

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Perkembangan suatu negara yang begitu pesat selalu didukung oleh perkembangan ekonomi yang pesat juga. Perkembangan ekonomi yang begitu pesat, memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk mengembangkan ide atau kreativitasnya dalam menghasilkan barang dan/atau jasa baru demi memenuhi kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, kebutuhan yang diperlukan oleh pelaku usaha pun makin hari makin meningkat. Akan tetapi, seiring berkembangnya zaman bukan hanya pelaku usaha yang mengalami peningkatan kebutuhan melainkan manusia sebagai konsumen juga mengalami peningkatan kebutuhan yang signifikan.

Sebagaimana diatur dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang selanjutnya akan disebut sebagai UU PK. Konsumen memiliki arti “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”. Sedangkan pelaku usaha, sebagaimana diatur dalam Pasal 1 angka 3 UU PK, dapat diartikan sebagai “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 penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.

Kebutuhan manusia sebagai konsumen pada umumnya dikategorikan menjadi 3 (tiga) bagian, yaitu kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, dan kebutuhan tersier. Adapun untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut, diperlukannya transaksi jual beli. Jual beli dapat diartikan sebagai suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan (Pasal 1457 KUH Perdata).¹

Tidak dapat dipungkiri, pada era globalisasi ini bukan hanya industri kebutuhan primer seperti sandang, pangan, dan papan yang bertumbuh dan dibutuhkan. Industri kebutuhan sekunder seperti kosmetik sudah menjadi kebutuhan sehari-hari bagi banyak masyarakat layaknya kebutuhan primer yang didasari oleh permintaan masyarakat luas.² Kosmetik, sebagaimana diatur pada Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 445/Menkes/Permenkes/1998 memiliki arti

“Sediaan atau paduan bahan yang siap untuk digunakan pada bagian luar badan (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ kelamin bagian kelamin), gigi, dan rongga mulut, untuk membersihkan, menambah daya tarik, mengubah penampilan, melindungi supaya tetap dalam keadaan baik, memperbaiki bau badan tetapi tidak dimaksudkan untuk mengobati atau menyembuhkan suatu penyakit”.

Sudah menjadi rahasia umum bahwa penampilan merupakan salah satu aspek penting dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Banyak manusia yang rela

¹ Salim, *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hal. 48

² Dilla Nurfiyana Astanti, "Kesadaran Hukum Konsumen Terkait Penandaan Pada Produk Kosmetik Yang Diproduksi Oleh Klinik Kecantikan", *Jurnal Hukum*, Vol. 7, No. 4, (2020), hal. 11

mengeluarkan uang dengan jumlah tertentu untuk mendapatkan penampilan yang mereka inginkan, salah satu contohnya adalah dengan membeli produk kosmetik. Sejatinya, produk kosmetik kini tidak hanya diminati oleh kaum perempuan tapi juga banyak diminati oleh kaum laki-laki. Seperti halnya produk kosmetik perawatan kulit yang memiliki tujuan untuk merawat keadaan kulit seseorang atau yang lebih dikenal sebagai *skincare*. *Skincare* sendiri memiliki arti sebagai produk perawatan kulit yang tujuannya bermacam-macam mulai dari menenangkan, memulihkan, memperbaiki, hingga melindungi kulit.³

Dalam halnya perdagangan, peredaran produk perawatan kulit di pasar Indonesia wajib melewati serangkaian uji coba yang dilakukan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan, yang selanjutnya akan disebut sebagai BPOM. Setiap produk apabila dinyatakan lolos uji coba dan telah dinyatakan layak untuk diperdagangkan akan diberikan izin edar berupa notifikasi dari Kepala BPOM.⁴ Kebijakan dari BPOM diatur pada Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017 tentang Badan Pengawas Obat dan Makanan. Adapun definisi dari BPOM termaktub pada Pasal 1 Ayat (1) yang berbunyi “Badan Pengawas Obat dan Makan, yang selanjutnya disingkat BPOM adalah lembaga pemerintah nonkementerian yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang Obat dan Makanan”.

Peluang usaha dalam industri kosmetik khususnya industri produk perawatan kulit yang besar mengakibatkan lahirnya pelaku-pelaku usaha dengan

³ Satria, “Mengenal Sisi Positif dan Negatif dalam Penggunaan Skin Care”. <https://ugm.ac.id/id/berita/21564-mengenal-sisi-positif-dan-negatif-dalam-penggunaan-skin-care/#:~:text=Skin%20care%20adalah%20produk%20perawatan,memperbaiki%2C%20hingga%20melindungi%20kulit%20kita>, diakses pada 06 Juni 2023

⁴ Tim Penulis Istana UMKM, “Izin Edar Kosmetik”. <https://istanaumkm.pom.go.id/regulasi/kosmetika/izin-edar-kosmetik>, diakses pada 06 Juni 2023

niat tidak baik guna menguntungkan diri sendiri.⁵ Nyatanya, BPOM mencatat bahwa perusahaan yang bergerak dibidang kosmetik naik sebanyak 20.6% dari tahun 2021 ke 2022⁶ dan bernilai lebih dari US\$ 532.000.000 (lima ratus tiga puluh dua juta US Dollar) atau setara dengan Rp 7.892.033.800.000,00 (tujuh triliun delapan ratus sembilan puluh dua milyar tiga puluh tiga juta delapan ratus ribu rupiah).⁷ Banyaknya perusahaan baru di pasar Indonesia berimplikasi pada persaingan usaha yang cukup ketat, sehingga tidak sedikit perusahaan yang harus menggunakan cara curang untuk tetap bertahan pada posisi puncak atau untuk menarik minat konsumen.

