



**SKRIPSI**

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN AKIBAT  
PENGUNAAN SKINCARE BERETIKET BIRU YANG DIJUAL BEBAS**

*LEGAL PROTECTION AGAINST CONSUMERS FOR USING BLUE LABEL  
SKINCARE WHICH ARE SOLD FREELY*

Oleh

**ANGELINA RISTAULI SIHOMBING**

**NIM 190710101261**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, RISET DAN TEKNOLOGI**

**UNIVERSITAS JEMBER**

**FAKULTAS HUKUM**

**2023**

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN AKIBAT  
PENGUNAAN SKINCARE BERETIKET BIRU YANG DIJUAL BEBAS**

SKRIPSI

**ANGELINA RISTAULI SIHOMBING**

**NIM 190710101261**

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

**2023**

**MOTTO**

*“Sekalipun aku berjalan dalam lembah kekelaman, aku tidak takut bahaya, sebab Engkau besertaku; gada-Mu dan tongkat-Mu, itulah yang menghibur aku.”*

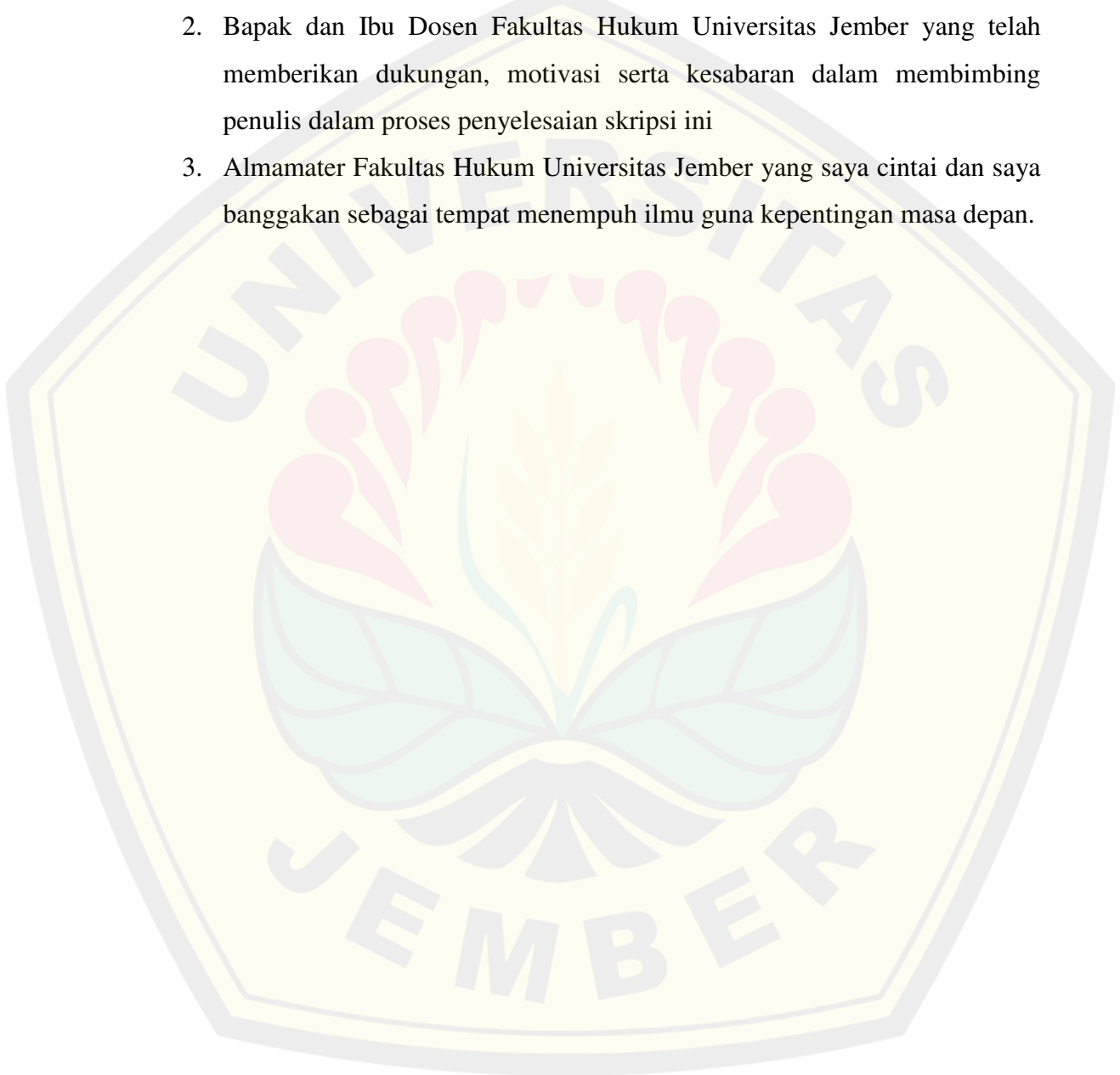
**Mazmur 23 : 4**



**PERSEMBAHAN**

Penulis persembahkan kepada terima kasih kepada:

1. Papa dan mama saya, Bapak M. Sihombing dan Ibu Nancy Yulita Aritonang yang selalu memberikan semangat dan motivasi untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini
2. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Hukum Universitas Jember yang telah memberikan dukungan, motivasi serta kesabaran dalam membimbing penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini
3. Almamater Fakultas Hukum Universitas Jember yang saya cintai dan saya banggakan sebagai tempat menempuh ilmu guna kepentingan masa depan.



**PERSYARATAN GELAR**

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN AKIBAT  
PENGUNAAN SKINCARE BERETIKET BIRU YANG DIJUAL BEBAS**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Hukum Pada  
Program Studi Ilmu Hukum  
Fakultas Hukum Universitas Jember

**ANGELINA RISTAULI SIHOMBING**

**NIM 190710101261**

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

**2023**

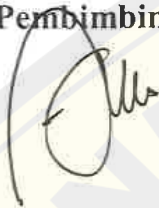
**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi berjudul “**Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Penggunaan Skincare Beretiket Biru Yang Dijual Bebas**” telah disetujui pada :

Hari, tanggal : Senin, 9 Oktober 2023

Tempat : Fakultas Hukum Universitas Jember

**Dosen Pembimbing Umum**



**Edi Wahjuni, S.H., M.Hum.**  
**NIP. 19681230200312200**

**Dosen Pembimbing Anggota**



**Ayu Citra S, S.H., M.H., M.Kn., Ph.D**  
**NIP. 198210192006042001**

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Penggunaan Skincare Beretiket Biru Yang Dijual Bebas**” karya Angelina Ristauli Sihombing telah diuji dan disahkan pada:


Hari, tanggal : Senin, 09 Oktober 2023


Tempat : Fakultas Hukum Universitas Jember

**Panitia Penguji**

Ketua,


Sekretaris,


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

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

Dosen Pembimbing Umum

Dosen Pembimbing Anggota

  
Edi Wahjuni, S.H., M.Hum.  
NIP. 19681230200312200

  
Ayu Citra S, S.H., M.H., M.Kn., Ph.D  
NIP. 198210192006042001

Mengesahkan

Dekan,

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

**PENETAPAN PANITIA PENGUJI**

Dipertahankan di hadapan Panitia Penguji pada :

Hari : Senin

Tanggal : 09

Bulan : Oktober


Tahun : 2023

Diterima oleh Panitia Penguji Fakultas Hukum Universitas Jember

**Panitia Penguji :**


Ketua Penguji,


Sekretaris Penguji,

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

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

**Anggota Penguji :**

  
Edi Wahjuni, S.H., M.Hum.  
NIP. 19681230200312200

  
Ayu Citra S. S.H., M.H., M.Kn., Ph.D  
NIP. 198210192006042001



**PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ANGELINA RISTAULI SIHOMBING

Nim : 190710101261

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah ini yang berjudul **“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Penggunaan Skincare Beretiket Biru Yang Dijual Bebas”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansial disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada 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 bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 9 Oktober 2023

Yang Menyatakan,



**ANGELINA RISTAULI SIHOMBING**

**NIM. 190710101261**

## UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur pada Tuhan yang Maha Esa Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Penggunaan Skincare Beretiket Biru Yang Dijual Bebas”**

Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai kelas sarjana hukum pada fakultas hukum universitas Jember, Penulis menyadari bahwa 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 yang sebesar besarnya atas segala bantuan khususnya kepada :

1. Ibu Edi Wahjuni, S.H., M.Hum., selaku Dosen Pembimbing Utama Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan serta arahan dalam penulisan skripsi ini ditengah-tengah kesibukan beliau;
2. Ibu Ayu Citra Santyaningtyas, S.H., M.H., M.Kn., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah banyak membantu dalam memberikan bimbingan serta arahan dalam penulisan skripsi ini ditengah-tengah kesibukan beliau;
3. Dr. Fendi Setyawan, S.H., M.H., selaku Ketua Panitia Penguji skripsi yang telah memberikan pengarahan dan membantu penulis dalam memberikan saran dan kritik demi kesempurnaan skripsi ini;
4. Dr. Firman Floranta Adonara, S.H., M.H., selaku Sekertaris Panitia Penguji skripsi yang telah memberikan pengarahan dan membantu penulis dalam memberikan saran dan kritik demi kesempurnaan skripsi ini;
5. Prof. Dr. Bayu Dwi Anggono, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Jember; Bapak I Gede Widhiana Suarda, S.H., M.Hum., Ph.D., selaku Wakil Dekan I, Dr. Iwan Rachmat Soetijono, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan II, Dr. Ermanto Fahamsyah, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan III;
6. Bapak Mardi Handono, S.H., M.H., selaku Ketua Jurusan Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Jember;

7. Seluruh dosen, civitas Akademika, serta seluruh karyawan fakultas hukum universitas Jember atas segala ilmu dan pengetahuan untuk bekal hidup penulis;
8. Kedua orang tua penulis, Bapak M. Sihombing dan Ibu Nancy Yulita Aritonang, terimakasih sudah memberikan dukungan secara moral dan materi. Terimakasih untuk setiap usaha, motivasi, semangat serta doa yang diberikan kepada penulis dalam pembuatan skripsi ini.
9. *Ayuk* Neti pengasuhku yang selalu memberikanku dukungan, semangat serta doa dalam menyelesaikan skripsi ini;
10. Teman-temanku baik di Palembang maupun di Jember yang tidak dapat kusebutkan satu persatu, terimakasih untuk setiap bantuan, semangat dan dukungan yang kalian berikan dalam penulisan skripsi ini

Sangat disadari masih banyak kekurangan serta kelemahan karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, perlu adanya kritik dan saran yang membangun dari para pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis mengharapkan, mudah-mudahan skripsi ini dapat dapat menambah khasanah referensi serta bermanfaat bagi pembaca sekalian

Jember, 9 Oktober 2023

Penulis

## RINGKASAN

Pemakaian *skincare* sudah menjadi tren dimasyarakat saat ini, Bertujuan untuk merawat kulit serta menjadikan kulit lebih sehat dan indah. Adanya tren skin care ini tentu menarik perhatian beberapa pelaku usaha untuk menggunakan kesempatan menguasai pasar *skincare* yang berpeluang diminati banyak kalangan. Pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usaha *skincare* seringkali melakukan kecurangan dalam menguasai pasar, yang menimbulkan kerugian pada konsumen. Hal ini pula didukung karena awamnya konsumen mengenai informasi *skincare*.

Tujuan penulisan ini yang *Pertama* untuk mengevaluasi perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan akibat penggunaan *skincare* yang beretiket biru yang dijual bebas. *Kedua* untuk mengevaluasi bentuk pertanggung jawaban pelaku usaha terhadap konsumen akibat penggunaan *skincare* yang beretiket biru yang dijual bebas. *Ketiga* untuk mengevaluasi Upaya penyelesaian sengketa yang dapat dilakukan oleh konsumen akibat penggunaan *skincare* yang beretiket biru yang dijual bebas.

Metode penulisan skripsi ini menggunakan metode penulisan yuridis normatif yang didasarkan pada norma-norma hukum positif, skripsi ini menggunakan pendekatan perundang undangan dan pendekatan konseptual. Bahan hukum yang digunakan dalam penulisan skripsi ini menggunakan bahan hukum primer, bahan hukum Sekunder dan bahan non hukum guna menunjang penulisan skripsi ini didasarkan menggunakan metode analisa deduktif yang bersifat umum menuju pembahasan permasalahan bersifat khusus membantu Memudahkan menjawab isu hukum yang di rumuskan pada rumusan masalah.

Tinjauan pustaka pada penulisan skripsi ini terdiri dari pertama mengenai perlindungan hukum yang meliputi pengertian dan tujuan perlindungan hukum. Kedua mengenai perlindungan konsumen yang meliputi pengertian perlindungan konsumen, asas-asas perlindungan konsumen, dan tujuan perlindungan konsumen. Ketiga mengenai konsumen yang meliputi pengertian konsumen serta hak dan kewajiban konsumen. Empat mengenai pelaku usaha yang meliputi pengertian pelaku usaha, hak dan kewajiban pelaku usaha, dan larangan bagi pelaku usaha. Kelima mengenai *skincare* yang meliputi pengertian *skincare*, tujuan dan manfaat penggunaan skin care serta dampak penggunaan *skincare*. Keenam membahas mengenai etiket biru yang meliputi pengertian etiket biru, karakteristik etiket biru, dan cara penggunaan etiket biru. Ketujuh mengenai penyelesaian sengketa konsumen meliputi pengertian sengketa konsumen dan bentuk bentuk penyelesaian sengketa konsumen.

Isi pembahasan dalam penelitian ini *Pertama*, perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan akibat penggunaan *skincare* yang beretiket biru yang dijual bebas terbagi dua macam yaitu perlindungan hukum eksternal melalui Pasal 1365 KUH Perdata, Pasal 4, Pasal 7, Pasal 8, Pasal 19 serta Pasal 45 UUPK dan Pasal 2, Pasal 3, Pasal 5 serta Pasal 10 Peraturan BPOM Nomor 23 Tahun 2019 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika. Perlindungan hukum internal direpresentasikan dengan adanya pembuatan klausula perjanjian dalam pemakain *skincare* atas inisiatif dan kesepakatan kedua belah pihak. *Kedua*, bentuk pertanggung jawaban pelaku usaha terhadap konsumen akibat penggunaan

*skincare* yang beretiket biru yang dijual bebas dapat dilakukan dengan tiga konsepsi sesuai dengan Pasal 19 UUPK dengan cara penggantian produk atau pemberian ganti rugi berupa penggantian uang dan/atau memberikan perawatan kesehatan guna pemulihan ke kondisi semula. *Ketiga*, upaya penyelesaian sengketa yang dapat dilakukan oleh konsumen akibat *skincare* yang beretiket biru yang dijual bebas dapat dilakukan dengan cara litigasi maupun nonlitigasi melalui BPSK dengan cara konsiliasi, mediasi atau arbitrase.

Kesimpulan dalam penelitian ini *Pertama*, hanya terdapat perlindungan hukum eksternal. Perlindungan eksternal mengenai penggunaan *skincare* beretiket biru yang dijual bebas diatur dalam KUH Perdata, UUPK, serta Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 23 Tahun 2019 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika. *Kedua*, pelaku usaha dapat menempuh upaya ganti rugi kepada konsumen *skincare* beretiket biru sesuai dengan ketentuan pada Pasal 19 UUPK. *Ketiga*, upaya penyelesaian sengketa yang dapat dilakukan oleh konsumen dapat menempuh penyelesaian melalui pengadilan maupun non litigasi sesuai dengan Pasal 45 ayat 1 dan ayat 2 UUPK.

Saran dalam penelitian ini *Pertama* untuk pemerintah memberikan tindakan ekstra dengan mengadakan sosialisasi dengan bekerjasama BPOM serta dinas kesehatan untuk memerangi kegiatan kecurangan pelaku usaha *skincare* dengan etiket biru yang terjual bebas. *Kedua* untuk sebaiknya lebih selektif serta aktif untuk menggali informasi produk sebelum membeli produk *skincare* agar tidak mengalami kerugian. *Ketiga* untuk pelaku usaha sebaiknya melakukan kewajiban sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 7 UUPK dan dalam menjalankan kegiatan usaha harus mempertimbangkan risiko konsumen.

## SUMMARY

*Using skincare has become a trend in today's society, aimed at caring for the skin and making the skin healthier and more beautiful. The existence of this skin care trend has certainly attracted the attention of several business actors to take advantage of the opportunity to dominate the skincare market, which is likely to be of interest to many groups. Business actors in carrying out skincare business activities often commit fraud in controlling the market, which causes losses to consumers. This is also supported because ordinary consumers regarding skincare information.*

*The purpose of this research is first to evaluate legal protection for consumers who are harmed by the use of skincare with blue labels that are sold freely. The second is to evaluate the form of responsibility of business actors towards consumers due to the use of skincare with blue labels that are sold freely. The third is to evaluate efforts to resolve disputes that can be made by consumers due to the use of skincare with blue labels that are sold freely.*

*The method of writing this research uses a normative juridical writing method which is based on positive legal norms, this thesis uses a statutory and conceptual approach. The legal materials used in writing this thesis use primary legal materials, secondary legal materials and non-legal materials to support the writing of this thesis based on a general deductive analysis method leading to discussion of specific issues to help facilitate answering legal issues formulated in the problem formulation .*

*The literature review in writing this thesis consists of the first regarding legal protection which includes the meaning and purpose of legal protection. The second concerns consumer protection which includes the notion of consumer protection, consumer protection principles, and consumer protection objectives. The third is regarding consumers which includes the understanding of consumers and consumer rights and obligations. Four regarding business actors which include the understanding of business actors, rights and obligations of business actors, and prohibitions for business actors. Fifth regarding skincare which includes the meaning of skincare, the purpose and benefits of using skin care and the impact of using skincare. The sixth discusses blue etiquette which includes the meaning of blue etiquette, the characteristics of blue etiquette, and how to use blue etiquette. Seventh regarding consumer dispute resolution includes the understanding of consumer disputes and forms of consumer dispute resolution.*

*The contents of the discussion this study First, legal protection for consumers who are harmed by the use of skin care with blue labels that are sold freely is divided into two types, namely external legal protection through Article 1365 of the Civil Code, Article 4, Article 7, Article 8, Article 18 and Article 45 UUPK and Article 2, Article 3, Article 5 and Article 10 BPOM Regulation Number 23 of 2019 Concerning Technical Requirements for Cosmetic Ingredients. Internal legal protection is represented by the creation of agreement clauses in the use of skincare on the initiative and agreement of both parties. Second, the form of responsibility of business actors to consumers due to the use of skincare with blue labels that are sold freely can be carried out with three conceptions in accordance*

*with Article 19 of the UUPK by means of replacing products or providing compensation in the form of reimbursement of money and/or providing health care to restore to its original condition . Third, efforts to resolve disputes that can be carried out by consumers due to skincare with blue labels that are sold freely can be carried out by means of litigation or non-litigation through BPSK by means of conciliation, mediation or arbitration.*

Conclusions in this study First, there are two forms of legal protection for consumers, namely external legal protection and internal legal protection. External protection regarding the use of skincare with blue labels that are sold freely is regulated in the Civil Code, the UUPK, as well as the Regulation of the Food and Drug Supervisory Agency Number 23 of 2019 concerning Technical Requirements for Cosmetic Ingredients. Internal legal protection is realized by holding a skincare use agreement agreed upon by both parties. Second, business actors can seek compensation for skincare consumers with blue labels in accordance with the provisions of Article 19 UUPK. Third, efforts to resolve disputes that can be carried out by consumers can take settlement through court or non-litigation in accordance with Article 45 paragraph 1 and paragraph 2 of the UUPK.

