

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kosmetik adalah setiap bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada seluruh bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ genital bagian luar) atau gigi dan membran mukosa disekitar mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan atau memperbaiki bau badan dan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik.<sup>1</sup>

Perkembangan ilmu kosmetik serta industrinya baru dimulai secara besar-besaran pada abad ke-20 (Wall, Jelinek, 1970).<sup>2</sup> Kosmetik menjadi salah satu bagian dunia usaha.<sup>3</sup> Bahkan sekarang teknologi kosmetik begitu maju dan merupakan paduan antara kosmetik dan obat (*pharmaceutical*) atau yang disebut kosmetik medik (*cosmeceuticals*).<sup>4</sup> Tidak dapat disangkal lagi bahwa produk kosmetik sangat diperlukan oleh manusia, baik laki-laki maupun perempuan, sejak lahir hingga saat meninggalkan dunia ini.<sup>5</sup> *Global Business Guide*

---

<sup>1</sup>Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan RI No. 19 Tahun 2015 tentang Persyaratan Teknis Kosmetika, Pasal 1.

<sup>2</sup> Dikutip dari Retno Iswari Tranggono dan Fatma Latifah, *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2007, hlm. 3.

<sup>3</sup>

<sup>4</sup> Ibid.

<sup>5</sup> Ibid.

menyebutkan dalam artikelnya bahwa populasi perempuan Indonesia sebagai pengguna kosmetik kini telah mencapai 126,8 juta orang.<sup>6</sup>

Pada saat ini sangat terlihat mulai banyak bertambahnya produk kosmetik impor yang beredar di pasar domestik. Salah satu faktor yang mempengaruhinya adalah ketertarikan konsumen terhadap pemakaian produk kosmetik impor, di mana mereka menilai kosmetik impor memiliki kualitas yang lebih baik daripada kosmetik lokal. Faktor lainnya yaitu ketertarikan konsumen terhadap suatu produk kosmetik yang diproduksi oleh perusahaan kosmetik terkenal di dunia.

Saat ini produk kosmetik impor yang masuk secara legal menguasai sekitar 60 persen pasar produk kecantikan di Indonesia. Lebih rinci, pasar kosmetik kelas menengah ke atas didominasi produk dari Eropa, Jepang, Korea Selatan, dan Amerika Serikat. Sedangkan untuk kelas menengah ke bawah lebih didominasi produk dari Thailand, Korea Selatan, dan Malaysia.<sup>7</sup> Berdasarkan pernyataan Ketua Umum Perhimpunan Perusahaan dan Asosiasi Kosmetika (PPAK atau Perkosmi) Putri Kuswisnu Wardani, saat ini impor produk kosmetik legal banyak masuk dari Malaysia, Thailand, dan China. Sedangkan impor produk kosmetik

---

<sup>6</sup> Saviq Bachdar, *Menganalisis Konsumsi Kosmetik Perempuan Millennials Indonesia*, <https://marketeers.com/menganalisa-konsumsi-kosmetik-perempuan-milenial-indonesia/> (diakses tanggal 18 November 2019 pukul 19.20)

<sup>7</sup> Berita Industri Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, *Produk Impor Kuasai Pasar Kosmetik*, <https://kemenperin.go.id/artikel/11943/Produk-Impor-Kuasai-Pasar-Kosmetik> (diakses tanggal 18 November 2019 pukul 19.00)

illegal saat ini sudah mencapai Rp 20 triliun yaitu sepertiga dari pasar domestik yang mencapai Rp 60 triliun.<sup>8</sup>

Berdasarkan pernyataan Menteri Perindustrian Airlangga Hartanto pada tahun 2018 angka penjualan impor produk kosmetik terbilang tinggi yaitu mencapai US\$ 850,15 juta (Rp 11,9 triliun) di mana angka penjualan tersebut meningkat dibandingkan dengan angka penjualan pada tahun 2017 sebesar US\$ 631,66 juta (Rp 8,9 triliun).<sup>9</sup> Menurut Presiden Persatuan Perusahaan Kosmetika Indonesia (Perkosmi) Nuning S. Barwa mengatakan bahwa peluang pasar kosmetika di Indonesia sangat besar, sehingga semakin banyak produk impor yang masuk ke pasar domestik.<sup>10</sup> Saat ini produk kosmetik impor yang masuk secara legal menguasai sekitar 60 persen pasar produk kecantikan di Indonesia.<sup>11</sup>

