

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia merupakan *Homo Economicus* yang berarti manusia sebagai makhluk ekonomi selalu ingin memenuhi kebutuhan hidupnya dalam rangka mencapai kesejahteraan, juga mempertahankan hidupnya.¹ Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia atau yang biasa disingkat KBBI, kebutuhan merupakan sesuatu yang dibutuhkan atau diperlukan.² Sebagai makhluk ekonomi, manusia selalu ingin meningkatkan dan meningkatkan kualitas hidupnya, sehingga mereka berpikir logis dan mempertimbangkan manfaat. Ada 3 (tiga) jenis kebutuhan manusia, yaitu 1) kebutuhan primer; 2) kebutuhan sekunder; dan 3) kebutuhan tersier. Pertama, kebutuhan primer menurut Karl Marx yaitu kebutuhan yang dimiliki oleh manusia sejak lahir seperti kebutuhan akan makanan, minuman, tempat tinggal, dan lain sebagainya.³ Kedua, kebutuhan sekunder menurut David McClelland bahwa kebutuhan sekunder berkaitan erat dengan 3 (tiga) jenis motivasi, seperti kebutuhan akan prestasi, kebutuhan

¹ Butje Tampi, "Kedudukan Hak Kreditur Pemegang Jaminan Kebendaan Terhadap Kredit Macet Akibat Kepailitan Terhadap Adanya Penangguhan Eksekusi Objek Jaminan". http://repo.unsrat.ac.id/77/1/KEDUDUKAN_HAK_KREDITUR_PEMEGANG_JAMINAN_KEBENDAAN_TERHADAP_KREDIT_MACET_AKIBAT KEPAILITAN TERHADAP ADANYA PENANGGUHAN EKSEKUSI OBJEK JAMINAN.pdf, diakses pada 25 Mei 2023

² Kemdikbud, Kamus Besar Bahasa Indonesia Online, (Indonesia: Kemdikbud, 2016). <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kebutuhan>

³ Drajat Agus Murdowo, "Materialisme Historis Karl Marx". <https://balaibahasajateng.kemdikbud.go.id/2020/03/mengenal-materialisme-historis-karl-marx/>, diakses pada 25 Mei 2023

kekuasaan, dan kebutuhan afiliasi.⁴ Contoh kebutuhan sekunder yaitu alat elektronik, rekreasi, internet, dan sebagainya. Ketiga, kebutuhan tersier yaitu kebutuhan yang dilengkapi dengan pemenuhan barang mewah guna memenuhi kesenangan pribadi. Contoh kebutuhan tersier yaitu kendaraan mewah, rumah mewah, perhiasan, dan lain sebagainya.⁵

Dengan berkembangnya zaman, keinginan masyarakat modern khususnya wanita untuk tampil cantik dan menarik semakin meningkat. Hal ini wajar bahwa banyak orang rela menghabiskan lebih banyak uang untuk pergi ke salon, klinik kecantikan, dan membeli kosmetik baik secara langsung maupun *online*.⁶ Akibatnya, kebutuhan akan kosmetik meningkat, bahkan menjadi kebutuhan sehari-hari bagi sebagian orang. Kosmetik adalah produk yang digunakan untuk meningkatkan penampilan fisik, termasuk tetapi tidak terbatas pada produk-produk seperti lipstik, bedak, krim perawatan kulit, parfum, dan lainnya.⁷ Kosmetik telah menjadi sesuatu yang tak dapat dihindari dalam kehidupan sehari-hari masyarakat modern. Kosmetik tidak hanya sebagai sekadar produk yang digunakan untuk meningkatkan penampilan fisik, melainkan juga sebagai alat ekspresi diri yang memungkinkan individu untuk mengekspresikan keunikan dan kreativitas mereka. Kosmetik juga berfungsi sebagai peningkat rasa percaya

⁴ Ahmad Nasrudin, "Teori Kebutuhan McClelland: Jenis dan Cara Memuaskan". <https://cerdasco.com/teori-kebutuhan-mcclelland/>, diakses pada 25 Mei 2023.

