



SKRIPSI

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS
PENGUNAAN PRODUK KOSMETIK DENGAN SISTEM
*SHARE IN JAR***

*LEGAL PROTECTION OF CONSUMER FOR USING COSMETIC PRODUCT
WITH SHARE IN JAR SISTEM*

Oleh:

ETIK KURNIAWATI

180710101230

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM**

2022

SKRIPSI
PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS
PENGGUNAAN PRODUK KOSMETIK DENGAN SISTEM
SHARE IN JAR

LEGAL PROTECTION OF CONSUMER FOR USING COSMETIC PRODUCT
WITH SHARE IN JAR SISTEM

Oleh:

ETIK KURNIAWATI

180710101230

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM

2022

MOTTO

“Nasib memang diserahkan kepada manusia untuk digarap, tetapi takdir harus ditandatangani di atas materai dan tidak boleh digugat kalau nanti terjadi apa-apa, baik atau buruk”¹

(Prof. Dr. Sapardi Djoko Damono)

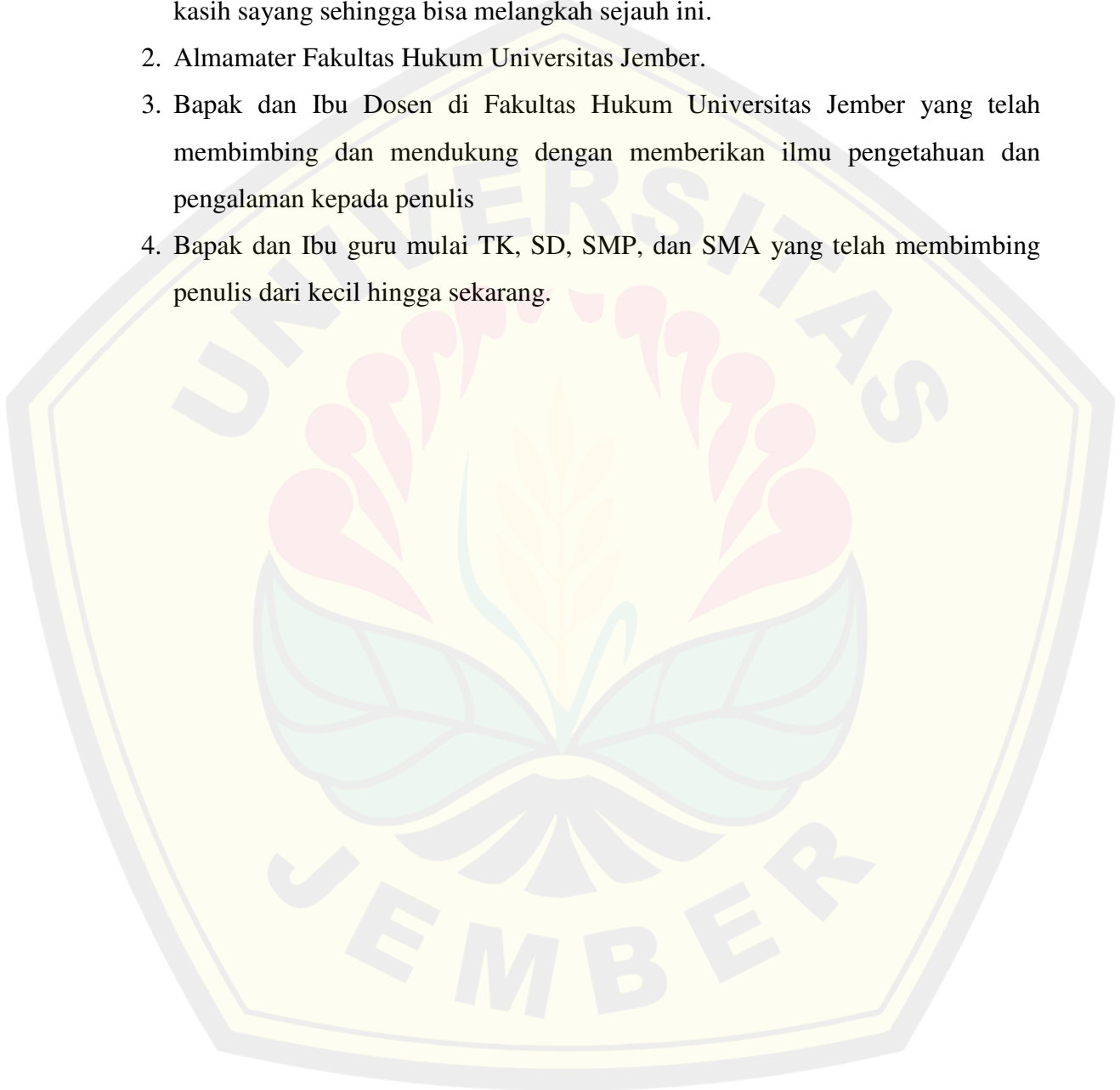


¹ Dikutip melalui, <https://www.goodreads.com/quotes/7638206-nasib-memang-diserahkan-kepada-manusia-untuk-digarap-tetapi-takdir-harus>, pada Jumat 10 Juni 2022, Pkl 19.32 WIB.

PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan skripsi ini untuk orang-orang terdekat dan tersayang yang selalu memberikan do'a dan dukungannya kepada penulis:

1. Kepada kedua orang tua yang tidak pernah berhenti berdoa dan memberikan kasih sayang sehingga bisa melangkah sejauh ini.
2. Almamater Fakultas Hukum Universitas Jember.
3. Bapak dan Ibu Dosen di Fakultas Hukum Universitas Jember yang telah membimbing dan mendukung dengan memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman kepada penulis
4. Bapak dan Ibu guru mulai TK, SD, SMP, dan SMA yang telah membimbing penulis dari kecil hingga sekarang.



**PERSYARATAN GELAR
SKRIPSI
PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS
PENGUNAAN PRODUK KOSMETIK DENGAN SISTEM
*SHARE IN JAR***

*LEGAL PROTECTION OF CONSUMER FOR USING COSMETIC PRODUCT
WITH SHARE IN JAR SISTEM*

DIAJUKAN

guna memperoleh gelar Sarjana Hukum dalam Program Studi Ilmu Hukum
Fakultas Hukum Universitas Jember

ETIK KURNIAWATI
NIM: 180710101230

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM**

2022

PERSETUJUAN
SKRIPSI INI TELAH DISETUJUI TANGGA 23 AGUSTUS 2022

Oleh:

Dosen Pembimbing Utama



Edi Wahjuni, S.H., M.Hum.
NIP.196812302003122001

Dosen Pembimbing Anggota



Dr. Firman Floranta Adonara, S.H., M.H
NIP. 198009212008011009

vi

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS
PENGUNAAN PRODUK KOSMETIK DENGAN SISTEM *SHARE IN
JAR*

Oleh:

ETIK KURNIAWATI
NIM: 180710101230

Dosen Pembimbing Utama



Edi Wahjuni, S.H., M.Hum.
NIP.196812302003122001

Dosen Pembimbing Anggota



Dr. Firman Floranta Adonara, S.H., M.H
NIP. 198009212008011009

Mengesahkan
Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi
Universitas Jember Fakultas Hukum

Dekan



Prof. Dr. Bayu Dwi Anggono, S.H., M.H
NIP. 198206232005011002

PENETAPAN PANITIA PENGUJI

Dipertahankan di hadapan Panitia Penguji pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 7

Bulan : September

Tahun : 2022

Diterima oleh panitia penguji Fakultas Hukum Universitas Jember

Panitia Penguji

Ketua,



Dr. Fendi Setyawan, S.H., M.H.
NIP. 197202171998021001

Sekretaris,



Yusuf Adiwibowo, S.H., LL.M.
NIP. 197810242005011002

Anggota Penguji

Edi Wahjuni, S.H., M.Hum.
NIP.196812302003122001


.....

Dr. Firman Floranta Adonara, S.H., M.H
NIP. 198009212008011009


.....

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ETIK KURNIAWATI

NIM :180710101230

Fakultas/ Program Studi : Hukum/ Ilmu Hukum

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah ini yang berjudul **PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PENGGUNAAN PRODUK KOSMETIK DENGAN SISTEM *SHARE IN JAR***

adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan instansi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia menerima sanksi akademis jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 7 September 2022

Yang Menyatakan



ETIK KURNIAWATI
NIM:180710101230

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahNya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: **“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PENGGUNAAN PRODUK KOSMETIK DENGAN SISTEM *SHARE IN JAR*”** Penulisan skripsi ini merupakan suatu karya ilmiah sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Hukum Fakultas Hukum Universitas Jember. Penulis sadari bahwa menulis karya tulis ini tentunya tidak terlepas dari banyak dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini disampaikan terima kasih dan penghargaan sebesar – besarnya atas segala bantuan, khususnya kepada:

1. Ibu Edi Wahjuni, S.H., M.Hum, selaku dosen pembimbing utama skripsi yang telah banyak meluangkan waktu, pikiran dan kesabaran serta selalu memberikan dorongan dan pengarahan dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini;
2. Dr. Firman Floranta Adonara, S.H., M.H. selaku dosen pembimbing anggota atas semua pemikiran serta kesabaran dalam memberikan pengarahan dan bimbingan dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini;
3. Dr. Fendi Setyawan, S.H., M.H. selaku Ketua Panitia Penguji Skripsi atas kesediaanya untuk menjadi dosen penguji dan memberikan evaluasi pada penulisan skripsi ini serta ilmu yang telah diberikan;
4. Bapak Yusuf Adiwibowo, S.H., LL.M. selaku Sekretaris Panitia penguji Skripsi atas kesediaanya untuk menjadi dosen penguji dan memberikan evaluasi pada penulisan skripsi serta ilmu yang telah diberikan;
5. Ibu Ikarini Dani Widiyanti, S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang telah sabar dalam memberikan pengarahan kepada penulis selama menempuh perkuliahan di Fakultas Hukum Universitas Jember;
6. Prof. Dr. Bayu Dwi Anggono, S.H., M.H. selaku Penjabat Dekan Fakultas Hukum Universitas Jember

7. Bapak I Gede Widhiana Suarda S.H., M.H., Dr. Iwan Rachmad Soetjiono, S.H., M.H, Dr. Ermanto Fahamsyah, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan I, II dan III Fakultas Hukum Universitas Jember;
8. Segenap Dosen Fakultas Hukum Universitas Jember, terima kasih banyak atas segala jasa dan didikannya sehingga penulis dapat memperkaya ilmu pengetahuan hukum, serta juga kepada staf dan karyawan akademik atas segala pelayanannya.
9. Kepada kedua orang tua dan kakak yang selalu memberikan dukungan dan doa yang tiada hentinya setiap saat untuk kesuksesan penulis.
10. Teristimewa, Ibu Wahyuning Dyah Widyastuti S.H., M.H. Terimakasih telah menjadi *support sistem* yang sempurna bagi penulis.
11. Seluruh teman Angkatan 2018 Fakultas Hukum Universitas Jember
12. Semua pihak dan rekan-rekan yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. *Last but Not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having No days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.*

Tiada balas jasa yang dapat penulis berikan kecuali harapan semoga amal kebbaikannya mendapat balasan dari Tuhan yang Maha Esa. Akhirnya penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan masyarakat pada umumnya.

Jember, 22 Agustus 2022

ETIK KURNIAWATI
NIM:180710101230

RINGKASAN

Di era sekarang ini jaminan perlindungan hukum terhadap konsumen mendapat banyak perhatian karena konsumen sebagai pihak pengguna atau pemakai barang dan atau jasa sudah semestinya untuk mendapatkan perlindungan dari pihak yang berwenang. Perlindungan konsumen merupakan bagian yang tak terpisahkan dari kegiatan bisnis yang sehat, dalam kegiatan bisnis yang sehat terdapat keseimbangan perlindungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha. Dengan tidak adanya perlindungan hukum yang seimbang menyebabkan konsumen berada pada posisi yang lemah serta akan menimbulkan kerugian pada pihak konsumen. Perlindungan hukum bukan hanya dimaksudkan untuk menjamin pada keselamatan dan jiwa konsumen atau menghindari kecurangan transaksi tetapi harus menjamin juga pada kepuasan konsumen dan standar mutu tinggi, sehingga konsumen bisa merasa aman karena adanya suatu perlindungan akan keselamatan dan kecurangan akan produk yang diperjualbelikan oleh pelaku usaha.

Permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini yaitu *Pertama*, Apa bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen atas penggunaan produk kosmetik dengan sistem *Share in jar* tanpa label pada kemasan? *Kedua*, Apa upaya penyelesaian yang dapat dilakukan oleh konsumen yang mengalami kerugian akibat penggunaan produk kosmetik dengan sistem *Share in jar* tanpa label pada kemasan? Tujuan penelitian skripsi ini yaitu *Pertama* Untuk mengetahui dan memahami bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen atas penggunaan produk kosmetik dengan sistem *Share in jar* tanpa label pada kemasan. *Kedua*, Untuk mengetahui dan memahami upaya penyelesaian yang dapat dilakukan oleh konsumen yang mengalami kerugian akibat penggunaan produk kosmetik dengan sistem *Share in jar* tanpa label pada kemasan. Metode penelitian yang digunakan oleh penulis untuk menjawab permasalahan tersebut menggunakan tipe penelitian hukum Yuridis Normatif (*legal research*), yakni penelitian yang difokuskan untuk mengkaji penerapan kaidah-kaidah atau norma - norma dalam hukum positif yang berlaku. Pendekatan yang digunakan dalam

penulisan skripsi ini menggunakan Perundang-Undangan (*statue approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*).

Hasil dari penelitian ini *Pertama*, tidak adanya perlindungan hukum internal hal ini dikarenakan hukum internal dibentuk sendiri oleh para pihak yang mana apabila suatu hari terjadi sengketa yang digunakan adalah perlindungan hukum eksternal yakni suatu perlindungan hukum yang diciptakan pemerintah melalui regulasi atau peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dalam Pasal 4 UUPK telah memberikan penjelasan terkait hak-hak yang harus didapatkan oleh konsumen. Pasal 196 dan 197 Undang-Undang No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan telah mengatur sanksi yang akan diberikan kepada pelaku usaha yang memasarkan produk kosmetik tanpa label pada kemasan. Melalui Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan No. HK.00.05.4.1745 pemerintah juga mengatur mengenai peredaran kosmetik *share in jar* tanpa label pada kemasan. *Kedua*, upaya penyelesaian yang dapat dilakukan oleh konsumen yang mengalami kerugian akibat penggunaan kosmetik *share in jar* tanpa label pada kemasan berdasarkan Pasal 45 UUPK dapat melalui 2 (dua) cara, yakni melalui jalur pengadilan (*litigasi*) yang mengacu pada tata beracara peradilan umum dan jalur luar pengadilan (*non litigasi*) melalui BPSK dalam hal ini para pihak yang bersengketa dapat memilih jalur mana yang akan ditempuh untuk menyelesaikan sengketa.

Saran yang dapat diberikan yaitu *Pertama*, agar pemerintah selaku pihak berwenang mampu melaksanakan koordinaasi atas penyelenggaraan perlindungan konsumen melalui pembinaan, pengawasan serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangan guna memberikan jaminan perlindungan hukum atas hak-hak konsumen yang semestinya diperoleh konsumen. *Kedua* agar pelaku usaha yang memperjualbelikan produk kosmetik *share in jar* yang belum memiliki izin edar alangkah baiknya untuk mendaftarkan produk yang akan diperjualbelikan kepada BPOM agar mendapatkan izin edar. *Ketiga*, agar konsumen harus lebih berhati-hati dan memiliki kesadaran yang tinggi akan haknya sebagai konsumen dalam memilih produk yang akan dibeli.

SUMMARY

In today's era, the guarantee of legal protection for consumers is getting a lot of attention because consumers as users or users of goods and or services are supposed to get protection from the authorities. Consumer protection is an inseparable part of healthy business activities, in healthy business activities there is a balance of legal protection between consumers and business actors. In the absence of balanced legal protection, consumers are in a weak position and will cause losses to consumers. Legal protection is not only intended to guarantee the safety and lives of consumers or avoid fraudulent transactions but must also guarantee customer satisfaction and high quality standards. so that consumers can feel safe because there is a protection for safety and fraud for products traded by business actors.

The problems that will be discussed in this thesis are First, What is the form of legal protection for consumers for the use of cosmetic products with the Share in jar sistem without labels on the packaging? Second, what are the remedies that can be taken by consumers who suffer losses due to the use of cosmetic products with the Share in jar sistem without labels on the packaging? The purpose of this thesis research is First What is the form of legal protection for consumers for the use of cosmetic products with the Share in jar sistem without labels on the packaging? Second, what are the remedies that can be taken by consumers who suffer losses due to the use of cosmetic products with the Share in jar sistem without labels on the packaging? The purpose of this thesis research is First What is the form of legal protection for consumers for the use of cosmetic products with the Share in jar sistem without labels on the packaging? Second, what are the remedies that can be taken by consumers who suffer losses due to the use of cosmetic products with the Share in jar sistem without labels on the packaging? The purpose of this thesis research is First To know and understand the form of legal protection for consumers for the use of cosmetic products with sistem Share in jar without label on packaging. Second, to find out and understand settlement efforts that can be made by consumers who experience losses due to the use of cosmetic products with sistem Share in jar without label on packaging. The

research method used by the author to answer these problems uses the type of juridical normative legal research (legal research), namely research that is focused on examining the application of rules or norms in applicable positive law. The approach used in writing this thesis uses legislation (statue approach) and conceptual approach (conceptual approach).