Berkaitan dengan pertumbuhan peredaran produk kosmetik di Indonesia, idealnya setiap produk kosmetik impor maupun lokal yang diperdagangkan di pasar domestik harus memenuhi persyaratan-persyaratan yang berkaitan dengan keamanan produk sehingga tidak menimbulkan kerugian terhadap konsumen baik materiil maupun immaterial. Produk-produk itu dipakai secara berulang setiap hari dan di seluruh tubuh, mulai dari rambut sampai ujung kaki, sehingga

---

<sup>8</sup> Berita Industri Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, *Pasar Kecantikan Kebajiran Kosmetik Impor*, <https://kemenperin.go.id/artikel/4776/Pasar-Kecantikan-Kebanjiran-Kosmetik-Impor> (diakses tanggal 18 November 2019 pukul 19.48)

<sup>9</sup>Republika, *Menperin Sebut Impor Kosmetik Masih Tinggi*, <https://www.google.com/amp/s/m.republika.co.id/amp/pu2fwi383> (diakses tanggal 5 November 2019 pukul 12.40)

<sup>10</sup> Berita Industri Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, *Pasar Kecantikan Kebajiran Kosmetik Impor*, loc.cit.

<sup>11</sup> Berita Industri Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, *Produk Impor Kuasai Pasar Kosmetik*, loc.cit.

diperlukan persyaratan aman untuk dipakai.<sup>12</sup> Salah satu persyaratan yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha bidang kosmetik adalah pencantuman label informasi produk dalam bahasa Indonesia.

Label adalah setiap keterangan mengenai barang yang berbentuk tulisan, kombinasi gambar dan tulisan, atau bentuk lain yang memuat informasi tentang barang dan keterangan pelaku usaha, serta informasi lainnya yang disertakan pada barang, dimasukkan ke dalam, ditempelkan/melekat pada barang, tercetak pada barang, dan/atau merupakan bagian kemasan barang.<sup>13</sup>

Pentingnya informasi dalam label produk kosmetik bagi konsumen antara lain karena kurangnya pemahaman konsumen terhadap kegunaan suatu produk kosmetik sehingga konsumen sebelum membeli membaca dan memperhatikan terlebih dahulu keterangan informasi yang tertera pada produk kosmetik tersebut. Hal ini merupakan salah satu upaya konsumen untuk melindungi keselamatan dan kesehatannya dalam menggunakan atau mengonsumsi produk kosmetik tersebut. Selain itu konsumen juga dapat memilih produk yang sesuai dengan manfaat yang diinginkan serta kondisi konsumen. Sebagaimana dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur pada Pasal 5 bahwa konsumen berkewajiban membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.

---

<sup>12</sup> Retno Iswari Tranggono dan Fatma Latifah, loc.cit.

<sup>13</sup> Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 73/M-DAG/PER/9/2015 tentang Kewajiban Pencantuman Label dalam Bahasa Indonesia pada Barang, Pasal 1.

Beberapa bahan-bahan yang terkandung dalam suatu produk kosmetik akan memberikan dampak atau efek yang berbeda pada tiap kulit. Pemakaian produk kosmetik yang mengandung bahan-bahan kimia tertentu yang tidak cocok bagi kulit konsumen tidak hanya dapat merusak kulit, tetapi juga membahayakan kesehatan tubuhnya. Dengan membaca label informasi suatu produk kosmetik serta mengetahui secara rinci akan positif dan negatif bahan kimia pada kosmetik, konsumen sudah melakukan tindakan preventif melindungi diri sendiri dari paparan bahan kimia yang berbahaya bagi kulitnya.<sup>14</sup>

Oleh sebab itu, pelaku usaha harus menghindari risiko konsumen atas keselamatan dan keamanannya dengan mencantumkan informasi pada produk kosmetik secara jujur, lengkap, jelas, dan dengan bahasa yang dipahami konsumen. Sebagai salah satu implementasi tujuan perlindungan konsumen yaitu menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha<sup>15</sup> dan terlindunginya hak konsumen atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan<sup>16</sup> dalam menggunakan atau memakai produk kosmetik.