⁵ Faozan Tri Nugroho, "Contoh-contoh Kebutuhan Primer, Sekunder, dan Tersier". <https://www.bola.com/ragam/read/5046183/contoh-contoh-kebutuhan-primer-sekunder-dan-tersier>, diakses pada 25 Mei 2023

⁶ Novel Dominika dan Hasyim, Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penjualan Kosmetik Berbahaya Di Indonesia: Suatu Pendekatan Kepustakaan, Niagawan, Vol. 8, No. 1, 2019

⁷ Istana UMKM, "Definisi Kosmetika". <https://istanaumkm.pom.go.id/module-kosmetik/definisi-kosmetika>, diakses pada 22 Agustus 2023

diri bagi banyak individu. Bagi sebagian orang, menggunakan kosmetik merupakan sebuah ritual penting yang memberikan kepercayaan diri untuk menghadapi berbagai situasi, termasuk pekerjaan, pertemuan sosial, atau acara khusus. Selain sebagai alat ekspresi diri dan peningkat rasa percaya diri, kosmetik juga mencerminkan tren sosial dan budaya. Hal ini dikarenakan produk kosmetik dengan berbagai inovasi dan teknologi baru, seperti *skincare* berbahan alami, produk *anti-aging*, atau formula yang tahan lama, dan sebagainya menjadi cerminan dari perubahan nilai-nilai dan kebutuhan dalam masyarakat. Kosmetik pun mencerminkan perubahan budaya yang lebih luas, seperti gerakan untuk merayakan keberagaman dalam definisi kecantikan dan peningkatan kesadaran akan isu-isu lingkungan.⁸

Merujuk pada hal demikian, sejatinya dapat kita ketahui bahwa banyaknya peran yang dimainkan oleh kosmetik dalam kehidupan masyarakat menjadikan kosmetik tidak hanya menjadi produk fungsional, tetapi juga simbol dari bagaimana individu melihat dirinya sendiri dan bagaimana mereka ingin dilihat oleh dunia. Oleh karena itu, kosmetik telah menjadi bagian tak terpisahkan dari narasi budaya dan kecantikan dalam masyarakat modern.⁹ Hal ini seiring dengan pernyataan Badan Pusat Statistik (BPS) yang menyatakan bahwa industri kosmetika merupakan salah satu prospek bagus yang mengalami peningkatan pesat sebesar 20,6

⁸ Ingrid Weddy, "Penggunaan Green Cosmetic dalam Mewujudkan Perilaku Kesadaran Lingkungan", *Jurnal Ilmu Lingkungan*, Vol. 10, No.2, 2016

⁹ Adek Pitri, "Pengawasan Peredaran Kosmetik Ilegal Oleh Balai Besar Pengawas Obat Dan Makanan (BPOM) Di Kota Pekanbaru", *Jurnal Jom Fisip*, Vol 6, Edisi I Januari, 2019

persen dari tahun 2021 hingga akhir tahun 2022.¹⁰ Pada acara Indonesian Cosmetic Ingredients (ICI) 2022 di Jakarta International Expo, Staf Ahli Menteri Perindustrian Bidang Penguatan Kemampuan Industri Dalam Negeri yang bernama Ignatius Warsito mengatakan bahwa meningkatnya minat kosmetik di Indonesia disebabkan oleh perkembangan teknologi dan berkembangnya produk *cosmeceuticals* yang memiliki efek menguntungkan kesehatan dan kecantikan kulit.¹¹

Setiap harinya, semakin banyak produk kosmetik yang bermunculan di pasaran, baik untuk perawatan kulit maupun produk kecantikan. Namun, seringkali produk kosmetik yang tersedia di pasaran hanya menyediakan produk dengan ukuran penuh. Terkadang, beberapa produk kecantikan menyediakan contoh atau sampel untuk konsumen yang ingin mencoba dan memastikan kecocokan terhadap produk yang akan dibeli. Namun sayangnya, banyak sampel yang tidak diperjualbelikan. Oleh karena itu, muncul konsep yang menginspirasi para pelaku usaha untuk menghadirkan suatu konsep yang dikenal dengan *share in jar*.

