

BAB II

TINJAUAN UMUM PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP LABEL INFORMASI PRODUK KOSMETIK IMPOR

A. Tinjauan Umum tentang Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.³⁸ Menurut Mochtar Kusumaatmadja, definisi Hukum Perlindungan Konsumen adalah keseluruhan asas-asas serta kaidah-kaidah hukum yang mengatur mengenai hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu dengan yang lain, dan berkaitan dengan barang atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup masyarakat.³⁹

Menurut Az Nasution hukum konsumen merupakan keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan atau jasa konsumen, di dalam pergaulan hidup⁴⁰. Selain itu Az Nasution juga berpendapat bahwa hukum perlindungan konsumen merupakan aturan yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur, dan juga mengandung sifat yang melindungi perlindungan konsumen.

³⁸ Undang-Undang RI No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1.

³⁹ Az Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta, 2006, hlm. 37.

⁴⁰ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006, hlm. 45.

Hukum perlindungan konsumen juga diartikan sebagai keseluruhan asas-asas atau kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan atau jasa konsumen, di dalam pergaulan hidup.⁴¹

2. Pengertian Konsumen

Istilah “konsumen” berasal dari kata *consumer* atau *consument*, yang secara harfiah adalah “orang yang memerlukan, membelanjakan atau menggunakan, pemakai atau pembtuh.”⁴² 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.⁴³

3. Pengertian Pelaku Usaha

Istilah pelaku usaha merupakan pengertian yuridis dari istilah produsen.⁴⁴ 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.⁴⁵

⁴¹ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Grasindo, Jakarta, 2000, hlm. 9.

⁴² N.H.T. Siahaan, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Grafika Mardi Yuana, Bogor, 2005, hlm. 23.

⁴³ Shidarta, loc.cit.

⁴⁴ N.H.T. Siahaan, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, loc.cit. Shidarta, loc.cit.

4. Asas Perlindungan Konsumen

Dalam penyelenggaraannya perlindungan konsumen berdasarkan pada lima asas, yaitu:

a. Asas Manfaat

Bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.⁴⁶ Asas manfaat ini dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya yang dilakukan dalam penyelenggaraan penyelesaian permasalahan perlindungan konsumen, harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan, sehingga tidak akan ada pihak yang merasakan adanya diskriminasi.⁴⁷

Asas ini juga menghendaki bahwa agar di dalam pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen tidak hanya dimaksudkan untuk menempatkan salah satu pihak di atas pihak yang lain atau sebaliknya, akan tetapi asas ini menghendaki agar perlindungan konsumen tersebut juga diberikan kepada masing-masing pihak, baik pihak pengusaha (produsen) maupun konsumen apa yang menjadi haknya.⁴⁸ Dengan demikian pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen ini sangat diharapkan dapat bermanfaat bagi seluruh lapisan masyarakat, khususnya bagi para pihak yang bersengketa, sehingga pada

⁴⁶ Undang-Undang RI No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 2.

⁴⁷ Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2015, hlm. 10.

⁴⁸ Ibid.

akhirnya akan dapat memberikan manfaat bagi kehidupan masyarakat, bangsa dan Negara.⁴⁹

b. Asas Keadilan

Perlindungan konsumen tidak hanya memberikan perlindungan bagi konsumen semata, tetapi juga pelaku usaha sebagaimana dalam pelaksanaannya perlindungan konsumen memiliki asas keadilan dengan memberikan baik konsumen dan pelaku usaha hak-haknya serta melaksanakan kewajibannya masing-masing secara adil.⁵⁰

Asas keadilan ini menghendaki bahwa dalam pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen tersebut, antara konsumen dan produsen (pengusaha) dapat berlaku adil melalui perolehan hak maupun pelaksanaan kewajibannya yang dilakukan secara seimbang, oleh karena itulah undang-undang perlindungan konsumen telah mengatur secara jelas mengenai hak dan kewajiban yang dimiliki oleh konsumen maupun produsen (pelaku usaha).⁵¹

c. Asas Keseimbangan

Perlindungan konsumen dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.⁵² Asas kepentingan ini menghendaki agar konsumen, produsen (pengusaha), dan pemerintah dapat memperoleh manfaat yang seimbang dari

⁴⁹ Ibid, hlm. 11.

