penyalur;
- c. ukuran, isi atau berat bersih;
- d. komposisi dengan nama bahan sesuai dengan kodeks kosmetik indonesia atau nomenklatur lainnya yang berlaku;
- e. nomor izin edar;
- f. nomor batch /kode produksi;
- g. kegunaan dan cara penggunaan kecuali untuk produk yang sudah jelas penggunaannya;
- h. bulan dan tahun kadaluwarsa bagi produk yang stabilitasnya kurang dari 30 bulan;
- i. penandaan lain yang berkaitan dengan keamanan dan atau mutu.

Pada sebagian produk terdapat cara penggunaan, namun pelaku usaha telah melanggar ketentuan ini karena semua produk tidak mencantumkan nama dan alamat importir, nomor izin edar, bulan dan tahun kadaluwarsa. Hal ini sangat jelas karena produk tersebut beredar di Indonesia tidak secara peraturan yang berlaku, sehingga tidak ada nama dan alamat dari pengimport yang telah memiliki izin impor. Begitupula dengan ketiadaan nomor izin edar.

5. Pasal 25 ayat (1)

Nama produsen atau importir/penyalur harus dicantumkan secara lengkap

Pada produk kosmetik yang diedarkan, tidak ada nama dan alamat dari importir di Indonesia. Yang tercantum hanyalah nama produsen dari negara yang memproduksi. Sehingga penyalur yang menyalurkan produk tersebut

bukanlah importir yang resmi yang telah memiliki izin resmi yang diberikan oleh produsen produk di negara asal pembuat kosmetik.

4.2.2.2 Keputusan Kepala Badan Pengawasan Obat dan Makanan Republik Indonesia No. HK. 00.05. 4. 2995 tentang Pengawasan Pemasukan Kosmetik;

1. Pasal 2

Ayat (1) Yang berhak memasukkan kosmetik impor ke dalam wilayah Indonesia adalah importir, distributor, industri kosmetik dan atau industri farmasi yang memiliki izin impor sesuai peraturan perundang-undangan, yang diberi kuasa oleh produsen di negara asal.

Pelaku usaha telah melanggar ketentuan ini karena pelaku usaha tidak memiliki izin impor, oleh karena itu tidak tercantum nama dari pengimpor.

Ayat (2) Kosmetik yang dapat dimasukkan ke dalam wilayah Indonesia untuk diedarkan adalah kosmetik yang telah memiliki izin edar.

Pelaku usaha telah melanggar ketentuan ini karena produk kosmetik yang diperdagangkan tidak memenuhi persyaratan yang diatur dalam Peraturan Badan POM, karena tidak ada nomor registrasi dari Badan POM maupun Departemen Kesehatan yang berarti produk tersebut tidak memiliki izin edar di Indonesia dan pemasukan kosmetik tersebut tidak mendapatkan izin pemasukkan dari Badan POM.

4.2.2.3 Keputusan Kepala Badan Pengawasan Obat dan Makanan Republik Indonesia No. HK.03.1.23.12.10.12459 tentang persyaratan teknis kosmetika.

1. Pasal 5

Ayat (1) Penandaan harus berisi keterangan mengenai kosmetika secara lengkap, obyektif, dan tidak menyesatkan.

Pelaku usaha telah melanggar ketentuan karena seharusnya menyertakan keterangan berbentuk tulisan, gambar, warna atau bentuk lainnya. Dapat pula informasi tentang kemanfaatan, hal yang harus diperhatikan berupa cara penggunaan, peringatan dan efek yang tidak diinginkan. kosmetika atau dimasukkan dalam kemasan sekunder atau merupakan bagian dari kemasan

primer dan/atau kemasan sekunder. Sehingga tidak ada alasan dari pelaku usaha tidak dapat memberikan segala keterangan yang diperlukan karena keterbatasan tempat pada kemasan primer.

4.3 Pelaku Usaha yang Dapat Dimintai Pertanggung jawaban

Apabila produk yang dijual telah menimbulkan kerugian terhadap konsumen maka berdasarkan Pasal 21 ayat (1) disebutkan bahwa Importir barang bertanggung jawab sebagai pembuat barang yang diimpor apabila importasi barang tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan produsen luar negeri. Berdasarkan Pasal 19 ayat (1) UUPK disebutkan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan jasa yang diperdagangkan. Selanjutnya berdasarkan pasal 3 UUPK disebutkan bahwa pelaku adalah setiap orang perorangan, baik berupa badan hukum atau bukan hukum, berkududukan di Indonesia atau melakukan kegiatan di wilayah Indonesia baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai kegiatan ekonomi.

