

## Perlindungan Konsumen Terhadap Kosmetik Berbahaya

Sherlita Restu Khairina<sup>1</sup>, Novikasari Jati Permata<sup>2</sup>, Kanzha Kania Damayanti<sup>3</sup>

Program Studi S1 Pendidikan Tata Rias, Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

Email Korespondensi : [sherlitarestu.21056@mhs.unesa.ac.id](mailto:sherlitarestu.21056@mhs.unesa.ac.id)<sup>1</sup>, [kanzha21076.@mhs.unesa.ac.id](mailto:kanzha21076.@mhs.unesa.ac.id)<sup>2</sup>, [novikasari.21068@mhs.ac.id](mailto:novikasari.21068@mhs.ac.id)<sup>3</sup>

### Abstrak

Tujuan penelitian artikel ilmiah ini adalah untuk mengkaji perlindungan hukum yang relevan bagi konsumen yang dirugikan akibat penggunaan produk kosmetik yang mengandung bahan berbahaya, serta tanggung jawab hukum pengusaha terhadap konsumen yang merasa berada pada posisi yang lebih lemah. Metode penelitian penulisan artikel ilmiah ini menggunakan metode penelitian hukum baku sehubungan dengan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hasil penyelidikan ini menunjukkan bahwa perusahaan kosmetik yang peredarannya mengandung bahan berbahaya telah melanggar undang-undang perlindungan konsumen, antara lain Pasal 4 (a), Pasal 7 (d) dan Pasal 8 (d). Dalam hal pertanggungjawaban, pengusaha yang menjual kosmetik dengan bahan berbahaya harus bertanggung jawab penuh berdasarkan ketentuan Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

**Kata kunci** : perlindungan, konsumen, kecantikan

### PENDAHULUAN

Pada era globalisasi, perdagangan bebas pada Indonesia telah marak terjadi. Tidak hanya perdagangan yg menyangkut kebutuhan utama namun jua kebutuhan sekunder misalnya kosmetik. Saat ini kosmetik mampu dikatakan sebagai kebutuhan utama pada kegiatan kehidupan sehari-hari sebagai akibatnya perkembangan industri kosmetik berkembang pesat didasari atas upaya pemenuhan permintaan warga . Keinginan insan buat tampil lebih manis & paripurna khususnya kaum perempuan adalah satu hal yg wajar. Selain itu kehidupan terbaru warga ketika ini nir hanya menuntut kemajuan yg berkembang pesat namun jua nilai-nilai kecantikan & estetika terhadap penampilan. Untuk mencapai tujuan tadi tidak sedikit para perempuan rela menghabiskan uangnya buat membeli perlengkapan kosmetik menggunakan tujuan memoles wajahnya supaya terlihat lebih manis.

Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 445/Menkes/Permenkes/1998 kosmetik didefinisikan menjadi “Sediaan atau paduan bahan yg siap buat dipakai dalam bagian luar badan (epidermis, rambut, kuku, bibir, & organ kelamin bagian kelamin), gigi, & rongga mulut, buat membersihkan, menambah daya tarik, mengganti penampilan, melindungi agar permanen pada keadaan baik, memperbaiki bau badan namun nir dimaksudkan buat mengobati atau menyembuhkan suatu penyakit”. Kosmetik mayoritas dipakai kaum wanita guna mempercantik diri demi memenuhi tuntutan tampil fresh & menarik pada era ketika ini. Peluang bisnis pada bidang kosmetik ini tak jarang dimanfaatkan sang pelaku bisnis yg memiliki itikad jelek demi memperoleh keuntungan. Perempuan yg paling poly sebagai konsumen umumnya nir

menyelidiki menggunakan apik akan suatu produk khususnya pada hal kosmetik sebelum bertransaksi, hal ini adalah suatu faktor mengapa masih poly produk-produk kosmetik yg memuat berbahan berbahaya. Selama tahun 2003 sampai 2019, BPOM melaporkan 572 item kosmetik mengandung bahan berbahaya atau terlarang dimana 195 antara lain merupakan kosmetik yg mengandung merkuri. Umumnya wanita akan gampang terpesona buat membeli kosmetik menggunakan output cepat & harga yg murah, tetapi harga kosmetik yg murah nir mengklaim kualitas berdasarkan produk.

Hal ini jua didukung sang aneka macam iklan tentang suatu produk yg nir sporadis menciptakan pembeli nir teliti dan cermat pada memilih pilihan produk yg ingin pada beli. Hal ini pulalah yg sebagai suatu acuan faktor para pelaku bisnis saling lomba pada menghasilkan segala ragam produk kecantikan buat menggaet konsumen. Tidak sedikit berdasarkan produk tadi yg berakibat timbulnya impak yg merugikan dimana bisa merugikan sekaligus membahayakan bagi konsumen. Perempuan menjadi pengguna primer kosmetik seharusnya menimbang menggunakan kentara legalitas bersama komposisi dasar yg terkandung pada sebuah kosmetik. Hal ini dikarenakan maraknya tersebar kosmetik yg mengandung bahan berbahaya & nir sinkron menggunakan standarisasi BPOM. Selain itu, factor yg mengakibatkan konsumen dirugikan bisa dicermati berdasarkan nir adanya pencantuman lepas kadaluarsa dalam produk. Produk kosmetik yg diperjualbelikan tanpa disertai menggunakan pencantuman lepas kadaluarsa adalah keliru satu kurangnya supervisi berdasarkan Badan Pengawas Obat & Makanan (BPOM) sebagai akibatnya produk-produk kosmetik tadi melenggang pada warga .