The results of this study First, there is no internal legal protection, this is because internal law is formed by the parties, which if one day there is a dispute used is external legal protection, namely a legal protection created by the government through applicable regulations or laws. . In Article 4 UUPK has provided an explanation regarding the rights that must be obtained by consumers. Articles 196 and 197 of Law no. 36 of 2009 concerning Health has regulated sanctions that will be given to business actors who market cosmetic products without labels on the packaging. Through the Decree of the Head of the Food and Drug Supervisory Agency No. HK.00.05.4.1745 the government also regulates the distribution of share in jar cosmetics without labels on the packaging. Second, the settlement efforts that can be made by consumers who experience losses due to the use of share in jar cosmetics without labels on packaging based on Article 45 UUPK can be in 2 (two) ways,

Suggestions that can be given are First, so that the government as the authority is able to carry out coordination on the implementation of consumer protection through fostering, monitoring and implementing the provisions of laws and regulations in order to provide legal protection guarantees for consumer rights that should be obtained by consumers. Second, so that business actors who trade share in jar cosmetic products that do not yet have a distribution permit, it would be better to register the products to be traded with BPOM in order to obtain a distribution permit. Third, so that consumers must be more careful and have a high awareness of their rights as consumers in choosing the products to be purchased.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERSYARATAN GELAR	v
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH	x
HALAMAN RINGKASAN	xii
SUMMARY	xiv
DAFTAR ISI	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Metode Penelitian.....	5
1.5.1 Tipe Penelitian	5
1.5.2 Pendekatan Masalah.....	6
1.5.3 Bahan Hukum	7
1.5.4 Analisa Bahan Hukum	8
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Perlindungan Hukum	10
2.1.1 Pengertian Perlindungan Hukum.....	10
2.1.2 Bentuk –Bentuk Perlindungan Hukum.....	11
2.1.3 Tujuan Perlindungan Hukum	11

2.2 Konsumen	12
2.2.1 Pengertian Konsumen.....	12
2.2.2 Hak dan Kewajiban Konsumen	13
2.3 Pelaku Usaha.....	15
2.3.1 Pengertian Pelaku Usaha	15
2.3.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha	16
2.3.3 Larangan bagi Pelaku Usaha	17
2.3.4 Tanggung Jawab Pelaku Usaha	19
2.4 Kosmetik dan <i>Share in jar</i>	20
2.4.1 Pengertian Kosmetik	20
2.4.2 Penggolongan Kosmetik dan Bahan Dasar Kosmetik.....	21
2.4.3 Pengertian <i>Share in jar</i>	22
2.4.4 Manfaat <i>Share in jar</i>	23
BAB 3 PEMBAHASAN	25
3.1 Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Penggunaan Produk Kosmetik dengan Sistem <i>Share in jar</i> Tanpa Label pada Kemasan.	25
3.2 Upaya Penyelesaian yang Dapat Dilakukan Oleh Konsumen yang Mengalami Kerugian Akibat Penggunaan Produk Kosmetik dengan Sistem <i>Share in jar</i> Tanpa Label pada Kemasan.....	40
BAB 4 PENUTUP.....	53
4.1 Kesimpulan	53
4.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	57

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Konsumen memiliki risiko yang lebih besar daripada pelaku usaha dalam kegiatan bisnis, dengan kata lain hak-hak konsumen sangat rentan disebabkan posisi tawar konsumen yang lemah, maka hak-hak konsumen sangat riskan untuk dilanggar.² Bentuk perlindungan konsumen harus mencakup semua hal yang memungkinkan konsumen tidak mengalami kerugian salah satunya terkait dengan produk kosmetik. Kosmetik merupakan produk yang diformulasikan dari berbagai bahan aktif dan bahan-bahan kimia yang akan bereaksi ketika diaplikasikan pada jaringan kulit yang berfungsi untuk merawat wajah.³ Seiring dengan berjalannya waktu banyak jenis kosmetik yang bermunculan Namun atas produk kosmetik yang bermunculan menimbulkan dilema bagi para konsumen dimana produk kosmetik hanya tersedia dalam kemasan yang besar. Kemasan yang besar dan tidak ada *sampel* akan mengakibatkan pemborosan bagi konsumen hal ini dikarenakan sifat kosmetik yang tidak semua cocok di kulit dan rawan iritasi.

Keresahan yang dialami konsumen menjadi peluang bisnis bagi pelaku usaha. Inovasi *share in jar* merupakan solusi yang tepat bagi konsumen yang ingin membeli produk kosmetik dengan kemasan yang ekonomis. *Share in jar* merupakan suatu inovasi yang menjadi tren akhir-akhir ini dimana sistem dari *share in jar* merupakan istilah untuk menyebut produk yang dibagi-bagi (*share*) ke dalam (*in*) wadah (*jar*) yang lebih kecil. Contohnya 100 ml kosmetik COSRX dibagi ke 5 wadah dengan isi 20 ml tiap wadahnya,⁴ dengan membagi produk dari kemasan yang besar ke tempat yang lebih kecil atau ekonomis bertujuan agar konsumen dapat membeli produk untuk dicoba tanpa harus membeli produk aslinya dengan kemasan yang besar. *Share in jar* ini sangat lazim atau merupakan kegiatan usaha yang umum dilakukan oleh pelaku usaha serta produk kosmetik *share in jar* dapat dengan mudah ditemukan baik secara *offline*

² Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, (Bandung : Nusa Media, 2020), h.1.

³Dewi Mulyawan dan Neti Suriana, *A-Z Tentang Kosmetika*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2013), h. 123.

⁴Beauty Journal by Sociolla, *Share in jar*, diakses melalui <https://journal.sociolla.com/bjglossary/share-in-jar/>, pada 9 Mei 2022 pukul 10.43 WIB.

pada toko-toko kosmetik maupun secara *online* di *e-commerce* salah satunya paling sering dijumpai pada *marketplace* Shopee bahkan juga di media sosial Instagram dan lain sebagainya. Kelaziman atas tindakan pelaku usaha tersebut serta mudahnya ditemukan produk kosmetik *share in jar* di masyarakat maka terdapat potensi kerugian yang akan diterima oleh konsumen.

Mengingat sistem dari *share in jar* yaitu memindahkan produk asli ke tempat baru yang lebih kecil tentunya juga memiliki resiko, tidak menutup kemungkinan produk kosmetik akan terkontaminasi dengan udara dan proses pemindahan kemasan tidak sesuai dengan standar sebagaimana yang telah dilakukan oleh perusahaan asli dari produk kosmetik. Mengusung konsep membagi produk ke dalam kemasan baru yang lebih kecil atau ekonomis kemudian direkatkan merk produk asli yang dilakukan dengan cara menscan label dari produk asli kosmetik tanpa memberikan penjelasan informasi lainnya terkait produk kosmetik tersebut juga memungkinkan dampak buruk akan terjadi bagi konsumen yang menggunakan produk kosmetik tersebut. Informasi tersebut antara lain tanggal kedaluwarsa, no izin edar BPOM, manfaat produk dan efek samping dari penggunaan produk kosmetik tersebut. Ketidakjelasan informasi terkait produk merupakan hal yang sangat tidak dapat dianggap remeh apalagi terkait dengan kosmetik yang pada dasarnya dibuat dari bahan kimia dimana dalam penggunaannya harus hati-hati dan sesuai dengan petunjuk untuk mengurangi resiko iritasi pada kulit.⁵

Ancaman dampak buruk atas penggunaan kosmetik *share in jar* sangat tinggi bagi konsumen, seperti kejadian yang dialami oleh Tini yang melakukan pembelian produk *share in jar* beberapa kali pada *marketplace* Shopee, produk pertama yang dibeli yaitu “*Klairs Supple Preparation Unscented Toner*” setelah pemakaian produk selama seminggu wajah terasa gatal, produk kedua “*Hemish All Clean Balm*” produk tersebut dibuang karena lama-lama produk meleleh dan melumuri wadahnya dan ternyata setelah beberapa kali digunakan wajah konsumen menjadi bruntusan, produk selanjutnya yang dibeli yaitu “*Cosrx AHA 7*

⁵ Kevin Adrian, 2021, *Ketahui Bahaya di Balik Make Up Share in jar* <https://www.alodokter.com/ketahui-bahaya-di-balik-make-up-share-in-jar>, diakses pada 22 Desember 2021 Pukul 09.02 WIB.

Whitehead Power Liquid produk baru digunakan sekali namun kemasannya sudah bocor.⁶

Berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Pasal 4 Huruf C tentang perlindungan konsumen (selanjutnya disebut dengan UUPK) dijelaskan bahwa konsumen memiliki hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi barang dan/atau jasa. Pentingnya informasi terkait produk merupakan hak yang harus didapatkan oleh konsumen, dengan tidak memberikan informasi produk akan membahayakan keselamatan dan keamanan konsumen. Hal ini sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 4 Huruf A UUPK yang menyatakan bahwa konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Informasi pada kemasan perlu diperhatikan karena sebagai pertimbangan konsumen untuk membeli produk tersebut atau tidak, sehingga konsumen tidak dirugikan atas produk yang ditawarkan kepadanya. Dalam menjalankan usahanya pelaku usaha harus selalu mengutamakan kejujuran dan keterbukaan, pelaku usaha harus mampu memberikan informasi yang sejujur-jujurnya, benar dan jelas serta transparan mengenai kondisi suatu barang yang diperdagangkan sesuai standar mutu barang yang diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.⁷

Memberikan informasi yang jelas atas produk yang ditawarkan merupakan kewajiban dari pelaku usaha dan hak yang harus didapatkan oleh konsumen. Menurut Pasal 7 Huruf B UUPK menyatakan bahwa kewajiban pelaku usaha yaitu memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan. Oleh karena itu peraturan mengenai informasi yang benar dan jelas terkait produk dinilai sangat penting untuk mewujudkan perlindungan hukum atas hak-hak konsumen di Indonesia serta menjamin kepastian hukum atas

⁶ Rizky Kurniawan, 2019, *Bagaimana Pengalaman Kamu Membeli Produk Perawatan Kulit Dan Kosmetik Dalam Bentuk "Share in jar"?*, https://id.quora.com/Bagaimana-pengalaman-kamu-membeli-produk-perawatan-kulit-dan-kosmetik-dalam-bentuk-share-in-jar/answer/Rizki-Kurniawan-1-1?ch=3&oid=166145194&share=28a72e6a&srid=uKBIMf&target_type=answer, diakses pada tanggal 22 Desember 2021 Pukul 10.02 WIB.

⁷ Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), h.

tindakan sewenang-wenang yang mungkin dilakukan oleh pelaku usaha. Berdasarkan pemaparan diatas, maka penulis tertarik untuk membahas permasalahan yang timbul dalam suatu karya ilmiah berbentuk skripsi dengan judul: **“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PENGGUNAAN KOSMETIK DENGAN SISTEM *SHARE IN JAR*”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apa bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen atas penggunaan produk kosmetik dengan sistem *share in jar* tanpa label pada kemasan?
2. Apa upaya penyelesaian yang dapat dilakukan oleh konsumen yang mengalami kerugian akibat penggunaan produk kosmetik dengan sistem *share in jar* tanpa label pada kemasan?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk memperoleh tujuan yang diharapkan dalam skripsi ini, maka perlu untuk menetapkan tujuan penelitian. Tujuan dari penulisan proposal skripsi ini yaitu:

1. Untuk mengetahui dan memahami bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen atas penggunaan produk kosmetik dengan sistem *share in jar* tanpa label pada kemasan
2. Untuk mengetahui dan memahami upaya penyelesaian yang dapat dilakukan oleh konsumen yang mengalami kerugian akibat penggunaan produk kosmetik dengan sistem *share in jar* tanpa label pada kemasan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penulisan skripsi ini dibagi menjadi 2 (dua) yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis. Adapun manfaat dari penulisan proposal skripsi ini yaitu:

- a. Manfaat teoritis, hasil dari penulisan skripsi ini dapat menambah wawasan serta pengetahuan masyarakat khususnya terkait perlindungan konsumen.

- b. Manfaat praktis, dengan adanya penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan referensi di bidang hukum utamanya terkait penegakan hukum berdasarkan peraturan perundang-undangan bagi konsumen yang merasa dirugikan dan dilanggar haknya.

1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan prosedur yang dipakai untuk menguraikan suatu persoalan yang pada hakikatnya adalah proses ilmiah agar memperoleh informasi pada tujuan tertentu dan memanfaatkan dengan baik. Fungsi penelitian adalah untuk menanggapi persoalan hukum tertentu serta salah satu upaya untuk membuat peraturan perundang-undangan.⁸ Penelitian dilakukan dalam rangka untuk mencari isu-isu yang berkaitan dengan objek yang akan diteliti, serta dikaji sebagai bahan-bahan yang akan dijadikan dalam sebuah karya ilmiah. Data yang diperoleh dari hasil penelitian akan dipergunakan untuk menjawab pertanyaan yang belum terjawab. Untuk dapat menjamin kebenaran ilmiah, maka dalam suatu penelitian harus menggunakan metodologi yang tepat karena hal tersebut akan digunakan sebagai pedoman dalam mengadakan penelitian yang termasuk analisis terhadap data hasil dari penelitian yang dilakukan. Metode penelitian merupakan suatu cara untuk melakukan sesuatu dengan menggunakan cara mencari, merumuskan, menganalisis sampai dengan menyusun sebuah laporan. Sebagai akibatnya dapat disimpulkan bahwa metode penelitian adalah serangkaian langkah-langkah yang dilakukan oleh peneliti secara sistematis serta terstruktur dalam rangka menemukan jawaban yang tepat atas pertanyaan dalam objek suatu penelitian.⁹ Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1.5.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang akan digunakan dalam penulisan skripsi ini yaitu penelitian yuridis normatif yang mana penelitian ini lebih menekankan pada

⁸ Dyah Ochtorina Susanti dan Aan Efendi, *Penelitian Hukum (Legal Research)*, Sinar Grafika, Jakarta, 2014, h.7.

⁹ Joenaedi Efendi dan Johnny Ibrahim, *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, (Depok: Paramedia Group, 2016), h. 3.

penerapan kaidah atau norma dalam hukum positif.¹⁰ *Legal research* yaitu menemukan kebenaran koherensi antara keselarasan aturan hukum dengan norma hukum, keselarasan norma yang berisi perintah dan larangan dengan prinsip hukum, serta keselarasan seseorang dalam melakukan suatu tindakan dengan norma hukum maupun prinsip hukum.¹¹

1.5.2 Pendekatan Masalah

Dalam melakukan suatu penelitian terdapat beberapa pendekatan yang mana pendekatan tersebut bertujuan agar peneliti menemukan informasi atau jawaban dari berbagai macam aspek atas isu yang sedang diteliti terdapat beberapa macam pendekatan-pendekatan dalam melakukan suatu penelitian, dalam penelitian ini penulis menggunakan 2 (dua) macam pendekatan yaitu pendekatan perundang-undangan (*statue approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*).

1. Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) merupakan suatu metode pendekatan yang dilakukan dengan cara menelaah semua undang-undang serta regulasi yang masih berkaitan dengan isu hukum yang sedang diteliti.¹² Pendekatan Undang-Undang yang digunakan dalam skripsi ini yaitu *Burgerlijk Wetboek voor Indonesie*, (*Staatblad* Tahun 1847 Nomor 23), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821), Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 144, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5063) dan Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor HK.00.05.42.1745 Tahun 2003 tentang Kosmetik.
2. Pendekatan konseptual (*conceptual approach*) merupakan suatu metode pendekatan dengan cara merujuk pada prinsip hukum. Prinsip-prinsip yang

¹⁰ *Ibid*, h. 171.

¹¹ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum (Edisi Revisi)*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2017), h. 47.

¹² *Ibid*, h. 133

dapat digunakan dalam pendekatan ini yaitu prinsip-prinsip yang dikemukakan oleh pandangan sarjana dan doktrin-doktrin hukum.¹³ Dalam hal ini penulis diharapkan mampu untuk memilih pandangan baru yang mampu melahirkan suatu pengertian aturan, konsep-konsep aturan, dan asas hukum yang selaras dengan isu hukum yang sedang diteliti.¹⁴ Pemahaman dan pandangan hukum ini akan dijadikan pegangan oleh penulis dalam menciptakan inspirasi serta argumentasi hukum atas isu yang sedang diteliti. Konsep yang digunakan dalam skripsi ini mengenai perlindungan hukum.

1.5.3 Bahan Hukum

Dalam melakukan penelitian bahan hukum dapat dijadikan sebagai suatu alat untuk memecahkan permasalahan dan isu hukum yang ada. Berkaitan dengan hal tersebut dalam penelitian ini bahan hukum yang digunakan ada 3 (tiga) yaitu bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan non hukum.

1. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang bersifat otoritatif yang memiliki makna memiliki otoritas. Bahan-bahan hukum primer terdiri dari dari perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan perundang-undangan dan putusan-putusan hakim.¹⁵ Bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, *Burgerlijk Wetboek voor Indonesie*, (*Staatblad* Tahun 1847 Nomor 23).
2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821).
3. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 144, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5063).

¹³ *Ibid*, h. 178

¹⁴ Joenaedi Efendi dan Johnny Ibrahim, *Loc.cit*, h. 135

¹⁵ Peter Mahmud Marzuki, *Loc.cit*, h. 181

4. Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor HK.00.05.42.1745 Tahun 2003 tentang Kosmetik.

2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan semua publikasi terkait dengan hukum yang bukan merupakan dokumen-dokumen resmi yang diantaranya yaitu buku-buku teks, kamus-kamus hukum, jurnal-jurnal hukum, dan komentar-komentar atas putusan pengadilan.¹⁶ Bahan hukum sekunder ini digunakan dengan tujuan sebagai suatu petunjuk dan inspirasi bagi penulis dalam melakukan suatu penelitian.