⁵⁰ Undang-Undang RI No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 2.

⁵¹ Eli Wuria Dewi, loc.cit.

⁵² Undang-Undang RI No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 2.

pengaturan serta penegakan hukum terhadap perlindungan konsumen.⁵³ Kepentingan antara konsumen, produsen (pengusaha), dan pemerintah tersebut harus diatur dan diwujudkan secara seimbang sesuai dengan hak maupun kewajibannya masing-masing di dalam pergaulan hidup masyarakat, berbangsa, dan bernegara.⁵⁴ Dengan demikian di dalam asas keseimbangan ini tidak akan ada salah satu pihak yang mendapatkan perlindungan hukum atas kepentingannya yang lebih besar daripada pihak lain sebagai komponen bangsa dan Negara.⁵⁵

d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Perlindungan konsumen memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.⁵⁶ Kedua asas ini menghendaki agar dengan adanya jaminan hukum tersebut, maka konsumen akan memperoleh manfaat dari produk yang dikonsumsi atau dipakainya dan sebaliknya, sehingga produk barang dan/atau jasa yang digunakan atau dikonsumsi tersebut tidak akan mengancam kenyamanan dan keselamatan jiwa konsumen maupun harta bendanya.⁵⁷

e. Asas Kepastian Hukum

Perlindungan konsumen dibuat dan diselenggarakan dengan maksud agar pelaku usaha dan konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam

⁵³ Eli Wuri Dewi, *op.cit.*, hlm. 11-12.

⁵⁴ *Ibid.*

⁵⁵ *Ibid.*

⁵⁶ Undang-Undang RI No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 2.

⁵⁷ Eli Wuri Dewi, *op.cit.*, hlm. 12.

penyelenggaraannya, disertai dengan pemberian jaminan oleh Negara mengenai kepastian hukum tersebut.⁵⁸ Dengan demikian dapat diartikan bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini mengharapkan agar aturan-aturan mengenai hak dan kewajiban yang terkandung di dalam undang-undang ini, dapat diwujudkan dalam pergaulan hidup masyarakat dan kehidupan sehari-hari sehingga masing-masing pihak dapat memperoleh keadilan, sebagaimana telah diatur dan ditetapkan oleh undang-undang.⁵⁹

5. Tujuan Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen memiliki tujuan yaitu:⁶⁰

- 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.

Tujuan hukum perlindungan konsumen juga dimaksudkan untuk dapat menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi, hal

⁵⁸ Undang-Undang RI No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 2.

⁵⁹ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT. Rajagrafindo

⁶⁰ Undang-Undang RI No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 3.

ini dimaksudkan agar para konsumen dapat memperoleh transparansi dan keterbukaan seluruh informasi mengenai berbagai produk dan/atau jasa yang diproduksi serta diedarkan oleh produsen, sebab jika timbul kerugian para konsumen dapat menuntut ganti kerugian sehingga konsumen mendapatkan jaminan kepastian hukum sesuai dengan yang telah diatur dalam peraturan perundang-undangan.⁶¹

Hukum perlindungan konsumen juga bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha, hal tersebut dimaksudkan agar para produsen dapat memahami hak-hak konsumen yang harus mereka penuhi, dan tidak hanya mengejar keuntungan besar di dalam usaha yang mereka jalankan, tetapi juga harus mengutamakan hak-hak yang harus diberikannya kepada konsumen.⁶²

6. Hak dan Kewajiban Konsumen

Hak konsumen adalah:⁶³

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;

⁶¹ Eli Wuria Dewi, op.cit., hlm. 14.

⁶² Ibid.

⁶³ Undang-Undang RI No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4.

- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Berkaitan dengan kepentingan konsumen, Ali Mansyur berpendapat bahwa kepentingan konsumen dapat dibedakan menjadi empat macam kepentingan, yaitu sebagai berikut:⁶⁴

- a. Kepentingan fisik;

Kepentingan fisik berkenaan dengan badan atau tubuh yang berkaitan dengan keamanan dan keselamatan tubuh dan jiwa dalam penggunaan barang dan/atau jasa. Kepentingan fisik ini juga berkaitan dengan kesehatan serta keselamatan jiwa konsumen, dan kepentingan fisik bagi konsumen ini harus diperhatikan oleh pelaku usaha.