*Suggestions in this study First, for the government to take extra action by holding socialization in collaboration with BPOM and the health service to combat fraudulent activities of skincare business actors with blue labels that are sold freely. Second, you should be more selective and active in digging up product information before buying skincare products so you don't experience losses. Third, business actors should carry out their obligations as stipulated in article 7 of the UUPK and in carrying out business activities, they must consider consumer risk.*

**DAFTAR LAMPIRAN**

**Lampiran 1 : Kasus *Skincare* Beretiket Biru yang Dijual Bebas**



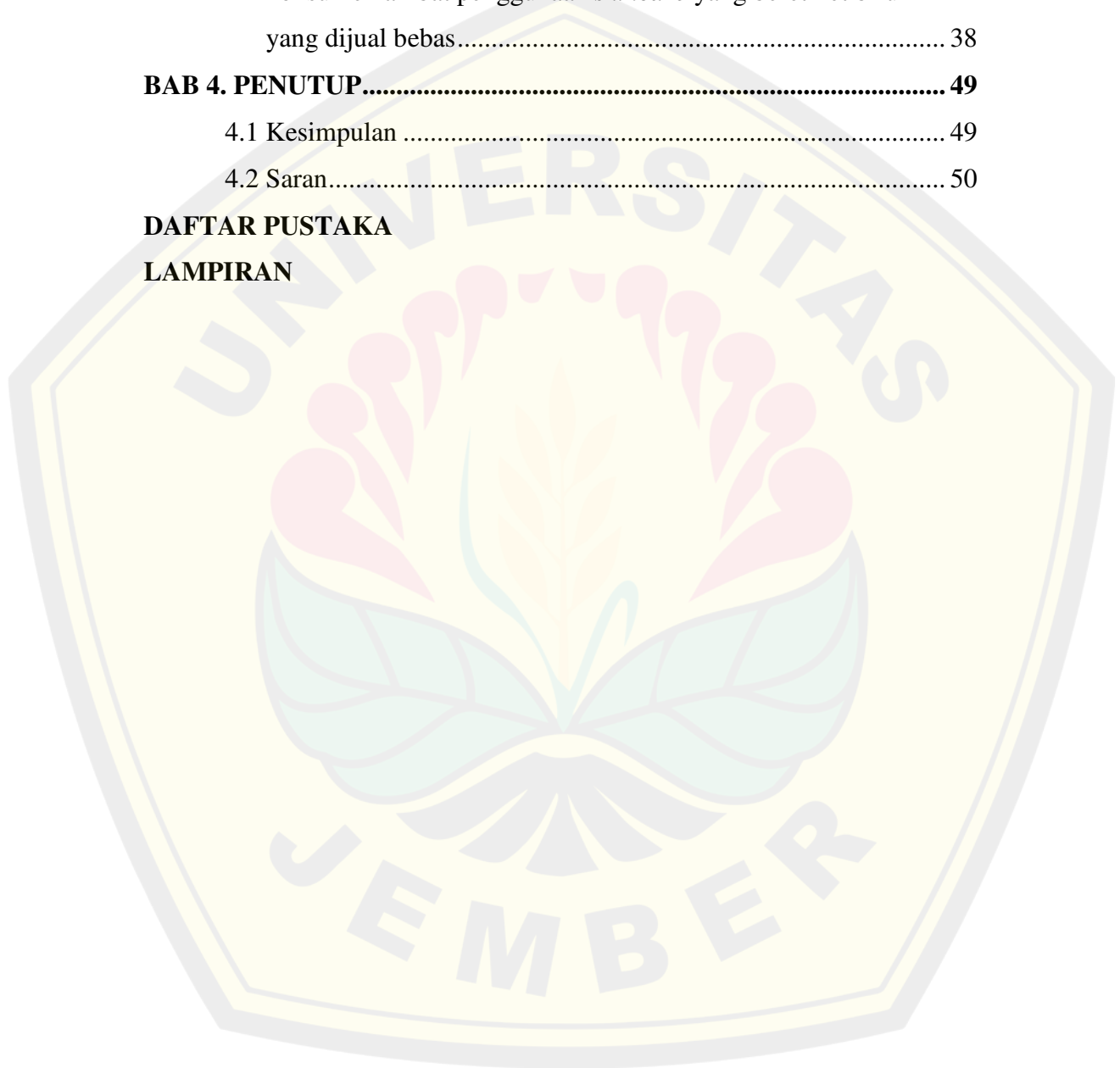


**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM .....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSYARATAN GELAR .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI.....</b>	<b>viii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>x</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>3</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>3</b>
1.3.1 Tujuan Umum .....	3
1.3.2 Tujuan Khusus.....	3
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>4</b>
1.4.1 Manfaat Penelitian Teoritis .....	4
1.4.2 Manfaat Penelitian Praktis .....	4
<b>1.5 Metode Penelitian.....</b>	<b>4</b>
1.5.1 Tipe Penelitian.....	4
1.5.2 Pendekatan Penelitian .....	5
1.5.3 Sumber Bahan Hukum.....	6
1.5.3.1 Bahan Hukum Primer .....	7
1.5.3.2 Bahan Hukum Sekunder .....	7
1.5.3.1 Bahan Non Hukum .....	7

1.5.4 Metode Pengumpulan Bahan Hukum .....	8
1.5.5 Analisis Bahan Hukum .....	8
<b>BAB 2. KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
<b>2.1 Perlindungan Hukum .....</b>	<b>9</b>
2.1.1 Pengertian Perlindungan Hukum .....	9
2.1.2 Tujuan Perlindungan Hukum .....	10
<b>2.2 Perlindungan Konsumen .....</b>	<b>11</b>
2.2.1 Pengertian Perlindungan Konsumen .....	11
2.2.2 Asas-Asas Perlindungan Konsumen .....	13
2.2.3 Tujuan Perlindungan Konsumen.....	13
<b>2.3 Konsumen .....</b>	<b>14</b>
2.3.1 Pengertian Konsumen .....	14
2.3.2 Hak dan Kewajiban Konsumen.....	15
<b>2.4 Pelaku Usaha .....</b>	<b>16</b>
2.4.1 Pengertian Pelaku Usaha.....	16
2.4.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha .....	17
2.4.3 Larangan Bagi Pelaku Usaha .....	18
<b>2.5 Skincare.....</b>	<b>19</b>
2.5.1 Pengertian Skincare.....	19
2.5.2 Tujuan dan Manfaat Penggunaan Skincare .....	20
2.5.3 Dampak Penggunaan Skincare.....	20
<b>2.6 Etiket Biru .....</b>	<b>22</b>
2.6.1 Pengertian Etiket Biru .....	22
2.6.2 Karakteristik Etiket Biru .....	22
2.6.3 Cara Penggunaan Etiket Biru .....	23
<b>2.7 Penyelesaian Sengketa Konsumen.....</b>	<b>23</b>
2.7.1 Pengertian Sengketa Konsumen.....	23
2.7.2 Bentuk-Bentuk Penyelesaian Sengketa Konsumen .....	24
<b>BAB 3. PEMBAHASAN.....</b>	<b>26</b>
3.1 Perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan akibat penggunaan <i>skincare</i> yang beretiket biru yang dijual	

bebas.....	26
3.2 Bentuk pertanggung jawaban pelaku usaha terhadap konsumen akibat penggunaan <i>skincare</i> yang beretiket biru yang dijual bebas.....	33
3.3 Upaya penyelesaian sengketa yang dapat dilakukan oleh konsumen akibat penggunaan <i>skincare</i> yang beretiket biru yang dijual bebas.....	38
<b>BAB 4. PENUTUP.....</b>	<b>49</b>
4.1 Kesimpulan .....	49
4.2 Saran.....	50
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada saat ini *trend* merawat kulit wajah sedang populer di masyarakat. Masyarakat dalam merawat kulit sering kali melakukan dengan tindakan perawatan pada klinik kecantikan serta menggunakan *skincare*. Namun, masyarakat lebih tertarik pada penggunaan *skincare*, karena sifatnya lebih praktis dan ekonomis.

Penggunaan *skincare* saat ini tidak hanya dilakukan oleh perempuan, namu juga digunakan oleh lelaki. Konsumen *skincare* juga tergolong luas, mulai dari remaja sampai orang tua. Hal ini menyebabkan pasar *skincare* di Indonesia beragam, dari *skincare* dengan harga tinggi hingga harga yang terjangkau. Produk *skincare* yang ditawarkan dipasaran masyarakat juga sangat beragam yaitu dari mencegah penuaan dini, mencerahkan serta membuat kulit wajah bercahaya. Produk *skincare* yang paling banyak diminati masyarakat yaitu *skincare* yang dapat memutihkan dan mencerahkan kulit wajah, yang dikarenakan standar kecantikan yang beredar dimasyarakat dengan kulit wajah putih, mulus serta glowing.<sup>1</sup>

Beragamnya produk *skincare*, membuat pelaku usaha *skincare* pun juga beragam mulai dari dokter kecantikan, pengusaha, hingga pengusaha kecil rumahan. Hal ini menyebabkan mudahnya produk *skincare* didapatkan baik di klinik kecantikan, apotik, supermarket, bahkan di *online shop*. Masyarakat Banyak tertarik untuk menggunakan produk *skincare* ini didasarkan agar penampilan fisik terlihat paripurna tanpa cacat.<sup>2</sup>

Akibat banyaknya permintaan pada produk *skincare* yang dapat menyebabkan kulit putih, maka menimbulkan penjualan produk *skincare* yang beretiket biru illegal tanpa izin BPOM. Berbagai macam upaya pelaku usaha melakukan kecurangan agar produknya laris dipasaran, dengan cara memalsukan produk *skincare* yang beretiket biru, yang seolah-olah produk tersebut merupakan

---

<sup>1</sup> Joanne Mareris Sukisman dan Lusya Savitri Setyo Utami, *Perlawanan Stigma Warna Kulit terhadap Standar Kecantikan Perempuan Melalui Iklan*, Koneksi, Vol. 5, No. 1, 2021, h. 68.

<sup>2</sup> Depy Muhamad Pauzy dan Arga Sutrisna, *Mengukur Kepuasan Konsumen Produk Skin Care melalui Kualitas Produk*, Jurnal Ecoment Global, Vol. 6, No. 2, 2021, h. 144.

produk yang dikeluarkan oleh dokter kulit yang memiliki izin praktek. *Skincare* etiket biru merupakan *skincare* racikan resep dokter yang ditujukan hanya untuk perorangan, yang menyesuaikan kondisi dan masalah pada kulit seorang pasien.<sup>3</sup>

Tindakan pemalsuan produk *skincare* beretiket biru ini, biasanya dilakukan oleh pelaku usaha untuk memasarkan produk dengan harga terjangkau dan dapat dipercaya oleh masyarakat bahwa produk tersebut berkualitas karena diracik oleh dokter kulit. Kecurangan yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan menggunakan etiket biru dilandaskan supaya konsumen percaya bahwa *skincare* tersebut aman.

Munculnya kasus produk *skincare* beretiket biru yang dijual bebas milik merek B, kasus yang dibuat oleh seorang dokter kecantikan ternama di Jakarta.<sup>4</sup> *Skincare* etiket biru yang dibuat oleh dokter tersebut terjual bebas di toko *online* bahkan di toko kosmetik dengan merek dagang “Bening’s Clinic *Skincare*”. Pada saat ini para dokter sudah menghimbau agar konsumen tidak tergiur untuk membeli produk *skincare* beretiket biru yang terjual bebas. Adanya kasus ini mengakibatkan adanya beberapa regulasi yang dilanggar, seperti pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 23 Tahun 2019 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika.<sup>5</sup>

Fenomena penjualan secara bebas *skincare* beretiket biru ini tentu berimbas pada hilangnya fungsi dari pemakaian *skincare* yang seharusnya merawat dan menjaga kesehatan kulit, dapat menjadi membahayakan kulit. Hal ini akan dijadikan pembahasan dalam penelitian ini, dikarenakan fenomena trend pemakaian *skincare* saat ini sedang menjamur di banyak kalangan masyarakat. Oleh karena itu konsumen perlu untuk mendapat perlindungan pada kasus penjualan secara bebas *skincare* beretiket biru .

---

<sup>3</sup> <https://wahananews.co/ekuin/ylki-wanti-wanti-produsen-jangan-edarkan-skincare-etiket-biru-2F3qfk7iI7/0>

<sup>4</sup> <https://yoi.id/berita/256646/viral-skincare-etiket-biru-dijual-bebas-dokter-richard-lee-hanya-diresepkan-dokter-bagi-pasien-bermasalah>

<sup>5</sup> Gusti Ayu Karolina, I Made Dedy P, I Putu Sudarma S, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Kosmetik Berbahaya*, Jurnal Kertha Semaya Vol 9, No. 2, 2021, h. 2353.

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan akibat penggunaan *skincare* yang beretiket biru yang dijual bebas?
2. Bagaimana bentuk pertanggung jawaban pelaku usaha terhadap konsumen akibat penggunaan *skincare* yang beretiket biru yang dijual bebas?
3. Apa upaya penyelesaian sengketa yang dapat dilakukan oleh konsumen akibat penggunaan *skincare* yang beretiket biru yang dijual bebas?

## 1.3 Tujuan Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Umum

Adapun penelitian ini dilakukan memiliki tujuan umum yang sebagai berikut:

1. Untuk pemenuhan dan pelengkap tugas akhir sebagai persyaratan pokok akademis dalam memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Jember;
2. Sebagai bentuk sumbangsih partisipasi dalam ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi almamater Fakultas Hukum Universitas Negeri Jember dan masyarakat;
3. Memberikan sumbangsih pemikiran serta wawasan yang telah diperoleh dari perkuliahan yang bersifat teoritis serta praktik yang terjadi di kehidupan masyarakat.

### 1.3.2 Tujuan Khusus

Penelitian ini dilakukan ini memiliki tujuan khusus sebagai berikut :

1. Untuk mengevaluasi perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan akibat penggunaan *skincare* yang beretiket biru yang dijual bebas.
2. Untuk mengevaluasi bentuk pertanggung jawaban pelaku usaha terhadap konsumen akibat penggunaan *skincare* yang beretiket biru yang dijual bebas.
3. Untuk mengevaluasi upaya penyelesaian sengketa yang dapat dilakukan oleh konsumen akibat penggunaan *skincare* yang beretiket biru yang dijual bebas.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini tentu memiliki manfaat, adapun yang dapat menjadi manfaat dari penelitian ini :

### 1. Manfaat Teoritis

- A. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau kontribusi buah pikir dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang hukum perdata khususnya dalam Hukum Perlindungan Konsumen.
- B. Mengetahui pertanggungjawaban pelaku usaha atas kerugian penggunaan *skincare* etiket biru yang dijual bebas.

### 2. Manfaat Praktis

- A. Bagi peneliti, dapat memecahkan masalah tentang perlindungan hukum terhadap konsumen akibat penggunaan *skincare* etiket biru yang terjual bebas.
- B. Bagi masyarakat, dapat menjadi masukan mengenai bahaya penggunaan *skincare* etiket biru yang dijual bebas, agar konsumen tidak mengalami kerugian.

## 1.5 Metode Penelitian

### 1.5.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan penulis dalam pembuatan karya tulis ilmiah ini adalah penelitian yuridis normatif. Metode penelitian yuridis normatif merupakan tipe penelitian hukum doktriner yang merujuk akan norma-norma hukum.<sup>6</sup> Dalam pandangan Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji penelitian hukum normatif merupakan jenis penelitian hukum yang melakukan penelitian dengan bahan pustaka atau data sekunder belaka.<sup>7</sup> Menurut Dyah Ochterina dan A'an Efendi penelitian yuridis normatif merupakan penelitian berdasar bahan hukum secara meneliti teori, konsep, asas hukum, serta regulasi perundang-undangan dalam penelitian.<sup>8</sup>

<sup>6</sup> Bambang Waluyo, *Metode Penelitian Hukum* (Semarang: Ghalia Indonesia, 1997), h.13.

<sup>7</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), h. 13-14.

<sup>8</sup> Dyah Ochterina Susanti dan A'an Efendi, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), h.19.

Penelitian normatif pada sinkronisasi hukum, sebagai halnya sinkronisasi perundang undangan yang dapat terlihat dari tatanan peraturan perundang undangan yang akan dilaksanakan wajib memiliki dalam pelaksanaan kajian peraturan perundang undangan serta harus memiliki kesepadanan satu sama lain.<sup>9</sup> Pada pandangan Sutadnyo Wigiyisubroto penelitian dengan tipe normatif merupakan penelitian yang terkonsep akan doktrin, penelitian doktrinal ini terbagi tiga konsumen diantaranya :<sup>10</sup>

1. Penelitian doktrinal dengan menelaah hukum dengan prinsip menjadikan asas hukum alam dari sistem moral berdasarkan pada ideologi hukum alam.
2. Penelitian doktrinal dengan menelaah hukum dengan prinsip menjadikan kaidah perundang-undangan berdasarkan ideologi positivisme.
3. Penelitian doktrinal dengan menelaah hukum dengan prinsip menjadikan keputusan hakim *in concreto* berdasarkan ideologi realisme.