Label juga memuat informasi penting yang berguna bagi konsumen mengenai cara pemakaian atau pemanfaatan atau cara kegunaan, agar konsumen tidak keliru dan salah menggunakan suatu produk kosmetik tersebut sehingga konsumen mendapatkan manfaat yang diharapkan setelah menggunakan atau memakai suatu

---

<sup>14</sup> Dilihat dari Christina Andhika Setyanti, "Produk Kosmetika, Baca Dulu Sebelum Digunakan", <http://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/lifestyle/read/2014/05/04/1742461/Produk.Kosmetika.Baca.Dulu.Sebelum.Digunakan> (diakses tanggal 5 November pukul 14.00)

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 3.

<sup>16</sup> Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4.

produk kosmetik. Berdasarkan kondisi ini maka label merupakan hak konsumen atas informasi sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) mengenai hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.<sup>17</sup>

Untuk melindungi masyarakat terhadap hal-hal yang dapat merugikan kesehatan maka perlu dicegah produksi dan beredarnya kosmetik yang tidak memenuhi persyaratan mutu, keamanan, dan kemanfaatan dalam hal ini terkait kewajiban pencantuman label informasi dalam bahasa Indonesia. Pemerintah Indonesia telah membuat beberapa peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai pencantuman label dalam bahasa Indonesia.

Pada tahun 1999, pemerintah membuat Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Di mana peraturan ini mengatur dalam salah satu pasalnya mengenai kewajiban pencantuman label menggunakan bahasa Indonesia. Kemudian pada tahun 2003, pemerintah Indonesia melalui Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) membuat Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.4.1745 tentang Kosmetik yang mengatur mengenai persyaratan produksi dan peredaran kosmetik dimana di dalamnya mengatur tentang ketentuan penandaan (label).

Pada tahun 2014 pemerintah Indonesia mengeluarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (UU Perdagangan). Dalam undang-undang ini selain mengatur secara umum terkait perdagangan juga mengatur mengenai

---

<sup>17</sup> Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4.

kewajiban bagi pelaku usaha untuk menggunakan bahasa Indonesia pada label barang. Selanjutnya pada tahun 2015 pemerintah melalui Kementerian Perdagangan RI mengeluarkan peraturan hukum yang secara khusus mengatur ketentuan pencantuman label dalam bahasa Indonesia yaitu Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 73/M-DAG/PER/9/2015 tentang Kewajiban Pencantuman Label dalam Bahasa Indonesia pada Barang (Permendag No. 73 Tahun 2015). Peraturan ini menyebutkan bahwa produsen atau importir wajib mencantumkan label informasi produk dalam bahasa Indonesia.<sup>18</sup> Ketentuan ini tidak hanya berlaku bagi produk-produk impor tetapi juga terhadap produk-produk lokal yang akan diperdagangkan atau diedarkan di pasar domestik. Peraturan ini mewajibkan setiap barang yang diperdagangkan di pasar domestik harus memenuhi kewajiban pencantuman label informasi produk menggunakan bahasa Indonesia.

Pada tahun yang sama dibuat Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan RI Nomor 19 Tahun 2015 tentang Persyaratan Teknis Kosmetika (Peraturan Kepala BPOM) sebagai peraturan baru yang menggantikan dan menyatakan bahwa ketentuan dalam Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.4.1745 tentang Kosmetik yang mengatur mengenai penandaan kosmetika dicabut dan sudah tidak berlaku. Dalam peraturan ini juga mengatur mengenai persyaratan label pada produk kosmetik menggunakan bahasa Indonesia.

---

<sup>18</sup>

Kewajiban Pencantuman Label dalam Bahasa Indonesia pada Barang, Pasal 2.

Pencantuman label informasi produk kosmetik dalam bahasa Indonesia sebagaimana diatur secara khusus dalam Permendag No. 73 Tahun 2015 dan diatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya merupakan suatu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh pelaku usaha dalam melakukan kegiatan usahanya di pasar domestik. Meskipun telah diatur ketentuan dalam berbagai peraturan perundang-undangan, pada kenyataannya saat ini masih ditemukan beredar dan diperdagangkan produk kosmetik impor tanpa mencantumkan label informasi produk menggunakan bahasa Indonesia. Kondisi ini menggambarkan bahwa pelaku usaha tidak sepenuhnya mematuhi peraturan hukum dan memenuhi kewajibannya. Dalam hal ini juga, pelaku usaha telah mengabaikan hak-hak konsumen yang seharusnya diperhatikan bukan hanya keuntungan dalam melakukan kegiatan usahanya.