- b. Kepentingan sosial dan lingkungan;

Kepentingan sosial dan lingkungan konsumen adalah terwujudnya keinginan konsumen untuk memperoleh hasil yang optimal dari penggunaan sumber-sumber ekonomi mereka dalam mendapatkan barang dan/atau jasa yang merupakan kebutuhan hidup, sehingga konsumen memerlukan informasi yang benar mengenai produk yang

⁶⁴ M. Ali Mansyur, *Penegakan Hukum tentang Tanggung Gugat Produsen dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen*, Genta Press, Yogyakarta, 2007, hlm. 81.

mereka konsumsi, sebab jika tidak maka akan terjadi gejolak sosial apabila konsumen mengkonsumsi produk yang tidak aman.

c. Kepentingan ekonomi;

Kepentingan ekonomi para pelaku usaha untuk mendapatkan laba yang sebesar-besarnya adalah sesuatu yang wajar, akan tetapi daya beli konsumen juga harus dipertimbangkan dalam artian pelaku usaha jangan memikirkan keuntungan semata tanpa merinci biaya riil produksi atas suatu produk yang dihasilkan.

d. Kepentingan perlindungan hukum;

Kepentingan hukum konsumen merupakan suatu akses terhadap keadilan (*access to justice*), konsumen berhak untuk dilindungi dari perlakuan-perlakuan pelaku usaha yang merugikannya.

Secara universal diakui adanya hak-hak konsumen yang harus dilindungi dan dihormati oleh pelaku usaha, yaitu:⁶⁵

- a. Hak keamanan dan keselamatan atas produk pangan yang dikonsumsi oleh konsumen,
- b. Hak atas informasi yang harus disampaikan secara benar, jujur, dan termasuk jaminan kehalalan atas suatu produk,
- c. Hak untuk memilih,
- d. Hak untuk didengar, dan
- e. Hak atas lingkungan hidup.

65

Bandung, 2000, hlm. 33.

Selain terdapat hak-hak yang harus diterima oleh konsumen, juga terdapat kewajiban yang harus dipenuhi oleh konsumen. Pasal 6 UUPK mengatur kewajiban konsumen yaitu:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan

Seorang konsumen memiliki kewajiban untuk membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian barang dan/atau jasa yang diperolehnya dari pelaku usaha, hal tersebut sangat penting untuk diperhatikan karena berkaitan dengan keamanan dan keselamatan jiwa konsumen sendiri ketika menggunakan atau mengonsumsi barang dan/atau jasa.⁶⁶

- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa

Konsumen harus memiliki itikad baik di dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa yang dilakukan bersama pelaku usaha, kedua pihak terkait harus sama-sama menjalankan transaksi sesuai dengan yang telah diperjanjikan, baik yang berkaitan dengan harga maupun kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan.⁶⁷

- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati

⁶⁶ Eli Wuria Dewi, *op.cit.*, hlm. 21-22.

⁶⁷ *Ibid*, hlm. 22.

Konsumen wajib membayar dengan nilai tukar yang telah disepakati kedua belah pihak ketika perjanjian jual beli berlangsung, dan konsumen tidak boleh membatalkan harga yang telah disepakati bersama secara sepihak.⁶⁸

- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut

Konsumen juga wajib mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut, ketika di dalam transaksi maupun perjanjian jual beli yang dilakukan oleh konsumen dan pelaku usaha terdapat masalah sehingga salah satu pihaknya merasa dirugikan, oleh karena hal itulah masing-masing pihak harus mendapatkan jaminan perlindungan hukum yang patut, adil dan tidak diskriminatif sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.⁶⁹

7. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

UUPK mengatur hak pelaku usaha pada Pasal 7 yaitu:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan

Pelaku usaha memiliki hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, artinya di dalam transaksi jual beli antara pelaku usaha dan

⁶⁸ Ibid.