3. Bahan Non-Hukum

Bahan non hukum merupakan salah satu sumber yang digunakan oleh penulis untuk mendukung bahan hukum primer dan sekunder yang bertujuan untuk memperluas serta memperkaya wawasan penulis. Bahan non hukum meliputi buku-buku mengenai ilmu politik, ekonomi, sosiologi, filsafat, kebudayaan ataupun laporan-laporan penelitian non hukum dan jurnal-jurnal non hukum sepanjang memiliki keselarasan dengan isu yang sedang diteliti.¹⁷

1.5.4 Analisa Bahan Hukum

Dalam melakukan penelitian hukum, dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:¹⁸

1. Mengidentifikasi fakta hukum dan mengeliminasi hal-hal yang tidak relevan untuk menetapkan isu hukum yang hendak dipecahkan;
2. Pengumpulan bahan-bahan hukum dan sekiranya dipandang mempunyai relevansi juga bahan-bahan non hukum;
3. Melakukan telaah atas isu hukum yang diajukan berdasarkan bahan-bahan yang telah dikumpulkan;
4. Menarik kesimpulan dalam bentuk argumentasi yang menjawab isu hukum;

¹⁶ *Ibid*, h. 181.

¹⁷ *Ibid*, h. 183-184.

¹⁸ *Ibid*, h.183.

5. Memberikan preskripsi berdasarkan argumentasi yang telah dibangun di dalam kesimpulan.

Langkah-langkah diatas memberikan petunjuk atau ketentuan dalam mempermudah penelitian. Hasil dari analisa tersebut kemudian dibahas untuk mendapatkan pemahaman yang jelas atas permasalahan yang akan dibahas yaitu perlindungan hukum bagi konsumen atas penggunaan kosmetik dengan sistem *share in jar*, sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan atas jawaban dari analisa yang dilakukan.



BAB 2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Perlindungan Hukum

2.1.1 Pengertian Perlindungan Hukum

Pasal 1 ayat (3) Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 menyatakan bahwa “negara Indonesia merupakan negara hukum”, yang artinya penyelenggaraan negara dalam segala bidang dan aspek kehidupan harus didasarkan pada hukum yang adil dan pasti. Kemudian dalam Pasal, 28D ayat (1) Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945 menyatakan bahwa, “setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama dihadapan hukum”, yang artinya pengakuan hukum, jaminan hukum, perlindungan hukum dan kepastian hukum yang diberikan kepada setiap warga negara harus berlandaskan pada asas keadilan dan kesetaraan hukum. Perlindungan hukum harus didapatkan oleh semua warga negara tanpa memandang perbedaan.

Menurut Satjipto Rahardjo yang dimaksud dengan perlindungan hukum yaitu suatu upaya melindungi kepentingan seseorang yang dilakukan dengan cara mengalokasikan kekuasaan kepadanya untuk melakukan tindakan dalam rangka kepentingannya tersebut.¹⁹ Selanjutnya Moh. Isnaeni mengemukakan pendapatnya bahwa pada dasarnya persoalan “perlindungan hukum” ditinjau dari sumbernya dapat dibedakan menjadi (2) dua macam yaitu perlindungan hukum “eksternal” dan perlindungan hukum “internal”. Pada dasarnya perlindungan hukum internal merupakan suatu perlindungan hukum yang dikemas sendiri oleh para pihak ketika membuat suatu perjanjian, dimana pada saat mengemas klausula-klausula kontrak, kedua belah pihak menginginkan agar kepentingannya terakomodir dengan kata sepakat. Pola seperti ini dijadikan landasan atau dasar ketika para pihak membuat klausula-klausula perjanjian, sehingga perlindungan hukum dari

¹⁹ Yapiter Marpi, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Keabsahan Kontrak Elektronik Dalam Transaksi E-Commerce*, (Tasikmalaya: Zona Media Mandiri, 2020), h. 101-102.

masing-masing pihak dapat terwujud secara luas atas inisiatif mereka.²⁰ Perlindungan hukum eksternal yang dibuat penguasa lewat regulasi bagi kepentingan pihak yang lemah, “sesuai hakikat aturan perundangan yang tidak boleh berat sebelah dan bersifat memihak, secara proporsional juga wajib diberikan perlindungan hukum yang seimbang sedini mungkin kepada pihak lainnya”.²¹

2.1.2 Bentuk –Bentuk Perlindungan Hukum

Satjipto Rahardjo mengemukakan pendapatnya bahwa dalam menjalankan dan memberikan perlindungan hukum dibutuhkan suatu tempat atau wadah dalam pelaksanaannya atau yang sering disebut dengan sarana perlindungan hukum. Perlindungan hukum dibagi menjadi 2 (dua) yaitu perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif. Perlindungan Hukum Preventif, merupakan suatu bentuk perlindungan yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya suatu pelanggaran. Bentuk perlindungan hukum preventif terdapat dalam peraturan perundang-undangan yang bertujuan untuk mencegah terjadinya tindakan-tindakan yang mengakibatkan suatu pelanggaran serta untuk memberikan batasan-batasan dalam melaksanakan kewajiban. Selanjutnya perlindungan hukum represif yaitu suatu bentuk perlindungan akhir yang berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan kepada pelanggar apabila terjadi suatu sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran.²²

2.1.3 Tujuan Perlindungan Hukum

Menurut Satjipto Raharjo, Perlindungan hukum bertujuan memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia (HAM) yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak

²⁰ Moch. Isnaeni, *Pengantar Hukum Jaminan Kebendaan*, (Surabaya: Revka Putra Media, 2016), h. 159-160.

²¹ *Ibid*, h. 163.

²² Dyah Permata Budi Asri, *Perlindungan Hukum Preventif Terhadap Ekspresi Budaya Tradisional Di Daerah Istimewa Yogyakarta Berdasarkan Undang-Undang No 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta*, *Journal of Intellectual Property*, Vol. 1 No. 1, 2018, h. 6.

yang diberikan oleh hukum.²³ Sejalan dengan pendapat tersebut Subekti mengungkapkan pendapatnya bahwa perlindungan hukum lebih dari sekedar mencari keseimbangan antara kepentingan yang bertentangan satu sama lain, melainkan juga untuk mendapat keseimbangan antara tuntutan keadilan tersebut dengan “ketertiban” atau “kepastian hukum”. Adanya perlindungan hukum bertujuan untuk menjamin kepastian hukum dalam masyarakat dan perlindungan hukum tersebut harus pada keadilan, yaitu asas-asas keadilan dari masyarakat tersebut.²⁴

Setiap individu dalam masyarakat wajib mendapatkan perlindungan hukum dengan mendapatkan haknya serta melaksanakan kewajiban yang sejalan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan hukum juga bersifat memaksa setiap masyarakat agar selalu mentaati hukum dan bagi siapa yang melanggarnya akan diberlakukan sanksi. Perlindungan hukum dapat dijadikan dasar manusia dalam melakukan suatu tindakan, ketika terdapat pihak lain yang dengan sengaja atau tidak sengaja melanggar hak-haknya. Kepastian dan jaminan hukum yang adil merupakan syarat utama terciptanya kehidupan masyarakat yang aman, tertib dan sejahtera.

2.2 Konsumen

2.2.1 Pengertian Konsumen

Pasal 1 angka 2 UUPK memberikan penjelasan bahwa yang dimaksud konsumen yaitu setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Kamus umum Bahasa Indonesia mendefinisikan konsumen sebagai lawan dari produsen yaitu, pemakai barang-barang hasil industri, bahan makanan, dan sebagainya.²⁵ Konsumen memiliki definisi yang beragam di beberapa negara. Secara harfiah konsumen memiliki pengertian yaitu seseorang yang memerlukan, membelanjakan atau menggunakan, pemakai atau pembutuh. Dalam bahasa inggris konsumen disebut

²³ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, (Bandung : Citra Aditya Bakti, 2000) , h.54.

²⁴ CST. Kansil, *Loc. Cit.*

²⁵ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen Edisi Revisi*, (Jakarta: Prenada Media, 2017), h. 15.

“*consumer*”, dan dalam bahasa Belanda disebut dengan “*consumer*”. Di India konsumen diartikan sebagai orang yang atau pembeli atas barang yang telah disepakati terkait dengan harga dan cara pembayaran, akan tetapi tidak termasuk mereka yang mendapatkan barang yang kemudian dijual kembali untuk kepentingan komersial.²⁶

Di Indonesia bermacam-macam pengertian konsumen dikemukakan oleh para ahli salah satunya A.Z Nasution memberikan Batasan mengenai pengertian konsumen dan membedakan menjadi tiga jenis yaitu konsumen komersial (*commercial consumer*), yaitu setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa yang kemudian digunakan atau diproduksi lagi untuk mendapatkan keuntungan. Selanjutnya konsumen antara (*intermediate consumer*), yaitu setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa yang kemudian diperjualbelikan lagi untuk mendapatkan keuntungan dan konsumen akhir (*ultimate consumer/ end user*), yaitu setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya baik untuk pribadi, keluarga ataupun orang lain dan tidak untuk diperjualbelikan lagi dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan.²⁷

2.2.2 Hak dan Kewajiban Konsumen

Hak dan kewajiban konsumen diatur dalam diatur dalam UUPK, berikut merupakan beberapa hak konsumen yang diatur dalam Pasal 4 UUPK, yang dijelaskan sebagai berikut:

- a) hak atas kenyamanan, keamanan, keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa;
- b) hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c) hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d) hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e) hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f) hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;

²⁶ Mukti fajar, Reni Budi Setianingrum, dan Muhammad Annas, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Persaingan Usaha*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2019), h. 15-16.

²⁷*Ibid*, h. 17-18 .

- g) hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h) hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i) hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Undang-undang telah mengatur mengenai hak-hak konsumen yang dituangkan dalam Pasal 4 UUPK namun, terdapat juga hak-hak konsumen yang diakui secara internasional yang pertama kali disuarakan oleh Presiden Amerika Serikat yaitu John F. Kennedy dalam “*Declaration of Consumer Right*” yang dalam literatur umum disebut dengan “empat hak dasar konsumen” (*the four consumers basic rights*), yaitu :²⁸

1. hak untuk mendapat/memperoleh keamanan (*the right to safety*), dalam hal ini konsumen memiliki hak untuk mendapatkan keamanan produk dan jasa;
2. hak untuk memilih (*the right choose*), dalam hal ini konsumen memiliki hak untuk memperoleh dan memilih produk maupun jasa dengan harga yang wajar, hal ini dilakukan untuk mengurangi kerugian yang mungkin diterima konsumen akibat tekanan maupun paksaan yang dilakukan oleh pelaku usaha;
3. hak untuk memperoleh informasi (*the right to be informed*), dalam hal ini konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang jelas atas produk maupun jasa yang dibeli atau dikonsumsi. Informasi yang jelas sangat penting untuk diketahui oleh konsumen karena informasi tersebut akan menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha serta untuk resiko buruk yang mungkin terjadi. Dapat disimpulkan hak untuk mendapatkan informasi terkait produk dan jasa sangat penting untuk diketahui konsumen, hak atas mendapatkan informasi yang jelas diantaranya yaitu terkait dengan ciri dan dampak negatif atau efek samping dari produk tersebut serta adanya peringatan berupa label pada kemasan produk;
4. hak untuk didengarkan (*right to be heard*), dalam hal ini konsumen memiliki hak untuk menyuarakan haknya terkait dengan kebutuhan dan klaim atas produk dan jasa yang ditawarkan.

²⁸ Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, (Depok: Prenadamedia Group, 2018), h. 52-53.

Hak –hak yang dimiliki konsumen tentu tidak dapat dipisahkan dari kewajiban yang harus dilaksanakan oleh konsumen itu sendiri, kewajiban konsumen diatur dalam Pasal 5 UUPK diantaranya yaitu:

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

Walaupun UUPK sudah sangat jelas dan tegas mengatur mengenai hak dan kewajiban konsumen, namun pada prakteknya hak-hak konsumen masih saja sering dilanggar oleh pelaku usaha atau dengan kata lain masih banyak pelaku usaha yang tidak menjalankan kewajibannya sebagaimana apa yang telah diamanatkan oleh UUPK.

2.3 Pelaku Usaha

2.3.1 Pengertian Pelaku Usaha

Dalam menjalankan kegiatan ekonomi dan perlindungan konsumen tidak akan lepas dari pelaku usaha. Pasal 1 angka 3 UUPK telah mengatur mengenai definisi pelaku usaha, dijelaskan bahwa definisi pelaku usaha yaitu setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam suatu wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Penjelasan pelaku usaha dalam Pasal 1 angka 3 UUPK pada dasarnya terdiri dari beberapa kemungkinan yaitu:²⁹

1. Pelaku usaha orang perorangan secara pribadi yang melakukan kegiatan ekonomi pada skala yang sangat kecil dengan kapasitas yang juga sangat terbatas dan terdiri atas para wirausahawan pada tingkat yang paling sederhana;
2. pelaku usaha badan-badan usaha bukan badan hukum (Firma dan atau CV) dan badan-badan usaha badan hukum yang bergerak pada kegiatan ekonomi dengan skala usaha dan modal dengan fasilitas terbatas, pelaku ekonomi ini juga

²⁹ Mukti Fajar, *Op.cit*, h.38-39.

merupakan pelaku ekonomi dengan kapasitas terbatas, baik modal maupun teknologi;

3. pelaku usaha badan-badan usaha badan hukum yang dapat meliputi koperasi dan perseroan terbatas, pelaku ekonomi ini biasanya bergerak pada bidang usaha yang bersifat formal, sudah memiliki atau memenuhi persyaratan-persyaratan teknis dan non teknis yang lebih baik dari pada pelaku ekonomi bukan badan hukum;
4. pelaku usaha badan usaha badan hukum dengan kualifikasi canggih dengan persyaratan teknis/non teknis, termasuk persyaratan kemampuan finansial yang cukup dan didukung dengan sumber daya manusia yang profesional sesuai dengan bidangnya.

Untuk mewujudkan keseimbangan serta hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen, Undang-Undang telah mengatur terkait dengan hak-hak apa saja yang dimiliki oleh pelaku usaha serta diatur juga mengenai kewajiban dan larangan bagi pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan ekonomi.

2.3.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Secara umum hak pelaku usaha telah diatur dalam Pasal 6 UUPK yang diantaranya sebagai berikut:

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

Kewajiban pelaku usaha secara umum diatur dalam Pasal 7 UUPK yang diantaranya sebagai berikut:

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

UUPK telah mengatur secara jelas bahwasanya pelaku usaha harus beritikad baik dalam menjalankan kegiatan usahanya. Itikad baik tersebut ditekankan karena semua proses atau tahapan dalam menjalankan usaha mulai dari barang dan/atau jasa diproduksi merupakan kewajiban dari pelaku usaha, dan sebaliknya konsumen dalam melakukan transaksi atas pembelian barang dan/ atau jasa diwajibkan beritikad baik pula. Hak dan kewajiban harus senantiasa dijalankan secara beriringan guna meminimalisasi sengketa. Kewajiban yang dibebankan pada pelaku usaha harus dilaksanakan dengan sepenuh hati, dengan demikian kegiatan ekonomi akan menjadi simbiosis mutualisme dan akan membawa manfaat bagi pihak lain diluar konsumen dan pelaku usaha itu sendiri.³⁰

2.3.3 Larangan bagi Pelaku Usaha

Pelaku usaha perlu memperhatikan kegiatan usaha yang dilarang oleh UUPK, undang-undang telah mengatur hal tersebut dalam Bab IV dari Pasal 8 sampai dengan Pasal 17 UUPK. Hal ini dilakukan sebagaimana tujuan dari perlindungan konsumen itu sendiri adalah untuk meningkatkan harkat dan martabat manusia, yang dicapai dengan menghindari eksese negatif dari penggunaan barang dan jasa. Maka dari itu segala perbuatan atau kegiatan usaha yang melanggar hak konsumen harus dihindari.³¹ Berdasarkan Pasal 8 UUPK

³⁰ Intan Nur Rahmawati dan Rukiyah Lubis, *Win-Win Solution Sengketa Konsumen*, (Yogyakarta: Medpress Digital, 2014), h. 31.

³¹ Abdul Halim Barkatullah, *op,cit*, h. 48.

pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang :³²

- a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau *netto*, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
- c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
- d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
- g. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
- h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
- i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau *netto*, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
- j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Sebagaimana yang telah dijelaskan diatas, dalam kasus kosmetik *share in jar* pelaku usaha dilarang untuk melakukan kegiatan produksi dan/ atau memperdagangkan barang dan atau jasa yang tidak mencantumkan tanggal kedaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu hal ini sesuai yang diatur dalam Pasal 8 Ayat (1) huruf g UUPK. Selanjutnya pelaku usaha dalam menjalankan bisnis kosmetik dengan sistem *share in jar* juga melanggar Pasal 8 Ayat (1) huruf i yang menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang untuk 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. Selain itu berdasarkan Pasal 8 ayat (2) UUPK pelaku usaha juga dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud. Pasal 8 ayat (2) menjelaskan bahwa pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar. Pasal 8 ayat (3) menjelaskan bahwa pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

2.3.4 Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Secara umum masyarakat Indonesia sudah sering mendengar dan menggunakan kata tanggung jawab yang merupakan terjemahan dari *responsibility* dan *liability*. Para sarjana menggunakan memberikan pengertian yang berbeda atas keduanya, *responsibility* diterjemahkan sebagai tanggung jawab dan *liability* diterjemahkan sebagai tanggung gugat.³³ Pelaku usaha bertanggung jawab atas produk yang menimbulkan kerugian pada konsumen baik kerugian materiil maupun non materiil. Kerugian materiil merupakan kerugian yang dapat dinilai dengan uang sedangkan kerugian non materiil merupakan kerugian yang tidak dinilai dengan uang. Kerugian yang dituntut tidak hanya kerugian yang ada pada konsumen saja, akan tetapi kerugian terhadap benda lain yang dimiliki oleh konsumen, termasuk apabila menimbulkan kematian.³⁴

Konsumen yang mengalami kerugian yang diakibatkan oleh pelaku usaha akan mendapatkan pertanggungjawaban sebagaimana yang telah diatur dalam Bab VI dari Pasal 19 sampai dengan Pasal 28 UUPK. Perumusan mengenai tanggung

³³ Syafrida dan M.T Marbun, *Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Melakukan Perbuatan Yang Dilarang Dalam Kegiatan Usaha Berdasarkan Pasal 8 Juncto 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, National Journal of Law, Vol. 3 No. 2, Sep. 2020, h.8.