Penelitian normatif ini pada intinya mencondong kepada aspek teori, sejarah, filosofi, analogi, sistem serta susunan, lingkup serta materi, harmoni, penjelasan umum dan pasal per pasal, formalitas dan kapasitas dari undang-undang, dan bahasa hukum.<sup>11</sup>

### 1.5.2 Pendekatan Masalah

Pendekatan masalah pada penelitian normatif ini lebih menekankan pada pendekatan *Statue Approach* serta *Conceptual Approach*.

#### 1. Pendekatan Perundang-undangan (*Statue Approach*)

Pendekatan perundang-undangan (*statue approach*) yaitu tipe pendekatan dengan cara menganalisis undang-undang beserta regulasi yang bertautan dengan isu hukum yang dijadikan objek penelitian.<sup>12</sup> Pada penelitian ini

<sup>9</sup> Nitaria, dkk, *Metode Penelitian Hukum Sebagai Suatu Pengantar* (Lampung: Laduny Alifatama, 2019), h. 8.

<sup>10</sup> Joenaedi Efendi dan Johnny Ibrahim, *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris* (Jakarta: Kencana, 2018), h. 129-130.

<sup>11</sup> Ani Purwati, *Metode Penelitian Hukum Teori dan Praktek* (Surabaya: Jakad Media Publishing, 2020), h. 20.

<sup>12</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum (Edisi Revisi)* (Jakarta: Prenada Media Group, 2017), h. 47.



pendekatan perundang-undangan yang dipakai terdiri dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (*Burgerlijk Wetboek voor Indonesie*), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821), Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 23 Tahun 2019 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika.

## 2. Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*)

Pendekatan konseptual (*conceptual approach*) yaitu tipe pendekatan dengan cara menganalisis pada pandangan-pandangan serta doktrin-doktrin hukum yang bertumbuh pada ilmu hukum.<sup>13</sup> Pendekatan ini biasanya lebih mengacu pada bahan hukum seperti jurnal, artikel serta tulisan lainnya yang mengacu pada pandangan sarjana hukum maupun pakar hukum. Pendekatan konseptual ini penulis akan mendapatkan jawaban dari isu hukum yang sedang diteliti melalui metode argumentasi hukum tentang perlindungan hukum terhadap konsumen akibat penggunaan *skincare* beretiket biru yang dijual bebas sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan BPOM Nomor 23 Tahun 2019 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika.

### 1.5.3 Sumber Bahan Hukum

Sumber bahan hukum ialah wadah penemuan terkait data penelitian. Pada pemilihan penelitian hukum normatif umumnya mencondong pada sumber bahan hukum sekunder, yang mana artinya berfokus pada bahan kepustakaan atau literatur yang memiliki kaitan dengan objek penelitian. Beberapa bahan hukum yang biasa dipaka pada penelitian hukum normatif yaitu :<sup>14</sup>

- A. Bahan hukum primer
- B. Bahan hukum sekunder, serta
- C. Bahan hukum tersier.

<sup>13</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Ibid*, h.135.

<sup>14</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamudj, *Ibid*, h.13.

### 1.5.3.1 Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan pustaka yang mengacu pada pengetahuan ilmiah baru atau modern dengan menekuni fakta-fakta yang dapat dijadikan isu. Biasanya pada bahan hukum primer ini terdiri dari perundang-undangan, catatan-catatan resmi, atau risalah dalam pembuatan perundang-undangan, serta putusan putusan hakim. digunakan mengacu pada :

1. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (*Burgerlijk Wetboek voor Indonesie*).
2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821).
3. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 350 MPP/Kep/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.
4. Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 23 Tahun 2019 tentang Teknis Bahan Kosmetika.

### 1.5.3.2 Bahan Hukum Sekunder

Untuk bahan hukum sekunder biasanya lebih condong pada tulisan tulisan hukum baik dalam bentuk buku maupun artikel jurnal.<sup>15</sup> Sebenarnya mengacu juga pada bahan pustaka yang mengenai informasi tambahan pada bahan hukum primer seperti abstrak, indeks, bibliografi, data pemerintah, serta materi referensi lainnya.<sup>16</sup>

### 1.5.3.3 Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier atau bahan non hukum merupakan bahan hukum sebagai pelengkap dari bahan hukum primer dan sekunder. Bahan non hukum dalam penelitian ini dari sumber internet, jurnal-jurnal non hukum, dan literasi-literasi non hukum yang mempunyai relevansi dengan topik penelitian.

---

<sup>15</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Ibid*, h. 183.

<sup>16</sup> Eka N.A.M Sihombing, dan Cynthia Hadita, *Penelitian Hukum* (Malang: Setara Press, 2022), h. 51.

#### 1.5.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan bahan hukum ini dilakukan penulis dengan melakukan metode studi kepustakaan dengan apa yang difokuskan guna mendapatkan bahan-bahan hukum sekunder serta informasi - informasi pendukung yang berkaitan erat dengan penelitian dengan berpedoman buku-buku, jurnal - jurnal ilmiah, artikel-artikel, skripsi, serta bahan hukum lain yang dapat diakses melalui situs internet yang absah. Dalam metode pengumpulan bahan hukum ini di manfaatkan guna memperoleh informasi yang relevan mengenai tinjauan pustaka serta pembahasan konsep dan teori yang sesuai dengan penelitian ini yaitu tentang perlindungan hukum terhadap konsumen akibat penggunaan *skincare* beretiket biru yang dijual bebas.

#### 1.5.5 Analisa Bahan Hukum

Penelitian ini menggunakan metode analisa bahan hukum deduktif. Analisa bahan hukum deduktif adalah metode penelitian yang didasarkan dari hal bersifat umum menuju pembahasan permasalahan bersifat khusus. Analisa bahan hukum ini akan memudahkan penulis dalam menjawab isu hukum yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah.

Tahapan-tahapan dalam penelitian hukum ini dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu :<sup>17</sup>

1. Mengidentifikasi fakta hukum dan mengeleminir hal-hal yang tidak relevan untuk menetapkan isu hukum yang hendak dipecahkan;
2. Pengumpulan bahan-bahan hukum yang 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;
5. Memberikan preskripsi berdasarkan argumentasi yang telah dibangun di dalam kesimpulan fakta hukum.

---

<sup>17</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Op. Cit*, h. 165.

## BAB 2. KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Perlindungan Hukum

#### 2.1.1 Pengertian Perlindungan Hukum

Prinsip yang dianut Indonesia yang merupakan negara hukum, tentunya memberikan perlindungan hukum bagi kepentingan setiap masyarakatnya. Karena adanya hukum ditujukan guna memenuhi hajat masyarakat. Perlindungan hukum sudah menjadi satu kesatuan dari tujuan dan fungsi hukum itu sendiri. Tentu perlindungan hukum merupakan salah satu aspek penting yang negara harus perhatikan, mengingat adanya perlindungan hukum hasil dari kausalitas dari julukan negara hukum yang dianut oleh Indonesia.

Pandangan Soerjono Soekanto, perlindungan hukum ialah seluruh usaha dalam memenuhi hak serta memberikan pertolongan guna menunjang rasa anan baik kepada saksi dan/atau korban yang diaktualkan dengan pemberian restitusi, bantuan hukum dan kompensansi.<sup>18</sup> Sedangkan pandangan Sahya Anggara mengartikan perlindungan hukum ialah sebuah perbuatan yang dilaksanakan guna pemenuhan harmonisasi, keseimbangan serta keadilan atas segala hak dan kewajiban subjek hukum yang dibebankan.<sup>19</sup> Pandangan Satjipto Rahardjo, perlindungan hukum yaitu asistensi perlindungan hak asasi manusia terhadap masyarakat supaya bisa menikmati hak-hak yang dianugerahkan atas hukum.<sup>20</sup>

Berbeda dengan ahli lainnya, pandangan Muchsin mengenai perlindungan hukum, yang terbagi menjadi dua :<sup>21</sup>

#### 1. Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan yang dari pemerintah yang bertujuan sebagai lankah preventif sebelum timbulnya pelanggaran. Keadaan ini diaplikasikan adanya peraturan perundang-undangan yang ditunjukkan sebagai langkah prevensi timbulnya

<sup>18</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum* (Jakarta: Universitas Indonesia, 1986), h.133.

<sup>19</sup> Sahya Anggara, *Hukum Administrasi Negara*, (Bandung: Pustaka Setia, 2018), h.120.

<sup>20</sup> Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000), h.69.

<sup>21</sup> Muchsin, *Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia* (Surakarta: Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, 2003), h. 20.

pelanggaran serta menjadi mrkah yang menjadi batasan dalam melaksanakan kewajiban.

## 2. Perlindungan Hukum Represif

Bentuk perlindungan penutup berwujud hukuman semacam denda, kurungan, serta hukuman tambahan yang ditujukan jikalau telah terdapat sengketa atau telah ditemukannya pelanggaran.

Pandangan Isnaeni mengenai perlindungan hukum dibedakan menjadi dua jenis yaitu perlindungan eksternal dan internal, yang dijelaskan sebagai berikut:<sup>22</sup>

1. Perlindungan hukum internal, perlindungan hukum yang dibuat sendiri oleh para pihak yang mengadakan perjanjian, dengan menyusun klausula kontrak agar mencapai tujuan kesepakatan. Perlindungan hukum ini ada karena diprakarsai oleh para pihak.
2. Perlindungan hukum eksternal, perlindungan hukum sebagai bentuk regulasi guna memenuhi hajat pihak yang lemah yang dibuat oleh pemimpin dengan esensi hukum yang seimbang.

Perlindungan hukum merupakan bentuk refleksi peran hukum dalam menjamin adanya keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan serta kedamaian.<sup>23</sup>

Perlindungan hukum adalah proteksi pada harkat dan martabat sesuai dengan kaidah yang telah ditentukan guna memproteksi suatu hal dari lainnya.<sup>24</sup>

Perlindungan hukum merupakan media hukum yang diakomodasikan hukum dan tertuju pada kepentingan tertentu dalam hubungan hukum.<sup>25</sup>

### 2.1.2 Tujuan Perlindungan Hukum

Tujuan perlindungan hukum yang ditegaskan dalam Pasal 28D ayat 1 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, “setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil

<sup>22</sup> Moch. Isnaeni, *Pengantar Hukum Jaminan Kebendaan* (Surabaya: Revka Petra Media, 2016), h.159-163.

<sup>23</sup> Wahyu Simon Tampubolon, *Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, *Jurnal Ilmiah Advokasi*, Vol.4, No.1, 2016, h.53.

<sup>24</sup> Desy Ary Setyawati, Dahlan, M. Nur Rasyid, *Perlindungan Bagi Hak Konsumen Dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik*, *Syiah Kuala Law Journal*, Vol. 1, No.3, 2017, h. 36.

<sup>25</sup> Sunarjo, *Perlindungan Hukum Pemegang Kartu Kredit Sebagai Nasabah Bank Berdasarkan Perjanjian Merchant*, *Jurnal Cakrawala Hukum*, Vol. 5, No. 2, 2014, h. 180.

serta perlakuan yang sama dimuka hukum”. Adanya perlindungan hukum yang tertuju bagi warga negara tentu memiliki tujuan. Pada konsepnya perlindungan hukum mempunyai tujuan yaitu :<sup>26</sup>

1. Perlindungan hukum guna menjamin pemenuhan hak-hak dari warga negara.
2. Perlindungan hukum guna sebagai upaya preventif dari masalah yang dapat membahayakan hak-hak warga negara.
3. Perlindungan hukum menyajikan jalan masuk untuk warga negara dalam memberhentikan aksi-aksi melanggar hukum, memperoleh ganti rugi atau pemulihan dari adanya pelanggaran atas hak.
4. Perlindungan hukum sebagai penjamin adanya ganti rugi atau tindakan pemulihan hak warga negara yang telah dirugikan.

Perlindungan hukum memiliki tujuan guna menjamin kepastian hukum yang ada di masyarakat dan harus berlandaskan dengan asas-asas keadilan dalam masyarakat tersebut.<sup>27</sup> Perlindungan hukum ditujukan agar kehidupan dalam bermasyarakat aman serta tertib. Seperti yang kita ketahui sifat dari hukum adalah memerintah serta melarang diharap dari sifat tersebut tingkah laku manusia dapat diatur oleh adanya hukum dan sifat memaksa hukum dapat diikuti oleh setiap masyarakat.<sup>28</sup>

## **2.2 Perlindungan Konsumen**

### **2.2.1 Pengertian Perlindungan Konsumen**

Pengertian perlindungan konsumen dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disebut UUPK berbunyi perlindungan konsumen adalah semua usaha dalam jaminan kepastian hukum dalam memberikan proteksi pada konsumen. Perlindungan konsumen dalam *Business English Dictionary* merupakan upaya proteksi bagi konsumen dari kegiatan jual beli yang melawan hukum dan tidak

<sup>26</sup> Aris Prio A S, Ecclisia Sulistyowati, dan Tri Wisudawati, *Hukum Perlindungan Konsumen Konsumen* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2022), h.10-11.

<sup>27</sup> CST. Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2009), h. 39.

<sup>28</sup> *Ibid*, h. 40.

jujur.<sup>29</sup> Perlindungan konsumen merupakan regulasi yang mempersoalkan mengenai payung hukum terhadap konsumen menjadi upaya preventif dari timbulnya kerugian konsumen akibat perilaku usaha.<sup>30</sup> Perlindungan konsumen adalah tindakan preventif maupun represif terhadap konsumen agar tidak mendapat implikasi negative dan sekaligus mencegah distorsi ekonomi.<sup>31</sup>

Perlindungan konsumen mencakup dua konsepsi hukum didalamnya, yaitu hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen. Dua konsepsi hukum tersebut yang hampir serupa tapi tak sama, dijelaskan dalam pandangan AZ. Nasution sedemikian :<sup>32</sup>

1. Hukum konsumen yaitu kumpulan asas-asas serta pedoman-pedoman yang mengatur hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk dalam kurung barang dan atau jasa antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan masyarakat.
2. Hukum perlindungan konsumen yaitu kumpulan asas-asas serta pedoman-pedoman yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk barang dan atau jasa konsumen antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat.

Aspek-aspek yang menjadi konsentrasi dalam perlindungan konsumen ialah :<sup>33</sup>

1. Keamanan fisik;
2. Pengembangan dan perlindungan kebutuhan ekonomi konsumen;
3. Acuan untuk keamanan serta kualitas barang maupun jasa;
4. Pemerataan akomodasi kepentingan pokok;
5. Usaha-usaha guna memperbolehkan konsumen menuntut serta mendapatkan ganti rugi;
6. Program pendidikan dan penyebarluasan informasi; serta sekaligus

---

<sup>29</sup> Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Prenamedia, 2013), h. 21.

<sup>30</sup> Abuzayid Bustomi, *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen*, Jurnal UNPAL, Vol. 16, No.2, 2018, h.154.

<sup>31</sup> Beby Suryani Fitri, Riswan Munthe, dan Anggreni Atmei, *Asas Ultimum Remedium/The Last Resort Principle Terhadap Pelaku Usaha Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Doktrina: Journal of Law, Vol.4, No. 1, 2021, h.71.

<sup>32</sup> Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen (Suatu Pengantar)* (Jakarta: Diadit Media, 2011), h.37.

<sup>33</sup> Taufik Simatupang, *Aspek Hukum Periklanan* (Bandung: Aditya Bakti, 2004), h.11-13.

7. Harmonisasi perkara khusus serupa makanan, minuman, obat-obatan serta kosmetik.

### **2.2.2 Asas-Asas Perlindungan Konsumen**

Asas-asas perlindungan konsumen landasan dalam mengimplementasikan UUPK dengan tujuan memberi fungsi etis terhadap peraturan serta tata hukum.<sup>34</sup>

Dalam Pasal 2 UUPK disebutkan mengenai asas perlindungan konsumen yang berbunyi sebagai berikut, “Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.”

Secara lebih lanjut kelima pasal ini dijelaskan dalam penjelasan Pasal 2 UUPK:

1. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan unsur main harus memberikan manfaat sebesar besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat Indonesia dapat 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 dalam arti materiil ataupun spritual.
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
5. Asas kepastian hukum dimaksudkan yang terbaik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

### **2.2.3 Tujuan Perlindungan Konsumen**

Tujuan perlindungan konsumen merupakan gambaran capaian yang wajib diwujudkan melalui eksistensi UUPK, sebagai wujud nyata dari pembangunan

---

<sup>34</sup> Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1991), h.87.



nasional dibidang hukum perlindungan konsumen.<sup>35</sup> Tujuan perlindungan konsumen tertuang dalam Pasal 3 UUPK:

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

## **2.3 Konsumen**

### **2.3.1 Pengertian Konsumen**

Manusia adalah makhluk sosial yang memenuhi kebutuhan hidup melalui berbagai cara yang salah satunya adalah melalui kegiatan berbelanja. Melalui kegiatan berbelanja, manusia disebut sebagai konsumen karena menghabiskan kegunaan barang dan/atau jasa. Kedudukan konsumen berdampingan juga dengan pelaku usaha sebagai penyedia barang dan/atau jasa tersebut. Konsumen diartikan dalam Pasal 1 angka 2 UUPK menyebutkan “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”. Konsumen yang dimaksud dalam UUPK ini jelas pada batasannya mengacu pada pemakai dengan tingkatan paling akhir.<sup>36</sup>

<sup>35</sup> Achmad Ali, *Menguk Tabir Hukum*, (Jakarta: Kencana, 1996), h.95.

<sup>36</sup> Sarah Selfina Kuahaty, *Pendidikan Perlindungan Konsumen Kepada Masyarakat Desa Di Kecamatan Teon Nila Serua Kabupaten Maluku Tengah*, AIWADTHU: Jurnal Pengabdian Hukum Vol. 1, No. 2, h. 65.

Konsumen adalah entitas dari kegiatan bisnis bagi pelaku usaha dalam mencapai keuntungan melalui kegiatan promosi, cara strategi penjualan.<sup>37</sup> Konsumen merupakan pihak yang mendapatkan barang atau jasa dari produsen guna mencapai tujuan tertentu.<sup>38</sup> Dalam kehidupan sehari-hari, konsumen jika dibedakan jenisnya, digolongkan menjadi dua bagian :<sup>39</sup>

A. Konsumen Individu atau Perseorangan

Konsumen individu mengartikan sebagai konsumen yang tunggal yang biasanya hanya perorangan. Sifat dari konsumen individu ini nilai kuantitasnya besar dan tentu memiliki daya beli yang amat kuat.