⁶⁹ Ibid.

konsumen, konsumen harus membayarkan uang kepada pelaku usaha sesuai dengan harga yang telah disepakatai bersama oleh kedua pihak terhadap kondisi barang dan/atau jasanya harus sesuai dengan yang telah diperjanjikan sehingga tidak ada pihak yang dirugikan.⁷⁰

- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik

Pelaku usaha juga berhak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik, sebagai contoh adalah pelaku usaha memiliki hak untuk menerima perlindungan hukum dari seorang konsumen yang tidak memiliki itikad baik, bahkan berusaha dan berniat ingin merugikan pelaku usaha.⁷¹

- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen

Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen juga dapat dilakukan oleh seorang pelaku usaha, karena di dalam penyelesaian sengketa biasanya terdapat konsumen yang tidak berbicara sesuai dengan fakta bahkan yang diceritakan cenderung dapat menjatuhkan pihak pelaku usaha.⁷²

⁷⁰ Eli Wuria Dewi, *op.cit.*, hlm. 23-24.

⁷¹ *Ibid*, hlm. 24.

⁷² *Ibid*.

- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan

Pelaku usaha berhak untuk melakukan rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara sah dan meyakinkan menurut hukum bahwa kerugian yang dialami oleh konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkannya, melainkan kerugian itu timbul karena konsumen sendiri yang kurang berhati-hati di dalam memilih suatu produk barang dan/atau jasa, sehingga menimbulkan kerugian yang dapat membahayakan keselamatan jiwa dan harta bendanya sendiri.⁷³

- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban pelaku usaha adalah:⁷⁴

- a. Beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;

⁷³ Ibid.

⁷⁴ Undang-Undang RI No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 7.

- f. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

8. Perbuatan yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha

Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:⁷⁵

- a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
- c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
- d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket, atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
- g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
- h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label;
- i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
- j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Undang-Undang RI No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 8 ayat (1).

Pada Pasal 8 ayat (2) dinyatakan bahwa “Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.”⁷⁶ Kemudian pada Pasal 8 ayat (3) dinyatakan bahwa “Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.”⁷⁷

9. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Pengertian tanggung jawab menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah suatu keadaan wajib menanggung segala sesuatunya, sehingga bertanggung jawab di dalam kamus ini diartikan sebagai keadaan di mana seseorang wajib menanggung, memikul jawab, menanggung segala sesuatunya, dan memberikan jawab serta menanggung akibatnya. Tanggung jawab juga termasuk perbuatan yang dilakukan oleh seseorang sebagai wujud dari kesadaran akan kewajibannya di dalam menanggung suatu akibat dari perbuatan yang telah dilakukannya.⁷⁸

Tanggung jawab pelaku usaha diatur dalam UUPK sebagai berikut:⁷⁹

- a. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- b. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

⁷⁶ Undang-Undang RI No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 8 ayat (2).

⁷⁷ Undang-Undang RI No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 8 ayat (3).

⁷⁸ Eli Wuria Dewi, *op.cit.*, hlm. 66-67.

⁷⁹

- c. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- d. 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.
- e. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

10. Prinsip-prinsip Tanggung Jawab

Secara garis besar prinsip-prinsip tanggung jawab produk di dalam hukum perlindungan konsumen dibedakan sebagai berikut:⁸⁰

1. Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Unsur Kesalahan (*fault liability* atau *liability based on fault*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa seseorang baru dapat dimintakan pertanggungjawabannya secara hukum apabila ada unsur kesalahan yang dilakukan. Sebagaimana terdapat di dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yaitu pada Pasal 1365, di mana pasal tersebut menyatakan bahwa “Tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian itu karena kesahalannya untuk menggantikan kerugian tersebut.” Pasal tersebut menyatakan bahwa seseorang yang dikatakan melakukan perbuatan melawan hukum, harus memenuhi empat unsur pokok yang antara lain adalah:

- a. Adanya perbuatan melawan hukum;
- b. Adanya unsur kesalahan;

Eli Wuria Dewi, op.cit., hlm. 72-77.