Dengan masih ditemukannya produk kosmetik impor yang tidak memenuhi ketentuan kewajiban pencantuman label dalam bahasa Indonesia, mungkin juga dapat terjadi dikarenakan kurang ketatnya pelaksanaan pengawasan oleh pemerintah sebagai pihak yang memiliki wewenang melakukan pengawasan. Sebagaimana diatur dalam Pasal 30 ayat (1) UUPK bahwa pemerintah sebagai salah satu pihak penyelenggara pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya.

Faktor lainnya mungkin dapat terjadi dikarenakan kurang efektifnya sistem pengawasan *post-border*. Sebagaimana pada tahun 2011, Indonesia menerapkan ketentuan dalam Harmonisasi Regulasi ASEAN di bidang Kosmetika atau ASEAN



*Harmonized Regulatory Scheme/AHCRS* (yang selanjutnya disebut Harmonisasi ASEAN) mengenai penyeragaman persyaratan teknis peredaran kosmetik di wilayah ASEAN dan telah diterapkan oleh Indonesia sejak tanggal 1 Januari 2011.

Harmonisasi di bidang kosmetika ini mengharuskan adanya sistem pengawasan produk kosmetika setelah beredar di pasaran (*post-market surveillance*). Di mana sebelumnya sistem pengawasan yang berlaku menganut kontrol produk sebelum beredar (*pre-market control*). Pelaksanaan dari sistem pengawasan setelah Harmonisasi adalah ketentuan bahwa produsen atau importir harus mengajukan permohonan pengajuan notifikasi pada Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan RI sebelum mengedarkan produknya, di mana notifikasi tersebut yang akan menjadi alat pengawasan pasca peredaran produk (*post-market surveillance*).<sup>19</sup>

Maka dengan latar belakang permasalahan tersebut, penyusun tertarik untuk meneliti dan mengkaji kewajiban label informasi berbahasa Indonesia pada produk kosmetik impor dari sudut pandang perlindungan konsumen dalam bentuk skripsi dengan judul **“KEWAJIBAN PENCANTUMAN LABEL INFORMASI PRODUK KOSMETIK IMPOR DALAM BAHASA INDONESIA MENURUT PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN RI NOMOR 73/M-DAG/PER/9/2015 TENTANG KEWAJIBAN PENCANTUMAN LABEL DALAM BAHASA INDONESIA PADA BARANG DIHUBUNGKAN DENGAN PERLINDUNGAN KONSUMEN”**

---

<sup>19</sup> Hastanto, *Harmonisasi ASEAN Bidang Kosmetika*,  
<http://hastantoferi.blogspot.com/2012/01/harmonisasi-asean-bidang-kosmetika.html?m=1>  
(diakses tanggal 5 November 2019 pukul 12.38)

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan permasalahan dalam penulisan hukum ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaturan tentang ketentuan pencantuman label informasi produk dalam bahasa Indonesia dihubungkan dengan hak konsumen atas informasi?
2. Bagaimana pengawasan pemerintah terhadap kewajiban pencantuman label informasi produk kosmetik impor dalam bahasa Indonesia?

## **C. Tujuan Penelitian**

Dalam merumuskan tujuan penelitian, penulis berpegang pada masalah yang telah dirumuskan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan memahami pengaturan tentang ketentuan pencantuman label informasi produk dalam bahasa Indonesia dihubungkan dengan hak konsumen atas informasi.
2. Untuk mengetahui dan memahami pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah terhadap kewajiban pencantuman label informasi produk kosmetik impor dalam bahasa Indonesia.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat praktis pada kehidupan masyarakat. Kegunaan penelitian ini dapat ditinjau dari dua segi yang saling berkaitan yaitu dari segi teoritis dan segi praktis. Dengan adanya penelitian ini penulis sangat berharap akan dapat memberikan kegunaan:

### 1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi sumbangsih pemikiran bagi perkembangan ilmu hukum, khususnya di bidang perlindungan konsumen yang dapat digunakan untuk melakukan kajian dan penelitian sejenis selanjutnya mengenai kewajiban pencantuman label informasi dalam bahasa Indonesia pada kosmetik impor.