Konsep kosmetik *share in jar* merupakan konsep yang membagi isi suatu produk dari kemasan asal ke dalam beberapa wadah kecil dan kerap diperjualbelikan di *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, dan lainnya. Perlu diketahui bahwasannya penjual kosmetik *share in jar* merupakan pihak ketiga, yang mana pihak ketiga ini bukan pelaku usaha atau penjual

¹⁰ Atiek Ishlahiyah, "Industri Kecantikan Tanah Air Punya Prospek Bagus". <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2022/10/25/bpom-menilai-industri-kosmetik-akan-tetap-berkembang>, diakses pada 26 Mei 2023

¹¹ *Ibid.*

kosmetik asli, melainkan pihak yang membeli, membuka, dan membagi kemudian menjual kosmetik *share in jar*. Penjualan dengan menggunakan konsep *share in jar* ini menarik daya beli masyarakat karena harga yang ditawarkan jauh lebih murah dibandingkan produk asli.

Dengan adanya kosmetik *share in jar*, terdapat beberapa kelebihan yang dapat diperoleh oleh konsumen. Kelebihan yang pertama yaitu konsumen dapat mencoba berbagai produk, dimana dengan adanya kosmetik *share in jar* konsumen dapat mencoba dan mencari produk mana yang paling baik untuk kulit masing-masing individu. Kedua, konsumen dapat memperoleh harga yang jauh lebih murah dibandingkan harga asli. Hal ini dikarenakan kemasan yang digunakan pada *share in jar* lebih kecil sehingga harga menjadi lebih murah. Ketiga, kemasan *share in jar* lebih praktis dan *travel friendly*, dengan kemasan yang bentuknya lebih kecil, maka kosmetik akan lebih praktis dibawa kemanapun konsumen pergi.

Di sisi lain, meskipun kosmetik *share in jar* ditujukan untuk membantu konsumen mencoba produk baru tanpa harus membeli ukuran penuh dengan harga yang cukup mahal, pada kenyataannya konsep *share in jar* seringkali menyebabkan beberapa masalah. Kosmetik *share in jar* yang dijual oleh pihak ketiga sejatinya tidak dapat dijamin keamanan, mutu, kualitas, bahkan adanya kemungkinan terjadinya pemalsuan kosmetik di mana kosmetik yang dijual secara *share in jar* bukan berasal dari kosmetik asli. Selain itu, pembeli juga tidak mengetahui bagaimana cara penjual mengemas ulang produk tersebut, apakah proses yang dilakukan sudah steril

atau belum.¹² Hal ini didukung oleh postingan *instagram* Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) pada akun @bpom_ri yang menyatakan bahwa kosmetik *share in jar* termasuk kategori produk ilegal atau Tanpa Izin Edar (TIE). Ada beberapa alasan mengenai hal ini, yaitu:¹³ 1) sanitasi dan higienitas pengemasan kembali kosmetik ke wadah dalam wadah kecil tidak dapat dijamin oleh BPOM; 2) reaksi fisik dan kimia antara bahan kosmetik dan kemasan dapat terjadi ketika kosmetik dikemas dalam wadah yang berbeda dengan kemasan aslinya; 3) kosmetik *share in jar* yang beredar tidak melalui uji stabilitas untuk mengetahui apakah kemasan dan bahan kosmetik bekerja sama dengan baik; dan 4) tidak memenuhi persyaratan Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik (CPKB).¹⁴ Selain daripada itu, penggunaan kosmetik *share in jar* dapat menghilangkan garansi atau jaminan dan tidak dapat meminta pertanggungjawaban kepada pelaku usaha kosmetik yang asli. Hal ini dikarenakan hubungan pelaku usaha dengan konsumen telah hilang.