Dengan era perdagangan bebas, berbagai produk kosmetik dengan merek berbeda untuk aplikasi berbeda beredar di pasaran. Produk kosmetik yang diciptakan sebagai hasil dari perkembangan industri farmasi kini telah menjadi salah satu kebutuhan masyarakat sejalan dengan perkembangan gaya hidup masyarakat. Perusahaan bersaing untuk menghasilkan produk kecantikan yang berbeda untuk tujuan yang berbeda di masyarakat untuk menarik konsumen sebanyak mungkin. Keinginan manusia untuk selalu tampil cantik dan sempurna dalam segala situasi dimanfaatkan oleh sekelompok pengusaha tidak bertanggung jawab yang memproduksi atau menjual kosmetik yang tidak memenuhi persyaratan. Sasaran utamanya adalah para wanita yang ingin mencapai hasil yang cepat dan maksimal. Mereka mudah tergoda untuk membeli kosmetik murah dan melihat hasilnya dengan cepat. Hal ini seringkali membuat posisi konsumen menjadi tidak seimbang jika terjadi posisi yang lemah, karena konsumen dijadikan sebagai sasaran usaha untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya tanpa memperhatikan hak-hak konsumen, misalnya tanpa memberikan penjelasan yang memadai tentang produk.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kaitannya dengan undang-undang perlindungan konsumen yang berkaitan dengan kewajiban pedagang terhadap konsumen, kerugian yang ditimbulkan apabila konsumen merasa dirugikan atas barang dan/atau jasa yang dijual pedagang karena konsumen belum mendapatkan pemenuhannya. bagi pedagang untuk membayar ganti rugi kepada konsumen. Kewajiban

kontraktor tertuang dalam UU No. 19 & 8 Tahun 1999, yang pada pokoknya menyatakan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen yang disebabkan oleh konsumsi barang dan/atau jasa yang diproduksi atau dijual. Kompensasi tersebut dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa dengan nilai yang sama atau serupa. Selain itu, perawatan kesehatan dan/atau kompensasi juga ditawarkan. Jangka waktu kompensasi tambahan adalah 7 (tujuh) hari sejak tanggal transaksi. Namun, ganti rugi di atas tidak menutup kemungkinan untuk mengajukan tuntutan berdasarkan bukti kesalahan tambahan (lihat mens read anactus reus). Pasal 19 juga tidak berlaku untuk tuntutan ganti rugi jika pedagang dapat membuktikan bahwa kesalahan ada pada konsumen.

Prinsip tanggung jawab sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen atas pelanggaran hak-hak konsumen. Peraturan perundang-undangan di Indonesia telah mengatur perlindungan hukum konsumen dalam UUPK. Ayat 1 Pasal 1 mendefinisikan perlindungan konsumen sebagai “segala upaya untuk menjamin kepastian hukum untuk melindungi konsumen”, penyelenggaraan perlindungan konsumen tergantung dan terjalin antara negara dengan pengusaha dan konsumen. Konsumen juga memegang peranan penting dalam perekonomian dan merupakan satu-satunya faktor terpenting dalam kelancaran suatu usaha, karena konsumen membeli dan mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan oleh pengusaha apabila bermanfaat bagi pengusaha.

Menurut Pasal 1(3) UUPK, pengusaha adalah “setiap orang atau badan hukum, baik berbentuk badan hukum maupun tidak, bertempat tinggal, berkantor terdaftar atau melakukan kegiatan di wilayah negara Republik Indonesia: Menurut UUPK, Pasal 1 Ayat 2 Yang dimaksud dengan konsumen adalah “setiap orang yang menggunakan untuk kepentingannya sendiri barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat. Keluarga, orang lain dan makhluk hidup lain dan bukan untuk bisnis.” Konsumen adalah salah satu tujuan terpenting bagi pengusaha untuk mendapatkan keuntungan sebesar mungkin, dengan setiap pengusaha berusaha untuk mendapatkan keuntungan atau keuntungan terbesar dari bisnis, tetapi masih ada .pedagang yang tidak dapat memberikan jaminan yang diharapkan konsumen, dengan umumnya pedagang hanya mempertimbangkan keuntungan. Karena statusnya sebagai konsumen yang rentan, konsumen harus mendapat perlindungan hukum menurut Pasal 1(1) UUPK.