### 2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman hukum bagi pelaku usaha yang bergerak di bidang kosmetik untuk mentaati kewajibannya terkait pencantuman label informasi produk dalam bahasa Indonesia serta bagi konsumen agar mengetahui dan memahami hak-haknya dalam kegiatan perdagangan kosmetik.

## **E. Kerangka Pemikiran**

Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2015 tentang Persyaratan Teknis Kosmetika mendefinisikan kosmetik sebagai bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar) atau gigi dan mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik.<sup>20</sup>

Label adalah setiap keterangan mengenai barang yang berbentuk tulisan, kombinasi gambar dan tulisan, atau bentuk lain yang memuat informasi tentang

---

<sup>20</sup> Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan RI No. 19 Tahun 2015 tentang Persyaratan Teknis Kosmetika, Pasal 1.

barang dan keterangan pelaku usaha, serta informasi lainnya yang disertakan pada barang, dimasukkan ke dalam, ditempelkan/melekat pada barang, tercetak pada barang, dan/atau merupakan bagian kemasan barang.<sup>21</sup>

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.<sup>22</sup> Dalam UUPK kewajiban pelaku usaha adalah memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan,<sup>23</sup> disebabkan karena informasi di samping merupakan hak konsumen, juga karena ketiadaan informasi atau informasi yang tidak memadai dari pelaku usaha merupakan salah satu jenis cacat produk (cacat informasi), yang akan sangat merugikan konsumen.<sup>24</sup>

Pencantuman informasi bagi konsumen yang berupa instruksi atau petunjuk/prosedur pemakaian suatu produk merupakan kewajiban bagi produsen agar produknya tidak dianggap cacat (karena ketiadaan informasi atau informasi yang tidak memadai). Instruksi berfungsi penting untuk menjamin efisiensi penggunaan produk.<sup>25</sup> Keamanan suatu produk ditentukan oleh informasi yang diberikan kepada pemakai yang berupa pemberian label produk, cara penggunaan, peringatan atas risiko tertentu atau hal lainnya sehingga produsen pembuat dan

---

<sup>21</sup> Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 73/M-DAG/PER/9/2015 tentang Kewajiban Pencantuman Label dalam Bahasa Indonesia pada Barang, Pasal 1.

<sup>22</sup> Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1.

<sup>23</sup> Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 7.

<sup>24</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT. Rajagrafindo Persada, Depok, 2015, hlm. 55.

<sup>25</sup> *Ibid*, hlm. 60.

supplier dapat memberikan jaminan bahwa produk-produk mereka itu dapat dipergunakan sebagaimana dimaksudkan.<sup>26</sup>

Semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah, dan keamanan barang dan/atau jasa yang diperolehnya di pasar.<sup>27</sup> Perlindungan konsumen dibuat untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat.<sup>28</sup> Adapun tujuan perlindungan konsumen yaitu:<sup>29</sup>

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

UUPK mengatur mengenai hak-hak konsumen,<sup>30</sup> beberapa di antaranya adalah hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa serta hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai

<sup>26</sup> Ibid, hlm. 165.

<sup>27</sup> Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>29</sup> Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 3.

<sup>30</sup> Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4.

kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Selain memiliki hak, konsumen juga memiliki kewajiban yaitu dalam Pasal 5 UUPK menyebutkan bahwa konsumen berkewajiban membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.<sup>31</sup>

Ketentuan tersebut memiliki keterkaitan dengan ketentuan yang diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan Indonesia antara lain UUPK, UU Perdagangan, Permendag No. 73 Tahun 2015, dan Peraturan Kepala BPOM.