2. Prinsip Praduga untuk Selalu Bertanggung Jawab (*presumption of liability principle*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa tergugat selalu dianggap bertanggungjawab (*presumption of liability principle*), sampai dia dapat membuktikan bahwa ia tidak bersalah, jadi beban pembuktian adalah terdapat pada pihak tergugat, dan hal tersebut sering dikenal dengan istilah beban pembuktian terbalik.

3. Prinsip Praduga untuk Tidak Selalu Bertanggung Jawab (*presumption of non liability*)

Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab (*presumption of non liability*) ini hanya dikenal dalam transaksi konsumen yang sangat terbatas dan pembatasan yang demikian secara *common sense* dapat dibenarkan.⁸¹

4. Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (*strict liability*)

Prinsip tanggung jawab mutlak merupakan prinsip tanggung jawab yang menetapkan kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan tanggung jawab, melainkan terdapat pengecualian-kecualian yang memungkinkan untuk seorang pelaku usaha dibebaskan dari tanggung jawabnya untuk memberikan ganti kerugian, sebagai contoh adalah keadaan *force majeure*.

Prinsip tanggung jawab mutlak ini diterapkan dalam hukum perlindungan konsumen, dengan tujuan untuk menjerat pelaku usaha yang tidak menjalankan kegiatan usahanya sesuai dengan ketentuan undang-undang yang

⁸¹ Shidarta, op.cit., hlm. 62.

berlaku sehingga cenderung merugikan konsumen. Pelaku usaha wajib bertanggung jawab atas kerugian yang diderita oleh konsumen yang diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diedarkan dan diperdagangkan oleh pelaku usaha.

Dalam perlindungan konsumen, prinsip ini berkaitan dengan prinsip atau doktrin *Caveat Venditor* (*let the seller beware*). Berdasarkan prinsip ini seharusnya setiap pelaku usaha sebelum memasarkan produknya baik barang maupun jasa sudah seharusnya berhati-hati.⁸² Doktrin *Caveat Venditor* dikemukakan karena diyakini bahwa pelaku usaha adalah pihak yang paling mengetahui informasi secara benar, jelas, dan jujur atas setiap barang dan/atau jasa yang dikonsumsi.⁸³ Oleh karena itu, pihak pelaku usaha harus lebih waspada dan berhati-hati dalam memproduksi sesuatu produk, jangan sampai bertentangan dengan tuntutan, kriteria dan kepentingan konsumen.⁸⁴

5. Prinsip Tanggung Jawab dengan Pembatasan (*limitation of liability*)

Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan ini merupakan salah satu prinsip yang digemari oleh pelaku usaha untuk dicantumkan sebagai klausula eksonerasi di dalam perjanjian standar yang dibuatnya. Pada prinsip ini pelaku usaha tentu merasa beruntung karena mereka dapat mencantumkan klausul eksonerasi secara sepihak, dan membatasi maksimal tanggung jawab yang diberikan kepada konsumen.

⁸² Deviana Yuanitasari, "Re-evaluasi Penerapan Doktrin *Caveat Venditor* dalam Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen", *Arena Hukum*, Volume 10, Nomor 3, Desember 2017, hlm. 436.

⁸³ Agus Riyanto, *Hukum Bisnis Indonesia*, CV. Batam Publisher, Batam, 2018, hlm. 115.

⁸⁴ *Ibid.*

Dalam perlindungan konsumen juga prinsip ini berkaitan dengan prinsip atau doktrin *Caveat Emptor* (*let the buyer beware*) Doktrin ini mengharuskan si pembeli berhati-hati.⁸⁵ Bahwa pembeli agar peduli dan sadar bahwa ia sedang membeli haknya orang lain, maka pembeli harus berhati-hati tentang keadaannya ketika ia membeli hak orang lain.

B. Tinjauan tentang Label

1. Pengertian Label

Label adalah sepotong kertas (kain, logam, kayu, dan sebagainya) yang ditempelkan pada barang dan menjelaskan tentang nama barang, nama pemilik, tujuan, alamat, dan sebagainya.⁸⁶ Label adalah petunjuk singkat tentang zat yang terkandung dalam obat dan sebagainya.⁸⁷

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.⁸⁸

2. Fungsi Label

⁸⁵ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana, Jakarta, 2013, Glosarium.