Meningkatnya aktivitas produksi dan distribusi dalam produk kosmetik memiliki akibat yg relatif luas dalam pengendalian dan pengawasannya. Upaya mengawasan & pengendalian kosmetik memiliki perseteruan-permasalahn yang kompleks & semakin luas yang adalah tanggung jawab pemerintah bersama-sama menggunakan rakyat. Peran dan rakyat termasuk penghasil perlu ditingkatkan demikian jua pengendalian & supervisi yg dilakukan sang pemerintah. Setiap pelaku bisnis mempunyai tanggung jawab terhadap apa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Ketika terjadi perseteruan terhadap produk yg didapatkan berarti produk tadi stigma yang bisa disebabkan kekurang cermatan pada proses produksi, nir sinkron menggunakan apa yang diperjanjikan atau kesalahan yang dilakukan pelaku bisnis. Dengan istilah lain, pelaku bisnis ingkar janji atau melakukan perbuatan melawan hukum. Dalam Pasal 19 hingga

menggunakan Pasal 28 Undang Undang No. 8 Tahun 1999 diatur mengenai tanggung jawab yang wajib dipenuhi sang para pelaku bisnis saat terjadi somasi sang konsumen dampak produk yang stigma. Bukan hal baru lagi bila pengetahuan akan pendidikan para konsumen Indonesia khususnya terhadap kosmetik sangatlah rendah. Hal ini dipicu beberapa faktor-faktor yang hanya ditimbulkan sang pola pikir konsumen itu sendiri akan tetapi pula tanggung jawab menurut pelaku bisnis buat bisa menaruh pengetahuan pada konsumen. Begitu pula pada hal sirkulasi kosmetik ilegal yang berkaitan menggunakan aspek proteksi konsumen. Konsumen tak jarang tidak mengetahui segala sesuatu yang berkaitan menggunakan produk kosmetik yang dibelinya.

## **PENUTUP**

Berdasarkan kajian yang telah dipaparkan, dapat dikemukakan bahwa UU No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Mari pastikan konsumen terlindungi dan kepastian hukum terjamin dalam segala usahanya. Juga, Pasal 7(d) tentang tingkat mutu barang di Indonesia, yang dapat dikatakan bahwa peredaran produk yang tidak tepat, dalam hal ini produk kosmetik, tidak diperbolehkan. Berbisnis dengan basis apa pun di Indonesia, karena dapat berdampak signifikan terhadap kelangsungan pasar dan menyebabkan kerugian serius bagi konsumen. Sesuai dengan ketentuan Pasal 8(d), apabila pelaku usaha dilarang melakukan produksi dan/atau perdagangan barang dan/atau jasa secara massal, apabila kondisi, kapasitas dan karakteristik konsumen tidak terjamin. Berdasarkan undang-undang ini dapat diartikan bahwa pedagang yang tidak mengikuti, memperhatikan dan memenuhi peraturan tersebut dianggap telah melanggar Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan hak-haknya. UU No. UU 8/1999 tentang perlindungan konsumen tidak optimal dalam membayar ganti rugi kepada konsumen yang terkena dampak produk perusahaan. Konsumen yang mengalami kerugian akibat pelanggaran hukum yang dilakukan perusahaan dapat mengajukan gugatan terhadapnya baik di pengadilan maupun di luar pengadilan. Kedua, tidak ada undang-undang no. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, sehingga produk kosmetik berbahaya masih dapat ditemukan di pasaran. Meski aturan hukumnya jelas, BPOM harus mengawasi dan membimbing pelaku usaha untuk memastikan keamanan dan perlindungan konsumen sebelum pelaku usaha mendistribusikan kosmetik ke pasar. Berdasarkan temuan tersebut, penulis menyarankan agar penjual harus sadar akan keamanan produk yang mereka jual. Selain itu, pemerintah harus bekerja sama dengan baik melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan, BPOM dan Badan Penegak Hukum (APH) untuk melindungi konsumen dari peredaran kosmetik yang tidak aman. Kedua rekomendasi ini dapat menjadi langkah awal penelitian selanjutnya yang berfokus pada pemeriksaan perdata penjual produk kosmetik yang tidak aman dan efektifitas fungsi kepemimpinan dan pengawasan BPOM dari perspektif perlindungan konsumen.

## REFERENSI

- Anto, M. A. (2022). *PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS PRODUK KECANTIKAN YANG MENGANDUNG MERKURI DAN MASIH BEREDAR LUAS DI PASARAN* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS SINTUWU MAROSO).
- Karolina, G. A., Priyanto, I. M. D., & Sumadi, I. P. S. (2021). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN PENGGUNA KOSMETIK BERBAHAYA. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 9(12), 2352-2365.
- Winata, M. G. (2022). Perlindungan Hukum Bagi Korban Pengguna Produk Kosmetik Ilegal Berbahaya. *SAPIENTIA ET VIRTUS*, 7(1), 34-43.