B. Konsumen Organisasi atau Kelompok

Konsumen organisasi atau kelompok merupakan gabungan dari konsumen individu yang mempunyai kecocokan dalam kebutuhan dan ambisi. Akan tetapi daya beli konsumen organisasi ini tidak sekuat daya beli konsumen individu. Hal ini dikarenakan pertimbangan para konsumen yang tergabung dalam organisasi tersebut dalam mengambil keputusan tentu membutuhkan rangkaian yang tidak pendek.

### 2.3.2 Hak dan Kewajiban Konsumen

Pandangan Ali Mansyur mengenai hak konsumen merupakan guna memenuhi kepentingan dari konsumen itu sendiri seperti kepentingan fisik, kepentingan sosial dan lingkungan, kepentingan ekonomi, serta kepentingan perlindungan hukum.<sup>40</sup> Mengenai hak dari konsumen, tertuang di Pasal 4 UUPK yang menyebutkan sedemikian:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;

<sup>37</sup> Rizky Novyan Putra, *Perlindungan Hukum Bagi Pihak Dari Tampilan Iklan Suatu Produk Yang Menyesatkan Dan Mengelabui*, Business Law Review Vol. 1, No. 2, 2017, No. h. 24.

<sup>38</sup> Salamiah, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Kegiatan Jual Beli*, Jurnal Al'Adi, Vol. 6, No. 12, 2014, h. 40.

<sup>39</sup> Damiati, dkk, *Perilaku Konsumen* (Depok: Rajawali Pers, 2017), h. 6-7.

<sup>40</sup> M Ali Mansyur, *Penegakan Hukum Tentang Tanggung Gugat Produsen dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen*, (Yogyakarta: Genta Press, 2007), h.81.

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

Tidak hanya hak dari konsumen saja, akan tetapi terdapat kewajiban dari konsumen yang perlu diperhatikan. Kewajiban konsumen ini tertuang dalam Pasal 5 UUPK, sebagai berikut :

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

## **2.4 Pelaku Usaha**

### **2.4.1 Pengertian Pelaku Usaha**

Pengertian pelaku usaha terdapat pada Pasal 1 angka 3 UUPK “Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.” Pelaku usaha adalah pihak yang memiliki tujuan mencapai keuntungan maksimal melalui kegiatan transaksi dengan konsumen. Pelaku usaha juga peranannya tidak hanya terbatas pada kegiatan produksi, akan tetapi terkait juga dengan kegiatan distribusi produk sampai

konsumen menerima barang / jasa tersebut.<sup>41</sup> Pelaku usaha adalah baik individu maupun badan hukum, yang hasil dari produksinya itu dinikmati oleh pihak konsumen dan makna ini tidak melingkupi eksportir.<sup>42</sup> Pelaku usaha merupakan pengusaha baik bidang barang maupun jasa yang melakukan upaya untuk menarik konsumen untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang dihasilkan.<sup>43</sup>

#### 2.4.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Adanya hak hak pelaku usaha diberikan dengan tujuan keseimbangan kenyamanan bagi pelaku usaha tidak hanya pada konsumen.<sup>44</sup> Setelah berlakunya UUPK, maka hak dan kewajiban pelaku usaha terjamin pada sebuah regulasi yang mengikat. Regulasi mengenai hak pelaku usaha tertuang pada Pasal 6 UUPK:

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

Kewajiban pelaku usaha adalah hal yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha sebagai konsekuensi dari pemenuhan hak konsumen.<sup>45</sup> Kewajiban pelaku usaha ini ditegaskan dalam Pasal 7 UUPK:

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;

<sup>41</sup> Rifki Putra Perdana, Fuad, Said Munawar, *Implementasi Penyelesaian Sengketa Konsumen Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen di Yogyakarta*, Jurnal Widya Pranata Hukum Vol. 3, No. 2, 2017, h.8.

<sup>42</sup> Marcelo Leonardo, *Upaya Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Barang Yang Diperdagangkan*, Tuella Lex Privatum, Vol. 2, No. 3, 2014, h.60.

<sup>43</sup> Kadek P.S Dyatmika, Ida A.P Widiawati, dan Karma, Ni Made S, *Pertanggungjawaban dan Penyelesaian Sengketa Konsumen Berkaitan Dengan Perdagangan Parsel*, Jurnal Analogi Hukum Vol. 2, No. 3, 2020, h. 393.

<sup>44</sup> Sudaryatmo, *Hukum dan Advokasi Konsumen*, (Bandung: Citra Aditya Bhakti, 1999), h.17

<sup>45</sup> Shidarta, *Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: Grasindo, 2000), h. 28.

3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

### 2.4.3 Larangan Bagi Pelaku Usaha

Larangan bagi pelaku usaha ini ketentuannya telah diatur sebagaimana pada Pasal 8 sampai dengan Pasal 17 UUPK. Adapun pada peraturannya larangan bagi pelaku usaha diklasifikasikan terbagi tiga:<sup>46</sup>

1. Larangan bagi pelaku usaha terkait hal kegiatan produksi.
2. Larangan bagi pelaku usaha terkait hal kegiatan pemasaran produk
3. Larangan bagi pelaku usaha terkait hal periklanan.

Larangan pelaku usaha adalah parameter agar produk baik barang dan atau jasa yang sampai kepada konsumen nantinya, produk berkategori layak dipasarkan, baik mengenai kualitasnya sampai dengan kesesuaian informasi yang tertera pada label, etiket, iklan dan lainnya.<sup>47</sup> Larangan pelaku usaha merupakan bentuk pengamalan perlindungan hukum yang memiliki tujuan menciptakan iklim usaha yang sehat.<sup>48</sup> Adanya larangan pelaku usaha akibat eksistensi dari klausula baku, yang menyebabkan kedudukan pelaku usaha terkuat.

Larangan pelaku usaha terkait dengan hal kegiatan produksi diatur pada Pasal 8 ayat 1 UUPK yang berbunyi sebagai berikut pelaku usaha diberikan rambu-rambu terkait hal produksi dan kegiatan perdagangan :

<sup>46</sup> Wibowo T. Tunardy, Perbuatan yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha, <https://jurnalhukum.com/perbuatan-yang-dilarang-bagi-pelaku-usaha/>

<sup>47</sup> Tesalonika Epifania Rompas, Frangkiano B. Randang, dan Nelly Pinangkaan, *Larangan Bagi Pelaku Usaha Mengelabui Konsumen Melalui Cara Obral Atau Lelang Dalam Hal Penjualan Barang*, Lex Privatum, Vol. 9, No. 4, 2021, h. 87.

<sup>48</sup> Tri Setiady, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Pelanggaran Ketentuan Label Pangan Yang Dilakukan Pelaku Usaha Berdasarkan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, Jurnal Yustitia, Vol. 3, No. 1, 2017, h.70.

1. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundangundangan;
2. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
3. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
4. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
5. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
6. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
7. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
8. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label;
9. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat samping, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan;
10. Tidak mencantumkan informasi dan / atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang undangan yang berlaku.

## 2.5 Skincare

### 2.5.1 Pengertian Skincare

*Skincare* adalah rentetan produk yang dipakai guna menjaga kesehatan kulit, dengan membantu memberikan nutrisi terhadap kulit serta dapat mencegah kerusakan pada kulit wajah.<sup>49</sup> *Skincare* merupakan produk perawatan kulit yang bertujuan untuk menenangkan, memulihkan, memperbaiki, serta memproteksi kulit manusia.<sup>50</sup> *Skincare* dapat dipakai oleh perempuan atau laki - laki, dari mulai

<sup>49</sup> <https://www.halodoc.com/artikel/pentingnya-skincare-awareness-di-usia-remaja>

<sup>50</sup> Pendapat dr. Flandiana Yogianti, Ph.D., Sp.DV (Departemen Dermatologi & Venereologi FKMK UGM) di <https://www.ugm.ac.id/id/berita/21564-mengenal-sisi-positif-dan-negatif-dalam-penggunaan-skin-care>

kalangan remaja hingga kalangan orang tua. Dalam merealisasikan manfaat dari *skincare*, perlu penyesuaian antara kondisi kulit dengan fungsi produk, agar hasil pemakaian *skincare* efisien.

Pada penggunaannya *skincare* dilakukan dengan memulai urutan dengan pemakaian produk pembersih, dilanjut dengan pemakaian produk yang berfungsi mencerahkan wajah, dan yang terakhir pemakaian produk yang berfungsi untuk menghidrasi kulit. Untuk hasil yang lebih baik maka produk *skincare* tersebut harus dipakai dengan rutin.

### 2.5.2 Tujuan dan Manfaat Penggunaan *Skincare*

Penggunaan *skincare* tidak mungkin tidak memiliki tujuan, berikut ini tujuan dari penggunaan *skincare* :<sup>51</sup>

1. Agar terhindar dari kondisi kulit kusam pada wajah.
2. Agar kebersihan pada kulit tetap terjaga, sehingga menciptakan kondisi kulit yang sehat serta bersih.
3. Sebagai lapisan yang menjaga agar kulit tetap baik pada saat terkena produk kosmetik.
4. Menyingkirkan persoalan dan penyakit pada kulit

Penggunaan *skincare* tentunya akan menghasilkan manfaat yang baik pula bagi penggunanya, seperti berikut:<sup>52</sup>

1. Memberikan rutinitas yang baik untuk melakukan pola hidup yang sehat.
2. Memberikan nutrisi yang cukup pada kulit sehingga kulit tetap lembap, kencang, serta mencerahkan kulit.
3. Memberikan perlindungan pada kulit secara maksimal, sehingga meminimalisir dari terkena penyakit atau permasalahan pada kulit.
4. Memperlambat penuaan dini pada kulit sekaligus dapat meremajakan kulit.

### 2.5.3 Dampak Penggunaan *Skincare*

Penggunaan *skincare* yang tepat tentu akan menghasilkan dampak positif pada penggunaannya. Penggunaan yang tepat seperti pemakaian pada produk yang legal dan aman, pemakaian produk dengan urutan dan ketentuan yang benar, serta

<sup>51</sup> <https://www.astronauts.id/blog/alasan-mengapa-kamu-harus-pakai-skincare-secara-rutin>

<sup>52</sup> <https://www.nivea.co.id/saran/5-manfaat-pakai-skincare-sesuai-umur-pada-penampilanmu?>

produk yang dipakai sesuai dengan permasalahan kondisi kulit maka akan berdampak positif pada kulit. Dampak positif yang didapat dihasilkan dari pemakaian *skincare* yang tepat sebagai berikut:<sup>53</sup>

1. Menghasilkan kulit yang sehat dan terawat.
2. Membantu memberikan hasil make up yang maksimal pada wajah.
3. Menjaga keelastisitan kulit, sehingga penuaan dini dapat tercegah.
4. Mengurangi serta dapat membantu terhindarnya dari permasalahan kulit kering, kusam, berminyak, berjerawat, *break out*. Sehingga memberikan efek kulit sehat dan mulus.
5. Dapat mencegah permasalahan kulit seperti jerawat dan eksim.
6. Dapat memberikan efek *calming* bagi kulit sensitif.

Penggunaan *skincare* yang kurang tepat tentunya akan menimbulkan permasalahan baru pada kulit. Penggunaan *skincare* yang kurang tepat ini biasanya dikarenakan penggunaan produk yang berbahaya dan tidak legal, penggunaan produk *skincare* yang asal asalan dengan mengesampingkan permasalahan dan kondisi akibatnya dari penggunaan *skincare* yang kurang tepat ini nantinya menimbulkan ketidakefektifan fungsi dari produk tersebut. Dampak negatif yang ditimbulkan akibat penggunaan *skincare* yang tidak tepat sebagai berikut:<sup>54</sup>

1. Menimbulkan efek iritasi.
2. Menimbulkan efek alergi pada kulit.
3. Munculnya flek hitam pada kulit wajah.
4. Menimbulkan jerawat yang meradang.
5. Dapat menjadi faktor penyebab perkembangan sel kanker.
6. Rusaknya skin barrier yang menyebabkan kulit muka terlihat berminyak akan tetapi kulit pada wajah terasa kering.
7. Dapat berpengaruh pada janin ibu yang sedang mengandung, yang biasanya dikarenakan kandungan zat berbahaya seperti merkuri pada *skincare*.

---

<sup>53</sup> <https://www.beautynesia.id/beauty/4-alasan-kenapa-vitamin-c-penting-digunakan-dalam-rangkaian-skincare/b-260150>

<sup>54</sup> <https://www.halodoc.com/artikel/waspada-ini-3-bahaya-memakai-skincare-palsu>



Oleh karena itu pentingnya bagi kita dalam memakai produk *skincare* dengan mempertimbangkan dan memperhatikan komposisi yang terkandung pada produk *skincare* yang kita pakai.

## 2.6 Etiket Biru

### 2.6.1 Pengertian Etiket Biru

Etiket merupakan alat petunjuk yang dibagikan oleh lembaga kesehatan selayaknya rumah sakit, klinik, puskesmas.<sup>55</sup> Etiket ini biasanya berbentuk label yang biasanya berwarna biru dan putih. Bedanya pada etiket yang berwarna putih digunakan sebagai obat yang dikonsumsi melalui proses pencernaan, sedangkan etiket berwarna biru digunakan sebagai obat luar atau dengan kata lain tidak untuk dimakan maupun diminum. Etiket biasanya berisi informasi mengenai ketentuan pemakaian obat, nama pasien, dan hal-hal lain terkait dengan obat.

Standar produk dengan etiket biru adalah harus melalui racikan resep dokter. Produk dengan etiket biru tidak dapat dijual dengan bebas. *Skincare* yang beretiket biru dapat diperoleh pasien harus melalui konsultasi terlebih dahulu dengan dokter, dari hasil analisa dokter tersebut maka akan dibuatkan resep racikan, selanjutnya apoteker resmi akan meracik obat tersebut. Etiket biru pada umumnya menandakan bahwa racikan tersebut legal, dengan syarat sesuai dengan proses konsultasi dokter.

### 2.6.2 Karakteristik Etiket Biru

Etiket berwarna biru biasanya berkarakteristik diperuntukkan sebagai obat luar. biasanya etiket berwarna biru berupa seperti salep, krim, injeksi, transdermal, supositoria, inhaler, serta obat kumur. Etiket biru juga diperjualbelikan secara legal tidak memerlukan nomor BPOM karena dibuat oleh dokter yang mumpuni yang menangani permasalahan pada pasiennya, akan tetapi hal ini terkadang menjadi siasat yang mempermudah pelaku usaha melakukan kecurangan dalam memperjualbelikan produk dengan etiket biru.<sup>56</sup> Karakteristik *skincare* etiket biru ini sifatnya pribadi, artinya *skincare* ini dibuat sesuai dengan

<sup>55</sup> <https://www.briliobeauty.net/skincare/hati-hati-skincare-etiket-biru-abal-abal-beredar-bebas-di-pasaran-jangan-beli-sembarangan-230121o.html>

<sup>56</sup> <https://repositori.kemdikbud.go.id/10434/1/DASARDASAR%20KEFARMASIAN%201.pdf>

permasalahan kulit seseorang pasien. *Skincare* etiket biru ini tidak dijual bebas secara umum, karena dokter biasanya melakukan analisa terlebih dahulu ke pasien sebelum memberikan resep racikan tersebut.<sup>57</sup> Komposisi yang terkandung pada *skincare* etiket biru tergolong obat keras, maka hal ini yang mendasari pemakaian *skincare* etiket biru harus dengan pengawasan dokter. *Skincare* dengan etiket biru ini pula dirancang dengan dosis yang disesuaikan dengan permasalahan seseorang pasien, hal ini memperkuat alasan bahwa *skincare* etiket biru tidak diperuntukkan dikonsumsi secara umum.

### 2.6.3 Cara Penggunaan *Skincare* Etiket Biru

*Skincare* dengan etiket biru merupakan obat luar, maka penggunaannya tidak dapat dikonsumsi dengan cara diminum ataupun dimakan.<sup>58</sup> Konsumen sebelum mengonsumsi obat, perlu memastikan terlebih dahulu obat yang akan dikonsumsi sudah benar dan layak pakai, membaca peringatan pada kemasan obat serta menggunakan obat dengan aturan pakai yang telah dianjurkan oleh dokter. Sebelum menggunakan obat, cuci kedua tangan terlebih dahulu, setelah itu aplikasikan obat dengan jumlah yang pas dan merata pada bagian tubuh yang hendak diberi obat dengan syarat telah dibersihkan sebelumnya. Konsumen perlu memastikan penggunaan obat dan kehygienisan agar obat dapat berfungsi secara efektif.

## 2.7 Penyelesaian Sengketa Konsumen

### 2.7.1 Pengertian Sengketa Konsumen

Pengertian sengketa konsumen dalam Kepmenperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 sengketa konsumen merupakan perselisihan antara pelaku usaha dengan konsumen menagih kompensasi atas kesalahan yang mengakibatkan kerugian terhadap konsumen. Sengketa konsumen merupakan sengketa yang

---

<sup>57</sup> Ni Putu Rahayu A, *Uji Kandungan Hidroquinon Pada Sediaan Krim Racikan Dokter Dan Krim Pencerah Wajah Dengan Menggunakan Spektrofotometer Uv*, The Journal Of Muhammadiyah Medical Laboratory Technologist Vol. 1, No. 4, 2021, h.31.

<sup>58</sup> Cara Cerdas Gunakan Obat, 2017, Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, h. 9.

diakibatkan ketidaksamaan pandangan, pelanggaran regulasi, pemungkiran janji, benturan kepentingan, dan menyebabkan rugi sepihak.<sup>59</sup>

Sengketa konsumen adalah konflik yang terjadi antara pihak konsumen dan pihak pelaku usaha karena adanya transaksi konsumen.<sup>60</sup> Faktor umum yang dapat menyebabkan adanya sengketa konsumen biasanya beralaskan karena kealpaan pelaku usaha dalam menjalankan kewajiban atau antara pelaku usaha dan konsumen ada yang tidak menjalankan sesuai isi perjanjian.<sup>61</sup>

### 2.7.2 Bentuk-Bentuk Penyelesaian Sengketa Konsumen

Sebagaimana sengketa lain harus diselesaikan agar permasalahan menjadi tuntas, maka sengketa konsumen juga perlu diselesaikan agar hubungan baik antara konsumen dan pelaku usaha dapat berlanngsung baik. Menurut Pasal 45 ayat 2 UUPK mengatur dalam penyelesaian sengketa konsumen dapat melalui dua cara yaitu melalui jalur pengadilan maupun non pengadilan yang harus didasarkan dengan kesepakatan kedua belah pihak. Dalam menyelesaikan sengketa konsumen, dapat diperoleh dengan dua pilihan :<sup>62</sup>

#### 1. Pengadilan

Bagi konsumen yang merasa dirugikan berkesempatan menyelesaikan persoalan sengketa melalui badan peradilan umum, hal ini disesuaikan dengan peraturan pada Pasal 45 UUPK . Penyelesaian sengketa merupakan bentuk penyelesaian atas inisiatif pihak yang bersengketa baik pelaku usaha maupun konsumen, bukan karena tindakan hakim hal ini lah mengakibatkan pemecahan masalah hukum perdata tersebut tidak dilakukan secara sukarela.<sup>63</sup>

#### 2. Luar Pengadilan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)

Selain menyelesaikan melalui badan peradilan umum, konsumen yang dirugikan juga dapat berkesempatan dalam menyelesaikan persoalan sengketa nya melalui

---

<sup>59</sup> Niru Anita Sinaga dan Nunuk Sulisrudatin, *Pelaksanaan Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara, Vol. 5, No. 2, 2015, h. 81 -82.