Dalam jual beli kosmetik *share in jar*, salah satu produk perawatan kulit yang seringkali dijual dengan kemasan *share in jar* adalah Eileen Grace Moisturizer Rose Jelly Mask (Selanjutnya disebut Masker Eileen Grace). Masker Eileen Grace merupakan masker wajah yang bermanfaat

¹² CNBC Indonesia, “BPOM Larang Penggunaan Kosmetik Share In Jar, Ini Alasannya”. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20230307155818-33-419620/bpom-larang-penggunaan-kosmetik-share-in-jar-ini-alasannya>, diakses pada 28 Mei 2023

¹³ CNN Indonesia, “Kosmetik Share in Jar, Murah Sih Tapi Awas Bahaya!”, 7 Maret 2023, <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20230306203113-277-921695/kosmetik-share-in-jar-murah-sih-tapi-awas-bahaya> diakses pada 28 Mei 2023

¹⁴ PEN. Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik (CPKB) merupakan salah satu faktor penting untuk dapat menghasilkan produk kosmetik yang memenuhi standar mutu dan keamanan.

untuk mengatasi dan memudarkan bekas jerawat, mencerahkan dan meratakan warna kulit, meredakan iritasi kulit, serta melembabkan kulit agar tetap sehat dan kenyal.¹⁵ Masker Eileen Grace telah terdaftar pada BPOM dengan Nomor BPOM NA47180206320 dan bersertifikat halal. Masker Eileen Grace dikemas dalam wadah plastik tebal tertutup berwarna putih, berukuran 300 ml, dan dijual dengan harga Rp399.000 melalui *e-commerce*.

Pada akun shopee herbautymakeup¹⁶, Masker Eileen Grace dijual dengan kemasan *share in jar* dengan harga mulai dari Rp9.900 untuk ukuran 5ml. Apabila dibandingkan dengan harga asli Masker Eileen Grace, maka tidak menutup kemungkinan bagi konsumen akan lebih tertarik dengan harga yang jauh lebih murah untuk mencoba terlebih dahulu produk tersebut. Pada akun shopee herbeauty makeup ini, penjual membagi dan mengemas Masker Eileen Grace ke dalam wadah-wadah kecil tanpa keterangan apapun seperti komposisi produk, cara penggunaan, nama dan alamat produsen, nomor BPOM, dan lain-lain.

Pada pembahasan penelitian ini, Penulis melakukan wawancara singkat dengan Stephanie selaku konsumen yang pernah membeli produk kosmetik *share in jar* melalui *e-commerce* karena tergiur dengan harganya yang murah. Produk yang ia beli tidak mencantumkan keterangan apapun sehingga ia tidak mengetahui batas kadaluarsa, efek samping, maupun

¹⁵ FemaleDaily, "Eileen Grace". <https://reviews.femaledaily.com/products/mask/wash-off-peel-off/eileen-grace/eileen-grace?tab=reviews>, diakses pada 26 Mei 2023

¹⁶ Akun shopee herbauty makeup, shopee.co.id/herbautymakeup17

keaslian dari produk tersebut.¹⁷ Setelah mencoba kosmetik *share in jar* yang ia beli selama 5 (lima) hari, timbul ruam gatal, kemerahan, dan jerawat pada wajahnya.¹⁸ Melihat efek samping yang ditimbulkan, ia melakukan konsultasi dengan dokter kulit dan berhenti menggunakan kosmetik tersebut. Setelah berkonsultasi dengan dokter, diketahui bahwa wajah Stephanie mengalami iritasi akibat penggunaan kosmetik *share in jar* yang tidak terjamin higienitas dan sanitasinya. Hal inilah yang kemudian dapat menunjukkan bahwa ada peluang bagi pelaku usaha yang tidak beritikad baik untuk menjadikan *tren* kosmetik *share in jar* sebagai ladang bisnis mereka.

Indonesia sebagai negara hukum sejatinya telah menetapkan aturan perundang-undangan yang melindungi sekaligus komprehensif bagi konsumen melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UU Perlindungan Konsumen). Hukum Perlindungan Konsumen merupakan seperangkat peraturan yang dibuat untuk melindungi hak-hak dan kepentingan konsumen agar dapat mencapai hubungan yang seimbang dan adil antara konsumen dan pelaku usaha. Namun pada kenyataan yang terjadi, konsumen seringkali berada di posisi yang lemah ketika berhadapan dengan pelaku usaha.