Kosmetik yang marak beredar di Indonesia tidak melalui importir resmi contohnya adalah kosmetik merek Etude dan The Face Shop. Kosmetik asal negara Korea ini beredar sudah beredar secara resmi sejak beberapa tahun. Seiring dengan mulai dikenalnya produk maka mulai banyak permintaan atas barang-barang tersebut. Banyaknya konsumen inilah yang menarik pelaku usaha-pelaku usaha baru perseorangan yang menjual produk tersebut. Pelaku usaha ini menjual barang-barang tersebut dengan memesan langsung dari korea dan dikirim langsung ke Indonesia kepada pelaku usaha tersebut. Lalu mereka akan mendistribusikan kepada konsumen yang sebelumnya telah memesan kepada mereka.

Apabila ternyata produk tersebut menimbulkan kerugian kepada konsumen, maka kepada siapakah konsumen meminta pertanggung jawaban? Apakah kepada importir resmi di Indonesia ataukah kepada pelaku usaha perorangan yang tidak resmi tempat konsumen membeli produk tersebut. Berdasarkan ketentuan Pasal 21 ayat (1) diatas, maka pelaku usaha yang

merupakan orang perorangan harus bertanggung jawab atas segala kerugian yang ditimbulkan walaupun hanya sebagai importir bukan sebagai produsen barang tersebut. Pelaku usaha tersebut bertanggung jawab selayaknya sebagai pembuat barang yang diimpor tersebut, karena yang melakukan impor barang tersebut bukanlah agen ataupun perwakilan (importir) resmi dari produsen di Korea. Apabila produk tersebut masuk melalui importir resmi, maka konsumen dapat meminta pertanggung jawaban kepada importir resmi.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha perorangan yang menjual kosmetik impor tanpa memiliki izin dari Badan POM untuk mengedarkan di dalam Indonesia dapat dimintai dan harus bertanggung jawab.

4.4 Tanggung Jawab Pelaku Usaha

4.4.1 Tanggung Jawab Perdata

Pelaku usaha telah melakukan beberapa pelanggaran yang dirumuskan dalam UUPK dikarenakan kegiatan pemasaran yang telah dilakukan yang dapat digolongkan sebagai praktek niaga negative. Oleh karena itu, terhadap kerugian yang telah diderita oleh konsumen, pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan penggantian kerugian sebagaimana yang diatur dalam Pasal 19 ayat (1) UUPK.

Selanjutnya dalam ayat (2) dinyatakan bahwa ganti kerugian yang diberikan oleh pelaku usaha dapat berupa: 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 perundang-undangan yang berlaku. Hal ini juga dikaitkan kepada konsumen yang menderita kerugian harus memperjuangkan hak-haknya untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut (Pasal 4 huruf e) dan untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya (Pasal 4 huruf h).

Menurut Pasal 19 ayat (3) UUPK, pemberian ganti rugi tersebut harus dilakukan paling lambat 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi. Apabila pelaku usaha sampai dengan jangka waktu tersebut di atas, tidak memberikan ganti

kerugian yang diminta oleh konsumen, sebagaimana yang dirumuskan dalam Pasal 23 UUPK maka konsumen bersangkutan dapat mengajukan gugatan kepada BPSK ataupun kepada Badan Peradilan Umum di tempat kedudukan konsumen. Konsumen telah melakukan tindakan yang sesuai dengan pasal tersebut, dengan mengajukan pengaduan secara tertulis untuk penyelesaian sengketa ke BPSK karena sebelumnya upaya konsumen untuk melakukan pembicaraan guna mendapatkan solusi dari kerugian yang dideritanya tidak ditanggapi oleh pelaku usaha.

Namun konsumen dan pelaku usaha dapat melakukan musyawarah untuk mencapai kesepakatan tanpa harus melibatkan orang ketiga atau lembaga penyelesaian sengketa baik di luar maupun di dalam pengadilan. Hal tersebut juga sebagai layanan tahap purna jual yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha sebagai wujud dari itikad baik dalam melakukan hubungan transaksi dengan pihak konsumen.

4.4.2 Tanggung Jawab Pidana

Pelaku usaha juga dapat dibebankan tanggung jawab atas sanksi pidana berkenaan dengan pelanggaran dalam melakukan praktek niaga, khususnya terkait dengan ketentuan yang terdapat dalam UUPK. Pasal 19 ayat (4) UUPK mengatur bahwa tanggung jawab pelaku usaha untuk pemberian ganti kerugian tersebut tidak menghilangkan tanggung jawab pidana berdasarkan pembuktian terhadap unsur kesalahan. Pasal 45 ayat (3) UUPK juga merumuskan bahwa penyelesaian sengketa di luar Pengadilan tidak menghilangkan tanggung jawab pidana, maka walaupun telah tercapai kesepakatan antara kedua belah pihak yang bersengketa yang dikuatkan dengan surat perjanjian perdamaian, tetapi tidak menghilangkan tanggung jawab pidana dari pihak pelaku usaha.