⁸⁶ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://www.google.com/amp/s/kbbi.web.id/label.html> (diakses tanggal 21 Desember 2019, pukul 14.00).

⁸⁷ Ibid.

⁸⁸ Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 73/M-DAG/PER/9/2015 tentang Kewajiban Pencantuman Label dalam bahasa Indonesia pada Barang, Pasal 1.

Menurut Kotler fungsi label pada suatu produk diantaranya yaitu:⁸⁹

- a. Label berfungsi sebagai alat identifikasi atau dapat mengenalkan suatu produk atau merk
- b. Label dapat menunjukkan nilai atau kelas suatu produk
- c. Label juga memiliki fungsi sebagai petunjuk keterangan mengenai produsen produk, lokasi pembuatan produk, tanggal produk tersebut diproduksi, komposisi atau bahan yang terkandung dalam produk, cara penggunaan yang secara aman.
- d. Label dapat bermanfaat dalam mempromosikan produk melalui media gambar yang dapat menarik perhatian konsumen

3. Tujuan Label

Tujuan pemberian label pada produk diantaranya yaitu:⁹⁰

- a. Memberi informasi tentang isi produk yang diberi label tanpa harus membuka kemasan
- b. Berfungsi sebagai sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal-hal yang perlu diketahui oleh konsumen tentang produk tersebut, terutama hal-hal yang kasat mata atau tak diketahui secara fisik
- c. Memberi petunjuk yang tepat pada konsumen hingga diperoleh fungsi produk yang optimum

⁸⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1987, edisi 5.

⁹⁰

Menurut Para Ahli Lengkap, <https://www.pelajaran.co.id/2019/02/pengertian-label-fungsi-tujuan-jenis-dan-ketentuan-label-produk-menurut-para-ahli.html> (diakses tanggal 28 November 2019, pukul 22.16).

- d. Sarana periklanan bagi produsen
- e. Memberi rasa aman bagi konsumen

Tujuan pencantuman label juga diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 73/M-DAG/PER/9/2015 tentang Kewajiban Pencantuman Label dalam Bahasa Indonesia pada Barang, pada Pasal 15 ayat (3) yaitu untuk memberikan informasi yang lebih banyak kepada konsumen dan sebagai sarana promosi mengenai barang yang diperdagangkan di pasar dalam negeri.

4. Jenis Label

Stanton menjelaskan secara umum jenis label dapat diklasifikasikan menjadi 3 (tiga) macam, yaitu:⁹¹

- a. *Brand Label*

Label yang berisi nama merk yang diberikan pada produk atau yang dicantumkan pada kemasan.

- b. *Descriptive Label*

Label yang memberikan informasi objektif berkaitan dengan informasi penggunaan, pembuatan produk, perawatan, dan cara menggunakan produk, serta karakteristik lainnya yang berhubungan dengan produk.

- c. *Grade Label*

⁹¹ William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2000.

Label yang mengidentifikasi penilaian mutu atau kualitas produk. Ditunjukkan dengan suatu huruf, angka, atau kata yang menunjukkan tingkat kualitas produk tersebut.

C. Tinjauan tentang Kosmetik

1. Pengertian Kosmetik

Kosmetik adalah obat (bahan) untuk mempercantik wajah, kulit, rambut, dan sebagainya seperti bedak dan pemerah bibir.⁹² Sedangkan kosmetika adalah ilmu kecantikan, ilmu tata cara mempercantik wajah, kulit dan rambut.⁹³ Kosmetik dalam bahasa Yunani yaitu “kosmetikos” berarti keterampilan menghias, sedangkan “kosmos” berarti hiasan.⁹⁴

Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan 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.⁹⁵

2. Tujuan Penggunaan Kosmetik

⁹² Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://www.google.com/amp/s/kbbi.web.id/kosmetik.html> (diakses tanggal 21 Desember 2019, pukul 14.15).

⁹³ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://www.google.com/amp/s/kbbi.web.id/kosmetika.html> (diakses tanggal 21 Desember 2019, pukul 14.16).