Standar kecantikan yang kerap bermunculan menyebabkan konsumen yang kurang/tidak paham mengenai pengaturan dari suatu kandungan bahan, tergiur untuk membeli produk tersebut karena menginginkan hasil yang cepat demi memenuhi suatu standar. Minimnya kesadaran masyarakat luas untuk memeriksa dengan seksama mengenai “*claim*” dari suatu kandungan dalam suatu produk perawatan kulit membuka peluang bagi perusahaan untuk memberikan informasi palsu atau melebih-lebihkan kandungan atau kegunaan dari suatu produk. Fenomena yang juga kerap disebut sebagai “*overclaim*” ini sudah banyak ditemukan dalam pasar Indonesia dan tidak sedikit konsumen yang merasa ditipu dan mengalami kerugian.

⁵ Gusti Ayu Karoline, *et.al*, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Kosmetik berbahaya”, Jurnal Kertha Semaya, Vol. 9, No. 12, (2021), hal. 2352

⁶ Natashu, “Pentingnya Kredibilitas Produk, Agar Tak Overclaim”. <https://www.sprinkleofrain.com/2023/03/Pentingnya-Kredibilitas-Produk.html>, diakses pada 07 Juni 2023

⁷ Raissa Sabrina, “False Advertising dan False Claiming di Industri Kecantikan”. <https://editorial.femaledaily.com/blog/2020/07/16/false-advertising-dan-false-claiming-di-industri-kecantikan>, diakses pada 06 Juni 2023

Indonesia sendiri telah mengatur mengenai kandungan yang boleh maupun tidak boleh serta persentase maksimal yang boleh digunakan dalam suatu produk perawatan kulit. Hal ini tertuang pada Peraturan BPOM Nomor 23 Tahun 2019 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika yang dinaungi langsung oleh BPOM. Walaupun telah diatur sedemikian rupa, masih banyak perusahaan yang berhasil melakukan “*overclaim*” serta mendapatkan izin edar meskipun mengandung kandungan dengan persentase yang tidak sesuai dengan yang telah diatur dalam peraturan BPOM. Oleh sebab itu, dikeluarkannya kembali Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika.

Sebuah “*overclaim*” kandungan dapat dilihat melalui label yang tertera pada sebuah produk, dalam halnya kosmetika, label dari sebuah produk dapat juga dikatakan sebagai penandaan kosmetika. Sebagaimana diatur dalam Pasal 5 ayat (1) Peraturan BPOM Nomor 30 Tahun 2020 tentang Persyaratan Teknis Penandaan Kosmetika, penandaan wajib memuat setidaknya

“a. nama kosmetika; b. kemanfaatan/kegunaan; c. cara penggunaan; d.komposisi; e. negara produsen; f. nama dan alamat lengkap pemilik nomor notifikasi; g. nomor *batch*; h. ukuran, isi, atau berat bersih; i. tanggal kadaluwarsa; j. nomor notifikasi; k. *2D barcode*; l. peringatan dan/atau perhatian.”

Jika terbukti bahwa suatu label tidak akurat sesuai dengan konten sebenarnya, pemilik usaha dapat dikenai tuntutan hukum sebagaimana termaktub dalam Pasal 8 UU PK yang mengatur mengenai perbuatan apa saja yang dilarang bagi pelaku usaha dalam menjalankan usahanya.

Sejatinya, Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Pasal 28 D ayat (1) telah menyatakan bahwa “setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan,

perlindungan, dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama di hadapan hukum”. Oleh karena itu, sudah sepantasnya Konsumen yang merasa dirugikan oleh pelaku usaha dilindungi oleh sebuah payung hukum. Dalam hal ini, konsumen yang dirugikan dapat dilindungi oleh UU PK. Perlindungan konsumen, sebagaimana termaktub pada Pasal 1 angka 1 UU PK, memiliki arti sebagai “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.

Adanya UU PK dimaksudkan agar terjaminnya hak-hak konsumen sebagai pembeli di Indonesia. Kendatipun, dengan adanya undang-undang ini untuk melindungi konsumen bukan berarti konsumen sebagai pembeli diutamakan dan bukan berarti juga hak-hak atau kepentingan dari pelaku usaha tidak diperhatikan.⁸

Oleh karena itu, peneliti berkeinginan untuk melakukan suatu penelitian mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen yang menerima produk perawatan kulit dengan *overclaim* kandungan, dengan judul : **“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS *OVERCLAIM* KANDUNGAN DALAM SEBUAH PRODUK PERAWATAN KULIT”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti merumuskan rumusan masalah yang akan dijadikan bahan pembahasan, yaitu:

⁸ Nadyah Naima, *et.al*, “Landasan Yuridis Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Beredarnya Kosmetik (Cream Wajah) Tanpa Izin Yang Merugikan Konsumen”, Jurnal Uniska, (2021), hal. 5

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen atas *overclaim* kandungan tabir surya merek Purito?
2. Bagaimana bentuk tanggung jawab Pelaku Usaha Purito terhadap konsumen yang menerima produk tabir surya dengan *overclaim* kandungan?