³⁴*Ibid*, h.11.

jawab pelaku usaha guna menegaskan bahwa sudah menjadi keharusan bagi pelaku usaha untuk mempunyai itikad baik dalam berusaha. Perwujudan dari itikad baik tersebut dapat dilihat dari ketersediaan pelaku usaha untuk memberi ganti rugi atas kesalahan atau kelalaian dalam rangkaian kegiatan usaha. Pelaku usaha yang tidak melaksanakan tanggung jawabnya atau melakukan kelalaian atas tanggung jawab tersebut dapat dituntut secara hukum.

2.4 Kosmetik dan *Share in jar*

2.4.1 Pengertian Kosmetik

Peraturan MENTERI KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA Nomor 1175/MENKES/PER/VIII/2010 tentang izin produksi kosmetika memberikan definisi bahwa yang dimaksud dengan kosmetik adalah bahan atau sediaan yang digunakan pada tubuh manusia bagian luar meliputi epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ genital bagian luar atau gigi dan membrane mukosa mulut yang fungsi utamanya untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik. Menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 220 tahun 1976 yang dimaksud dengan kosmetik yaitu bahan atau campuran bahan untuk digosokkan diletakkan, dituangkan, dipercikkan, 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.

Uraian diatas menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan kosmetik yaitu suatu campuran bahan yang digunakan pada tubuh manusia bagian luar yang cara penggunaannya bermacam-macam dengan tujuan utama untuk merawat dan mempercantik diri sehingga dapat menambah daya tarik serta meningkatkan rasa percaya diri penggunanya yang sifatnya bukan untuk mengobati atau menyembuhkan suatu penyakit tertentu.³⁵ Selain itu dari definisi diatas kosmetika tidak boleh mengandung obat dan harus benar-benar murni kosmetika. Sering kali produsen mencampurkan obat dengan kosmetik hal ini bertujuan untuk

³⁵ Lina Pangaribuan, *Efek Samping Kosmetik Dan penanganannya Bagi kaum Perempuan*, Jurnal keluarga Sehat Sejahtera, Vol. 15, No. 2, 2017, h. 3.

mengurangi atau menghilangkan efek samping dari penggunaan kosmetika seperti timbulnya flek hitam, jerawat atau noda hitam pada kulit wajah, sedangkan kecenderungan obat terutama obat kulit berbau dan kurang nyaman bila digunakan sehingga mengganggu penampilan bagi penggunanya yang utamanya apabila digunakan pada bagian wajah.³⁶

2.4.2 Penggolongan Kosmetik dan Bahan Dasar Kosmetik

Menurut Keputusan Kepala Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia No. HK.00.05.4.1745 tentang Kosmetik dalam Pasal 3 memberikan penjelasan bahwa Produk kosmetik dibagi menjadi 2 (dua) golongan:

1. Kosmetik golongan I adalah:
 - a. Kosmetik yang digunakan untuk bayi;
 - b. Kosmetik yang digunakan disekitar mata, rongga mulut dan mukosa lainnya;
 - c. Kosmetik yang mengandung bahan dengan persyaratan kadar dan penandaan;
 - d. Kosmetik yang mengandung bahan dan fungsinya belum lazim serta belum diketahui keamanan dan manfaatnya.
2. Kosmetik golongan II adalah kosmetik yang tidak termasuk golongan I

Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia No. HK.00.05.42.1018 tentang Bahan Kosmetika, dalam Pasal 1 ayat (2) memberikan pengertian bahwa yang dimaksud dengan bahan kosmetika adalah bahan atau campuran bahan yang berasal dari alam dan atau sintetik yang merupakan komponen kosmetik. Kosmetik tidak hanya menjadi kebutuhan para kaum wanita saja melainkan juga para pria. Pengguna wajib memperhatikan kandungan bahan kimia yang tercantum dalam kemasan produk kosmetik karena tidak semua bahan kosmetik cocok pada kulit pengguna, yang mana apabila terjadi ketidakcocokan akan menimbulkan iritasi pada kulit.

Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia No. HK.00.05.4.1745 tentang kosmetik menjelaskan bahwa kosmetik

³⁶ Elvyra Yulia dan Neneng Siti Silfi Ambarwati, *Dasar-Dasar Kosmetika Untuk Tata Rias*, (Jakarta: LPP Press Universitas Negeri Jakarta, 2015), h. 2.

yang diperjualbelikan harus memenuhi syarat atau standard mutu yang telah ditetapkan, terdaftar dan mendapat izin edar BPOM. Kemudian dalam Bab VI mengatur mengenai wadah dan penandaan sebagai syarat yang harus dipenuhi dalam mengedarkan produk kosmetik. Selanjutnya Undang-Undang No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan dalam Pasal 105 memberikan pengertian bahwasanya kosmetik merupakan sediaan farmasi yang mana dalam peredarannya harus memenuhi standard dan/atau persyaratan yang ditentukan. Selanjutnya dalam Pasal 106 menegaskan bahwa bahwa sediaan farmasi yang didalamnya termasuk kosmetik hanya dapat diedarkan setelah mendapatkan izin edar serta penandaan dan informasi produk kosmetik yang diedarkan harus memenuhi persyaratan objektivitas dan kelengkapan yang tidak menyesatkan.

Bahan yang terkandung dalam produk kosmetik harus benar-benar diperhatikan mengingat kosmetik merupakan suatu produk yang digunakan hampir setiap hari mulai dari ujung kepala hingga ujung kaki. Kosmetik biasanya memiliki macam-macam bahan dasar baik bahan aktif maupun bahan pelengkap, yang berfungsi sebagai *solvent* (pelarut), *emulsier* (pencampur), pengawet, *adhesive* (pelekat), pengencang, *absorbent* (penyerap) dan *desinfektan*.³⁷ Bahan lain yang berbahaya dan sering digunakan dalam produk kosmetik yaitu merkuri, bahan pewarna K3 dan merah K10, yang mana ketiga bahan tersebut sangat berbahaya dan dapat berefek buruk bagi Kesehatan.

2.4.3 Pengertian *Share in jar*

Share in jar yaitu suatu konsep yang dilakukan dengan cara membagi (*share*) isi sebuah produk dalam (*in*) beberapa kontainer (*jar*) kecil,³⁸ Produk dibagi atau dipindahkan ke dalam wadah lain yang lebih kecil atau ekonomis dengan atau ditambahkan bahan baku lain. Mengusung konsep membagi produk ke dalam kemasan baru yang lebih kecil atau ekonomis kemudian direkatkan merk produk asli yang dilakukan dengan cara menscan label dari produk asli

³⁷ Herni Kusantati, Pipin Tresna prihatin dan Winwin Wiana, *Tata kecantikan Kulit Jilid 3*, (Jakarta : Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah kejuruan, 2018), h. 106.

³⁸ Beauty Journal by Sociolla, *Share in jar: Menggoda, Namun Ketahui juga bahayanya*, diakses melalui <https://journal.sociolla.com/beauty/plus-minus-share-in-jar>, pada 19 Januari 2022 pukul. 01.55 WIB.

kosmetik tanpa memberikan penjelasan informasi lainnya terkait produk kosmetik. Tujuannya agar seseorang bisa membeli dan mencoba sebuah produk tanpa harus langsung membeli produk dalam ukuran aslinya.³⁹ Sebagai contoh 100 ml produk kosmetik COSRX dibagi ke dalam 5 wadah dengan masing-masing wadah berisi 20 ml. Seringkali produk kosmetik yang beredar di pasaran tersedia dalam ukuran besar dan tidak menyediakan sampel atau contoh produk yang bisa dicoba oleh konsumen, sedangkan kosmetik itu sendiri bersifat cocok-cocokan dan tidak dapat digunakan pada semua kulit. Kemasan yang besar dengan harga yang relatif mahal mengakibatkan konsumen menjadi ragu untuk membelinya, karena khawatir kosmetik yang digunakan tidak sesuai dengan tujuan yang diinginkan, seperti ketidakcocokan pada warna kulit dan akan menimbulkan iritasi.⁴⁰

Praktik kosmetik *Share in jar* termasuk dalam kegiatan produksi, mengacu pada Peraturan kepala Badan POM RI No. HK. 03.1.23.12.11.10052 Pasal 1 ayat (2) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan produksi adalah kegiatan atau proses menghasilkan, menyiapkan, mengolah, membuat, mengemas, dan/ atau mengubah bentuk sediaan kosmetika. Oleh karena itu pembuatan kosmetik *share in jar* harus menerapkan CPKB (Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik) guna menghasilkan produk kosmetik yang memenuhi standar serta jaminan mutu dan keamanan.

2.4.4 Manfaat *Share in jar*

Meningkatnya minat masyarakat terhadap tren kosmetik *share in jar* mendorong pelaku usaha baik secara *online* maupun *offline* untuk memproduksi kosmetik dengan konsep *share in jar*. Beberapa kelebihan produk kosmetik *share in jar* yaitu bisa mencoba berbagai macam produk, dengan hairnya konsep kosmetik *share in jar* konsumen dapat mencoba beberapa produk kosmetik terlebih dahulu tanpa harus membeli produk dengan ukuran aslinya atau *full size*.

³⁹ Iin Febrianti Sende, Edi Priyo Yunianto, *Tren Baru Kosmetik "Share in jar" Ilegal di Media Daring*, Jurnal Eruditio Vol. 1, no. 1, 2020, h. 2.

⁴⁰ Kevin Adrian, 2021, *Ketahui Bahaya di Balik Make Up Share in jar* <https://www.alodokter.com/ketahui-bahaya-di-balik-make-up-share-in-jar>, diakses pada 29 Desember 2021 Pukul 13.04 WIB.

Selanjutnya harga kosmetik *share in jar* tentunya akan lebih murah hal ini dikarenakan produk sudah dikemas dalam wadah yang lebih kecil. Konsep *share in jar* juga dapat meminimalisir kerugian yang mungkin terjadi pada konsumen akibat dari tidak cocok dalam menggunakan produk kosmetik, hal ini dapat diatasi dengan membeli produk kosmetik *share in jar* dengan membeli beberapa produk untuk dicoba namun dengan harga yang lebih terjangkau. Kemasan produk yang ekonomis dan kecil menjadikan kosmetik *share in jar* lebih mudah untuk dibawa bepergian tanpa perlu memakan banyak tempat.⁴¹



⁴¹Beauty Party, *Kelebihan dan Kekurangan Membeli Produk Kemasan Share in jar*, <https://beautyparty.id/skincare/kelebihan-dan-kekurangan-membeli-produk-kemasan-share-in-jar>, diakses pada tanggal 29 Desember 2021 Pukul 22.31 WIB.

BAB 3 PEMBAHASAN

3.1 Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Penggunaan Produk Kosmetik dengan sistem *Share in jar* Tanpa Label pada Kemasan.

Indonesia merupakan negara hukum hal ini sesuai dengan isi dari Pasal 1 Ayat (3) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, sehingga hak-hak hukum warga negaranya harus dijamin, yang mana hak tersebut berupa diberikannya perlindungan hukum bagi setiap warga negaranya. Di era sekarang jaminan perlindungan hukum terhadap konsumen mendapat banyak perhatian dikarenakan konsumen sebagai pemakai atau pengguna barang dan atau jasa sudah seharusnya hak-haknya untuk dilindungi, bukan hanya untuk menjamin pada keselamatan atau menghindari kecurangan transaksi tetapi juga harus menjamin kepuasan konsumen dan standard mutu yang tinggi, sehingga konsumen bisa merasa aman karena adanya suatu perlindungan akan keselamatan serta kecurangan atas produk atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Dalam prakteknya, konsumen memiliki resiko yang lebih besar daripada pelaku usaha, dengan kata lain hak-hak konsumen sangat rentan, hal ini disebabkan posisi tawar konsumen yang lemah, maka hak-hak konsumen sangat riskan untuk dilanggar. Perlindungan hukum bagi konsumen menjadi sangat penting, karna konsumen di samping mempunyai hak-hak yg bersifat universal juga mempunyai hak-hak yang bersifat sangat spesifik (baik situasi maupun kondisi).⁴²

Perlindungan konsumen merupakan bagian yang tak terpisahkan dari kegiatan bisnis yang sehat, dalam kegiatan bisnis yang sehat terdapat keseimbangan perlindungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha. Dengan tidak adanya perlindungan hukum yang seimbang menyebabkan konsumen berada pada posisi yang lemah serta akan menimbulkan kerugian pada pihak konsumen.⁴³ Masalah perlindungan konsumen yang dihadapi selama ini faktor utamanya yaitu tidak adanya keseimbangan posisi konsumen dengan pelaku usaha, sehingga untuk mewujudkan keseimbangan tersebut diperlukan pemberdayaan konsumen

⁴² Abdul Halim Barkatullah, *Op. Cit*, h. 1.

⁴³ Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi konsumen Di Indonesia*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013) h. 1.

yang dilakukan dengan cara menegakkan hak-hak konsumen sebagaimana yang telah diatur dalam undang-undang, sehingga usaha apapun yang dilakukan dalam rangka perlindungan konsumen tidak dapat dipisahkan dari penegakan hak konsumen yang secara garis besar dibagi menjadi 3 (tiga) bagian yaitu : (a) hak yang dimaksudkan untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik kerugian personal, maupun kerugian harta kekayaan; (b) hak untuk memperoleh barang dengan harga yang wajar; (c) hak untuk memperoleh penyelesaian yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi.⁴⁴

Perlindungan hukum merupakan suatu upaya yang dapat diberikan kepada konsumen untuk mendapatkan haknya dan memberi bantuan kepada korban akibat adanya perbuatan yang bertentangan dengan hukum. Perlindungan hukum diberikan kepada setiap orang untuk menciptakan suatu keadilan, ketertiban, kepastian dan kemanfaatan.⁴⁵ Konsumen pengguna kosmetik dengan sistem *share in jar* tanpa label pada kemasan perlu untuk dilindungi hal ini mengingat label merupakan hal penting dalam sebuah produk. Hal ini senada dengan pendapat Tjiptono yang menyatakan bahwa yang dimaksud dengan label yaitu suatu bagian dari produk yang membawa informasi verbal dan merupakan bagian dari kemasan tentang produk. Selanjutnya dijelaskan pula bahwa label merupakan tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan,⁴⁶ sedangkan kemasan berdasarkan Pasal 1 Ayat (5) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 30 Tahun 2020 tentang Persyaratan Teknik Penandaan Kosmetika yaitu bahan yang digunakan untuk mewadahi dan/ atau membungkus kosmetika baik yang bersentuhan langsung maupun tidak. Label memuat informasi yang penting bagi konsumen, untuk itu perlu dicantumkan dalam sebuah produk khususnya kosmetik, seperti yang kita ketahui bahwa kosmetik merupakan salah satu produk yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan sekunder baik wanita maupun pria

⁴⁴ *Ibid.* h. 180.

⁴⁵ Made Isma Amanda Swadesi, I Nyoman Putu Budhiarta dan Ni Made Pusputari Ujianti, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Label Berbahasa Asing Dalam Suatu Produk Kosmetik*, Jurnal Analogi Hukum, Vol. 3 No. 3, 2021, h. 3.

⁴⁶ Rahmatul Hidayah, Sri Nuringwahyu, Daris Zunaida, *Persepsi Konsumen Tentang Labelisasi BPOM Pada Pembelian Kosmetik Impor*, Jurnal Jiagabi, Vol.11 No. 1, 2022, h. 3

agar penampilannya lebih menarik. Tanpa adanya label konsumen sulit untuk memastikan komposisi dan proses yang dilalui produk tersebut, dengan adanya label yang berisi informasi membantu konsumen untuk memastikan bahwasanya produk tersebut aman untuk digunakan, serta akan dijadikan pertimbangan bagi konsumen untuk membeli produk tersebut atau tidak.