⁹⁴ Syarif M. Wasitaatmadja, *Penuntun Ilmu Kosmetik Medik*, UI Press, Depok, 1997, hlm. 26-27.

⁹⁵

Persyaratan Teknis Kosmetika, Pasal 1.

Tujuan utama penggunaan kosmetik pada masyarakat modern adalah untuk kebersihan pribadi, meningkatkan daya tarik melalui *make-up*, meningkatkan rasa percaya diri dan perasaan tenang, melindungi kulit dan rambut dari kerusakan sinar UV, polusi dan faktor lingkungan yang lain, mencegah penuaan, dan secara umum membantu seseorang lebih menikmati dan menghargai hidup.⁹⁶

3. Penggolongan Kosmetik

Penggolongan kosmetik antara lain menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI, menurut sifat modern atau tradisionalnya, dan menurut kegunaannya bagi kulit.⁹⁷

A. Menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI, kosmetik dibagi ke dalam 13 kelompok:

1. Preparat untuk bayi, misalnya minyak bayi, bedak bayi, dll.
2. Preparat untuk mandi, misalnya sabun mandi, *bath capsule*, dll.
3. Preparat untuk mata, misalnya mascara, *eye-shadow*, dll.
4. Preparat wangi-wangian, misalnya parfum, *toilet water*, dll.
5. Preparat untuk rambut, misalnya cat rambut, *hairspray*, dll.
6. Preparat pewarna rambut, misalnya cat rambut, dll.
7. Preparat *make-up* (kecuali mata), misalnya bedak, lipstick, dll.
8. Preparat untuk kebersihan mulut, misalnya pasta gigi, *mouth washes*, dll.

⁹⁶ Retno Iswari Tranggono dan Fatma Latifah, op.cit, hlm. 7.

⁹⁷ Ibid.

9. Preparat untuk kebersihan badan, misalnya *deodorant*, dll.
10. Preparat kuku, misalnya cat kuku, losion kuku, dll.
11. Preparat perawatan kulit, misalnya pembersih, pelembab, pelindung, dll.
12. Preparat cukur, misalnya sabun cukur, dll.
13. Preparat untuk *suntan* dan *sunscreen*, misalnya *sunscreen foundation*, dll.

B. Penggolongan menurut sifat dan cara pembuatan:⁹⁸

1. Kosmetik modern, diramu dari bahan kimia dan diolah secara modern (termasuk antaranya adalah *cosmetics*).
2. Kosmetik tradisional:
 - a. Betul-betul tradisional, misalnya mangir, lulur, yang dibuat dari bahan alam dan diolah menurut resep dan cara yang turun-temurun.
 - b. Semi tradisional, diolah secara modern dan diberi bahan pengawet agar tahan lama.
 - c. Hanya namanya yang tradisional, tanpa komponen yang benar-benar tradisional dan diberi zat warna yang menyerupai bahan tradisional.

1. Kosmetik perawatan kulit (*skin-care cosmetics*)

⁹⁸ Ibid, hlm. 8.

⁹⁹ Ibid.

Jenis ini perlu untuk merawat kebersihan dan kesehatan kulit.

Termasuk di dalamnya:

- a. Kosmetik untuk membersihkan kulit (*cleanser*): sabun, *cleansing cream*, *cleansing milk*, dan penyegar kulit (*freshener*).
 - b. Kosmetik untuk melembabkan kulit (*moisturizer*), misalnya *moisturizing cream*, *night cream*, *anti wrinkle cream*.
 - c. Kosmetik pelindung kulit, misalnya *sunscreen cream* dan *sunscreen foundation*, *sun block cream/lotion*.
 - d. Kosmetik untuk menipiskan atau mengampelas kulit (*peeling*), misalnya *scrub cream* yang berisi butiran-butiran halus yang berfungsi sebagai pengampelas (*abrasiver*).
2. Kosmetik riasan (dekoratif atau *make-up*)
- Jenis ini diperlukan untuk merias dan menutup cacat pada kulit sehingga menghasilkan penampilan yang lebih menarik serta menimbulkan efek psikologis yang baik, seperti percaya diri (*self confidence*). Dalam kosmetik riasan, peran zat pewarna dan zat pewangi sangat besar.