¹⁷ Detik Health, “4 Bahaya Kosmetik Share In Jar, Pantasan BPOM Bilang Ilegal”. <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-6602574/4-bahaya-kosmetik-share-in-jar-pantasan-bpom-bilang-ilegal/2> , diakses pada 28 Mei 2023

¹⁸ Hasil wawancara dengan Stephanie, Mahasiswi Universitas Tarumanegara, Apartemen Menara Latumenten, Tanggal 22 Agustus 2023, Pukul 14.00 wib.

Banyaknya pelaku usaha yang menjual kosmetik *share in jar* yang merugikan konsumen seharusnya melek akan hukum dan memperhatikan hak-hak konsumen, sebagaimana termaktub pada Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, antara lain: 1) hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*), konsumen berhak untuk mendapatkan keamanan dari barang dan/atau jasa yang dikonsumsi agar terhindar dari kerugian jasmani maupun rohani; 2) hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*), konsumen berhak memperoleh informasi yang benar agar tidak keliru atas produk yang ia konsumsi. Setiap produk yang diperjualbelikan harus disertai informasi seperti petunjuk pemakaian yang jelas; 3) hak untuk mendapatkan ganti kerugian, konsumen berhak untuk memperoleh ganti rugi apabila kuantitas dan kualitas barang dan/atau jasa yang ia konsumsi tidak sesuai dengan apa yang ditawarkan oleh penjual. Ganti kerugian yang dimaksud harus sesuai dengan apa yang disepakati oleh antar pihak, yakni konsumen dan penjual; dan sebagainya.

Melihat maraknya tren kosmetik *share in jar* yang beredar di masyarakat, maka hukum perlindungan konsumen berperan penting dalam memastikan bahwa produk tersebut memenuhi standar keamanan, kualitas, dan informasi yang akurat untuk konsumen. Regulasi yang ketat diperlukan untuk mengawasi tren ini dan melindungi hak konsumen. Oleh karena itu, penting bagi otoritas pengawas dan produsen kosmetik untuk bekerja sama dalam memastikan bahwa produk-produk dalam ukuran mini mematuhi

regulasi perlindungan konsumen yang berlaku, sehingga konsumen dapat merasa aman dan puas dalam mencoba produk-produk tersebut.

Merujuk pada hak-hak konsumen yang sejatinya harus dipenuhi oleh pelaku usaha, maka sudah sepatutnya pula bagi pelaku usaha untuk menjalankan usahanya dengan memperhatikan hak-hak konsumen dengan melakukan kewajiban pelaku usaha sebagaimana termaktub pada Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen, antara lain: 1) berperilaku baik dalam bisnisnya; 2) memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, termasuk penjelasan tentang penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan; 3) memastikan bahwa produk dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan memenuhi standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku; 4) memberikan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian untuk kerusakan yang disebabkan oleh penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa; dan sebagainya.

Berangkat dari banyaknya kosmetik *share in jar* tanpa izin edar yang merugikan konsumen, maka menurut hemat Penulis perlindungan hukum bagi konsumen yang menggunakan kosmetik *share in jar* tanpa izin edar perlu diperhatikan lebih lanjut, mengingat penyebaran dan penjualan kosmetik *share in jar* semakin meningkat. Perlindungan yang dimaksud bertujuan agar konsumen dapat terlindungi dari perbuatan pelaku usaha yang melakukan perbuatan yang buruk. Oleh karena itu, UU Perlindungan Konsumen dan undang-undang lainnya yang masih berlaku dimaksudkan untuk memberikan perlindungan hukum bagi konsumen baik dalam bidang

Hukum Privat (Perdata) maupun Hukum Publik (Hukum Pidana dan Hukum Administrasi Negara). Berdasarkan hal tersebut, Penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai “**Perlindungan Hukum terhadap Konsumen yang Menggunakan Kosmetik *Share In Jar* di Indonesia**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, penulis merumuskan 2 (dua) rumusan masalah yang akan dikaji, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh negara terhadap konsumen yang menggunakan kosmetik *share in jar* di Indonesia?
2. Bagaimana seharusnya penegakan hukum yang diberikan oleh negara terhadap konsumen yang menggunakan kosmetik *share in jar* di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan menjawab rumusan masalah di atas, maka penelitian ini sejatinya bertujuan untuk:

1. Mengetahui bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh negara terhadap konsumen yang menggunakan kosmetik *share in jar* di Indonesia.