Perlindungan hukum dibagi menjadi 2 (dua) yaitu perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif. Perlindungan Hukum Preventif, merupakan suatu bentuk perlindungan yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya suatu pelanggaran. Bentuk perlindungan hukum preventif terdapat dalam peraturan perundang-undangan yang bertujuan untuk mencegah terjadinya tindakan-tindakan yang mengakibatkan suatu pelanggaran serta untuk memberikan batasan-batasan dalam melaksanakan kewajiban. Selanjutnya perlindungan hukum represif yaitu suatu bentuk perlindungan akhir yang berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan kepada pelanggar apabila terjadi suatu sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran.⁴⁷

Berdasarkan sumbernya, perlindungan hukum dibagi menjadi 2 (dua) jenis yaitu perlindungan hukum internal dan perlindungan hukum eksternal. Hakekat dari perlindungan hukum internal yaitu pada dasarnya perlindungan hukum yang dimaksud dikemas sendiri oleh para pihak pada saat membuat perjanjian, perjanjian tersebut secara otomatis terjadi ketika konsumen pengguna kosmetik *share in jar* mengikatkan dirinya kepada pelaku usaha dengan membayar sejumlah uang sebagai kewajibannya dengan harapan mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan keinginannya. Ketika mengemas klausula-klausula kontrak, kedua belah pihak menginginkan agar kepentingannya terakomodir atas dasar kata sepakat. Demikian juga segala resiko diusahakan dapat ditangkal lewat pemberkasan lewat klausula-klausula yang dikemas atas dasar sepakat pula, sehingga dengan klausula tersebut para pihak dapat memperoleh perlindungan

⁴⁷ Dyah Permata Budi Asri, *Perlindungan Hukum Preventif Terhadap Ekspresi Budaya Tradisional Di Daerah Istimewa Yogyakarta Berdasarkan Undang-Undang No 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta*, Journal of Intellectual Property, Vol. 1 No. 1, 2018, h. 6.

hukum yang berimbang bersarkan persetujuan bersama.⁴⁸ Dalam kasus pembelian kosmetik dengan sistem *share in jar* tidak terdapat perlindungan hokum internal hal ini dikarenakan perlindungan hokum internal dibentuk sendiri oleh para pihak yang mana apabila suatu hari terjadi sengketa maka yang digunakan adalah perlindungan hokum eksternal yakni suatu perlindungan hokum yang diciptakan oleh pemerintah melalui regulasi atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Perlindungan hukum eksternal merupakan perlindungan hukum yang diciptakan oleh pihak berwenang melalui pembentukan peraturan yang ditujukan untuk kepentingan pihak yang lemah.⁴⁹ Bentuk perlindungan hukum eksternal yang diberikan oleh pihak berwenang adalah dengan dikeluarkannya Undang - Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindunganann Konsumen. Selain itu terdapat peraturan lain yan ditujukan untuk memberikan perlindungan terhadap hak-hak yang seharusnya diperoleh konsumen yang diantaranya Undang-Undang No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan serta Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan No. HK.00.05.42.1745 Tahun 2003 tentang kosmetik.

Pasal 1 ayat (1) UUPK memberikan penjelasan bahwa perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Kemudian dalam Pasal 3 UUPK mengatur mengenai tujuan perlindungan konsumen, yaitu sebagai berikut:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkan dari akses negatif atas suatu produk;
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, pementukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
4. Menciptakan sistem perlindungan hukum yang memiliki kepastian hukum dan ketertiban informasi serta akses untuk memperoleh informasi atas suatu produk;
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap jujur dan bertanggung jawab dalam melakukan usahanya;

⁴⁸ Moch Isnaeni, *Pengantar Hukum Kebendaan*, (Surabaya: Revka Petra Media, 2016), h. 159-160.

⁴⁹ *Ibid.* h. 163

6. Meningkatkan kualitas produk dan menjamin kelangsungan usaha produksi atas kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Diundangkannya UUPK diharapkan mampu membuat masyarakat Indonesia untuk lebih sadar akan segala hak dan kewajiban yang dimilikinya terhadap pelaku usaha. Untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meingkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan serta kemandiriannya untuk melindungi dirinya dari sikap pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Selain itu UUPK secara langsung mendorong pelaku usaha untuk bertanggung jawab. Namun kendala dalam mewujudkan terpenuhinya hak konsumen tidak terbatas dalam kesadaran konsumen akan haknya, tetapi juga adanya persepsi yang salah dikalangan pelaku usaha bahwa perlindungan konsumen akan menimbulkan kerugian terhadapnya.⁵⁰

Pasal 2 UUPK dijelaskan bahwa perlindungan hukum bagi konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum. Perlindungan konsumen di Indonesia diselenggarakan berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dengan pembangunan nasional yaitu:

1. Asas manfaat
Dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan hukum bagi konsumen harus memberi manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha;
2. Asas keadilan
Dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil;
3. Asas keseimbangan
Dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah;
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen
Dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan pada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan;

⁵⁰ Celina Tri Siwi Kristiyani, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2016), h. 12.

5. Asas kepastian hukum

Dimaksudkan untuk memberikan keadilan kepada konsumen maupun pelaku usaha dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen berdasarkan jaminan kepastian oleh negara.

Pemenuhan terhadap hak-hak konsumen baik oleh negara maupun pelaku usaha bertujuan untuk melindungi konsumen dari berbagai aspek resiko kerugian, dalam hal ini berkaitan dengan resiko akan keamanan dan keselamatan para konsumen pengguna kosmetik *share in jar*. Hubungan antara konsumen dan pelaku usaha merupakan hubungan yang terus menerus dan berkesinambungan, yang mana hubungan tersebut terjadi karena keduanya memang saling menghendaki dan mempunyai ketergantungan yang cukup tinggi satu sama lain. Tujuan perlindungan hukum secara langsung adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen. Lahirnya UUPK merupakan suatu bentuk perkembangan dalam upaya untuk melindungi hak-hak konsumen. UUPK tidak hanya memberikan perlindungan secara materiil yang bertujuan untuk mencegah timbulnya kerugian pada konsumen, akan tetapi juga dalam hukum acara atau hukum formal yang dimaksudkan untuk memudahkan konsumen dalam menuntut pemulihan haknya kepada pelaku usaha, baik melalui proses pengadilan maupun diluar pengadilan.

Perlindungan konsumen yang sangat berkaitan erat dengan persoalan yang cukup mendesak dihadapi oleh konsumen dewasa ini yaitu banyaknya produk kosmetik yang beredar di pasaran baik ditawarkan secara *online* maupun *offline*. Kosmetik dikenal manusia sejak berabad-abad yang lalu, pemakaian kosmetik menjadi suatu yang penting yaitu selain untuk kecantikan juga untuk kesehatan tidak heran dewasa ini bahwa produk kosmetik sangat diperlukan oleh manusia baik laki-laki maupun perempuan.⁵¹ Produk kosmetik tersebut dipakai secara berulang setiap harinya dan digunakan pada tubuh, mulai dari rambut hingga kaki sehingga dalam pemakaiannya diperlukan persyaratan untuk menjamin keamanan dari produk kosmetik tersebut. Keamanan terkait dengan produk kosmetik diatur dalam Pasal 98 Ayat (1) Undang-Undang no. 36 tahun 2009 Tentang Kesehatan

⁵¹ Fisca fajriani Sukma, *Identifikasi Asam Dehidroasetat dalam Produk Kosmetika dengan Menggunakan HPLC (High Performance Liquid Chromatography)*, QUIMICA Jurnal Kimia Sains dan Terapan, Vol.1 No.2, 2019, h.1.

yang mana dijelaskan bahwa sediaan farmasi yang didalamnya termasuk kosmetik harus aman, berkhasiat/ bermanfaat, bermutu, dan terjangkau. Sehingga dalam proses produksinya harus memenuhi standar sebagaimana yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Adapun persyaratan dasar guna menjamin mutu, keamanan, dan kemanfaatan dari kosmotek yang diproduksi berdasarkan Pasal 8 Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan RI No. HK. 00.05.4.1745 tentang kosmetik antara lain:

1. Industri kosmetik harus memenuhi persyaratan Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik (CPKB);
2. Industri yang memenuhi persyaratan Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik (CPKB) diberikan Sertifikat oleh Kepala Badan.

Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik (CPKB) merupakan salah satu factor yang penting untuk dapat menghasilkan produk kosmetik yang memenuhi standar mutu dan keamanan. Dengan menerapkan CPKB pada seluruh rangkaian produksi merupakan langkah yang penting untuk menjamin mutu, keamanan, dan kemanfaatan kosmetik bagi penggunaanya. Terhadap penjaminan suatu mutu barang diatur dalam pasal 7 huruf d Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 menyatakan bahwa, pelaku usaha harus menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku. Dimana barang dan/atau jasa dapat dikatakan memenuhi ketentuan standar mutu yaitu telah sesuai dengan persyaratan yang ditentukan, mendapatkan izin edar dari BPOM serta sesuai dengan peraturan perundang-undangan, yang mana hal demikian bertujuan untuk mengurangi resiko timbulnya kerugian pada konsumen pengguna barang dan/ atau jasa tersebut.

Minimnya informasi serta bekal pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen terkait kosmetik, sedangkan permintaan dari produk kosmetik sangat tinggi di mengakibatkan banyak jenis produk kosmetik yang diperjualbelikan di pasaran. Hal tersebut banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha yang berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan menyediakan berbagai inovasi kosmetik yang salah satunya adalah kosmetik *share in jar*. Konsep kosmetik *share in jar* ini cukup menarik perhatian konsumen dikarenakan dengan mengemas ulang produk kosmetik dengan ukuran yang lebih ekonomis tentunya akan lebih memudahkan

konsumen untuk mendapatkan produk kosmetik tersebut. Dengan sistem *share in jar* konsumen tidak perlu mengeluarkan banyak uang untuk mendapatkan produk kosmetik yang diinginkan, hal ini mengingat kosmetik merupakan produk yang berbahan dasar kimia yang dalam pengaplikasiannya tidak selalu cocok dengan semua kulit serta tidak semua produk kosmetik menyediakan sampel yang dapat dicoba terlebih dahulu oleh konsumen, maka produk kosmetik *share in jar* merupakan jawaban yang tepat bagi konsumen.

Pasal 8 ayat (1) huruf (b) UUPK menyatakan bahwa, 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. Pada kenyataannya yang terjadi di pasaran, dengan adanya produk kosmetik *share in jar* membuat hak-hak konsumen yang diatur dalam Pasal 4 utamanya huruf A dan C UUPK tidak penuhi. Dapat dikatakan tidak terpenuhi karena produk kosmetik yang beredar tidak mencantumkan informasi dengan benar, jelas, dan jujur sehingga hak konsumen untuk mendapatkan rasa kenyamanan, keselamatan serta keamanan dalam mengkonsumsi/menggunakan produk tersebut tidak dapat terwujud. Berkaitan dengan informasi yang dimaksud adalah informasi yang mendukung produk kosmetik *share in jar* seperti tanggal kedaluwarsa, komposisi, cara penggunaan, izin edar dan lain sebagainya. Keadaan yang demikian dipengaruhi oleh posisi konsumen yang tidak seimbang dengan pelaku usaha. Perhatian kepada konsumen sebagai posisi yang lemah, dimana pelaku usaha seringkali mengabaikan hak-hak yang semestinya diperoleh oleh konsumen. Sebagai konsumen tentunya tidak dapat memastikan apakah produk kosmetik yang dijual tersebut merupakan produk original dan tidak ditambah dengan bahan lainnya. Dengan memanfaatkan posisi konsumen yang lemah tersebut pelaku usaha seringkali melakukan kecurangan dalam memperjualbelikan produknya, yang salah satunya tidak memberikan yang lengkap terkait dengan produk yang dijual.

Selanjutnya dalam kasus kosmetik *share in jar* pelaku usaha dilarang untuk melakukan kegiatan produksi dan/ atau memperdagangkan barang dan atau jasa yang tidak mencantumkan tanggal kedaluwarsa atau jangka waktu

penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu hal ini sesuai yang diatur dalam Pasal 8 Ayat (1) huruf g UUPK serta pelaku usaha dalam menjalankan bisnis kosmetik dengan sistem *share in jar* juga telah melanggar Pasal 8 Ayat (1) huruf i yang menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang untuk 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. Tanpa adanya label konsumen sulit untuk memastikan komposisi dan proses yang dilalui produk tersebut, dengan adanya label yang berisi informasi membantu konsumen untuk memastikan bahwasanya produk tersebut aman untuk digunakan, serta akan dijadikan pertimbangan bagi konsumen untuk membeli produk tersebut atau tidak. Selain itu berdasarkan Pasal 8 ayat (2) UUPK pelaku usaha juga dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud. Pasal 8 ayat (2) menjelaskan bahwa pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar. Pasal 8 ayat (3) menjelaskan bahwa pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Pada dasarnya praktek *share in jar* merupakan hal yang wajar di masyarakat, konsumen menyikapi inovasi dari pelaku usaha ini sebagai suatu hal yang wajar namun tanpa diketahui dan minimnya informasi yang dimiliki konsumen bahwasanya dibalik *share in jar* yang menguntungkan konsumen juga terdapat hak-hak konsumen yang dilanggar serta membahayakan bagi diri konsumen apabila mengkonsumsi atau menggunakannya. Tidak dapat dipungkiri bahwasanya kosmetik dengan berbagai bentuk baik padat maupun cair sangat rentan terkontaminasi bakteri dari udara, ditambah lagi produk *share in jar* tidak didaftarkan pada BPOM untuk mendapatkan izin edar maka jaminan mutunya perlu dipertanyakan. Para pelaku usaha juga belum mencantumkan label

terkait informasi produk pada kemasan, seperti tanggal produksi maupun tanggal kedaluwarsa produk tersebut, No izin BPOM, manfaat produk dan efek samping penggunaan produk tersebut. Hal ini tentu saja bertentangan dengan Pasal 4 Huruf A UUPK yang menyatakan bahwa setiap konsumen berhak atas rasa aman, nyaman, dan selamat dalam penggunaan produk, dengan tidak dicantumkan label pada kemasan terkait informasi dari produk tersebut akan menyebabkan konsumen merasa tidak aman dalam menggunakan produk yang diperjualbelikan serta perbuatan yang dilakukan oleh pelaku usaha bertentangan dengan hukum. Selain itu ada hak konsumen yang dilanggar akibat dari kurangnya informasi yang benar, jelas, dan jujur terkait produk kosmetik *share in jar*, hal tersebut terkait dengan Pasal 4 Huruf C UUPK.

Pasal 5 Ayat (1) Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia No. 19 Tahun 2015 tentang Persyaratan Teknis Kosmetika mengharuskan kosmetika yang beredar di pasaran memberikan informasi mengenai kosmetika tersebut secara lengkap obyektif, dan tidak menyesatkan pada penandaan kosmetika. Kemudian lebih lanjut pada Pasal 5 Ayat (2) dijelaskan bahwa informasi tersebut yang diantaranya yaitu:

- a. dapat berbentuk tulisan, gambar, warna, atau kombinasi antara atau ketiganya atau bentuk lainnya yang disertakan pada Kosmetika atau dimasukkan dalam kemasan sekunder atau merupakan bagian dari kemasan primer dan/atau kemasan sekunder;
- b. harus lengkap dengan mencantumkan semua informasi yang dipersyaratkan;
- c. harus obyektif dengan memberikan informasi sesuai dengan kenyataan yang ada dan tidak boleh menyimpang dari sifat keamanan dan kemanfaatan Kosmetika;
- d. harus tidak menyesatkan dengan memberikan informasi yang jujur, akurat, bertanggung jawab, dan tidak boleh memanfaatkan kecuatiran masyarakat akan suatu masalah kesehatan; dan
- e. tidak boleh menyatakan seolah-olah sebagai obat.

Pasal 7 Ayat (1) Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia No. 19 Tahun 2015 tentang Persyaratan Teknis Kosmetika menjelaskan bahwa informasi yang harus dicantumkan pada kemasan produk minimal memuat:

- a. Nama kosmetika;
- b. Kemanfaatan/ kegunaan;
- c. Komposisi;
- d. Nama dan negara produsen;
- e. Nama dan alamat lengkap pemohon notifikasi;
- f. Nomor bets;
- g. Ukuran, isi atau berat bersih;
- h. Tanggal kedaluwarsa;
- i. Nomor notifikasi; dan
- j. Peringatan/ perhatian dan keterangan lain, jika dipersyaratkan.

Berdasarkan pertauran diatas, maka suatu produk diharapkan memberikan informasi yang sejelas-jelasnya kepada konsumen pengguna kosmetik *share in jar*. ketentuan mengenai informasi sebagaimana yang telah diatur dalam UUPK menjadi suatu hal yang sangat penting hal ini dikarenakan dengan adanya informasi yang tercantum dalam kemasan, para konsumen yang akan membeli produk tersebut dapat mengetahui dengan jelas dan rinci mengenai khasiat, komposisi, mutu maupun kualitas produk tersebut, informasi akan menjadi hal yang sangat penting bagi konsumen untuk memilih dan menilai suatu produk sebelum memutuskan untuk membeli barang tersebut. Selain itu dengan memberikan informasi terkait produk yang dipasarkan membuat konsumen yang akan menggunakan produk tersebut merasa aman dan nyaman. Hal tersebut penting selain telah diatur dalam UUPK juga bertujuan untuk melindungi hak konsumen yang berada pada posisi lemah serta tidak tahu bagaimana proses produksi dari perilaku pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab.

Selanjutnya pada bagian 30 Keputusan Presiden Nomor 103 Tahun 2001 tentang Kedudukan, Fungsi, Kewenangan, Susunan Organisasi dan Tata Kerja Lembaga Non Departemen dijelaskan bahwa BPOM Republik Indonesia merupakan Lembaga non departemen yang dibentuk untuk melindungi masyarakat dari permasalahan-permasalahan dibidang obat dan makanan guna melaksanakan tugas pemerintahan dalam bidang pengawasan obat dan makanan serta peredarannya, selain itu dibentuknya BPOM bertujuan untuk memberikan perlindungan kepada masyarakat sebagai konsumen dengan melakukan pengawasan obat dan makanan serta melakukan tindakan penegakan hukum terhadap pelanggaran terkait dengan obat dan makanan. Dalam Pasal 68

Keputusan Presiden Nomor 103 Tahun 2001 tentang Kedudukan, Fungsi, Kewenangan, Susunan Organisasi dan Tata Kerja Lembaga Non Departemen menyatakan bahwa dalam melaksanakan tugas BPOM menyelenggarakan fungsi sebagai berikut:

- a. pengkajian dan penyusunan kebijakan nasional di bidang pengawasan obat dan makanan;
- b. pelaksanaan kebijakan tertentu di bidang pengawasan obat dan makanan;
- c. koordinasi kegiatan fungsional dalam pelaksanaan tugas BPOM;
- d. pemantauan, pemberian bimbingan dan pembinaan terhadap kegiatan instansi pemerintah dan masyarakat di bidang pengawasan obat dan makanan;
- e. penyelenggaraan pembinaan dan pelayanan administrasi umum di bidang perencanaan umum, ketatausahaan, organisasi dan tatalaksana, kepegawaian, keuangan, kearsipan, hukum, persandian, perlengkapan dan rumah tangga.