<sup>60</sup> Tiara Dwi Ayu, *Penyelesaian Sengketa Pembiayaan Konsumen Melalui Mediasi Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kota Padang (Studi Perkara Nomor 26/P3K/VI/2020)*, Skripsi (Padang: Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Andalas, 2021). h. 4.

<sup>61</sup> Aulia Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018), h.211.

<sup>62</sup> Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen* (Bandung: Penerbit Nusa Media, 2019), h. 86.

<sup>63</sup> Sri Hidayani, *Aspek Hukum Pada Proses Persidangan di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen*, *Jurnal Antropologi Sosial dan Budaya*, Vol. 3, No. 2, 2018, h. 95.

badan penyelesaian sengketa konsumen. Walaupun dapat menyelesaikan persoalan sengketa tidak melalui badan peradilan, tetap saja ada tanggung jawab pidana sesuai dengan Pasal 45 ayat 3 dan 4 UUPK. Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan memiliki tujuan guna mencari kesepakatan antar pihak terkait dengan besarnya ganti rugi serta menjamin agar kejadian yang menimbulkan kerugian oleh konsumen tidak terulang.<sup>64</sup>



---

<sup>64</sup> Tami Rusli, *Penyelesaian Sengketa Antara Konsumen Dan Pelaku Usaha Menurut Peraturan Perundang-Undangan*, Jurnal Keadilan Progresif, Vol. 3, No. 1, 2012, h. 89.

### BAB 3. PEMBAHASAN

#### 3.1 Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Dirugikan Akibat Penggunaan Skincare yang Beretiket Biru yang Dijual Bebas

*Beauty tech* merupakan inovasi baru pada industri kecantikan di masa kini yang menimbulkan tren pemakaian *skincare* dengan cara menggunakan beragam jenis *skincare* yang dijual baik secara *offline* maupun *online*.<sup>65</sup> Hal ini memberikan efek ketertarikan konsumen di Indonesia untuk menjadi *beauty enthusiast*. Adanya tren ini tentunya tak terlepas dari efek kemajuan teknologi yang menjadikan media sosial sebagai wadah untuk menyajikan konten pemakaian *skincare* sehingga banyak masyarakat tertarik menggunakan *skincare* karena terpengaruh dari konten kreator untuk merawat kulit menggunakan produk *skincare*.

Akibat kemajuan teknologi saat ini yang memberikan manfaat positif terhadap banyak masyarakat, tentu memiliki dampak negatif juga yang ditimbulkan dari adanya kemajuan teknologi terkini. Para pelaku usaha saat ini dimudahkan dalam penjualan produk terutama produk *skincare*. Melalui sosial media telah melahirkan banyak pelaku usaha terutama pelaku usaha *skincare*. Banyaknya pelaku usaha ini membuat mereka saling bersaing dalam menguasai konsumen pasar *skincare*, akan tetapi beberapa pelaku usaha menggunakan kesempatan melakukan kecurangan dari adanya kemajuan sosial media saat ini. Kecurangan yang dilakukan dengan melakukan penjualan *skincare* dengan etiket biru di *e-commerce* tanpa melakukan observasi terlebih dahulu. *Skincare* tersebut dijual tanpa izin edar dari BPOM dengan menggunakan etiket biru dalam menyasati konsumen.

Saat ini belum banyak terdapat informasi maupun sosialisasi mengenai teknis pemilihan *skincare* yang aman untuk dipakai. Sehingga banyak konsumen produk *skincare* yang awam menjadi korban dari kecurangan dari pelaku usaha.

---

<sup>65</sup> Irwanto dan Laurensia Retno Hariatiningsih, *Penggunaan Skincare Dan Penerapan Konsep Beauty 4.0 Pada Media Sosial (Studi Netnografi Wanita Pengguna Instagram)*, Jurnal Komunikasi Vol. 11:2, h. 2020, h.120.

Selain itu tingkat kewaspadaan dari konsumen belum begitu tinggi, karena saat ini konsumen *skincare* hanya tergiur dengan khasiat yang ditawarkan.

Adanya Peraturan BPOM Nomor 23 Tahun 2019 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika belum juga dipenuhi oleh semua pelaku usaha. Banyak pelaku usaha yang masih belum sadar akan pentingnya dalam memenuhi standar baku produk yang diperdagangkan. Standar baku yang sangat sering dianggap remeh oleh pelaku usaha ini, padahal memiliki dampak cukup besar pada pemakaian produk. Tidak dapat disampingkan begitu saja, karena berefek pada kesehatan bahkan nyawa dari konsumen yang mengkonsumsi produk tersebut terutama produk *skincare*.

Kerugian yang dialami konsumen *skincare* juga beragam dari kerugian ringan hingga kerugian berat. Tidak hanya kerugian materil yang dialami, kerugian lainnya juga terutama mengenai kesehatan kulit konsumen juga terancam. Ditakutkan kerugian tersebut dapat berdampak untuk dalam jangka waktu yang panjang. Hal ini sudah menjadi urgensi pembahasan bahwasannya konsumen tersebut sudah sewajarnya mendapatkan perlindungan hukum.

Bentuk kerugian yang dapat dialami konsumen *skincare* beretiket biru yang dijual bebas yang dapat dikatakan *skincare* ilegal sebagai berikut.<sup>66</sup>

1. Mengalami kerusakan pada kulit.

Kerusakan pada kulit dapat saja terjadi pada kulit konsumen, hal ini bisa saja dikarenakan kandungan zat kimia dari *skincare* tersebut. Kandungan zat kimia pada *skincare* sebenarnya tidak membahayakan konsumen apabila penggunaanya mengikuti sesuai dengan standar baku yang ada baik mengenai jenis zat kimia maupun banyaknya zat kimia yang terkandung.

2. Beresiko mengalami penyakit berat lainnya, yang dapat mengganggu organ tubuh selain kulit.

Dari penggunaan *skincare* yang ilegal ini tentu akan menimbulkan efek untuk jangka waktu ke depan yang mungkin menjadikan kondisi kesehatan tubuh dari konsumen yang dirugikan semakin parah. Konsumen yang dirugikan bisa

---

<sup>66</sup> Adira Rahmawaty, *Peran Perawatan Kulit Yang Dapat Merawat Atau Merusak Skin Barrier*, BIMFI Vol. 7, No. 1, 2020, h. 7-8.

saja Penderita beberapa penyakit berat seperti kanker atau kerusakan organ pada tubuh lainnya akibat dampak dari zat kimia yang terkandung pada *skincare* yang ilegal tersebut. Di mana diketahui beberapa zat kimia yang terkandung pada skin care apabila digunakan dengan Dosis melewati abang batas yang di telah ditentukan maka akan berdampak besar bagi kesehatan dari tubuh konsumen selaku pemakai skin care tersebut.

### 3. Kerugian biaya.

Akan banyak biaya yang dikeluarkan untuk mengobati keadaan kulit yang rusak akibat pemakaian produk *skincare* yang tidak aman. Kerugian pada biaya pengobatan atau perawatan guna mengembalikan kondisi kulit konsumen dari *skincare* yang beretiket biru yang terjual bebas. Karena apabila ditemukan iritasi saja pada kulit konsumen, konsumen membutuhkan penanganan dari pihak yang berkompeten dibidangnya untuk mengembalikan keadaan kulit sebaik semula.

Perlindungan hukum lazimnya diberikan terhadap subjek hukum ketika berhubungan dengan peristiwa hukum. Sebagai negara hukum, Indonesia memberikan hak perlindungan hukum terhadap setiap warga negaranya. Terutama dalam bidang perlindungan konsumen yang secara langsung diatur dalam UUPK, yang menjadi bukti konkrit bahwasannya setiap hubungan hukum diberikan perlindungan hukum.

Urgensi dari eksistensi perlindungan hukum bagi konsumen memang menjadi pokok utama. Hal ini dikarenakan pelaku usaha yang sering melakukan kecurangan dan mengenyampingkan tanggung jawabnya dalam melakukan kegiatan usahanya. Perilaku curang tersebut biasanya dilakukan pelaku usaha untuk mencapai profit yang lebih banyak lagi. Tentu dari perilaku curang pelaku usaha akan memberikan kerugian bagi konsumen.

Seperti fakta hukum pada pembahasan ini, ditemukannya penjualan produk *skincare* dengan etiket biru secara bebas yang dipasarkan dengan cara tidak sesuai dengan prosedur. Produk *skincare* yang beretiket biru saat ini telah banyak dipasarkan baik melalui distributor *offline* maupun *e-commerce*. Produk *skincare* tersebut tanpa izin edar dari BPOM dan belum teruji klinis dari

departemen kesehatan. Hal ini dilakukan pelaku usaha untuk memudahkan menarik kepercayaan konsumen untuk melakukan kecurangannya. Menurut Isnaeni, perlindungan hukum terbagi menjadi dua, yaitu :

#### 1) Perlindungan hukum internal

Perlindungan internal ini berdasarkan kesepakatan dari kedua belah pihak, baik pihak konsumen maupun pihak pelaku usaha. Kedua belah pihak harus mencapai kesepakatan dalam membuat perjanjian. Agar hak-hak dari kedua belah pihak baik pihak konsumen maupun pihak pelaku usaha tidak ada yang diingkari, sehingga tidak adanya kerugian antara kedua pihak.

Pada konsepsi perlindungan hukum internal ini memakai perjanjian sebagai objek kesepakatan. Sebagaimana yang dijelaskan dalam Pasal 1320 KUH Perdata, perjanjian harus memenuhi empat unsur didalamnya yaitu:

- a. Adanya kesepakatan dari semua pihak
- b. Adanya kecakapan dari semua pihak yang terlibat dalam perjanjian
- c. Adanya hal tertentu
- d. Adanya perjanjian ini wajib memiliki sebab yang tidak berbenturan dengan undang-undang, kesusilaan maupun dengan ketertiban umum.

Oleh karena itu, tidak terpenuhinya beberapa unsur perjanjian pada kegiatan jual beli skincare etiket biru yang dijual bebas maka tidak terdapat perlindungan hukum secara internal.

#### 2) Perlindungan hukum eksternal

Perlindungan hukum eksternal sebagai perlindungan hukum yang diberikan penguasa terhadap pihak lemah dengan tujuan agar tidak memihak pada salah satu pihak. Seperti halnya pada kasus kerugian konsumen, konsumen yang seringkali diposisikan sebagai pihak yang lebih lemah dibandingkan pelaku usaha yang terbukti pada perjanjian dan klausula baku yang sering memposisikan pelaku usaha relatif kuat. Hal ini pemerintah selaku penguasa memberikan regulasi seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, sebagai wujud dari pemberian perlindungan hukum terhadap konsumen selaku pihak lemah karena minimnya pengetahuan konsumen akan hak-haknya sebagai konsumen.



Terdapat beberapa regulasi yang dapat dijadikan upaya perlindungan eksternal bagi konsumen yang dirugikan penggunaan *skincare* yang beretiket biru yang dijual secara bebas, sebagai berikut:

1. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Pasal 1365 KUH Perdata, setiap orang melakukan perbuatan melanggar hukum yang merugikan orang lain diwajibkan melakukan ganti rugi terhadap perbuatannya tersebut. Perbuatan melawan hukum terdapat empat unsur didalamnya, yaitu:<sup>67</sup>

1.) Adanya perbuatan melawan hukum

Perbuatan melawan hukum dibuktikan apabila perbuatan tersebut telah melanggar dari regulasi yang berlaku, melanggar hak orang lain yang ditanggung oleh hukum, perbuatan yang melanggar kewajiban hukum, serta perbuatan yang berlawanan kesusilaan.

2.) Adanya unsur kesalahan

Unsur kesalahan dari pelaku mencakup tiga aspek yaitu adanya aspek kesengajaan, aspek kelalaian serta tidak ada alasan pemaaf atau pemaaf, seperti keadaan *overmacht*, membela diri, tidak waras, dan lain-lain. Apabila suatu tanggung jawab tanpa adanya aspek kesalahan maka tidak dapat dikatakan perbuatan melawan hukum.

3.) Adanya unsur kerugian yang ditimbulkan

Terdapatnya kerugian yang dialami korban juga dapat dijadikan pemenuhan syarat gugatan perbuatan melawan hukum. Konsumen *skincare* yang mengalami kerugian akibat pemakaian *skincare* yang ilegal juga dapat melakukan gugatan terhadap pelaku usaha yang melakukan kecurangan memperjualbelikan produk *skincare* menggunakan etiket biru secara bebas tanpa izin edar BPOM.

4.) Adanya hubungan sebab akibat antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian yang terjadi.

---

<sup>67</sup> Hetty Hassanah, *Analisis Hukum Tentang Perbuatan Melawan Hukum Dalam Transaksi Bisnis Secara Online (E-Commerce) Berdasarkan Burgerlijke Wetboek Dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*, Jurnal Wawasan Hukum, Vol. 32, No. 1, 2015, h.48.

Terdapat klausul bertautan antara perbuatan dengan kerugian yang timbul, bukan karena alasan yang lain. Seperti kerugian yang dialami oleh konsumen *skincare* dengan timbulnya permasalahan kulit konsumen yang disebabkan karena adanya kesalahan yang dilakukan oleh pelaku usaha, maka produk tersebut tidak memberikan efek yang sesuai dengan harapan konsumen.

## 2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Dalam UUPK tercantum didalamnya beberapa pasal yang menegaskan mengenai pemberian jaminan hukum terhadap konsumen guna meminimalisir terjadinya kegiatan kecurangan pelaku usaha. Beberapa pasal yang secara tegas berperan sebagai rambu pelaku usaha dalam kegiatan :

- 1) Pasal 4 UUPK, yang menerangkan berkenaan hak-hak konsumen yang harus dipenuhi. Terutama mengenai kenyamanan, keamanan serta keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan jasa. Apabila hak konsumen dilanggar, konsumen juga dapat menuntut ganti rugi ataupun kompensasi sesuai yang telah diatur dalam Pasal 4 huruf h UUPK.
- 2) Pasal 7 UUPK, yang didalamnya menerangkan bahwasannya pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya wajib untuk menjamin dari mutu barang dan jasa sesuai dengan standar mutu yang berlaku. Diatur pula wajib pelaku usaha memberikan ganti rugi ataupun kompensasi apabila pelaku usaha terbukti melakukan kesalahan pada produk dan jasa yang diperdagangkan.
- 3) Pasal 8 sampai dengan Pasal 18 UUPK, menjelaskan secara lengkap hal-hal apa saja yang tidak diperbolehkan untuk pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya.
- 4) Pasal 19 UUPK secara garis besar membahas sekaligus sebagai penjamin perlindungan konsumen yang dirugikan karena didalamnya termuat regulasi mengenai tanggung jawab pelaku usaha.
- 5) Pasal 45 UUPK sebagai dasar hukum bagi konsumen yang dirugikan untuk dapat melakukan penyelesaian sengketa dan dalam pasal ini ditegaskan bahwasannya konsumen dapat memilih untuk menyelesaikan secara litigasi maupun non litigasi.

3. Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 23 Tahun 2019 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika

Pada regulasi ini diatur sebagaimana harusnya produk *skincare* yang aman untuk diperjualbelikan, terdapat pasal-pasal yang menegaskan tentang adanya aturan persyaratan yang harus dipenuhi pelaku usaha guna memenuhi standar baku produk yang akan diperdagangkan kepada konsumen. Beberapa pasal pada regulasi ini yang menegaskan sebagai bentuk perlindungan terhadap konsumen *skincare* yang sebagai berikut:

- 1) Pasal 2 Peraturan BPOM Nomor 23 Tahun 2019, pada pasal ini ditegaskan kembali bahwasannya pelaku usaha wajib menjamin dari produk yang diperjualkan ini telah memenuhi sesuai dengan standar mutu yang telah diatur dalam persyaratan teknis bahan kosmetika, yang artinya keamanan dari produk ini harus dapat dipertanggungjawabkan oleh pelaku usaha.
- 2) Pasal 3 Peraturan BPOM Nomor 23 Tahun 2019, pada pasal ini menjelaskan secara terang guna melindungi kepentingan konsumen agar tidak mengalami kerugian dalam pemakaian produk
- 3) Pasal 5 Peraturan BPOM Nomor 23 Tahun 2019, pada pasal ini menegaskan mengenai produk *skincare* yang merupakan salah satu jenis kosmetika pembuatannya harus menggunakan sesuai dengan syarat dan batasan yang berlaku serta mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan kelengkapan dokumen informasi produk bahwa produk tersebut sudah memenuhi syarat aman, bermutu serta bermanfaat.
- 4) Pasal 10 Peraturan BPOM Nomor 23 Tahun 2019, pasal ini memuat mengenai sanksi-sanksi administratif yang dapat diberikan kepada pelaku usaha apabila melanggar apa yang telah ditentukan pada regulasi ini.

Perlunya peranan pemerintah dalam menindaki langsung mengenai perlindungan konsumen ini. Karena posisi pemerintah yang dapat menjadi penengah, dimana pemerintah akan melindungi kepentingan baik pelaku usaha maupun konsumen. Pemberian perlindungan hukum eksternal ini bertujuan agar hak-hak masyarakat yang selaku konsumen dapat terpenuhi agar mendapatkan keamanan, kenyamanan serta manfaat dari produk maupun jasa. Apabila adanya

hak-hak konsumen yang tidak terpenuhi oleh pelaku usaha atau terjadinya kerugian yang konsumen alami akibat perilaku curang pelaku usaha, pemerintah dapat memberikan tameng untuk memberikan sanksi baik secara perdata dan pidana terhadap pelaku usaha tersebut melalui eksistensi UUPK.