## **F. Metode Penelitian**

Metode adalah proses, prinsip-prinsip dan tata cara memecahkan sesuatu masalah, sedangkan penelitian adalah pemeriksaan secara hati-hati, tekun, dan tuntas terhadap suatu gejala untuk menambah pengetahuan manusia, maka metode penelitian dapat diartikan sebagai proses prinsip-prinsip dan tata cara untuk memecahkan masalah yang dihadapi dan melakukan penelitian.<sup>32</sup>

### **1. Metode Pendekatan**

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan yuridis normatif. Penelitian hukum normatif mengkaji hukum tertulis dari berbagai aspek, yaitu aspek teori, sejarah, filosofi, perbandingan, struktur dan komposisi, lingkup dan materi, konsistensi, penjelasan umum, dan pasal demi pasal.<sup>33</sup> Suatu penelitian yang menekankan pada peraturan-peraturan hukum yang berlaku serta menggunakan bahan hukum primer yaitu sumber data sekunder

---

<sup>31</sup> Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 5.

<sup>32</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 1986, hlm. 6.

<sup>33</sup> Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2004, hlm. 102.

yakni Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 73/M-Dag/Per/9/2015 tentang Kewajiban Pencantuman Label Dalam Bahasa Indonesia Pada Barang, dan Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan RI Nomor 19 Tahun 2015 tentang Persyaratan Teknis Kosmetika serta memperoleh data maupun keterangan yang terdapat dalam berbagai literatur di perpustakaan, jurnal hasil penelitian, koran, majalah, situs internet dan sebagainya.<sup>34</sup>

## 2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian yang digunakan adalah deskriptif analitis. Deskriptif analitis menggambarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku dikaitkan dengan teori-teori hukum dan praktek pelaksanaan hukum positif yang berkaitan dengan permasalahan.<sup>35</sup>

## 3. Tahap Penelitian

Dalam penulisan ini penulis menggunakan tahap penelitian kepustakaan, yakni tahap penelitian melalui studi kepustakaan dan peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan tujuan penelitian.

- a. Penelitian Kepustakaan, (*Library Research*), yaitu suatu teknik pengumpulan data yang diperoleh menggunakan media kepustakaan dan diperoleh dari berbagai data primer serta data sekunder lainnya.

Bahan-bahan penelitian ini diperoleh melalui:

<sup>34</sup> Sunaryati Hartono, *Penelitian Hukum di Indonesia pada Akhir Abad ke-20*, Alumni, 1994, hlm. 139.

<sup>35</sup> Ronny Hanitijo Soemitro, *Metodelogi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1990, hlm. 97-98.

### 1) Bahan hukum primer

Bahan hukum primer yang digunakan terdiri dari peraturan perundang-undangan, catatan resmi, risalah dalam pembuatan perundang-undangan dan putusan hakim.<sup>36</sup> Bahan hukum primer merupakan bahan-bahan hukum yang mengikat yang terdiri dari peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan obyek penelitian:

- a) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- b) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 73/M-DAG/PER/9/2015 tentang Kewajiban Pencantuman Label dalam bahasa Indonesia pada Barang
- c) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 20/M-DAG/PER/5/2009 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pengawasan Barang dan/atau Jasa
- d) Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2015 tentang Persyaratan Teknis Kosmetika

### 2) Bahan hukum sekunder

Merupakan bahan-bahan yang erat dengan bahan hukum primer dan dapat membantu menganalisis dan memberikan penjelasan terhadap

---

<sup>36</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Media group, Jakarta, 2011, hlm. 141.



bahan hukum primer, yang meliputi buku-buku, hasil karya ilmiah, dan hasil penelitian.

### 3) Bahan hukum tersier

Bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder dalam melakukan penelitian dan bersifat penunjang dalam memberikan informasi dibidang hukum maupun di luar hukum, seperti misalnya kamus hukum, ensiklopedia dan situs internet.

## 4. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Metode dan teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam usaha penelitian ini adalah melalui studi kepustakaan yang bertujuan antara lain mencakup dokumen-dokumen resmi, buku-buku hasil penelitian yang berwujud laporan dan wawancara yang bertujuan mendapatkan informasi yang berkenaan dengan penelitian

## 5. Metode Analisis Data

Analisis data menggunakan analisis normatif, normatif berarti penelitian didasarkan asas-asas hukum serta norma-norma hukum. Kualitatif berarti dilakukan dengan mempelajari dokumen-dokumen dan peraturan perundang-undangan yang berlaku, literatur dan tulisan yang berhubungan dengan objek penelitian dan tidak menggunakan rumusan matematika.

---

<sup>37</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, PT. Raja Grasindo Persada, Jakarta, 2006, hlm. 13