Kemudian dalam Pasal 69 diatur lebih lanjut mengenai kewenangan BPOM yang diantaranya :

- a. penyusunan rencana nasional secara makro di bidangnya;
- b. perumusan kebijakan di bidangnya untuk mendukung pembangunan secara makro;
- c. penetapan sistem informasi di bidangnya;
- d. penetapan persyaratan penggunaan bahan tambahan (zat aditif) tertentu untuk makanan dan penetapan pedoman pengawasan peredaran obat dan makanan;
- e. pemberian izin dan pengawasan peredaran obat serta pengawasan industri farmasi;
- f. penetapan pedoman penggunaan konservasi, pengembangan dan pengawasan tanaman obat.

Bentuk perlindungan eksternal dapat dilakukan oleh BPOM yang bertugas mengawasi obat-obatan maupun makanan (SisPOM) demi memastikan adanya perlindungan kesehatan kepada semua orang dari obat-obatan serta makanan yang tidak memenuhi standar yang ditentukan dalam peraturan perundang-undangan. SisPOM akan melakukan pengawasan melalui peningkatan kesadaran tentang bagaimana kualitas suatu produk yang baik serta cara menggunakan produk tersebut. Pengawasan konsumen terhadap suatu produk dirasa sangat penting karena pada akhirnya para konsumen itu sendiri yang akan merasakan dampak

dari produk yang digunakan, sehingga diperlukan pengawasan yang komprehensif sebelum produk diedarkan ke dalam lingkungan masyarakat.⁵² Pengawasan oleh BPOM daitur juga dalam BAB IX Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan RI No. HK.00.05.4.1745 tentang Kosmetik yang mencakup pelaksanaan fungsi sekurang-kurangnya standarisasai, penilaian, sertifikasi, pengujian, pemeriksaan, penyidikan. Serta terhadap pelanggaran terhadap ketentuan dan keputusan tersebut dapat dikenakan sanksi administrative berupa:

- a. Peringatan tertulis;
- b. Penarikan kosmetik dari peredaran termasuk penarikan iklan;
- c. Pemusnahan kosmetik;
- d. Penghentian sementara kegiatan produksi, impor, distribusi, penyimpanan, pengangkutan dan penyerahan kosmetik;
- e. Pencabutan sertifikat dan atau izin edar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat (2) dan atau Pasal 10 ayat (1);
- f. Selain dikenai sanksi administrative sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat pula dikenakan sanksi pidana sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pelaksanaan Undang-Undang No. 36 tahun 2009 Tentang Kesehatan turut disertakan dalam memberantas kosmetik *share in jar* yang beredar tanpa menyertakan label yang berisikan informasi atau illegal. Pasal 196 dan Pasal 197 Undang-Undang No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan diterapkan untuk menjerat pelaku usaha yang dengan sengaja memproduksi atau mengedarkan sediaan farmasi dan /atau alat kesehatan yang tidak memiliki izin edar sebagaimana yang diatur dalam Pasal 106 ayat (1) Undang-Undang No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan. Pasal 196 Undang-Undang No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan menyatakan bahwa:

“Setiap orang yang dengan sengaja memproduksi atau mengedarkan sediaan farmasi dan/atau alat kesehatan yang tidak memenuhi standar dan/atau persyaratan keamanan, khasiat atau kemanfaatan, dan mutu sebagaimana dimaksud dalam Pasal 98 ayat (2) dan ayat (3) dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)”

⁵² Made Isma Amanda Swadesi, *Op. Cit.* h. 3

Kemudian Pasal 197 Undang-Undang No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan menyatakan bahwa:

“Setiap orang yang dengan sengaja memproduksi atau mengedarkan sediaan farmasi dan/atau alat kesehatan yang tidak memiliki izin edar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 106 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 15 (lima belas) tahun dan denda paling banyak Rp1.500.000.000,00 (satu miliar lima ratus juta rupiah)”

Berdasarkan Pasal 62 UUPK menyatakan bahwa:

“Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 23 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah)”; (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah)”

“Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)”

“Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku”.

Merujuk pada aturan Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang berhubungan dengan akibat dari penggunaan kosmetik *share in jar* tanpa label pada kemasan sebagaimana contoh kasus yang dialami oleh konsumen yakni pada pemakaian kosmetik *share in jar* selama seminggu wajah terasa gatal, menimbulkan bruntusan pada wajah konsumen, kemasan produk kosmetik *share in jar* bocor dan produk yang lama kelamaan meleleh serta melumuri wadah kosmetik. Pasal 1365 menyatakan bahwa setiap perbuatan melawan hukum yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut. Berdasarkan ketentuan diatas, maka bagi konsumen yang mengalami kerugian akibat mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk tertentu, tidak perlu harus terikat perjanjian untuk

dapat menuntut ganti kerugian, akan tetapi dapat juga menuntut dengan alasan bahwa pelaku usaha telah melakukan perbuatan melanggar hukum.⁵³ Dalam ketentuan pasal 1365 KUH Perdata, suatu perbuatan melawan hukum haruslah mengandung unsur-unsur sebagai berikut;⁵⁴

1. Adanya suatu perbuatan;
2. Perbuatan tersebut melawan hukum;
3. Adanya kesalahan dari pihak pelaku;
4. Adanya kerugian bagi korban;
5. Adanya hubungan kausal antara perbuatan dengan kerugian.

Perbuatan yang dilakukan haruslah merupakan perbuatan yang salah yang dapat berupa kealpaan atau kesengajaan. Kesengajaan sudah cukup bilamana pada waktu melakukan perbuatan atau melalaikan kewajibannya sudah mengetahui atau dapat memperkirakan bahwa akibat dari perbuatannya itu pasti akan timbul. Pemasaran produk kosmetik *share in jar* merupakan perbuatan yang dilakukan dengan sengaja. Kesengajaan tersebut dibuktikan dengan pelaku usaha mengetahui bahwasanya kosmetik merupakan produk yang berbahan dasar kimia dimana dalam proses produksinya harus sesuai dengan persyaratan dan standard mutu tertentu, dalam proses pengemasan ulang tentu resiko seperti produk akan terkontaminasi dengan udara juga telah dapat diprediksi, ke higienisan dalam proses pengemasan juga patut diperhatikan. Hal ini semakin diperparah karena pelaku usaha tidak memberikan label pada kemasan kosmetik *share in jar* yang mana dalam label tersebut harus memuat informasi penting yang nantinya akan dijadikan pertimbangan oleh konsumen apakah membeli atau tidak produk tersebut.

Diperjualbelikannya produk kosmetik *share in jar* tanpa label pada kemasan termasuk perbuatan melawan hukum yang dilakukan atas dasar kesengajaan karena telah melalui berbagai persiapan serta dilakukannya dengan penuh kesadaran. Perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian

⁵³ Ahmad Miru, *Op.Cit.* h. 36

⁵⁴ Sri Redjeki Slamet, *Tuntutan Ganti Rugi Dalam Perbuatan Melawan Hukum: Suatu Perbandingan Dengan Wanprestasi*, Lex Jurnalica, Vol. 10, No. 2, 2013, h.3

akibat penggunaan produk kosmetik *share in jar* harulah mendapat perhatian lebih, karena dalam hal ini akan menumbuhkan rasa aman dan nyaman bagi konsumen pengguna produk tersebut. Dengan adanya urgensi mengenai pentingnya kebutuhan terhadap hak-hak konsumen atas keamanan dan keselamatannya, UUPK sebagai landasan pengaturan perlindungan konsumen diharapkan dapat melindungi hak-hak konsumen.

Penjelasan sebagaimana yang telah diuraikan diatas memberikan makna perlindungan secara hukum terhadap konsumen yang mengalami kerugian akibat penggunaan kosmetik *share in jar* tanpa label pada kemasan bertujuan untuk menciptakan rasa aman terhadap konsumen serta ditujukan untuk menciptakan lingkungan usaha atau berbisnis yang bersih, jujur dan saling menguntungkan. Pada dasarnya, perlindungan hukum dengan sendirinya muncul setelah terjalin proses hubungan hukum yang mengikat satu sama lain yakni antara pelaku usaha dan konsumen. Perjanjian dalam hal ini tidak terbatas pada perjanjian dalam bentuk tertulis saja. Hubungan dan perbuatan hukum tersebut antara pelaku usaha dan konsumen pengguna kosmetik *share in jar* yang telah diatur dalam UUPK secara otomatis timbul saat terjadinya hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang terkandung didalamnya. Dengan kata lain, bentuk perlindungan hukum pada penulisan ini terletak pada pemenuhan hak-hak kosumen sesuai dengan prinsip dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

3.2 Upaya Penyelesaian yang Dapat Dilakukan Oleh Konsumen yang Mengalami Kerugian Akibat Penggunaan Produk Kosmetik *Share in jar* Tanpa Label pada Kemasan.

Pembangunan dan perkembangan perekonomian umumnya dan utamanya di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi maupun dinikmati oleh konsumen. Di samping itu arus globalisasi dan perdagangan bebas didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan /atau jasa yang ditawarkan pelaku usaha melintasi batas-batas wilayah suatu negara sehingga barang dan/atau jasa yang ditawarkan

tersebut bervariasi baik produksi dari dalam negeri maupun dari luar negeri.⁵⁵ Dari berbagai transaksi perdagangan tersebut menimbulkan banyak persoalan terkait dengan penggunaan produk hingga kemudian menimbulkan sengketa yang harus diselesaikan oleh masing-masing pihak.

Salah satu persoalan yang muncul yaitu penggunaan kosmetik *share in jar* yang tanpa memberikan label terkait dengan informasi produk tersebut, dalam hal ini kosmetik *share in jar* dapat dikategorikan dalam jenis kosmetik ilegal/tanpa izin edar walaupun merek kosmetik yang diperjualbelikan sebagian besar merupakan merek-merek yang telah terdaftar pada BPOM. Diakatakan bahwasanya kosmetik *share in jar* ilegal karena diproduksi oleh pelaku usaha yang tidak memiliki kewenangan/ tidak sesuai dengan nama produsen yang semestinya. Selain itu, jenis maupun ukuran kemasan yang digunakan oleh pelaku usaha kosmetik *share in jar* berbeda dengan ukuran kemasan yang telah didaftarkan pada BPOM.

Sengketa merupakan perilaku pertentangan antara kedua orang atau lembaga atau lebih yang menimbulkan suatu akibat hukum dan karenanya dapat diberikan sanksi hukum bagi salah satu diantara keduanya.⁵⁶ Sengketa biasanya bermula dari situasi dimana ada pihak yang merasa dirugikan oleh orang lain. Pihak yang merasa dirugikan akan menyampaikan ketidakpuasannya kepada pihak kedua, apabila pihak kedua mampu menyelesaikan dan memuaskan pihak pertama maka konflik selesai. Sebaliknya apabila reaksi pihak kedua menunjukkan perbedaan pendapat atau memiliki nilai-nilai yang berbeda, maka akan terjadi suatu sengketa.⁵⁷

Hukum yang mengatur mengenai ganti rugi perdata diatur dalam Pasal 1365 KUH Perdata dimana ditentukan kewajiban pelaku perbuatan melawan hukum untuk membayar ganti rugi, namun ketentuan Pasal 1365 KUH Perdata tidak memberikan perumusan dari perbuatan melawan hukum tetapi hanya

⁵⁵ Duwi Handoko, *Hukum Penyelesaian Sengketa Konsumen*, (Pekanbaru: Hawa dan AHWA, 2019), h. 2.

⁵⁶ Tim Dosen STISNU Nusantara, *Modul matakuliah Arbitrase Penyelesaian Sengketa*, (Tangerang: PSP Nusantara Press, 2018), h. 33.

⁵⁷ Yuhelson, *Hukum Arbitrase* (Yogyakarta: Arti Bumi Intaran, 2018), h.3-4.

mengatur seseorang mengalami kerugian karena perbuatan melawan hukum.⁵⁸ Berdasarkan hal tersebut pelaku usaha harus mengganti kerugian yang ditimbulkannya maupun keuntungan yang dapat diharapkan diterima. Mengenai penggantian atas keuntungan yang sekiranya dapat diharapkan diterima tidaklah semudah diperkirakan untuk menetapkan besarnya jumlah ganti kerugian tersebut. Besarnya ganti kerugian ditetapkan dengan penafsiran di mana diusahakan agar si penderita yang dirugikan sebanyak mungkin dikembalikan pada keadaan semula sebelum terjadinya perbuatan melawan hukum.⁵⁹

Upaya hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian akibat penggunaan kosmetik *share in jar* tanpa label pada kemasan dalam rangka untuk menuntut hak-haknya diatur dalam Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan Pasal 19 Ayat (1) UUPK dijelaskan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Kemudian dalam Pasal 19 Ayat (3) UUPK dijelaskan lebih lanjut bahwasanya pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi. Apabila dalam kurun waktu 7 (tujuh) hari pelaku usaha tidak memberikan ganti rugi akibat dari mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan pelaku usaha maka akan timbul sengketa konsumen. Konsumen yang dirugikan dapat melakukan upaya hukum dengan cara menggugat pelaku usaha.

Sengketa yang terjadi antara konsumen dan pelaku usaha harus segera diselesaikan agar tercipta suatu hubungan yang baik antar keduanya. Upaya penyelesaian sengketa dimaksudkan untuk menjamin terciptanya hak dan kewajiban para pihak tanpa harus ada yang merasa dirugikan. Penyelesaian sengketa bukan hanya terkait dengan perdamaian penyelesaian sengketa akan tetapi juga membutuhkan suatu objek tertentu untuk bisa mencapai perdamaian, yaitu dalam pemberian sejumlah ganti kerugian yang sesuai dengan jumlah dan bentuk kerugian yang dialami.

⁵⁸ *Ibid.* h.2.

⁵⁹ Sri Redjeki, *Op.Cit.*,h. 7.

Upaya dalam melindungi konsumen yang mengalami kerugian akibat penggunaan kosmetik *Share in jar* tanpa label pada kemasan diatur dalam Pasal 1 UUPK yang menyatakan bahwa segala sesuatu yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Kemudian dijelaskan lebih lanjut dalam Pasal 3 UUPK mengenai tujuan dari perlindungan konsumen tersebut yang diantaranya bertujuan untuk:

1. meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2. mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
3. meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
4. menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
5. menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha;
6. meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui jalur pengadilan (*litigasi*) maupun jalur luar pengadilan (*non litigasi*) berdasarkan pilihan dari para pihak yang bersangkutan. Hal ini sesuai dengan Pasal 45 UUPK yang menyebutkan bahwa:

1. setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.
2. penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.
3. penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggungjawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-undang.
4. apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat

ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

Pasal 45 telah mengatur bahwa terdapat 2 (dua) upaya penyelesaian sengketa konsumen yaitu melalui jalur pengadilan (*litigasi*) dan jalur luar pengadilan (*non litigasi*) dalam hal ini para pihak yang bersengketa dapat memilih jalur mana yang akan ditempuh untuk menyelesaikan sengketa.

1. Penyelesaian Sengketa Konsumen Diluar Pengadilan/ Non Litigasi

Berdasarkan Pasal 47 UUPK menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan penyelesaian sengketa diluar pengadilan yaitu:

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

Penyelesaian sengketa di luar pengadilan dapat ditempuh oleh konsumen yang mengalami kerugian akibat dari penggunaan kosmetik *share in jar* untuk mendapatkan haknya Kembali. Bentuk penyelesaiannya berupa kesepakatan antara konsumen dan pelaku usaha untuk menetapkan besarnya ganti rugi sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 47 UUPK. Hal ini untuk menjamin hak dari konsumen agar terhindar dari perbuatan yang tidak bertanggung jawab oleh pelaku usaha.

Proses penyelesaian sengketa diluar pengadilan akan menghasilkan kesepakatan yang “*win-win solution*” hal ini dikarenakan penyelesaian sengketa di luar pengadilan melalui kesepakatan dan musyawarah antara para pihak sehingga dapat menghasilkan suatu keputusan bersama yang dapat diterima oleh kedua belah pihak dan keputusan yang dihasilkan dapat dijamin kerahasiaan sengketa para pihak karena tidak ada kewajiban untuk proses persidangan yang terbuka untuk umum dan dipublikasikan. Penyelesaian sengketa diluar pengadilan ini tentu berbeda dengan penyelesaian yang dilakukan di pengadilan hal ini karena proses penyelesaian sengketa melalui pengadilan menghasilkan suatu keputusan yang bersifat adversarial yang belum mampu merangkul kepentingan bersama, karena menghasilkan suatu putusan “*win lose solution*” yang mana aka nada pihak

yang menang dan pihak yang kalah serta akan ada satu pihak yang merasa puas dan satu pihak merasa tidak puas sehingga akan menimbulkan suatu permasalahan yang baru antara pihak yang bersengketa. Selain itu proses penyelesaian sengketa yang lambat, waktu yang lama, dan biaya yang relative mahal.⁶⁰

Pasal 6 ayat (1) Undang-undang Nomor 30 tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa menyatakan bahwa:

“Sengketa atau beda pendapat perdata dapat diselesaikan oleh para pihak melalui alternatif penyelesaian sengketa yang didasarkan pada itikad baik dengan mengesampingkan penyelesaian secara litigasi di Pengadilan Negeri”

Pasal 45 ayat (2) UUPK menjelaskan bahwa penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa, penyelesaian sengketa sebagaimana yang dimaksud pada ayat tersebut tidak menutup kemungkinan penyelesaian damai oleh para pihak yang bersengketa, dengan mengusahakan untuk menyelesaikan sengketa secara damai pada setiap tahapan. Kemudian diatur lebih lanjut dalam Pasal 45 ayat (3) bahwasanya penyelesaian sengketa diluar pengadilan sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 45 ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana yang telah diatur dalam Undang-undang.