### 3.2 Bentuk Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Akibat Penggunaan Skincare yang Beretiket Biru yang Dijual Bebas

Produk *skincare* yang saat ini terjual bebas dengan aneka merek membuat para pelaku usaha berlomba lomba dalam menarik atensi konsumen. Ditambah dengan adanya stereotipe yang terbangun di masyarakat saat ini penampilan cantik pada kulit, dijadikan pelaku usaha dalam berkegiatan memperdagangkan produknya dengan tidak mempedulikan untuk menyanggupi persyaratan terkait mutu dan kualitas produknya. Beberapa usaha untuk bersaing dalam pasar seperti dalam kegiatan produksi, distribusi serta dalam menguasai strategi pasar menjadi tombak pelaku usaha menguasai konsumen.

Beberapa faktor penyebab adanya fenomena yang saat ini terjadi dimana banyak konsumen *skincare* menjadi korban dari perbuatan jahat pelaku usaha, diantaranya .<sup>68</sup>

1. Persaingan pasar bebas dampak dari era globalisasi saat ini, dimana semakin banyak pelaku usaha. Hal ini pemicu seringkali pelaku usaha bersaing secara tidak sehat demi mendapatkan target pasar yang tinggi.
2. Adanya tindakan manipulatif yang dilakukan pelaku usaha untuk menarik perhatian konsumen untuk membeli produknya. Pada fenomena hukum yang saat ini dibahas adanya *skincare* beretiket biru yang dijual secara bebas adalah salah satu contoh dari tindakan manipulatif pelaku usaha dengan menggunakan etiket biru, pelaku usaha dapat membuat konsumen percaya bahwasannya *skincare* tersebut aman walau tanpa keterangan izin edar BPOM. Seringkali hal ini dilandaskan karena pelaku usaha yang menginginkan laba

<sup>68</sup> Hirmawati Fanny Tainpubolon, *Etika Bisnis Pelaku Usaha Yang Merugikan Konsumen Dalam Hukum Persaingan Usaha*, Dharmasisya Vol.1, No. 1, 2020, h.275-278.

yang tinggi dengan modal yang dikeluarkan nilai yang rendah, sehingga nilai mutu dan kualitas produk tergadaikan.

3. Upaya impulsif yang seringkali dilakukan pelaku usaha terutama bidang *skincare* dalam mempromosikan produknya, dengan sasaran target pasarnya seringkali pelajar dan mahasiswa. Hal ini dikarenakan pelajar dan mahasiswa masih banyak yang labil, cara pikir belum realistis serta cenderung konsumtif untuk mengikuti tren masa kini.
4. Kurangnya pengetahuan konsumen. Hal ini masih berkaitan pada faktor adanya tindakan pelaku usaha yang manipulatif. Ditambah dengan masih banyaknya konsumen yang awam tentang *skincare* ini, maka tindakan manipulatif tersebut disambut baik yang akhirnya konsumen menjadi korban dari kecurangan pelaku usaha.

Faktor kerugian yang dialami konsumen sebagian besar dikarenakan kurangnya pengetahuan dari konsumen itu tersendiri sehingga ia tertipu dengan produk yang dijual pelaku usaha, akan tetapi juga tidak melepas begitu saja tanggung jawab pelaku usaha akan kerugian konsumen akibat ulahnya. Peran negara dan pemerintah yang sudah memberikan perlindungan hukum preventif, tidak menjamin bahwasannya lingkungan perdagangan di Indonesia telah terbebas dari pelaku usaha yang nakal. Adanya lembaga atau badan yang berwenang untuk mengawasi produk-produk yang diperdagangkan oleh pelaku usaha bukan menjadi penjamin di Indonesia akan terbebas dari kecurangan pelaku usaha.

Isu hukum tentang perlindungan konsumen yang dirugikan akibat pemakaian *skincare* beretiket biru yang dijual secara bebas. Sebenarnya *skincare* dengan etiket biru ini tidak berbahaya apabila produk tersebut dikeluarkan dengan melakukan observasi antara dokter dengan pasien terlebih dahulu. Produk *skincare* tersebut juga tidak berbahaya apabila tanpa etiket biru apabila standar mutu kualitas produk tersebut dipenuhi. Tidak perlu dengan menggunakan etiket biru untuk menarik target pasar, cukup dengan mengeluarkan produk yang aman yang telah diuji oleh departemen kesehatan dan terdaftar di BPOM.

Perlunya kaidah hukum yang secara tegas dan memaksa agar pelaku usaha dapat bertanggung jawab atas kegiatannya yang sudah merugikan

konsumen, agar hak-hak konsumen dapat terpenuhi sebagaimana yang telah ditegaskan pada Pasal 4 UUPK. Termasuk mengenai tanggung jawab dari pelaku usaha, yang tidak dapat ditentukan oleh pelaku usaha sepihak. Tanggung jawab pelaku usaha harus sesuai dengan yang dicantumkan dalam UUPK.

Tujuan terbentuknya regulasi yang menjamin adanya perlindungan terhadap konsumen, tentu didalam regulasi tersebut mengatur mengenai tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian yang dialami konsumen.<sup>69</sup> Adanya regulasi mengatur larangan bagi pelaku usaha, tidak menjamin pelaku usaha tidak melanggar dari regulasi tersebut. Seringkali pelaku usaha melakukan apa yang sudah menjadi larangan demi membuat pasarnya laku. Berbagai cara akan ditempuh pelaku usaha, semua larangan juga ikut dihalalkan. Akan tetapi peran regulasi membantu meminimalisir dari kegiatan kecurangan yang dilakukan pelaku usaha dan menjadi perisai bagi konsumen.

Sarana dalam memberikan payung hukum terhadap konsumen, tentu UUPK memuat pasal yang menegaskan mengenai tanggung jawab pelaku usaha. Adanya pasal yang mengatur tanggung jawab pelaku usaha ini bertujuan untuk mengembalikan hak konsumen yang telah dirampas oleh pelaku usaha. Sebagaimana saat ini para pelaku usaha dalam melangsungkan kegiatan usahanya banyak yang tidak memperdulikan dengan keamanan dan keselamatan atas pemakaian produknya. Sehingga harus ada regulasi yang mengatur secara tegas untuk memaksa pelaku usaha memberikan tanggung jawab atas dampak yang diberikan terhadap konsumennya.

Pelaku usaha *skincare* beretiket biru yang dijual secara bebas wajib hukumnya untuk melakukan pemenuhan tanggung jawab atas perbuatannya tersebut. Pelaku usaha tersebut sudah menyalahi prosedur yang ada di mana penjualan *skincare* etiket biru tidak dapat dilakukan secara bebas melainkan harus melewati diagnosa dari dokter yang ber kompetensi terhadap pasien secara privat, Hal ini dikarenakan etika biru sendiri menjadi obyek Pembeda dengan *skincare* lainnya yang dijual bebas dengan nomor BPOM yang mana tujuan dari pemberian

---

<sup>69</sup> Rebekka Silawati Hutauruk dan Sylvana Murni Deborah Hutabarat, *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Pengedar Produk Pangan Impor Ilegal*, *Justitia: Jurnal Ilmu Hukum dan Humaniora* Vol. 8, No. 3, 2021, h. 368.

*skincare* beretiket biru ini disesuaikan dengan kondisi kulit seseorang dan tidak bisa disamaratakan dengan kebutuhan kulit orang lain. Apabila terbukti perbuatan tersebut menimbulkan kerugian bagi konsumen pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi dengan pengembalian uang sesuai biaya yang dikeluarkan konsumen atau bisa dengan pemberian perawatan secara gratis kepada para konsumen yang dirugikan sampai keadaan kulit konsumen tersebut menjadi normal kembali. Berkenaan dengan jumlah dan bentuk dari ganti rugi tersebut ditentukan dengan resiko kerugian yang dialami oleh konsumen.

Tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian yang dialami konsumen diatur dalam Pasal 19 sampai Pasal 28 UUPK. Pada garis besarnya mengenai tanggung jawab pelaku usaha ini diterangkan secara jelas di Pasal 19 UUPK yang berisi sebagai berikut :

1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang atau jasa yang dihasilkan dan diperdagangkan
2. Ganti rugi sebagaimana pada ayat 1 berupa pengembalian uang atau penggantian barang atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
3. Dilaksanakan dalam tenggang waktu tujuh hari setelah tanggal transaksi.
4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 2 tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 2 tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesenonohan konsumen.

Berdasarkan konsep ganti rugi yang diatur pada Pasal 19 UUPK, bentuk tanggung jawab pelaku usaha mencakup tiga bentuk, yaitu :<sup>70</sup>

- a) Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan
- b) Tanggung jawab ganti kerugian dikarenakan pencemaran, serta

<sup>70</sup> Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen Cet-1*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), h. 68.

- c) Tanggung jawab ganti kerugian dikarenakan adanya kerugian yang dialami konsumen.

Selain tanggung jawab yang diatur dalam Pasal 19 sampai Pasal 28 UUPK ada pula tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian yang dialami konsumen dari sisi hukum perdata umum, yang mengenal beberapa bentuk prinsip pertanggung jawaban yaitu:<sup>71</sup>

1. Pertanggung jawaban karena adanya kesalahan (*liability without based on fault*)

Bentuk pertanggung jawaban ini di definisikan pertanggung jawaban atas dasar kesalahan yang mana seseorang bertanggung jawab karena ia melakukan kesalahan yang merugikan orang lain.

2. Tanggung jawab karena praduga (*presumption of liability*)

Bentuk pertanggungjawaban pada prinsip ini biasanya lebih dikenal dengan pembuktian terbalik. Pembuktian terbalik ini memiliki arti bahwasannya pelaku usahalah yang harus membuktikan bahwasannya ia tidak bersalah apabila tuntutananya ingin dibatalkan. Beban pembuktian dilimpahkan kepada pelaku usaha selaku tergugat bukan tanpa alasan, hal ini agar memudahkan konsumen. Pembuktian kesalahan pelaku usaha ini sulit dilakukan oleh konsumen, mengingat banyaknya konsumen yang awam dan untuk melakukan pembuktian ini konsumen akan mengeluarkan cukup banyak biaya. Mengingat posisi konsumen yang tidak seimbang cenderung lebih lemah, UUPK memberikan regulasi yang memudahkan konsumen agar tidak merugikan biaya dan waktu untuk konsumen melakukan pembuktian. Hal ini diatur pada Pasal UUPK.

3. Tanggung jawab tanpa kesalahan (*liability without fault*)

Tergugat senantiasa tidak melakukan tanggung jawab hingga terbukti bersalah.

4. Tanggung jawab resiko (*strict liability*)

Bentuk pertanggung jawaban Tidak mengenyampingkan sebab akibat dari kesalahan pelaku usaha dengan kerugian yang dialami oleh konsumen akibat

<sup>71</sup> David Greacy Geovanie dan Kadek Bobby Reza A.D, *Perlindungan Konsumen Terhadap Kasus Vaksin Palsu Dalam Perspektif Undang-Undang*, Jurnal Locus Delicti, Vol. 2, No. 1, 2021, h. 8-9.



adanya perbuatan melawan hukum sebagaimana harus memenuhi prinsip pada Pasal 1365 KUH Perdata. Pemenuhan prinsip perbuatan melawan hukum sebagaimana yang diatur dalam Pasal 1365 KUH Perdata ini sebagai barometer tuntutan yang dilayangkan konsumen terhadap pelaku usaha yang melakukan perbuatan melawan hukum. Pada prinsip pertanggung jawaban ini tetap menjadikan pelaku usaha memiliki kewajiban bertanggung jawab pada kerugian yang dialami konsumen atas penggunaan produknya usahanya.

Konsepsi ganti rugi apabila pelaku usaha terbukti melakukan kesalahan yang merugikan konsumen :<sup>72</sup>

- a) Pemulihan kerugian yang diderita konsumen
- b) Pemulihan ganti rugi dalam segi materiil dan immateriil
- c) Pemulihan ganti rugi akan keseluruhan seperti keadaan semula

Representasi ganti rugi yang dilaksanakan oleh pelaku usaha terhadap konsumen yang mengalami kerugian karena mengkonsumsi barang terutama dalam kasus *skincare* yang beretiket biru yang dijual bebas:

1. Pengembalian uang, yang besaran nominalnya sesuai besaran harga produk yang telah dibeli oleh konsumen yang dirugikan tersebut.
2. Penggantian produk barang yang sejenis atau setara sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak;
3. Perawatan kesehatan atau dapat digantikan pemnerian uang santunan yang disesuaikan dengan yang telah diatur dalam regulasi yang berlaku.

### **3.3 Upaya Penyelesaian Sengketa yang Dapat Dilakukan Oleh Konsumen Akibat *Skincare* yang Beretiket Biru yang Dijual Bebas**

Pada kehidupan manusia sebagai makhluk sosial tidaklah selalu berjalan mulus. Sebagai makhluk sosial tentu akan mengalami perbedaan kepentingan dan lainnya. Hal inilah yang seringkali menimbulkan adanya permasalahan diantara individu satu dengan individu lainnya.

<sup>72</sup> Edi Wahjuni, Nuzulia Kumala Sari, dan Sheila Octaviani, *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Akibat Kosmetik Bersteroid*, Jurnal Rechtsens, Vol. 11, No. 1, 2022, h.79

Konsumen umumnya dalam penentuan pembelian produk tentu menginginkan produk tersebut pemilihan yang cocok antara khasiat atau kegunaan sebuah produk dengan kebutuhan konsumen. Setiap konsumen tentu menginginkan produk yang dibeli produk yang aman dan produk yang memberikan khasiat yang memuaskan. Akan tetapi memang banyak konsumen yang masih belum beruntung dalam pemilihan produk, sehingga bisa saja produk yang dikonsumsi oleh konsumen produk yang dapat membahayakan konsumen itu sendiri.

Isu hukum yang marak terjadi di Indonesia saat ini terdapat peristiwa makin hari makin banyaknya konsumen menjadi korban dari pembelian produk *skincare* yang beretiket biru yang dijual secara bebas. Konflik yang terjadi antara konsumen dengan pelaku usaha sudah menjadi hal yang bersifat wajar. Timbulnya konflik yang terjadi antara pelaku usaha dengan konsumen tentu ada penyebabnya. Hanya saja terkadang kita dapat menemukan penyebab dari permasalahan ini yang susah untuk diselesaikan, yang diantaranya sebagai berikut:<sup>73</sup>

- 1) Terdapat persoalan mengenai prinsip pada nilai, etik, serta pedoman yang dijadikan acuan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.
- 2) Timbulnya akibat yang besar
- 3) Adanya pihak menang dan pihak kalah
- 4) Transaksi sepihak.
- 5) Tidak terstruktur dan tidak adanya kepemimpinan yang tangguh
- 6) Pihak ketiga yang tidak netral.
- 7) Tidak sepadan.

Adanya sebuah permasalahan diantara pelaku usaha dan konsumen adalah hal yang biasa terjadi. Oleh karena itulah produk hukum seperti UUPK dibutuhkan sebagai jalan penengah untuk menyelesaikan berbagai permasalahan yang dapat timbul diantara pelaku usaha dan konsumen. Dalam menyelesaikan permasalahan atau konflik antara pelaku usaha dan konsumen harus ada lembaga

---

<sup>73</sup> Intan Nur Rahmawati dan Rukiyah Lubis, *Win-Win Solution Sengketa Konsumen*, (Yogyakarta: Penerbit Medpress Digital), h.38

atau badan yang berwenang untuk mengadili dan menyelesaikan permasalahan kedua belah pihak tersebut. Badan atau lembaga tersebut ibaratkan sebagai penyelenggara dari produk hukum yang sudah ada.

Timbulnya permasalahan diantara konsumen dan pelaku usaha ini tentu memiliki alasan tersendiri yang biasanya tidak diinginkan oleh konsumen itu sendiri, beberapa alasan kerugian yang dialami oleh konsumen yaitu:<sup>74</sup>

1) Barang yang Tidak Sesuai dengan Standar yang Ada

Barang yang diterima oleh konsumen tidak memenuhi standar yang sebagaimana telah ditentukan dalam regulasi. Tidak sesuai dengan standar di bidang mutu dan kualitas, sehingga tidak terjaminnya keselamatan dan keamanan dalam pemakaian produk tersebut. Contohnya seperti konsumen *skincare* etiket biru yang terjual bebas, produk yang konsumen konsumsi tidak terjamin keselamatan dan keamanan karena tidak memenuhi standar yang telah diatur dalam regulasi Peraturan BPOM Nomor 23 Tahun 2019 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika. Dalam peraturan tersebut mengatur bahwasannya produk kosmetika yang termasuk *skincare* harus melewati uji

2) Informasi yang Mengelabui Konsumen

Seringkali pelaku usaha berlaku curang dengan menyajikan informasi tentang produk. Inilah menjadi pemicu adanya konflik antara konsumen dengan pelaku usaha, karena konsumen tidak menerima produk sesuai dengan ekspektasi akan produk yang disebabkan informasi yang disajikan tidak sesuai.

3) Mekanisme Penjualan yang Merugikan

Pelaku usaha juga sering memperdagangkan produk atau jasanya dengan menggunakan mekanisme yang menyesatkan konsumen seperti memakai mekanisme undian, lelang, obral serta memaksa. Hal ini selain menyesatkan mekanisme ini dapat merugikan konsumen.

4) Wanprestasi Pelaku Usaha

Perbuatan pelaku usaha yang seingkali merugikan konsumennya dikarenakan pelaku usaha yang mengingkari kesepakatan yang telah dibuat. Walaupun

---

<sup>74</sup> Direktorat Perlindungan Konsumen Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Departemen Perdagangan Tahun 2009, *Penyempurnaan Peranan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)*, Jakarta 2009, hlm. 39-44

peningkatan janji tersebut dilakukan dengan ketidak sengaja juga termasuk dalam wanprestasi.

#### 5) Klausul Baku

Hal yang seringkali menjadi pemicu adanya sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha yaitu adanya klausul baku. Hal ini menjadikan posisi konsumen di posisi paling lemah, sehingga seringkali konsumen mengalami kerugian. Klausul baku seringkali dijadikan pelaku usaha untuk melakukan cedera janji terhadap konsumennya hal ini dapat dilakukan pelaku usaha secara terang-terangan juga dengan cara yang tersembunyi. Hal ini dikarenakan karakteristik dari klausul baku tersebut dibuat sepihak oleh pelaku usaha yang di mana memiliki posisi yang lebih kuat dibanding konsumen, sementara itu dalam pembuatan klausul baku konsumen tidak dilibatkan dalam menyusun isi dari perjanjian tersebut sehingga konsumen seringkali merasa terpaksa untuk menerima isi dari perjanjian tersebut karena memenuhi kebutuhan. Akan tetapi terdapat Pasal 18 UUPK yang mengatur tentang ketentuan klausul baku, hal ini dapat melindungi konsumen agar tidak dirugikan oleh pelaku usaha.