Apabila dikaitkan dengan Pasal 62 UUPK mengenai ketentuan pidana, maka pelaku usaha dapat dikenakan tuntutan sanksi pidana sebagai berikut:

1) Sanksi pidana dalam Pasal 62 ayat (1)

Terkait dengan Pelanggaran Pasal 8 ayat (1) huruf a, g, dan j; maka berdasarkan dalam Pasal 62 ayat (1) UUPK dapat dikenakan pidana penjara

paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 2.000.000.000 (dua milyar rupiah).

Sehingga apabila pelaku usaha terbukti telah melakukan pelanggaran berupa memperdagangkan barang yang tidak memenuhi atau tidak sesuai standart, tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa, dan tidak mencantumkan informasi/atau petunjuk dalam bahasa Indonesia, maka pelaku usaha tersebut haruslah bertanggung jawab secara pidana.

Selain sanksi pidana di atas, pelaku usaha juga dapat dikenakan hukuman tambahan sebagaimana diatur dalam Pasal 63 UUPK, berupa:

- a. Perampasan barang tertentu;
- b. Pengumuman keputusan hakim;
- c. Pembayaran ganti rugi;
- d. Perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;
- e. Kewajiban penarikan barang dari peredaran, atau
- f. Pencabutan izin usaha.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam bab-bab sebelumnya seperti yang telah diuraikan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai kosmetik, yaitu:
 - a. Undang-undang Nomor 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan yang mengatur kosmetik sebagai salah satu sediaan farmasi;
 - b. Peraturan Menteri Kesehatan No. 220/menkes/Per/XI/1976 tentang Produksi dan Peredaran Kosmetik;
 - c. Keputusan Kepala Badan POM Republik Indonesia No. HK. 00.05. 4. 1745 tentang Kosmetik;
 - d. Keputusan Kepala Badan POM Republik Indonesia No. HK. 00.05. 4. 2995 tentang Pengawasan Pemasukan Kosmetik;
 - e. Keputusan Kepala Badan POM Republik Indonesia No. HK.03.1.23.12.10.12459 tentang persyaratan teknis kosmetika.
2. Pelanggaran Hukum yang Dilakukan Pelaku Usaha yang Mengedarkan Kosmetik Tanpa Izin Edar Badan POM
 - a. Berdasarkan UU No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen:
 - a) Pasal 4 huruf c
 - b) Pasal 7 huruf a dan d
 - c) Pasal 8 ayat (1) huruf a, g dan j
 - b. Keputusan Kepala Badan POM No. tentang Kosmetik:
 - a) Pasal 2 huruf c.
 - b) Pasal 10 ayat (1).
 - c) Pasal 22
 - d) Pasal 23
 - e) Pasal 25 ayat (1)
 - c. Keputusan Kepala Badan POM tentang Pengawasan Pemasukan Kosmetik:
 - a) Pasal 2

d. Keputusan Kepala Badan POM tentang persyaratan teknis kosmetika.

a) Pasal 5

3. Berdasarkan ketentuan Pasal 21 ayat (1) diatas, maka pelaku usaha yang merupakan orang perorangan harus bertanggung jawab atas segala kerugian yang ditimbulkan walaupun hanya sebagai importir bukan sebagai produsen barang tersebut. Pelaku usaha tersebut bertanggung jawab selayaknya sebagai pembuat barang yang diimpor tersebut, karena yang melakukan impor barang tersebut bukanlah agen ataupun perwakilan (importir) resmi dari produsen di Korea. Apabila produk tersebut masuk melalui importir resmi, maka konsumen dapat meminta pertanggung jawaban kepada importir resmi.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha perorangan yang menjual kosmetik impor tanpa memiliki izin dari Badan POM untuk mengedarkan di dalam Indonesia dapat dimintai dan harus bertanggung jawab. Hal ini dikarenakan barang yang dia jual kepada konsumen telah menimbulkan kerugian. Pelaku usaha juga telah melakukan perbuatan yang melawan hukum yaitu memasukkan suatu produk impor tidak melalui distributor resmi yang telah ditunjuk dan memiliki ijin. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha yang menjual kosmetik impor tanpa memiliki izin dari Badan POM untuk mengedarkan di dalam Indonesia dapat dimintai pertanggung jawaban.

5.2 Saran

1. Pelaku usaha dalam melakukan kegiatan usahanya yaitu dalam melakukan kegiatan pemasaran dan penjualan produk harus memperhatikan hak-hak konsumen dan juga kewajibannya sebagai pelaku usaha khususnya yang telah dirumuskan dalam UUPK. Selain itu juga pelaku usaha harus memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur berkaitan dengan produk atau barang yang dijual. Dengan demikian, akan tercipta hubungan antara konsumen dengan pelaku usaha yang berkelanjutan dan tidak menutup kemungkinan memperoleh konsumen yang loyal.