Undang- undang tentang Perlindungan Konsumen telah mengatur mengenai hak dan kewajiban serta tanggung jawab bagi pelaku usaha. Hal tersebut merupakan bentuk upaya dalam rangka menyeimbangkan kedudukan antara pelaku usaha dan konsumen. Tindakan pelaku usaha yang menempatkan konsumen pada posisi yang lemah dilakukan oleh pelaku usaha dengan melakukan perbuatan yang dilarang yang mana perbuatan tersebut telah melanggar hak yang semestinya didapat oleh konsumen, dengan demikian masih sangat diperlukan usaha yang maksimal untuk dapat benar-benar menempatkan pihak konsumen pada posisi yang seimbang dengan pelaku usaha. Dalam proses

⁶⁰ Rika Lestari, *Perbandingan Hukum Penyelesaian Sengketa Secara Mediasi Di Pengadilan dan Di Luar Pengadilan di Indonesia*, Vol.3 No.2, 2013, h.2.

penyelesaian sengketa di luar pengadilan tersedia 2 (dua) pilihan penyelesaian sengketa yang dapat ditempuh oleh konsumen yaitu.⁶¹

a. Penyelesaian sengketa secara damai oleh para pihak yang bersengketa.

Penyelesaian sengketa secara damai oleh para pihak yang bersengketa yaitu pelaku usaha dan konsumen tanpa melalui pengadilan atau badan penyelesaian sengketa konsumen dan sepanjang tidak bertentangan dengan UUPK dapat dilakukan hal ini sesuai dengan napa yang dimaksud dalam Pasal 43 Ayat (2) UUPK. Bahkan lebih lanjut dalam pasal tersebut dikemukakan bahwa pada setiap tahap diusahakan untuk menggunakan penyelesaian damai oleh kedua belah pihak yang bersengketa. Dalam penjelasan Pasal 45 Ayat (2) UUPK dapat diketahui bahwa UUPK menghendaki agar upaya penyelesaian secara damai diupayakan terlebih dahulu oleh para pihak yang bersengketa, sebelum menempuh upaya penyelesaian sengketa melalui BPSK atau badan peradilan.

Upaya penyelesaian yang dilakukan konsumen berdasarkan cara damai dan musyawarah memberikan kewenangan yang lebih besar kepada para pihak untuk menyelesaikan dan menemukan sendiri penyelesaian masalahnya sehingga mencapai kesepakatan antara kedua belah pihak yang bersengketa. Penyelesaian sengketa yang paling banyak dilakukan oleh masyarakat dan dapat ditempuh oleh konsumen yang mengalami kerugian akibat kosmetik *share in jar* adalah jalur musyawarah hal ini dikarenakan penyelesaian sengketa secara musyawarah lebih efisien, praktis, dan tidak memakan banyak biaya.

b. Penyelesaian sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen/ BPSK

Penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha dapat terlaksana jika para pihak dapat memenuhi setiap ketentuan yang ada dalam Undang-undang utamanya dalam hal ini terkait dengan Perlindungan Konsumen, karena telah dimungkinkan adanya penyelesaian sengketa baik

⁶¹ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta kendala Implementasinya*, (Jakarta:Kencana, 2008), h.98

melalui pengadilan maupun diluar pengadilan. Penyelesaian sengketa diluar pengadilan yang dimaksud yaitu melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Pasal 1 Ayat (11) UUPK memberikan pengertian bahwasanya yang dimaksud dengan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yaitu badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. BPSK dibentuk di beberapa kota yang ada di Indonesia dan merupakan suatu badan public yang melaksanakan kekuasaan kehakiman eksklusif dibidang perlindungan terhadap konsumen. Dengan adanya BPSK maka penyelesaian sengketa dapat dilakukan secara cepat, mudah, dan murah.⁶²

Pasal 52 UUPK mengatur mengenai tugas dan wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang meliputi:

- a. melaksanakan penanganan dan 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. menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- f. melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;
- g. memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- h. memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap 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;

⁶² *Ibid.*h. 99.

- 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.

Pada prinsipnya penyelesaian sengketa konsumen melalui BPSK dapat dilakukan oleh para pihak yang bersengketa dengan menggunakan mekanisme *alternative dispute resolution* yaitu konsiliasi, mediasi, dan arbitrase.⁶³ Konsumen yang merasa dirugikan dapat mengajukan suatu gugatan. Berikut merupakan penjelasan terkait konsiliasi, negoisasi, dan mediasi.

a) Konsiliasi

Konsiliasi merupakan proses penyelesaian sengketa yang dilakukan dengan cara menyerahkan kepada satu komisi orang-orang yang bertugas menguraikan/menjelaskan fakta-fakta, dan biasanya setelah mendengar para pihak dan mengupayakan agar mereka mencapai satu kesepakatan, membuat usulan-usulan penyelesaian, namun keputusan tersebut tidak mengikat.⁶⁴ Konsiliasi hampir mirip dengan mediasi yang mana dalam menyelesaikan sengketa keduanya melibatkan pihak ketiga untuk menyelesaikan sengketa secara damai. Dalam Undang-Undang No. 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa definisi konsiliasi tidak disebutkan secara eksplisit, namun dalam Pasal 1 angka 10 dapat ditemui bahwasanya konsiliasi merupakan salah satu dari alternatif penyelesaian sengketa di luar pengadilan.

b) Negosiasi

Negosiasi merupakan upaya penyelesaian sengketa yang harus ditempuh terlebih dahulu oleh para pihak yang bersengketa sebelum para pihak menempuh alternatif penyelesaian yang lainnya. Dalam proses negosiasi para

⁶³ *Ibid.* h.14.

⁶⁴ Iswi Hariyani, Cita Yustisia Serfiyani, dan R. Serfianto D. Purnomo, *Penyelesaian Sengketa Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2018), h.109.

pihak yang bersengketa melakukan musyawarah atau perundingan terlebih dahulu untuk menemukan solusi atas apa yang menjadi sengketa diantara keduanya tanpa melibatkan pihak ketiga namun jika negosiasi gagal maka para pihak dapat menempuh upaya penyelesaian dengan cara mediasi dan konsiliasi. Secara umum negosiasi diartikan sebagai upaya penyelesaian sengketa tanpa melalui proses peradilan dengan tujuan utamanya yaitu untuk mencapai kesepakatan bersama atas dasar kerja sama yang lebih harmonis dan kreatif.⁶⁵ Dalam negosiasi para pihak yang bersengketa berhadapan secara langsung untuk mendiskusikan permasalahan antara mereka dengan cara kooperatif dan terbuka. Negosiasi memiliki beberapa keuntungan diantaranya:⁶⁶

1. Negosiasi dapat menjaga kerahasiaan para pihak yang bersengketa;
2. Negosiasi dapat mengenali lebih dalam kepentingan pihak lawan;
3. Negosiasi dapat menyelesaikan sengketa secara bersama-sama tanpa bantuan pihak ketiga;
4. Negosiasi dapat menjaga martabat, reputasi, dan hubungan baik para pihak;
5. Negosiasi dapat dilakukan dan diakhiri sewaktu-waktu serta dilakukan dimana saja sesuai kesepakatan para pihak
6. Negosiasi cocok digunakan untuk menyelesaikan sengketa yang melibatkan konsumen dan/atau pelaku usaha kecil.

c) Mediasi

Mediasi merupakan upaya penyelesaian sengketa nonlitigasi yang dilakukan berdasarkan kesepakatan bersama oleh pihak yang bersengketa melalui pihak penengah (mediator) yang bersikap netral serta tidak membuat keputusan, akan tetapi secara aktif memfasilitasi dialog antar para pihak yang sedang bersengketa dalam suasana keterbukaan dan kejujuran guna mencapai mufakat.⁶⁷ Mediator yang bersifat tidak memihak para pihak berperan aktif untuk membantuk pihak yang bersengketa mencari titik temu hingga dapat mencapai kesepakatan. Penyelesaian sengketa melalui mediasi harus didahului

⁶⁵ Ibid. h. 61.

⁶⁶ Ibid. h. 69.

⁶⁷ Ibid. h. 85.

dengan kesepakatan para pihak untuk menyelesaikan sengketa melalui mediasi.

Kesepakatan antar pihak yang bersengketa dapat dilakukan sebelum timbulnya sengketa yaitu dengan memasukan sebagai klausul perjanjian (*mediation clause agreement*), atau setelah timbul sengketa kemudian para pihak membuat kesepakatan untuk menyerahkan penyelesaian mediasi (*mediation submission*). Dari kedua cara tersebut lebih menguntungkan jika cara pertama yang ditempuh, karena para pihak yang bersengketa sejak awal telah menginginkan mediasi, sehingga kemungkinan berhasilnya lebih besar.⁶⁸ Namun demikian, kesepakatan penyelesaian sengketa melalui mediasi sebelum sengketa konsumen sulit untuk dilakukan hal ini dikarenakan perjanjian antara konsumen dan produsen biasanya tidak tertulis atau tidak dicantumkan klausula-klausula tertentu secara rinci, bahkan untuk orang yang tidak terikat perjanjian tidak dapat menuntut ganti rugi, untuk itu dalam sengketa konsumen *mediation submission* lebih tepat untuk digunakan.

2. Penyelesaian Sengketa Konsumen di Pengadilan/ Litigasi

Undang-undang Perlindungan Konsumen telah menyediakan fasilitas penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan atau biasa disebut dengan litigasi. Ketika upaya penyelesaian sengketa di luar pengadilan / nonlitigasi tidak mencapai sepakat atau para pihak yang bersengketa enggan untuk menempuh alternatif perdamaian, maka para pihak dapat menempuh upaya penyelesaian sengketa melalui pengadilan. Penyelesaian sengketa melalui pengadilan atau litigasi merupakan pola penyelesaian sengketa yang terjadi antara pihak yang diselesaikan oleh pengadilan.⁶⁹ Pengadilan mempunyai tugas untuk menyelesaikan sengketa yang timbul dan akhirnya menjatuhkan putusan yang seadil-adilnya.⁷⁰

⁶⁸ Ahmadi Miru, *Op. Cit.* h. 164

⁶⁹ Susanti Adi Nugroho, *Penyelesaian Sengketa Arbitrase Dan Penerapan Hukumnya*, (Jakarta: Kencana, 2017), h.75.

⁷⁰ Nurzamzam, *Analisis Cara Penyelesaian Sengketa Yang Tepat Untuk Meningkatkan Perlindungan Terhadap Konsumen*, *Jurnal Hukum dan Pembangunan Yang Berkelanjutan*, Vol.2, 2021, h. 9.

Dalam penyelesaian sengketa secara litigasi para pihak yang bersengketa akan berhadapan secara langsung guna untuk mempertahankan masing-masing haknya di muka pengadilan yang mana hasil dari penyelesaian ini adalah suatu putusan pengadilan. Penyelesaian sengketa melalui pengadilan lazim digunakan baik untuk sengketa yang bersifat privat maupun public. Untuk sengketa yang menekankan pada kepastian hukum metode penyelesaian litigasi merupakan pilihan yang tepat. Pada Pasal 48 UUPK menyatakan bahwa bagi setiap konsumen yang dirugikan dapat menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.

Kemudian lebih lanjut dalam Pasal 4 huruf H dijelaskan bahwa konsumen yang telah dirugikan secara materiil karena barang yang diterima tidak sesuai dengan yang disepakati serta waktu tenaga, pikiran dan biaya yang dikeluarkan dalam menjalani persidangan masih harus menanggung kerugian Kembali dengan tidak menerima ganti rugi / kompensasi. Hal ini dikarenakan konsumen selaku penggugat setelah mendapatkan putusan hakim yakni diterima gugatannya maka saat itulah dinyatakan memenangkan perkara namun demikian kemenangan konsumen tersebut tidak serta merta kerugian yang dialami dapat tergantikan karena tidak semua pelaku usaha dengan sukarela melaksanakan putusan hakim sehingga perlu dilakukan proses selanjutnya yaitu proses permohonan eksekusi kepada Ketua Pengadilan.

Penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi atau melalui jalur pengadilan seringkali terjadi hambatan yang diantaranya penyelesaian sengketa yang berjalan lambat (*waste of time*), biaya perkara yang mahal, pengadilan sering dianggap kurang tanggap dan kurang responsive (*unresponsive*) dalam menyelesaikan perkara, seringkali putusan pengadilan tidak dapat menyelesaikan masalah dan memuaskan para pihak⁷¹ sehingga banyak masyarakat yang memilih untuk menyelesaikan sengketa melalui jalur non litigasi daripada harus beracara di pengadilan.

⁷¹ Susanti Adi Nugroho, *Op.cit*, h.128

Penyelesaian sengketa melalui litigasi dapat ditempuh oleh konsumen yang telah mengalami kerugian akibat penggunaan kosmetik *Share in jar* tanpa label pada kemasan. Penyelesaian sengketa melalui litigasi dapat dilakukan apabila sengketa tersebut tidak dapat diselesaikan melalui cara apapun atau tidak dapat diselesaikan melalui jalur penyelesaian sengketa non litigasi. Konsumen kosmetik *share in jar* dapat menuntut ganti kerugian kepada pelaku usaha dan membebankan biaya perkara kepada pihak pelaku usaha tersebut.



BAB 4 PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami kerugian akibat penggunaan produk kosmetik dengan sistem *share in jar* tanpa label pada kemasan yaitu perlindungan eksternal yang dibuat oleh penguasa melalui regulasi atau peraturan perundang-undangan yang berlaku guna melindungi kepentingan atau hak-hak konsumen yang dirugikan. Perlindungan hukum terhadap konsumen telah diatur Pasal 196 dan 197 Undang-Undang No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan serta diatur pula dalam Pasal 39 Keputusan Kepala BPOM No. HK.00.05.42.1745 tahun 2003 tentang kosmetik. Konsumen yang mengalami kerugian akibat penggunaan kosmetik *share in jar* tanpa label pada kemasan berhak mendapatkan ganti rugi dari pelaku usaha sebagaimana yang telah diatur dalam UUPK serta dapat mengajukan gugatan kepada pihak pelaku usaha atas dasar Pasal 1365 KUH Perdata yaitu perbuatan melawan hukum.
2. Upaya penyelesaian yang dapat dilakukan oleh konsumen yang mengalami kerugian akibat penggunaan produk kosmetik dengan sistem *share in jar* tanpa label pada kemasan berdasarkan Pasal 45 UUPK dapat melalui 2 (dua) cara, yakni melalui jalur pengadilan (*litigasi*) yang mengacu pada tata beracara peradilan umum dan jalur luar pengadilan (*non litigasi*) melalui BPSK dalam hal ini para pihak yang bersengketa dapat memilih jalur mana yang akan ditempuh untuk menyelesaikan sengketa.

4.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan saran yang dapat penulis berikan bagi pemerintah, yakni:

1. Agar pemerintah sebagai pihak yang berwenang dalam penegakan perlindungan hukum bagi konsumen bertanggung jawab penuh atas jaminan terpenuhinya hak-hak konsumen sebagaimana yang telah diatur dalam

peraturan perundang-undangan yang berlaku, melalui BPOM diharapkan mampu untuk mengoptimalkan pengawasan terhadap pelaku usaha yang memperjualbelikan produk kosmetik *share in jar* baik yang di edarkan secara *online* maupun *offline*. Koordinasi atas penyelenggaraan perlindungan konsumen melalui pembinaan, pengawasan serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangan dapat dilakukan melalui penyuluhan atau sosialisasi kepada masyarakat, baik dalam bentuk seminar maupun melalui media social. Hal ini dapat mempermudah disebarluaskannya informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat.

2. Agar pelaku usaha yang memperjualbelikan produk kosmetik *share in jar* yang belum memiliki izin edar alangkah baiknya untuk mendaftarkan produk yang akan diperjualbelikan kepada BPOM agar mendapatkan izin edar hal ini sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 106 Undang-Undang No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan serta sebagaimana yang telah diatur dalam Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan No. HK 00.05.4.1745 Tahun 2003 tentang Kosmetik. Hal ini dimaksudkan agar memberikan jaminan keamanan, dan mutu kosmetika yang sesuai standar mutu kepada konsumen dan bagi pelaku usaha pasti turut merasakan manfaat karena dengan adanya izin edar akan memberikan citra yang baik bagi pelaku usaha akan produk yang diperjualbelikan sehingga akan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen.
3. Agar konsumen juga harus lebih berhati-hati dan memiliki kesadaran yang tinggi akan haknya sebagai konsumen dalam memilih produk yang akan dibeli. Selain harus memperhatikan kecocokan produk kosmetik yang akan digunakan, konsumen juga harus memperhatikan informasi-informasi terkait produk kosmetik tersebut yang diantaranya tanggal kedaluwarsa produk tersebut, No izin BPOM, manfaat produk dan efek samping penggunaan produk tersebut. Bagi konsumen yang menemukan produk kosmetik *share in jar* yang tidak dilengkapi dengan informasi sedapat mungkin segera melapor kepada pihak yang berwenang. Hal ini untuk mengantisipasi resiko kerugian yang ditimbulkan terkait dengan keselamatan dan keamanan

konsumen dalam menggunakan produk kosmetik share in jar. Sehingga apabila terjadi kemungkinan yang tidak diinginkan, konsumen dapat menuntut setiap haknya yang dirugikan kepada pelaku usaha dan apabila pelaku usaha tidak melaksanakan kewajibannya sebagaimana mestinya konsumen dapat melakukan upaya hukum untuk menyelesaikan sengketa antar kedua belah pihak.



DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Atsar Abdul dan Rani Apriani. 2019. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sleman: Deepublish.
- Barkatullah, Abdul Halim.2020. *Hak-Hak Konsumen*. Bandung: Nusa Media.
- CST. Kansil. 2009. *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Dewi, Eli Wuria. 2015. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Efendi Joenaedi dan Johnny Ibrahim. 2016. *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*. Depok: Paramedia Group.
- Fajar Mukti, Reni Budi Setianingrum, dan Muhammad Annas. 2019. *Hukum Perlindungan Konsumen dan Persaingan Usaha*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Handoko, Duwi. 2019. *Hukum Penyelesaian Sengketa Konsumen*, Pekanbaru: Hawa dan AHWA.
- Hamid, Abdul Haris.2017. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*.Makasar: SAH Media.
- Hariyani, Iswi, Cita Yustisia Serfiyani, dan R. Serfianto D. Purnomo, 2018. *Penyelesaian Sengketa Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Isnaeni, Moch. 2016. *Pengantar Hukum Jaminan Kebendaan*. Surabaya: Revka Putra Media.
- Kristiyani, Celina Tri Siwi. 2016. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Kusantati Herni, Pipin Tresna Prihatin dan Winwin Wiana. 2018. *Tata kecantikan Kulit Jilid 3*. Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan.
- Kurniawan. 2011. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Malang: Universitas Brawijaya Press).
- Marzuki Peter Mahmud. 2017. *Penelitian Hukum (Edisi Revisi)*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Marpi, Yapiter. 2020. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Keabsahan Kontrak Elektronik Dalam Transaksi E-Commerce*. Tasikmalaya: Zona Media Mandiri.
- Miru, Ahmadi. 2013. *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi konsumen Di Indonesia*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Muliyawan, Dewi dan Neti Suriana. 2013. *A-Z Tentang Kosmetika*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Nugroho, Susanti Adi. 2008. *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta kendala Implementasinya*, Jakarta:Kencana.

Rahardjo, Satjipto. 2000. *Ilmu Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Rahmawati Intan Nur dan Rukiyah Lubis. 2014. *Win-Win Solution Sengketa Konsumen*. Yogyakarta: Medpress Digital.

Rosmawati.2018. *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Depok: Prenadamedias Group.

Susanti, Dyah Ochtorina dan Aan Efendi.2014. *Penelitian Hukum (Legal Research)*, Jakarta: Sinar Grafika.

Tim Dosen STISNU Nusantara. 2018. *Modul matakuliah Arbitrase Penyelesaian Sengketa*, Tangerang: PSP Nusantara Press

Tranggono Retno Iswari dan Fatma Latifah. 2013. *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Yuhelson, 2018. *Hukum Arbitrase*, Yogyakarta: Arti Bumi Intaran.

Yulia Elvyra dan Neneng Siti Silfi Ambarwati. 2015. *Dasar-Dasar Kosmetika Untuk Tata Rias*. Jakarta: LPP Press Universitas Negeri Jakarta.

Zulham. 2017. *Hukum Perlindungan Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: Prenada Media.

Peraturan Perundang-Undangan:

Burgelijk Wetboek voor Indonesie, (*Staatblad* Tahun 1847 Nomor 23).

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821).

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor144, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5063).

Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor HK.00.05.42.1745 Tahun 2003 tentang Kosmetik.

Jurnal:

Asri, Dyah Permata Budi. 2018. *Perlindungan Hukum Preventif Terhadap Ekspresi Budaya Tradisional Di Daerah Istimewa Yogyakarta Berdasarkan*

Undang-Undang No 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta, Journal of Intellectual Property, Vol. 1 No. 1.

Lestari, Rika. 2013. *Perbandingan Hukum Penyelesaian Sengketa Secara Mediasi Di Pengadilan dan Di Luar Pengadilan di Indonesia*, Vol.3 No.2.

Nurzamzam, 2021. *Analisis Cara Penyelesaian Sengketa Yang Tepat Untuk Meningkatkan Perlindungan Terhadap Konsumen*, Jurnal Hukum dan Pembangunan Yang Berkelanjutan, Vol.2.

Slamet, Sri Redjeki. 2013. *Tuntutan Ganti Rugi Dalam Perbuatan Melawan Hukum: Suatu Perbandingan Dengan Wanprestasi*, Lex Jurnalica, Vol. 10, No. 2.

Syafrida dan M.T Marbun. 2020. *Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Melakukan Perbuatan Yang Dilarang Dalam Kegiatan Usaha Berdasarkan Pasal 8 Joncto 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, National Journal of Law, Vol. 3 No. 2.

Pangaribuan Lina. 2017. *Efek Samping Kosmetik Dan penanganannya Bagi kaum Perempuan*. Jurnal keluarga Sehat Sejahtera, Vol. 15, No. 2.

Sende Iin Febrianti, Edi Priyo Yuniarto. 2020. *Tren Baru Kosmetik "Share in jar" Ilegal di Media Daring*, Jurnal Eruditio Vol. 1, No. 1.

Sukma, Fisca fajriani. 2019. *Identifikasi Asam Dehidroasetat dalam Produk Kosmetika dengan Menggunakan HPLC (High Performance Liquid Cromatography)*, QUIMICA Jurnal Kimia Sains dan Terapan, Vol.1 No.2.

Swadesi, Made Isma, Amanda I Nyoman Putu Budhiarta dan Ni Made Puspautari Ujianti, 2021. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Label Berbahasa Asing Dalam Suatu Produk Kosmetik*, Jurnal Analogi Hukum, Vol. 3 No. 3.

Internet

Rizky Kurniawan. 2019. *Bagaimana Pengalaman Kamu Membeli Produk Perawatan Kulit Dan Kosmetik Dalam Bentuk "Share in jar"?*, https://id.quora.com/Bagaimana-pengalamankamu-membeli-produk-perawatan-kulit-dan-kosmetik-dalam-bentuk-share-in-jar/answer/Rizki-Kurniawan-1-1?ch=3&oid=166145194&share=28a72e6a&srid=uKBIMf&target_type=answer diakses pada tanggal 22 Desember 2021 Pukul 09.02 WIB

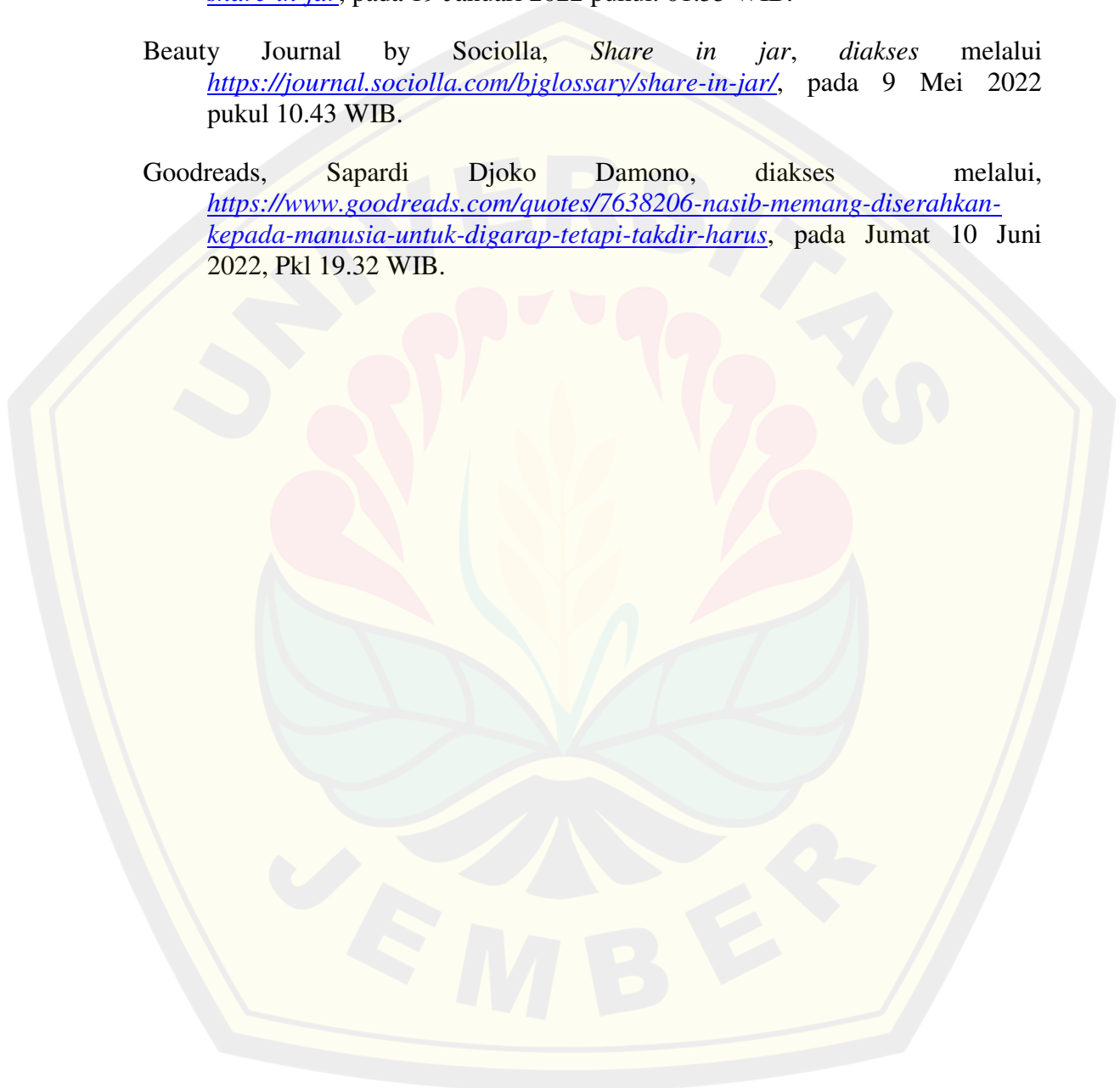
Kevin Adrian, 2021, *Ketahui Bahaya di Balik Make Up Share in jar* <https://www.alodokter.com/ketahui-bahaya-di-balik-make-up-share-in-jar>, diakses pada 29 Desember 2021 Pukul 13.04 WIB.

Beauty Party, *Kelebihan dan Kekurangan Membeli Produk Kemasan Share in jar*, <https://beautyparty.id/skincare/kelebihan-dan-kekurangan-membeli-produk-kemasan-share-in-jar>, diakses pada tanggal 29 Desember 2021 Pukul 22.31 WIB.

Beauty Journal by Sociolla. *Share in jar: Menggoda, Namun Ketahui juga bahayanya*. diakses melalui <https://journal.sociolla.com/beauty/plus-minus-share-in-jar>, pada 19 Januari 2022 pukul. 01.55 WIB.

Beauty Journal by Sociolla, *Share in jar*, diakses melalui <https://journal.sociolla.com/bjglossary/share-in-jar/>, pada 9 Mei 2022 pukul 10.43 WIB.

Goodreads, Sapardi Djoko Damono, diakses melalui, <https://www.goodreads.com/quotes/7638206-nasib-memang-diserahkan-kepada-manusia-untuk-digarap-tetapi-takdir-harus>, pada Jumat 10 Juni 2022, Pkl 19.32 WIB.



Bagaimana pengalaman kamu membeli produk perawatan kulit dan kosmetik dalam bentuk "share in jar"?

Tini, S1 dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (Lulus 2020) Penulis punya **99** jawaban dan **202,5 rb** tayangan jawaban [2thn](#)

Saya pernah beli produk *skincare* secara *share in jar* 4x kalau tidak salah dan belinya tetap di olshop yang sama.

Produk *share in jar* yang saya beli pertama kali adalah Klairs Supple Preparation Unscented Toner. Pada awal pemakaian, wajah saya jadi halus dan kenyal tetapi setelah pemakaian rutin selama satu minggu wajah saya jadi gatal. Alhasil produk tersebut tidak terpakai lagi.

Pembelian *share in jar* kedua yaitu saya beli produk Cosrx BHA Blackhead power liquid, Heimish All Clean Balm, dan Innisfree Jeju Volcanic. Sampai saat ini, produk Cosrx BHA Blackhead dan Innisfree Jeju Volcanic masih ada karena saya jarang memakainya. Kalau yang Heimish All Clean Balm sudah saya buang karena lama-kelamaan produknya meleleh, dan melumuri wadahnya. Selain itu ternyata setelah beberapa kali saya pakai produk itu wajah saya jadi bruntusan.

Produk ketiga yang saya beli adalah Krave Beauty Great barrier Relief (sampe sekarang belum saya pakai hehe) dan Laneige Clear C Peeling Serum. Sebenarnya waktu itu saya ingin beli Laneige Clear C Peeling Mask tapi sayangnya penjualnya salah kirim, karena saya orangnya males ribet yaudah saya tetep trima aja barangnya toh harganya malah lebih murah hehe. Pas saya pakai serum nya ya ampun saya tidak menyesal gaes... karena kulit saya jadi halus, kenyal dan lembab.

Produk keempat yang saya beli secara *share in jar* adalah Cosrx AHA 7 Whitehead Power Liquid, Cosrx Advanced Snail 96 Mucin Power Essence, dan Cosrx Advanced Snail 92 All in One Cream. Sayang sekali baru sempat sekali pakai produk Cosrx AHA 7 eh malah kemasannya bocor numpahin pouch saya. Nah, sedangkan produk Cosrx Advanced Snail 96 Mucin Power Essence dan Cosrxx Advanced Snail 92 All in One Cream sudah hampir habis karena setiap hari saya pakai. Kedua produk ini merupakan perpaduan yang cocok bisa bikin kulit saya halus, dan glowing.

3,8 rb tayangan Lihat dukungan naik Jawaban diminta oleh [Rizki Kurniawan](#)

Share In Jar: Menggoda, Namun Ketahui Juga Bahayanya

[BEAUTY](#) [Devina Ellora](#) 30 Aug 2017 2 komentar



Tiap hari, semakin banyak ragam produk kecantikan yang ada, baik *skin care* maupun *makeup*. Di antaranya, pasti ada saja produk yang terlihat menarik dan mengundang rasa penasaran hingga kita ingin sekali membelinya. Apalagi kalau ada klaim yang terdengar menjanjikan, makin-makin kan? Yang jadi ganjalannya, sering kali produk yang diincar itu hanya tersedia dalam satu ukuran yang cukup besar. Kalau tidak ada *sample* atau *travel size*-nya, agak sayang kalau beli hanya karena penasaran tapi berujung tidak cocok.

Lantas, bagaimana kalau sudah terlanjur membeli suatu produk, ternyata klaimnya tidak terbukti? Atau bahkan, produk tersebut tidak cocok dengan warna kulit atau mengakibatkan iritasi? Nah, dari sinilah banyak *seller* terinspirasi untuk menjual dagangannya dalam bentuk *share in jar*.

Asiknya membeli *share in jar*

Konsep *share in jar* adalah membagi (*share*) isi sebuah produk dalam (*in*) beberapa kontainer (*jar*) kecil. Tujuannya agar seseorang bisa membeli dan mencoba sebuah produk tanpa harus langsung membeli produk dalam ukuran aslinya. Sangat familiar dengan konsep *sample*, hanya saja memang tidak semua produk menyediakan *sample*, apalagi untuk dijual. Dan beberapa *jar* pun umumnya punya isi yang lebih banyak dari ukuran *sachet sample*. Jadi produk tersebut bisa diuji dengan dipakai sampai beberapa kali untuk melihat cocok atau tidaknya dengan kulit.



Dari segi harga, jelas *share-in-jar* jauh lebih murah ketimbang membeli produk ukuran *full*. Tapi kalau dibagi harga per gram tentu *share in jar* lebih mahal. Soal harga memang jadi plus minus-nya. Lebih murah kalau dilihat dari kaca mata seberapa banyak uang yang dikeluarkan, namun lebih mahal karena produk yang didapat sedikit. Tapi, kelebihan lainnya, Anda jadi merasa tidak terlalu bersalah saat produk yang dibeli ternyata tidak cocok dan membuangnya. Saat ternyata produk yang kita beli cocok, *share in jar* juga bisa berfungsi sebagai kemasan yang *travel friendly*.

Apa yang perlu diperhatikan sebelum membeli share in jar?

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

Pastikan *seller* tempat Anda membeli menjamin kebersihan produk, cara memindahkan pemilihan kontainernya pun steril dan aman.

Share in jar biasanya dijual dalam kemasan kecil. Oleh karena itu, penting untuk selalu mengecek detail ukuran dan volume yang ditawarkan. Jangan sampai kita kecewa saat produk datang dan ukurannya tidak sebesar yang kita bayangkan.

Terakhir, selalu cek *review*, detail produk, dan kredibilitas *seller* tempat Anda berbelanja. Karena produk sudah bukan dalam kemasan asli, ada kemungkinan kalau produk yang Anda terima tidak asli. Oh iya, jangan lupa juga untuk menanyakan masa berlaku atau tanggal kedaluwarsa dari produk yang anda beli ya.