Pada UUPK diatur pula tentang mekanisme penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha. Hal ini tentu memberikan dampak baik terhadap konsumen. Sebagaimana pada Pasal 45 UUPK diterangkan bahwasannya konsumen dapat memilih untuk menyelesaikan permasalahan dengan pelaku usaha secara litigasi maupun non-litigasi. UUPK sebagai alat hukum yang bertujuan untuk melindungi kepentingan konsumen memberikan kebebasan tanpa keterpaksaan dalam menentukan mekanisme dari penyelesaian permasalahan dengan pelaku usaha tersebut.

Adapun upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen yang dirugikan akibat penggunaan *skincare* beretiket biru yang dijual bebas, tercantum pada Pasal 45 ayat 1 dan Ayat 2 UUPK. Pada Pasal 45 Ayat 1 UUPK menegaskan bahwa konsumen yang mengalami kerugian dapat melayangkan gugatan ke pelaku usaha. Upaya penyelesaian sengketa melalui non pengadilan, berarti menggunakan media perantara melalui badan yang berwenang menyelesaikan sengketa konsumen dan pelaku usaha. Pada Pasal 49 ayat (1) UUPK tertulis

bahwasannya pemerintah membentuk badan penyelesaian sengketa konsumen yang berwenang untuk menyelesaikan sengketa konsumen melalui non-pengadilan. Mengenai dengan tugas dan wewenang dari BPSK diatur pada Pasal 52 UUPK yang sebagai berikut:

- a) Menindaki dan menyelesaikan sengketa konsumen, baik dengan mediasi atau arbitrase atau konsiliasi
- b) Memberikan konsultasi
- c) Melaksanakan inspeksi akan pencantuman klasul baku
- d) Mengadukan ke penyidik umum manakala terdapat pelanggaran terhadap UUPK
- e) Menampung pengaduan secara tertukis maupun tidak tertukis, dari konsumen mengenai laporan pelanggaran akan perlindungan konsumen
- f) Meneliti dan memeriksa sengketa perlindungan konsumen
- g) Melakukan pemanggilan terhadap pelaku usaha yang terduga melakukan pelanggaran perlindungan konsumen
- h) Melakukan pemanggilan serta mendatangkan saksi, saksi ahli serta orang yang yang memiliki kompeten terkait pemahaman pelanggaran terhadap UUPK
- i) Meminta bantuan penyidik untuk mendatangkan mereka yang dimaksud dalam huruf g dan huruf h, apabila tidak memenuhi panggilan
- j) Memperoleh dana melakukan penelitian serta penilaian akan surat, dokumen atau alat bukti lainnya untuk kepentingan penyelidikan dan pemeriksaan;
- k) Memberikan putusan serta penetapan ada atau tidaknya kerugian yang dialami konsumen
- l) Melaporkan putusan terhadap pelaku usaha terkait pelanggaran perlindungan konsumen
- m) Memberikan sanksi administratif ke pelaku usaha selaku pelanggar UUPK.

Terkait bagaimana konsumen yang ingin menyelesaikan persoalan sengketa terhadap pelaku usaha melalui BPSK, tentu harus mengikuti prosedur yang sebagai berikut:<sup>75</sup>

---

<sup>75</sup> Disperindag, *Pedoman Pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)*. 2002, h.22-23

### 1. Tahap Permohonan

Pada tahap permohonan ini terdapat mekanisme pengaduan yang wajib dilakukan oleh konsumen. Konsumen dalam mengajukan gugatannya ke BPSK terdekat dari tempat tinggal konsumen yang selaku penggugat. Apabila konsumen tidak dapat mengajukan gugatan sendiri maka konsumen diperkenankan untuk mengajukan ahli waris atau tim kuasanya, apabila:

- a) Konsumen meninggal dunia
- b) Konsumen sakit atau merupakan lansia yang tidak memungkinkan untuk mengajukan pengaduan
- c) Konsumen belum dewasa menurut KUH Perdata
- d) Konsumen merupakan warga negara asing.

Permohonan ini dapat diajukan secara lisan maupun tertulis yang ditujukan kepada Sekretariat BPSK, apabila permohonan tersebut secara tertulis nantinya BPSK akan memberikan tanda terima kepada pemohon. Apabila permohonan diajukan secara lisan maka sekretariat BPSK akan mencatat sesuai dengan format yang disediakan secara khusus. BPSK akan mencatat permohonan tersebut dengan pembubuhan tanggal serta nomor register.

Permohonan penyelesaian sengketa konsumen yang benar pada ketentuan Pasal 16 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 350 MPP/Kep/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yaitu terdapat:

- 1) Nama serta alamat lengkap konsumen atau ahli waris atau kuasa hukum disertai dengan bukti diri
- 2) Nama dan alamat lengkap pelaku usaha
- 3) Barang atau jasa yang diafukan
- 4) Bukti perolehan seperti bon, kuitansi, faktur atau dokumen bukti lainnya
- 5) Keterangan tempat waktu serta tanggal mengenai barang atau jasa tersebut diperoleh
- 6) Saksi yang mengetahui barang atau jasa tersebut diperoleh
- 7) Foto-foto barang dan kegiatan pelaksanaan jasa (jika ada).

Apabila permohonan ternyata tidak memenuhi kelengkapan yang sesuai dengan Pasal 16 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 350 MPP/Kep/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen maka gugatan dianggap bukan menjadi kewenangan dari BPSK, ketua BPSK wajib menolak permohonan tersebut. Apabila permohonan memenuhi persyaratan sesuai dengan Pasal 16 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 350 MPP/Kep/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen maka permohonan akan diterima.

Konsumen dan pelaku usaha dapat menentukan kesepakatan untuk memilih cara penyelesaian baik melalui konsiliasi atau mediasi. Penyelesaian arbitrase tidak dapat dipilih karena tidak adanya perjanjian antara pelaku usaha dan konsumen penggunaan *skincare* etiket biru dijual bebas ini.

Adapun beberapa bentuk pengaduan yang tidak dapat diterima oleh BPSK yaitu:

1. Pengaduan tidak memiliki bukti yang benar
  2. Formulir pengaduan tidak terisi secara lengkap sesuai dengan Pasal 16 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 350 MPP/Kep/12 /2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen
  3. Sengketa yang diajukan dalam pengaduan bukan kewenangan dari BPSK
  4. Pengaduan tersebut bukan diajukan oleh konsumen akhir
  5. Pengaduan bersifat *class action*
  6. Pengaduan bersifat *legal standing*
  7. Pengaduan diajukan oleh pelaku usaha.
2. Tahap Persidangan

Persidangan baik melalui konsiliasi atau mediasi atau arbitrase dilakukan oleh majelis yang dibentuk oleh keputusan kedua BPSK yang dibantu oleh Panitera. Majelis Wajib berjumlah ganjil dan paling sedikit dan minimal terdapat tiga anggota BPSK yaitu dek untuk mewakili unsur pemerintah yang berkedudukan sebagai ketua, diikuti dengan anggotanya sebagai perwakilan unsur konsumen serta perwakilan unsur pelaku usaha. BPSK akan memanggil pelaku

usaha secara tertulis dengan salinan permohonan dari konsumen paling lambat tiga hari kerja dari sejak penerimaan permohonan penyelesaian sengketa konsumen.

### 3. Tahap Putusan

Pada tahap putusan, majelis wajib menyelesaikan perkara sengketa konsumen paling lambat dalam 21 hari kerja sejak gugatan diterima BPSK. Hasil dari penyelesaian sengketa konsumen khusus dengan cara konsiliasi atau mediasi dibuat dengan perjanjian tertulis dengan tanda tangan konsumen dan pelaku usaha yang dikuatkan dengan putusan majelis yang dibubuhkan tanda tangan ketua dan anggota majelis. Dalam putusan majelis yang diselesaikan dengan cara konsiliasi atau mediasi tidak terdapat sanksi administratif. Sedangkan dengan cara arbitrase putusan majelis ditandatangani oleh ketua dan anggota majelis yang dimuat juga di dalamnya sanksi administratif.

Putusan majelis didasarkan musyawarah mencapai mufakat Apabila tidak menghasilkan mufakat putusan tersebut diambil dengan cara memungut suara terbanyak. Putusan BPSK terdapat beberapa bentuk yaitu perdamaian, gugatan ditolak, atau gugatan dikabulkan. Apabila gugatan dikabulkan amar putusan Majelis BPSK mengeluarkan putusan sengketa konsumen dan pelaku usaha, yang putusan tersebut nantinya akan diberikan langsung ke masing-masing pihak yang bersengketa.

Pasal 52 huruf a UUPK menjelaskan bahwa BPSK berwenang untuk menyelesaikan sengketa konsumen tersebut baik dengan mediasi atau arbitrase atau konsiliasi. Berikut beberapa tata cara penyelesaian sengketa konsumen dijalankan:<sup>76</sup>

#### 1. Konsiliasi

Pada Pasal 1 angka 9 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 konsiliasi didefinisikan sebagai salah satu jenis penyelesaian sengketa konsumen yang dilakukan melalui jalur luar pengadilan dengan perantaraan BPSK untuk mawadahi pertemuan pihak yang bersengketa. Penyelesaian dengan konsiliasi ini konsiliator bersifat pasif, karena pihak

<sup>76</sup> Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, (Bandung: Penerbit Nusa Media, 2010), h.87-88



bersengketa menyelesaikan permasalahannya sendiri dengan pendampingan dari konsiliator. Konsiliator bertugas untuk memanggil konsumen dan pelaku usaha yang bersengketa, memanggil saksi serta saksi ahli apabila diperlukan, memberikan ruang forum untuk konsumen dan pelaku usaha. Tata cara penyelesaian sengketa melalui konsiliasi sebagai berikut:<sup>77</sup>

- a. Majelis menyerahkan sepenuhnya proses penyelesaian sengketa terhadap konsumen dan pelaku usaha yang terkait, baik tentang bentuk ataupun besaran ganti rugi.
- b. Majelis berperan sebagai konsiliator yang merupakan badan yang dibentuk memenuhi tugasnya sebagai pasif fasilitator.
- c. Apabila penyelesaian tercapai, maka akan diletakkan pada persetujuan rekonsiliasi yang diikuti putusan BPSK yang memperkuat.
- d. Majelis menerima hasil musyawarah dari para pihak yang bersengketa dan mengeluarkan keputusan, proses penyelesaian ini paling lambat dilaksanakan dalam 21 hari kerja.

## 2. Mediasi

Pada Pasal 1 angka 10 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 mendefinisikan mediasi merupakan penyelesaian sengketa non litigasi dengan peraturan penyelesaian masalah diserahkan ke pihak yang bersengketa dengan posisi BPSK sebagai penasehat. Mediator dalam hal ini harus aktif untuk mendamaikan konsumen dan pelaku usaha. Selain itu pula mediator juga dituntut aktif untuk memberikan saran dan anjuran dalam penyelesaian sengketa yang sesuai dengan UUPK. Tata cara penyelesaian sengketa melalui mediasi sebagai berikut:<sup>78</sup>

- a. Majelis memberikan kesempatan sepenuhnya dalam upaya penyelesaian sengketa ini ke masing-masing pihak yang bersengketa dalam menentukan bentuk dan besaran ganti rugi sampai mencapai kata sepakat dari para pihak yang bersengketa.

<sup>77</sup> Hulman Panjaitan, *Hukum Perlindungan Konsumen Reposisi Dan Penguatan Kelembagaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Dalam Memberikan Perlindungan Dan Menjamin Keseimbangan Dengan Pelaku Usaha*, (Jakarta: Penerbit Jala Permata Aksara, 2021), h.169.

<sup>78</sup> *Ibid*, h.170.

- b. Mediator Sebagai badan fasilitator aktif yang dibentuk guna memberikan nasihat, petunjuk, saran dan upaya lain guna menyelesaikan sengketa
- c. Majelis selaku mediator menerima hasil musyawarah dari antara konsumen dengan pelaku usaha dan apabila penyelesaian tercapai, maka akan diletakkan pada persetujuan rekonsiliasi yang diikuti putusan BPSK yang memperkuat
- d. Penyelesaian sengketa dengan cara mediasi ini harus selesai dilaksanakan paling lambat 21 hari kerja.

Mengenai putusan BPSK dari hasil penyelesaian sengketa konsumen baik secara konsiliasi atau mediasi dibuat dalam perjanjian tertulis yang dalam perjanjian tersebut termuat tanda tangan kedua pihak baik pihak konsumen maupun pihak pelaku usaha. Putusan BPSK ini akan di beritahukan secara tertulis kepada konsumen dan pelaku usaha yang terkait paling lambat tujuh hari kerja sejak putusan dibacakan dan pihak yang bersengketa memiliki kesempatan 14 hari kerja sejak putusan BPSK tersebut diberitahukan untuk menimbang apakah menerima atau menolak putusan BPSK tersebut. Apabila konsumen dan atau pelaku usaha menolak putusan BPSK dapat memp mengajukan keberatan kepada pengadilan negeri paling lambat 14 hari kerja dari tempo waktu keputusan BPSK dibacakan.

Penyelesaian sengketa selain menggunakan perantara BPSK, juga dapat dilakukan dengan melalui jalur pengadilan. Pada Pasal 45 ayat 4 menegaskan bahwasanya gugatan pengadilan dapat ditempuh jika upaya non litigasi tidak berhasil. Apabila terdapat ketidakpuasan atas putusan yang dihasilkan dari upaya hukum di luar pengadilan maka dapat mengajukan keberatan ke pengadilan negeri. Pada peraturannya pihak yang tidak puas dengan putusan pengadilan negeri tersebut tidak memiliki kesempatan untuk mengajukan upaya hukum banding akan tetapi masih memiliki kesempatan untuk mengajukan upaya hukum kasasi ke Mahkamah Agung.

Pada kasus sengketa konsumen, didominasi sebagai sengketa dalam ranah perdata hal ini dikarenakan konsumen yang mengalami kerugian. Hukum acara perdata mengenal Asas Hakim bersifat menunggu dengan artian bahwa perkara datang bukan atas inisiatif hakim akan tetapi dari kepentingan pihak yang

bersengketa. Sebagaimana pada Pasal 45 ayat 1 bawah ditegaskan pada sengketa dapat dilakukan dengan lingkungan diperiksa di lingkungan peradilan umum. Hal ini untuk menegaskan bahwasanya konsumen yang dirugikan dapat diwakilkan oleh jaksa dalam penuntutan peradilan umum untuk kasus pidana, berkesempatan juga untuk menggugat pihak lain di lingkungan peradilan tata usaha negara apabila ditemukan adanya sengketa administrasi.

Pada Pasal 48 UUPK menegaskan bahwasanya penjelasan sengketa konsumen dengan jalur pengadilan sama halnya dengan mengajukan gugatan sengketa perdata biasa, mengajukan tuntutan ganti rugi baik untuk gugatan perbuatan melawan hukum atau gugatan ingkar janji atau wanprestasi atau kelalaian pelaku usaha yang menimbulkan kerugian terhadap konsumen. Di pengadilan sebagai media yang diberikan oleh pemerintah selaku penguasa terhadap konsumen pihak yang paling lemah untuk menyelesaikan sengketa dengan pelaku usaha apabila tidak dapat lagi diselesaikan dengan sukarela.

Sebelum menyusun gugatan ada beberapa unsur atau aspek yang perlu untuk diperhatikan yaitu sebagai berikut

1. Tentu sebelum menggugat harus menemukan fakta bahwa konsumen mengalami kerugian akibat kegiatan dari pelaku usaha itu sendiri. Konsumen tentu mempersiapkan kronologis fakta yang memang benar terjadi secara lisan ataupun tertulis. Agar nantinya jelas posita dan petitum yang akan digugat.
2. Setelah itu pentingnya memahami bukti-bukti yang telah dikumpulkan
3. Konsumen sebelum menggugat dapat berdiskusi dengan kuasa hukum atau menentukan tanpa kuasa hukum mengenai kompetensi pengadilan yang dituju, agar tidak terjadi cacat formil pada gugatan.

Terdapat keuntungan dari penyelesaian sengketa melalui pengadilan yaitu Terdapatnya ruang lingkup pemeriksaan yang cenderung lebih luas serta biaya relatif murah. Akan tetapi dibalik kelebihan tentu pengadilan juga memiliki kekurangan yang sebagaimana sebagai berikut yaitu proses memakan waktu yang lama, bersifat terbuka sehingga para pihak bersengketa tidak dapat di rahasiakan, serta kemampuan hakim dalam menyelesaikan sengketa terbatas dikarenakan banyaknya kasus yang ditangani diluar yang menjadi kompetensinya.

## BAB 4. PENUTUP

### 4.1 Kesimpulan

1. Perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan akibat penggunaan *skincare* yang beretiket biru yang dijual bebas terbagi menjadi dua bentuk perlindungan hukum yaitu perlindungan hukum internal dan perlindungan hukum eksternal. Perlindungan hukum internal tidak ditemukan dalam hubungan pelaku usaha dan *skincare* beretiket biru dijual bebas, dikarenakan dalam kegiatan jual beli *skincare* beretiket biru secara bebas tidak terdapat perjanjian. Perlindungan hukum eksternal bagi konsumen yang dirugikan akibat penggunaan *skincare* yang beretiket biru yang dijual bebas direpresentasikan melalui Pasal 1365 KUH Perdata yang menegaskan wajib memberikan ganti rugi bagi yang perbuatannya merugikan orang lain, Pasal 4, Pasal 7, Pasal 8, Pasal 19 serta Pasal 45 UUPK sebagai bentuk nyata perlindungan hukum eksternal guna menjaga kepentingan konsumen. Serta Pasal 2, Pasal 3, Pasal 5 dan Pasal 10 Peraturan BPOM Nomor 23 Tahun 2019 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika yang memuat pengaturan bagaimana standar baku untuk membuat *skincare* agar konsumen aman, nyaman, dan selamat.
2. Bentuk pertanggung jawaban yang dapat dilakukan pelaku usaha terhadap konsumen akibat penggunaan *skincare* beretiket biru yang dijual bebas berdasarkan Pasal 19 UUPK yaitu memberikan ganti rugi dengan beberapa cara yaitu pengembalian uang atau mengganti barang yang setara dengan nilai produk yang konsumen pakai, pemberian perawatan guna kesehatan dari konsumen serta uang santunan sesuai dengan ketentuan regulasi yang berlaku.
3. Upaya penyelesaian sengketa yang dapat dilakukan oleh konsumen akibat penggunaan *skincare* beretiket biru yang dijual bebas berdasarkan dengan Pasal 45 UUPK dapat ditempuh dengan dua cara, yaitu dengan cara diluar pengadilan dengan BPSK dan dapat dilakukan di pengadilan. Pada pemilihan upaya penyelesaian sengketa ini, baik konsumen maupun pelaku usaha diberikan kesempatan untuk memilih upaya mana yang ingin ditempuh untuk

menyelesaikan sengketa. Untuk pemilihan upaya penyelesaian sengketa melalui BPSK tersedia dua model yaitu dengan konsiliasi atau mediasi. Kedua model penyelesaian tersebut juga ditentukan berdasarkan pilihan dari pihak yang bersengketa.