2. Mengetahui penegakan hukum yang diberikan oleh negara terhadap konsumen yang menggunakan kosmetik *share in jar* di Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis kepada masyarakat luas dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen terhadap penyebaran kosmetik *share in jar* ilegal di Indonesia, yang mana dapat diuraikan sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dalam memenuhi manfaat secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperluas konsep penegakan hukum perlindungan konsumen di Indonesia, terkhusus mengenai penyebaran kosmetik *share in jar* ilegal di Indonesia. Dari pemahaman tersebut pula, penulis berharap dapat memberikan kontribusi keilmuan dalam bidang hukum bisnis khususnya mengenai perlindungan konsumen, menambah literatur dan referensi bagi peneliti lain, mahasiswa/i hukum, maupun masyarakat umum di Indonesia.

1.4.2 Manfaat Praktis

Sebagai penelitian yang memberikan manfaat praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan edukasi kepada masyarakat atas penyebaran kosmetik *share in jar* yang ilegal di Indonesia. Dengan begitu, masyarakat akan lebih waspada dan berhati-hati dalam menggunakan kosmetik *share in jar* dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat

memberikan suatu penyelesaian hukum terkait perlindungan konsumen yang menggunakan kosmetik *share in jar* tanpa izin edar di Indonesia.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan proposal penelitian ini akan dibagi menjadi 5 (lima) bab, yaitu dapat dipaparkan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari pendahuluan yang terdiri dari lima (lima) bagian: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian. Bagian-bagian ini akan memberikan gambaran tentang masalah penyebaran kosmetik *share in jar* di Indonesia dan bagaimana bentuk hukum perlindungan konsumen menangani masalah ini.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua akan terdiri dari dua bagian, yaitu tinjauan teori dan tinjauan konseptual. Dalam bagian pertama, penulis akan menjelaskan teori, konsep, dan prinsip yang relevan dengan masalah yang dibahas di Bab I. Pada bab ini juga akan menjelaskan kerangka penelitian yang membatasi lingkup penelitian ini. Oleh karena itu, penulis akan memberikan pemahaman lebih lanjut tentang teori dan konsep yang berkaitan dengan penyebaran kosmetik *share in jar* di Indonesia dan hubungannya dengan undang-undang perlindungan konsumen.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bagian ini memberikan penjelasan tentang metodologi yang digunakan dalam penelitian ini, termasuk jenis penelitian, jenis data yang digunakan, metode yang digunakan untuk memperoleh data, jenis pendekatan, dan sifat analisis data yang sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai. Penulis melakukan analisis kualitatif dengan menggunakan jenis penelitian hukum normatif-empiris.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Masalah penelitian dan solusinya akan dibahas dalam bab ini. Permasalahan yang telah dibahas pada latar belakang masalah selanjutnya dapat dibahas secara empiris atau hukum (normatif). Oleh karena itu, setiap peraturan, fakta, dan data hukum yang terkait dengan distribusi kosmetik *share in jar* Tanpa Izin Edar di Indonesia dan konsekuensi terhadap perlindungan konsumen memperoleh hasil.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan sebagai jawaban atas masalah yang telah dianalisis dalam Bab IV. Selain itu, penulis akan memberikan saran dan rekomendasi untuk pemerintah dan masyarakat dalam menghadapi masalah yang akan datang, seperti pembentukan peraturan perundang-undangan yang dapat dibuat

dan diterapkan untuk mewujudkan negara yang melindungi hak-hak konsumen.