2. Konsumen harus lebih berhati-hati apabila ingin melakukan pembelian terhadap suatu barang atau jasa tertentu. Konsumen jangan mudah tergoda oleh harga yang murah daripada harga di pasaran. Konsumen sebaiknya lebih kritis dan bijak dalam membeli suatu barang atau jasa dengan memperhatikan apakah barang tersebut legal atau ilegal. Barang legal telah memiliki ijin dan aman untuk digunakan, berbeda dengan yang ilegal karena tidak ada jaminan akan keamanannya.
3. Dalam melakukan pengawasan terhadap produk impor, pihak Badan POM sebaiknya lebih bekerja sama dengan pihak kepabeanan, karena suatu produk impor yang akan masuk ke wilayah Indonesia terlebih dahulu harus melewati pihak Kepabeanan. Dengan adanya kerja sama penuh maka segala jenis pengiriman mencurigakan yang tidak sesuai dengan dekripsi yang tertulis pada nota pengiriman dapat diperiksa sehingga tidak beredar di masyarakat.
4. Pelaku usaha importir, distributor maupun produsen produk kosmetik harus memperhatikan peraturan perundang-undangan tentang standar baku bahan kosmetik, pemasukan bahan baku kosmetik dan peraturan-peraturan lain mengenai kosmetik yang dikeluarkan oleh Badan POM. Hal ini dapat mencegah pelaku usaha dan konsumen menderita kerugian akibat adanya bahan yang terkandung didalam produk yang ternyata dilarang.
5. Penyuluhan mengenai adanya UUPK juga harus dilakukan, karena hingga saat ini masih banyak anggota masyarakat tidak mengetahui akan adanya UUPK. Sehingga masyarakat dapat mengetahui apabila hak-hak mereka sebagai konsumen telah dilanggar.

DAFTAR REFERENSI

A. Buku

Campbell, Henry, *Black's Law Dictionary*, fifth Edition, United States : West Publishing co., 1979.

Fuady, Munir, *Pengantar Hukum Bisnis; Menata Bisnis Modern di Era Global*, Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2005.

Mamudji, Sri dkk., *Metode Penelitian dan Penulisan Hukum*, Jakarta: Badan Penerbit Fakaultas Hukum Universitas Indonesia, 2005.

Miru, Ahmadi dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2000.

Nasution, Az, *Konsumen dan Hukum ; Tinjauan Sosial, Ekonomi dan Hukum pada Perlindungan Konsumen Indonesia*, Cet. 1, Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 1995.

Nugroho, Susanti Adi, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara serta Kendala Implementasinya*, Jakarta: Kencana, 2008.

_____, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Cet. 2, Jakarta : Diadit Media, 2002.

Shofie, Yusuf, *Kapita Selekta Hukum Perlindungan Knsumen di Indonesia*, cet. 1, Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2008.

_____, *Pelaku Usaha, Konsumen, dan Tindak Pidana Korporasi*, cet. 1,, Jakarta : Ghalia Indonesia, 2002.

_____, *Penyelesaian Sengketa Konsumen Menurut UUPK; Teori dan Penegakan Hukum*, Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2003.

Siahaan, N.H.T., *Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Cet. 1, Bogor : Grafika Mardi Yuana, 2005.

Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta : PT. Grasindo, 2000.

Soekanto, Soerjono, *Pengantar Penelitian Hukum*, cet. 3, Jakarta: UI Press, 1986.

Widjaja, Gunawan dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000.

B. Peraturan Perundang-undangan

Badan Pengawas Obat dan Makanan, *Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia tentang Kosmetik*. No. HK. 00.05. 4. 1745, tanggal 5 Mei 2003

_____, *Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia tentang Pemasukan Kosmetik*. No. HK. 00.05. 4. 2995, Tanggal 10 Juni 2008

_____, *Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia tentang Bahan Kosmetik*. No. HK. 00.05. 42. 1018, Tanggal 25 Februari 2008.

_____, *Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia tentang Bahan Pemasukan Kosmetik*. No. HK. 00.05. 42. 4974, Tanggal 23 September 2008.

_____, *Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia tentang persyaratan teknis kosmetika..* No. HK. 03.1.23.12.10.12459, Tahun 2010

Indonesia, *Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen*, UU No. 8 Tahun 1999, LN No. 42 Tahun 1999, TLN No. 3821.

_____, *Undang-Undang Tentang Kesehatan*, UU No. 23 Tahun 1992, LN No.100 Tahun 1992, TLN No. 3495.