#### 4.2 Saran

1. Pemerintah harus memberikan tindakan yang ekstra dalam menjalankan perlindungan hukum eksternal mengingat di masa kini makin banyaknya peredaran produk *skincare* yang beretiket biru terjual secara bebas. Sangat disayangkan terdapat pelaku usaha dari produk *skincare* yang beretiket biru ini berprofesi sebagai dokter, akan tetapi pelaku usaha tersebut berbuat kecurangan dengan menjual produk *skincare* etiket biru secara bebas. Pentingnya untuk mempererat kerjasama antara pemerintah dengan BPOM serta dinas kesehatan memberikan sosialisasi kepada masyarakat awam terkait pentingnya pemilihan *skincare* yang aman untuk digunakan. bersama-sama memerangi kegiatan pelaku usaha *skincare* beretiket biru yang secara bebas ini agar nantinya tidak semakin banyak konsumen yang menjadi korban.
2. Masyarakat selaku konsumen harus memiliki kesadaran pentingnya pemilihan terhadap pembelian produk *skincare*, harus melihat komposisi produk aman atau tidak untuk digunakan, menimbang efek samping dari pemakaian produk, lebih selektif terkait *skincare* harus terdaftar nomor BPOM mengingat untuk saat ini telah dipermudah untuk mengecek bahwasannya produk tersebut telah terdaftar atau belum nomor BPOMnya melalui internet. Masyarakat selaku konsumen dituntut untuk selalu aktif dalam mencari informasi-informasi produk *skincare* yang aman untuk kulit konsumen, agar tidak menimbulkan kerugian perlunya pembelian produk *skincare* yang memang cocok dan aman untuk dipakai.
3. Pelaku usaha diharapkan menjalankan kegiatan usaha dengan menjaga keberlangsungan persaingan usaha yang sehat. Menguasai pasar dengan tetap menjaga terselenggaranya hak-hak konsumen, agar tidak terjadi cedera akan hak-hak konsumen. Pelaku usaha *skincare* diharapkan memenuhi kualitas

produk skincare yang dijual dengan mematuhi Peraturan BPOM Nomor 23 Tahun 2019 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika dan diharapkan tidak hanya memikirkan keuntungan saja akan tetapi memikirkan risiko terhadap konsumen akibat pemakaian skincare dengan kandungan berbahaya.



**DAFTAR PUSTAKA**

**Buku**

- Ali, Ahma. 1996. *Menguak Tabir Hukum*. Jakarta: Kencana.
- Amiruddin dan Zainal Asikin. Pengantar Metode Penelitian Hukum. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Anggara, Sahya. 2018. *Hukum Administrasi Negara*. Bandung: Pustaka Setia.
- Aris Prio A S, Ecclisia Sulistyowati, Tri Wisudawati. 2022. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Damiati, dkk. 2017. *Perilaku Konsumen*. Depok: Rajawali Pers.
- Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen Cet-1*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), h. 68
- Disperindag. 2002. *Pedoman Pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)*.
- Eka N.A.M Sihombing dan Cynthia Hadita. 2022. *Penelitian Hukum*. Malang: Setara Press.
- Efendi, A'An dan Freddy Purnomo. 2017. *Hukum Administrasi*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Isnaeni, Moch. 2016. *Pengantar Hukum Jaminan Kebendaan*. Surabaya: Revka Petra Media.
- Efendi, Joenadi dan Ibrahim, Johny. 2018. *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*. Jakarta: Kencana.
- Kansil, CST. 2009. *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. 2017. *Cara Cerdas Gunakan Obat*.
- Mansyur, M. Ali. 2007. *Penegakan Hukum Tentang Tanggung Gugat Produsen dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Genta Press.
- Marzuki, Peter Mahmud Marzuki. 2017. *Penelitian Hukum (Edisi Revisi)*. Jakarta: Prenada Media Group.

- Miru, Ahmadi dan Yodo, Sutarman. 2015. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Muchsin. 2003. *Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia*. Surakarta: Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret.
- Muthiah, Aulia. 2018. *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Nasution, Az. 2011. *Hukum Perlindungan Konsumen (Suatu Pengantar)*. Jakarta: Diadit Media.
- Nitaria, dkk. 2019. *Metode Penelitian Hukum Sebagai Suatu Pengantar*. Lampung: Laduny Alifatama.
- Panjaitan, Hulman. 2021. *Hukum Perlindungan Konsumen Reposisi Dan Penguatan Kelembagaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Dalam Memberikan Perlindungan Dan Menjamin Keseimbangan Dengan Pelaku Usaha*, Jakarta: Penerbit Jala Permata Aksara.
- Purwati, Ani. 2020. *Metode Penelitian Hukum Teori dan Praktek*. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Raharjo, Satjipto. 2000. *Ilmu Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Intan Nur Rahmawati dan Rukiyah Lubis. 2014. *Win-Win Solution Sengketa Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Medpress Digital.
- Shidarta. 2000. *Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo.
- Simatupang, Taufik. 2004. *Aspek Hukum Periklanan*. Bandung: Aditya Bakti.
- Soekanto, Soerjono. 1986. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Soekanto, Soerjono dan Mamudji, Sri. 2010. *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sudaryatmo. 1999. *Hukum dan Advokasi Konsumen*. Bandung: Citra Aditya Bhakti.
- Susanti, Dyah Ochtorina dan A'an Efendi. 2014. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Syamsudin, M. 2007. *Operasionalisasi Penelitian Hukum*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.



Waluyo, Bambang. 1997. *Metode Penelitian Hukum*. Semarang: Ghalia Indonesia.

Zulham. *Hukum Perlindungan Konsumen*. 2013. Jakarta: Prenamedia.

### **Jurnal**

Artini, Ni Putu R, “*Uji Kandungan Hidroquinon Pada Sediaan Krim Racikan Dokter Dan Krim Pencerah Wajah Dengan Menggunakan Spektrofotometer Uv*”, *The Journal Of Muhammadiyah Medical Laboratory Technologist* 1: 30-39, 2021.

Bambangan, Onang, “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Kenyamanan Keamanan Dan Keselamatan Dalam Mengkonsumsi Barang Atau Jasa*”, *Jurnal Lex Privatum* 11: 1-10, 2023.

Bustomi, Abuzayid, “*Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen*”, *Jurnal UNPAL* 16: 154-166, 2018.

Hidayani, Sri, “*Aspek Hukum Pada Proses Persidangan di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen*”, *Jurnal Antropologi Sosial dan Budaya* 3: 93-102, 2018.

Dyatmika, Kadek P.S, Widiawati, Ida A.P, dan Karma, Ni Made S, “*Pertanggungjawaban dan Penyelesaian Sengketa Konsumen Berkaitan Dengan Perdagangan Parsel*”, *Jurnal Analogi Hukum* 2: 393-398, 2020.

Geovanie David Greacy dan Reza, Kadek Bobby, “*Perlindungan Konsumen Terhadap Kasus Vaksin Palsu Dalam Perspektif Undang-Undang*”, *Jurnal Locus Delicti* 2: 1-12, 2021.

Hassanah, Hetty, “*Analisis Hukum Tentang Perbuatan Melawan Hukum Dalam Transaksi Bisnis Secara Online (E-Commerce) Berdasarkan Burgerlijk Wetboek Dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*”, *Jurnal Wawasan Hukum* 32: 38-51, 2015.

Hutauruk, Rebekka Silawati dan Hutabarat, Sylvana Murni D, “*Tanggung Jawab Pelaku Usaha Pengekar Produk Pangan Impor Ilegal*”, *Justitia: Jurnal Ilmu Hukum dan Humaniora* 8: 367-382, 2021.

Irwanto dan Hariatiningsih, Laurensia Retno, “*Penggunaan Skincare Dan Penerapan Konsep Beauty 4.0 Pada Media Sosial (Studi Netnografi Wanita Pengguna Instagram)*”, *Jurnal Komunikasi Vol. 11*: 119-128, 2020.

Jaya, Fahri, “*Tinjauan Yuridis Terhadap Pemasaran Kosmetik Ilegal Secara Online di Indonesia*”, *Journal of Judicial Review* 22: 98-111, 2020.

Karolina, Gusti Ayu, Dedy, I Made Dedy, Sudarma, I Putu, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Kosmetik Berbahaya", *Jurnal Kertha Semaya* 9: 2352-2364, 2021.

Kuahaty, Sarah Selfina, "Pendidikan Perlindungan Konsumen Kepada Masyarakat Desa Di Kecamatan Teon Nila Serua Kabupaten Maluku Tengah", *AIWADTHU: Jurnal Pengabdian Hukum* 1: 63-72, 2021.

Leonardo, Marcelo, "Upaya Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Barang Yang Diperdagangkan", *Tuela Lex Privatum* 2: 2014.

Maula, Roby, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Hak Informasi Dalam Transaksi Elektronik", *Jurnal Seminar Nasional Hukum Dan Pancasila* 1: 26-22, 2022.

Nisantika, Riris dan Maharani, Ni Luh Putu Egi Santika, "Penyelesaian Sengketa Konsumen Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen(BPSK)", *Jurnal Locus Delicti* 2: 49-59, 2021.

Pauzy, Depy Muhamad dan Sutrisna, Arga, "Mengukur Kepuasan Konsumen Produk Skincare melalui Kualitas Produk", *Jurnal Ecoment Global* 6: 143-150, 2021.

Perdana, Rifki Putra Perdana, Fuad, dan Munawar, Said, "Implementasi Penyelesaian Sengketa Konsumen Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen di Yogyakarta", *Jurnal Widya Pranata Hukum* 3: 1-27, 2017.

Putra, Rizky Novyan, "Perlindungan Hukum Bagi Pihak Dari Tampilan Iklan Suatu Produk Yang Menyesatkan Dan Mengelabui", *Business Law Review* 1: 20-27, 2017.

Rahmawaty, Adira, "Peran Perawatan Kulit Yang Dapat Merawat Atau Merusak Skin Barrier", *BIMFI Vol. 7*: 5-10, 2020

Rusli, Tami, "Penyelesaian Sengketa Antara Konsumen Dan Pelaku Usaha Menurut Peraturan Perundang-Undangan", *Keadilan Progresif* 3: 87-102, 2012.

Rompas, Tesalonika Epifania, Randang, Frangkiano B, dan Pinangkaan, Nelly, "Larangan Bagi Pelaku Usaha Mengelabui Konsumen Melalui Cara Obral Atau Lelang Dalam Hal Penjualan Barang", *Lex Privatum* 9: 87-97, 2021.

Salamiah, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Kegiatan Jual Beli", *Jurnal Al'Adi*, 6: 39-52, 2014.

Setiady, Tri, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Pelanggaran Ketentuan Label Pangan Yang Dilakukan Pelaku Usaha Berdasarkan

Undang-UNDang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”,  
Jurnal Yustitia 3: 62-78, 2017.

Setyawati, Desy Ary, Dahlan, Rasyid, M. Nur, “Perlindungan Bagi Hak Konsumen Dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik”, Syiah Kuala Law Journal 1: 33-51, 2017.

Sinaga, Niru Anita dan Sulisrudatin, Nunuk, “Pelaksanaan Perlindungan Konsumen Di Indonesia”, Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara 5: 71-87, 2015.

Sukisman, Joanne Mareris dan Utami, Lusia Savitri Setyo, “Perlawanan Stigma Warna Kulit terhadap Standar Kecantikan Perempuan Melalui Iklan”, Koneksi 5: 67-75, 2021.

Sunarjo, “Perlindungan Hukum Pemegang Kartu Kredit Sebagai Nasabah Bank Berdasarkan Perjanjian Merchant”, Jurnal Cakrawala Hukum 5: 180-196, 2014?

Suryani Fitri, B, Munthe, R dan Anggreni Atmei, “Asas Ultimum Remedium/The Last Resort Principle Terhadap Pelaku Usaha Dalam Hukum Perlindungan Konsumen”, Doktrina: Journal of Law 4: 68-83, 2021.

Tainpubolon, Hirmawati Fanny, “*Etika Bisnis Pelaku Usaha Yang Merugikan Konsumen Dalam Hukum Persaingan Usaha*”, Dharmasiswa 1: 274-280, 2020.

Tampubolon, Wahyu Simon, “Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen”, Jurnal Ilmiah Advokasi 4: 53-61, 2016.

Tuela, Marcelo Leonardo, “Upaya Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Barang Yang Diperdagangkan”, Tuela Lex Privatum 2: 56-70, 2014.

Wahjuni, Edi, Sari, Nuzulia Kumala, dan Octaviani, Sheila, “*Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Akibat Kosmetik Bersteroid*”, Jurnal Rechtsens 11: 67-82, 2022.

### **Skripsi**

Ayu, Tiara Dwi, “Penyelesaian Sengketa Pembiayaan Konsumen Melalui Mediasi Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kota Padang (Studi Perkara Nomor 26/P3K/VI/2020)”, Skripsi (Padang: Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Andalas, 2021).

### **Undang-Undang**

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Staatsblad Tahun 1847 Nomor 23.)

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen  
(Lembaran Negara 1999 No. 22, Tambahan Lembaran Negara No. 3821.)

Keputusan Menteri Perindustrian Dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor  
350/MPP/Kep/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan  
Penyelesaian Sengketa Konsumen

Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 23 Tahun 2019 tentang  
Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika

### **Internet**

Tunardy, Wibowo T, "*Perbuatan yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha*",  
<https://jurnalhukum.com/perbuatan-yang-dilarang-bagi-pelaku-usaha/>

<https://voi.id/berita/256646/viral-skincare-etiket-biru-dijual-bebas-dokter-richard-lee-hanya-diresepkan-dokter-bagi-pasien-bermasalah>

<https://www.astronauts.id/blog/alasan-mengapa-kamu-harus-pakai-skincare-secara-rutin>

<https://www.beautynesia.id/beauty/4-alasan-kenapa-vitamin-c-penting-digunakan-dalam-rangkaian-skincare/b-260150>

<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20211101160520-282-715109/mengenal-apa-it-skincare-hingga-urutan-penggunaannya>

<https://www.halodoc.com/artikel/pentingnya-skincare-awareness-di-usia-remaja>

<https://www.halodoc.com/artikel/waspada-ini-3-bahaya-memakai-skincare-palsu>

<https://www.nivea.co.id/saran/5-manfaat-pakai-skincare-sesuai-umur-pada-penampilanmu?>

**Lampiran 1**

**Jual Skincare Etiket Biru Tanpa Resep Dokter,  
Korban Laporkan Bening's ke Polda Metro Jaya**

LAPORAN: IDHAM ANHARI

Jumat, 05 Mei 2023, 22:59 WIB

**REPUBLIK MERDEKA** Tim LKBH Perempuan & Anak Indonesia selaku kuasa hukum korban melaporkan pimpinan perusahaan skin care ternama inisial B ke Polda Metro Jaya. Laporan tersebut tertera dengan LP / B / 2381/V/2023 / SPKT / Polda Metro Jaya. Pelaporan tersebut dilakukan karena produk bening's tersebut diduga menjual skin care etiket biru, yang mestinya tak dijual bebas dan menggunakan resep dokter.

Korbannya adalah perempuan Daminari sekitar usia (40), yang mengaku tak merasakan efek apapun setelah menggunakan skin care itu selama tiga bulan.

Pengacara korban, Aulia Fahmi menuturkan, kliennya adalah seorang ibu rumah tangga (konsumen) yang membeli produk skincare tersebut melalui aplikasi online.

"Berjalan waktu klien kami, merasa ada yang aneh dengan produk tersebut karena selama pemakaian korban tidak merasakan perubahan di wajahnya," kata Fahmi di Mapolda Metro Jaya, Jumat (5/5).

Fahmi melanjutkan, setelah korban berkonsultasi, ternyata produk skincare yang tergolong "etiket biru" tidak dapat dijual bebas dan terlebih dahulu harus berkonsultasi dan diperiksa oleh dokter.

"Korban tidak pernah mendapat pemberitahuan dari bening's kalau produk skincare Brightening Night Cream dengan label etiket biru harus dikonsultasikan dan mendapatkan resep dari dokter," jelas Fahmi.

Etiket biru adalah penandaan obat khusus obat luar seperti salep, krim yang diberikan oleh dokter sesuai dengan kondisi pasien.

"Jadi skincare beretiket biru hanya boleh digunakan bagi pasien yang telah berkonsultasi dengan dokter, yang kemudian dokter meresepkan obat kepada apoteker," ungkap Fahmi.

Fahmi menyebut, korban merasa dirugikan atas penjualan produk ini, selain tidak berefek apa-apa, korban juga khawatir ada masalah di wajahnya karena tidak ada pemberitahuan harus konsultasi dengan dokter terlebih dahulu.

Korban baru mengetahui kalau skincare etiket biru harus diperjual belikan dengan anjuran dokter setelah melihat informasi di media sosial.

Peristiwa hukum ini langsung laporkan ke SPKT polda metro jaya, pada hari ini untuk minta diproses sesuai hukum yang berlaku, laporan kami adalah terkait dugaan pelanggaran:

"Tanggal 4 Mei 2023 kami telah laporkan Dr. OP Direktur Utama perusahaan Bening's ke Polda Metro Jaya karena perusahaannya menjual bebas produk skincare beretiket biru yang tidak sesuai aturan hukum," ungkap Fahmi.

Terlapor dilaporkan pasal 196 UU Kesehatan. Lalu pasal 98 ayat (3) dan asal 197 UU Kesehatan. Kemudian, Undang-undang No 8/1999 tentang Perlindungan Konsumen dengan ancaman hukuman diatas 10 tahun.

EDITOR: IDHAM ANHARI