1.3 Tujuan Penelitian

Sebuah penelitian dibuat dengan tujuan untuk membantu melaksanakan analisa hukum, memberikan solusi kepada suatu persoalan hukum, dan mengembangkan ilmu-ilmu hukum yang sudah ada terlebih dahulu. Penelitian kali ini memiliki tujuan untuk memberikan pengertian, kaidah, konsep umum, serta asas-asas hukum yang berlaku serta memiliki pengertian yang searah dengan topik dari makalah ini. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis dan mengkaji mengenai peraturan-peraturan perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia atas *overclaim* kandungan dalam sebuah produk perawatan kulit sebagaimana yang telah diatur dalam UU PK
2. Menganalisis dan mengkaji mengenai bentuk tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen yang menerima produk perawatan kulit dengan *overclaim* kandungan.
3. Agar menambah pengetahuan bagi para pembaca mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen atas *overclaim* kandungan dalam sebuah produk perawatan kulit.

4. Agar menambah pengetahuan bagi para pembaca mengenai bentuk tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen yang menerima produk perawatan kulit dengan *overclaim* kandungan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian merupakan sebuah upaya untuk menyelidiki serta memberikan solusi terhadap suatu permasalahan hukum, serta memberikan kontribusi kepada perkembangan teknologi, ilmu, metodologi, dan pembangunan nasional. Manfaat Penelitian sendiri terbagi menjadi 2 (dua), yaitu Teoritis dan Praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil dari penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan kepada masyarakat Indonesia mengenai hak-hak dan perlindungan hukum terhadap konsumen.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rasa kepercayaan masyarakat sebagai konsumen terhadap peraturan perundang-undangan yang ada. Peraturan yang ada diharapkan dapat menjadi payung hukum apabila suatu saat terdapat masyarakat yang merasa dirugikan oleh Pelaku Usaha.
- c. Adapun hasil penelitian ini dapat juga digunakan untuk kepentingan-kepentingan lainnya, seperti sumber pembelajaran dalam bidang hukum terutama hukum perlindungan konsumen.

2. Manfaat Praktis

- a. Agar pembaca dapat lebih mengerti dan memahami bagaimana pengaturan perlindungan hukum bagi konsumen atas *overclaim* kandungan dalam sebuah produk perawatan kulit.
- b. Agar pembaca dapat lebih mengerti dan memahami bagaimana bentuk tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen yang menerima produk perawatan kulit dengan *overclaim* kandungan.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun peneliti menyusun sistematika penulisan agar dapat membantu memudahkan pembaca dalam membaca serta memahami isi dari penelitian ini. Penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab utama yang berkaitan antara satu dengan yang lainnya, adapun ke 5 (lima) bab tersebut adalah:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pengantar yang berisikan pendahuluan terhadap penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Adapun bab ini terbagi menjadi 5 (lima) bagian, yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab II merupakan bab yang dijadikan sebagai landasan dalam penulisan suatu penelitian. Bab II terbagi menjadi 2 (dua) bagian utama, yaitu landasan teori dan landasan konseptual. Pada penelitian kali ini, peneliti menetapkan bahwa landasan teori akan membahas mengenai teori perlindungan hukum, teori

perjanjian, dan teori keadilan Sedangkan landasan konseptual akan membahas mengenai hukum perlindungan konsumen, konsumen, pelaku usaha, tanggung jawab pelaku usaha, kosmetik, produk perawatan kulit, kandungan, dan *overclaim*.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab III merupakan bab mengenai pendekatan yang juga merupakan landasan yang penulisan penelitian ini. Adanya bab III ditujukan untuk menggapai suatu kesimpulan dan saran. Adapun bab III dibagi menjadi 5 (lima) bagian, yaitu jenis penelitian, jenis data, cara perolehan data, jenis pendekatan, dan analisa data

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab IV merupakan bab yang menjadi bagian tubuh dari penelitian ini, bab IV dapat juga disebut sebagai bab yang berisikan jawaban atas rumusan masalah. Adapun bab IV terbagi menjadi 3 (tiga) bagian, yaitu hasil penelitian, analisa rumusan masalah pertama, analisa rumusan kedua.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V merupakan bab penutup pada penulisan penelitian ini, adapun pada bab V akan berisikan mengenai kesimpulan dari rumusan masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti. Selain itu, bab V juga akan berisikan saran yang disampaikan oleh peneliti agar dapat menjadi pedoman dalam menyelesaikan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini