

PERTANGGUNGJAWABAN PERDATA TERHADAP KERUGIAN KONSUMEN AKIBAT PRODUK GAGAL STUDY KASUS : PRODUK KECANTIKAN¹

Oleh :

Christenaya Harmonia Mariana Lengkey²
Wulanmas. A. P. G. Frederik.³
Firdja Baftim.⁴

ABSTRAK

Penelitian ini membahas pertanggungjawaban perdata terhadap kerugian konsumen akibat penggunaan produk kecantikan yang gagal atau tidak memenuhi standar keamanan. Produk kecantikan memiliki risiko tinggi karena bersentuhan langsung dengan tubuh manusia, sehingga apabila mengandung bahan berbahaya atau tidak melalui uji keamanan yang memadai dapat menimbulkan dampak serius seperti iritasi, alergi, hingga kerusakan permanen pada kesehatan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kriteria yang menentukan suatu produk kecantikan dianggap gagal serta bentuk pertanggungjawaban hukum yang dapat dituntut oleh konsumen.

Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif, dengan pendekatan melalui studi kepustakaan dan analisis peraturan perundang-undangan, khususnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta studi kasus putusan pengadilan terkait peredaran produk kecantikan ilegal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa suatu produk kecantikan dikategorikan gagal apabila tidak memenuhi kriteria uji keamanan, efektivitas, kesesuaian dengan jenis kulit, kepatuhan terhadap regulasi, dan informasi yang benar pada label atau iklan. Konsumen yang mengalami kerugian berhak menuntut ganti rugi melalui mekanisme perdata, baik berupa penggantian biaya pengobatan, kompensasi kerugian materiil maupun immateriil, atau penggantian produk. Pertanggungjawaban perdata dapat bersifat tanggung jawab mutlak (strict liability) maupun

tanggung jawab berdasarkan kesalahan (fault-based liability).

Kesimpulannya, perlindungan hukum konsumen atas produk kecantikan yang gagal masih menghadapi kendala dalam praktik, namun secara normatif Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah memberikan dasar yang kuat. Diperlukan pengawasan ketat dari pemerintah, kepatuhan produsen terhadap standar keamanan, serta peningkatan kesadaran konsumen untuk lebih selektif dalam memilih produk kecantikan.

Kata Kunci: *Pertanggungjawaban Perdata, Perlindungan Konsumen, Produk Kecantikan, Produk Gagal.*

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Produk kecantikan seringkali mengandung bahan kimia atau zat aktif yang jika tidak memenuhi standar keamanan maka akan dapat menyebabkan efek samping yang dianggap serius seperti reaksi alergi, iritasi, kemerahan, hingga kerusakan kesehatan jangka panjang. Dalam beberapa kasus, penggunaan produk yang tidak aman juga dapat mengakibatkan cedera permanen atau kerusakan organ tubuh.

Produsen atau distributor produk kecantikan memiliki kewajiban untuk memastikan bahwa produk yang mereka pasarkan itu telah memenuhi serangkaian uji coba yang memadai dan memenuhi standar. Mereka juga bertanggungjawab memberikan informasi yang sangat jelas mengenai cara penggunaan, efek samping, dan peringatan yang mungkin terjadi yang berdampak negatif bagi konsumen.

Indonesia telah memiliki payung hukum perlindungan konsumen yang diatur dalam Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini mengatur hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha, serta memberikan landasan hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian akibat produk cacat. Meskipun undang-undang ini menjamin hak konsumen untuk mendapatkan ganti rugi, kenyataannya

¹ Artikel Skripsi

² Mahasiswa Fakultas Hukum Unsrat, NIM 210711010261

³ Fakultas Hukum Unsrat, Profesor Ilmu Hukum

⁴ Fakultas Hukum Unsrat, Magister Ilmu Hukum

proses klaim kerugian di pengadilan seringkali menghadapi berbagai kendala, baik dari segi pemahaman hukum oleh konsumen maupun dari kompleksitas proses peradilan.⁵

Badan pengawas Obat dan Makanan (BPOM) sebagai lembaga pengawas juga memiliki peran penting dalam memastikan produk kecantikan yang beredar di pasar itu aman untuk digunakan. Meski demikian, tingginya permintaan produk-produk ini terutama dengan tren belanja online seringkali membuat celah bagi masuknya produk ilegal atau produk yang belum teruji secara menyeluruh. Hal ini memperbesar resiko bagi konsumen karena produk-produk tersebut dapat mengandung bahan berbahaya atau tidak sesuai standar yang ditetapkan BPOM.⁶

Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, undang-undang ini menegaskan bahwa konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang atau jasa. Jika produk yang dibeli ternyata cacat atau gagal memenuhi standar yang dijanjikan maka produsen atau penjual akan dikenakan pertanggungjawaban perdata.

Pasal 19 Undang-undang perlindungan konsumen dijelaskan bahwa produsen, distributor, atau pelaku usaha wajib memberikan kompensasi atau ganti rugi kepada konsumen atas kerugian yang alami akibat produk yang cacat atau produk yang diterima itu gagal. Dalam hal ini juga memiliki jenis tanggungjawab yaitu tanggungjawab mutlak (*strict liability*), dalam produk kecantikan, produsen atau pelaku usaha bisa dikenai tanggung jawab tanpa perlu pembuktian kesalahan (*strict liability*) jika produk yang digunakan konsumen menimbulkan kerugian atau efek samping yang merugikan.

Tanggungjawab yang berdasarkan kesalahan (*fault-based liability*), tanggung jawab ini muncul ketika konsumen bisa membuktikan bahwa kerugian yang mereka alami akibat produk cacat disebabkan oleh kelalaian atau kesalahan produsen, misalnya

⁵ Simanjuntak, R. (2019). "efektifitas undang-undang perlindungan konsumen di Indonesia". Jurnal Hukum Ekonomi, Hal. 11(1), 101-115

⁶ Badan Pengawas Obat dan Makanan.jurnal Laporan pengawasan produk kesehatan dan kecantikan di indonesia. Jakarta: BPOM.

karena lalai dalam uji keamanan produk. Dalam hal ini juga terdapat hal prosedur klaim dan ganti rugi yaitu konsumen yang mengalai kerugian dapat mengajukan tuntutan ganti rugi melalui pengadilan perdata atau melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Ganti rugi dapat berupa penggantian biaya pengobatan, kompensasi atas dampak psikologis, atau penggantian produk. Terdapat juga studi kasus produk kecantikan yaitu produk kecantikan, seperti kosmetik dan skincare, memiliki resiko tinggi terhadap keamanan konsumen jika standar kualitasnya tidak dipenuhi. Misalnya, jika suatu produk kecantikan mengandung bahan berbahaya dan menyebabkan iritasi atau reaksi alergi pada konsumen, produsen berkewajiban memberikan ganti rugi karena kerugian tersebut disebabkan oleh produk yang tidak aman . dalam konteks ini, perusahaan memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa produk mereka aman bagi konsumen melalui pengujian yang ketat.

Iklan yang seringkali menampilkan klaim-klaim berlebihan atau tidak sesuai kenyataan turut menyesatkan konsumen dan mendorong penggunaan produk tanpa memahami resiko kesehatan yang dapat terjadi. Situasi ini menunjukkan pentingnya pengkajian mendalam terhadap tanggung jawab perdata produsen dalam melindungi konsumen dari kerugian akibat produk yang gagal atau cacat.⁷

Pertanggungjawaban perdata terhadap kerugian konsumen akibat produk gagal berfokus pada aspek normatif atau ideal yang seharusnya berlaku. Dalam studi kasus produk kecantikan, mengacu pada standar etis dan hukum yang ideal yang diharapkan dari produsen, distributor atau pelaku usaha untuk melindungi hak-hak konsumen dan menjamin keamanan produk mereka.

Produsen sepatutnya harus memenuhi kepatuhan terhadap standar keamanan dan kualitas dari suatu produk kesehatan dan kecantikan yang dikeluarkan, karena konsumen pada umumnya akan menuntut produsen untuk

⁷ Putri, D. A. (2020). "Pengaruh Iklan Berlebihan terhadap keputusan pembelian konsumen dan resiko Kesehatan". Jurnal Manajemen Pemasaran, 14(2), 45-56.

memastikan bahwa setiap produk kecantikan yang diproduksi itu telah melalui proses pengujian yang ketat dan memenuhi standar keamanan yang ditetapkan. Produsen harus memastikan pada konsumen bahwa produk itu tidak membahayakan kesehatan konsumen, dan jika ada potensi beresiko hal tersebut harus diberitahukan dengan jelas, jujur, dan lengkap mengenai kandungan dan potensi efek samping dari produk kecantikan tersebut. Contohnya label produk harus mencantumkan bahan atau komposisi apa yang terkandung dalam produk tersebut, petunjuk penggunaannya, peringatan, serta sertifikasi dari otoritas yang terkait. Hal ini memungkinkan para konsumen untuk membuat keputusan yang terinformasi sebelum menggunakan produk tersebut.

Kewajiban moral dan hukum bagi pelaku usaha untuk bertanggung jawab penuh jika produk mereka menimbulkan kerugian pada konsumen. Jika terjadi kegagalan produk yang menyebabkan cedera dan efek samping maka pelaku usaha dengan segera memberikan kompensasi yang memadai dan tidak membiarkan konsumen menanggung kerugian sendiri. Negara dan lembaga terkait seperti BPOM di Indonesia di harapkan melakukan pengawasan ketat terhadap produk-produk kecantikan yang beredar dipasaran sekarang ini agar tidak terjadi *overclaim* dari produk-produk yang di keluarkan yang menyebabkan kerugian terhadap konsumen yang telah membeli dan menggunakan produk tersebut.⁸ Karena mengingat akhir-akhir ini *overclaim* sangat hangat diperbincangkan dimedia sosial yang sudah membuat para konsumen merasa dirugikan akibat kesalahan dari produsen tersebut. Dalam konteks ini juga bahwa produsen memiliki tanggung jawab sosial untuk menjaga kesehatan masyarakat.

Produk kecantikan adalah produk yang langsung memengaruhi tubuh manusia sehingga produsen harus bertanggung jawab penuh, menghindari bahan-bahan yang berpotensi membahayakan, juga tidak mengorbankan kualitas demi keuntungan.

Hukum perlindungan konsumen di Indonesia kiranya dapat lebih efektif diterapkan dalam kasus produk kesehatan dan kecantikan

yang gagal. Dengan meninjau ketentuan hukum yang berlaku, prosedur klaim ganti rugi, serta kendala yang dihadapi konsumen dalam menuntut haknya, melalui penelitian ini juga kiranya dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan sistem hukum yang lebih adil dan melindungi konsumen secara menyeluruh.⁹

Produk kecantikan seringkali dikonsumsi atau digunakan oleh orang-orang yang mengandalkan klaim yang tertera pada kemasan atau label, iklan-iklan atau informasi yang diberikan oleh produsen. Jika produk tersebut gagal berfungsi sesuai dengan klaim atau menyebabkan kerugian, seperti kerusakan pada kulit, infeksi, atau bahkan reaksi alergi yang serius, maka produsen dapat diminta untuk bertanggungjawab secara perdata.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kriteria yang menentukan suatu produk kecantikan dianggap gagal dan menyebabkan kerugian konsumen?
2. Bagaimana pertanggungjawaban hukum yang dapat dituntut oleh konsumen dalam kasus produk kecantikan yang gagal?

C. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat Yuridis Normatif.

PEMBAHASAN

A. Kriteria Yang Menentukan Suatu Produk Kecantikan Dianggap Gagal dan Menyebabkan Kerugian Konsumen

Produk dapat diartikan sebagai salah satu barang yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Produk ini bisa berupa barang fisik maupun jasa. Dalam pemasaran produk tidak hanya meliputi fitur dan spesifikasi teknis, tetapi juga mencakup nilai tambah yang diberikan kepada konsumen seperti merek, kemasan, dan layanan penjualan. Proses pengembangan produk perusahaan perlu mengembangkan riset pasar untuk memahami kebutuhan konsumen. Ini sangatlah penting agar produk yang dihasilkan sesuai dengan ekspektasi konsumen.

Karakteristik yang membuat produk berbeda dari barang atau jasa lainnya, pertama produk harus memiliki manfaat atau kegunaan

⁸ Badan Pengawas Obat dan Makanan. Laporan pengawasan produk kesehatan dan kecantikan di indonesia. Jakarta: BPOM.

⁹ Nugroho, A. (2018) Perlindungan konsumen dalam Hukum Indonesia. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

yang jelas bagi konsumen yang menerimanya, kedua produk harus mudah diakses oleh konsumen baik dari segi ketersediaan maupun dari segi harga yang dipasarkan, ketiga produk harus mampu bersaing di pasaran dan memiliki daya tarik yang bagus untuk konsumen yang berarti harus memiliki keunggulan dan keunikan sendiri dibandingkan produk sejenis dari produk-produk lainnya yang telah beredar dipasaran.

Zaman sekarang ini manusia sangat teropsesi dengan kecantikan yang harus dipamerkan. Kehadiran iklan dengan mode yang berubah-ubah menunjukkan bahwa kecantikan mempunyai arti penting dalam perubahan sosial budaya. Era modern saat ini tidak sedikit masyarakat yang rela menghabiskan uang mereka untuk mempercantik diri mereka contohnya dengan membeli *skincare* atau perawatan wajah dan kosmetik-kosmetik untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin konsumtif akan produk kecantikan tanpa memperhatikan keamanan dari produk yang mereka pakai tersebut. Para pelaku usaha berlomba-lomba untuk memproduksi produk kecantikan dengan berbagai macam jenis dan manfaat bagi masyarakat. Hal tersebut juga didukung oleh era perdagangan bebas yang mengakibatkan barang tersebut menjadi lebih beragam¹⁰

Banyak produk kecantikan yang dijual tanpa izin edar dan mengandung bahan-bahan yang berpotensi membahayakan konsumen. Dengan adanya produk kecantikan ilegal yang beredar dimasyarakat diperlukan perlindungan hukum bagi konsumen dari pelaku usaha yang berusaha memproduksi dan memperjual belikan produk kecantikan yang ilegal tersebut.¹¹

Produk kecantikan dianggap gagal apabila tidak memenuhi kriteria yang telah ditentukan, seperti

1. Uji Keamanan

Semua produk kecantikan harus melalui uji keamanan untuk memastikan tidak menyebabkan iritasi, alergi, atau efek samping yang merugikan. Harus juga menggunakan bahan-bahan yang sudah

resmi bisa digunakan dan tidak mengandung bahan kimia yang merugikan.

2. Efektivitas

Produk kecantikan harus memiliki bukti klinis yang mendukung klaim efektivitasnya jangan sampai terjadi *overclaim*. Misalnya jika produk mengklaim bisa mencerahkan, harus ada data yang membuktikan hasil tersebut yaitu dengan melakukan pengecekan di laboratorium. Harus juga dengan formulasi-formulasi yang tepat yaitu komposisi bahan aktif dalam produk harus sesuai dan dalam konsentrasi yang tepat untuk mencapai manfaat yang dijanjikan.

3. Kesesuaian Dengan Jenis Kulit

Produk yang dikeluarkan harus dirancang untuk berbagai jenis kulit seperti kering, berminyak, sensitif, juga kombinasi. Juga harus disertakan informasi tentang jenis kulit yang sesuai dengan produk harus jelas tertulis pada kemasan.

4. Kemasan

Kemasan yang dibuat sebaiknya dibuat dengan menarik dan mudah digunakan, tapi juga harus melindungi produk dari kontaminasi atau kerusakan yang bisa terjadi. Kemasan juga harus mencantumkan informasi yang jelas tentang cara penggunaan, tanggal kadaluwarsa, dan komposisi utama yang digunakan.

5. Kepatuhan terhadap Regulasi

Produk harus memenuhi regulasi di negara tempat produk dijual atau dipasarkan, ini termasuk pendaftaran produk dan sertifikat dari badan pengawas kesehatan, termasuk informasi tentang bahan, cara penggunaan, dan juga peringatan.

6. Harga

Harga produk harus sebanding dengan kualitas dan manfaat yang ditawarkan. Konsumen seringkali mencari produk yang memberikan nilai terbaik untuk

¹⁰ Perlindungan Hukum Kepada Konsumen Terkait Peredaran Kosmetik Ilegal Theresia Gabriella, Handar Subandi Bakhtiar Universitas Pembangunan Nasional Veteran 2110611271@mahasiswa.upnvj.ac.id

¹¹ Safira Novayani, Diman Ade Mulada, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Penjualan Kosmetik Ilegal Berupa Krim Wajah"

keadaan ekonomi komsumen.

Kriteria umum dari produk kecantikan ini telah dijelaskan juga sebelumnya oleh karena itu dengan adanya kriteria umum yang telah dijelaskan ini bisa memberikan gambaran kepada konsumen bagaimana cara memilih produk kecantikan yang baik dan mana yang seharusnya dihindari karena bisa berdampak buruk bagi konsumen apabila salah dalam pemilihan produk kecantikan. Apabila terdapat produk kecantikan dipasaran yang dijual mengandung bahan-bahan berbahaya sebaiknya dihindari karena bisa menyebabkan dampak negatif bagi konsumen. Dalam kriteria umum dijelaskan juga tentang kepatuhan terhadap regulasi, apabila produk yang konsumen pakai itu tidak terdaftar dan tidak memiliki sertifikat dari BPOM maka produk itu tidak disarankan untuk dipakai oleh konsumen.

Mendukung kriteria-kriteria produk kecantikan yang dianggap berhasil atau tidak gagal oleh karena itu perlu dipertegas dengan melihat beberapa hal, antara lain :

1. Kebutuhan, Keinginan, dan Permintaan
Memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan tidaklah selalu sederhana. Harus memerlukan pemasaran yang lebih dan lebih lanjut. Kebutuhan konsumen dalam suatu produk kecantikan sangatlah sering dijumpai pada jaman sekarang ini semakin meninggakt keinginan konsumen akan produk kecantikan dan semakin banyak permintaan-permintaan konsumen dalam memproduksi produk kecantikan sesuai dengan kebutuhan para konsumen.

2. Tawaran dan Merek

Perusahaan yang memproduksi produk kecantikan mengajukan tawaran-tawaran yang mencetuskan suatu usulan yaitu suatu perangkat manfaat yang mereka tawarkan kepada pelanggan guna memuaskan kebutuhan mereka.

Merek merupakan tawaran dari suatu produk yang sudah dikenal. Nama merek produk kecantikan yang sudah dikenal baik produk lokal maupun produk impor menimbulkan banyak asosiasi dalam pikiran para konsumen. Asosiasi-asosiasi ini yang membangun citra merek. Semua

perusahaan berusaha keras untuk membangun kekuatan merek, yaitu citra merek yang kuat, unik yang pastinya dengan melakukan tawaran-tawaran diluaran sehingga banyak orang menjadi tau tentang produk tersebut.

3. Nilai dan Kepuasan

Tawaran akan berhasil apabila tawaran tersebut memberikan nilai kepuasan kepada pembeli sasaran. Pembeli memilih dari banyak tawaran yang dianggap memberikan nilai yang paling banyak dan baik.

Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan akan merasa tidak puas dan kecewa, namun jika kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan akan puas.

4. Saluran Pemasaran

Untuk mencapai pasar sasaran, produsen akan memasarkan dengan 3 jenis saluran. Saluran komunikasi digunakan sebagai menyerahkan dan menerima pesan dari pembeli sasaran. Saluran distribusi untuk memasarkan atau menyerahkan produk fisik kepada pembeli. Saluran jasa untuk melakukan transaksi dengan pembeli. Persaingan mencangkup semua tawaran dari pesaing serta barang pengganti yang aktual dan potensial yang mungkin dipertimbangkan oleh pembeli.¹²

Kriteria produk kecantikan yang gagal sangat bervariasi, antara lain:

1. Tidak memiliki izin resmi
Produk yang tidak memiliki sertifikat resmi dan yang tidak terdaftar dalam BPOM seringkali gagal dalam pemasaran karena konsumen sekarang ini banyak yang sudah mengerti tentang kriteria produk kecantikan yang seharusnya mereka gunakan yaitu dengan memeriksa izin resmi dari produk tersebut.
2. Mengandung bahan berbahaya
Produk yang mengandung bahan berbahaya itu dapat menimbulkan reaksi negatif bagi konsumen. Contohnya merkuri apabila dalam produk kecantikan mengandung merkuri maka kulit akan menimbulkan reaksi negatif seperti kehitaman, kemerahan, bahkan lebih daripada itu.

¹² Alexander Hery, Pengantar Bisnis, (Bandung Maharayu Permai 2022) Hal. 283

3. Gagal menetapkan harga produk
Berikan harga yang sepadan dengan produk yang diproduksi, bisa dilihat dari kandungan-kandungan yang dipakai dari produk tersebut, berat bersih dari produk, dan juga bisa dilihat dari target pasar yang akan di pasarkan itu kepada siapa.
4. Kegagalan untuk mengantisipasi terhadap persaingan, teknologi, atau perubahan lain di pasar

Persaingan dan teknologi dalam penjualan produk sangat beriringan jadi lebih di perhatikan agar produk yang dikeluarkan itu tidak ketinggalan dengan produk-produk yang beredar dipasaran saat itu¹³

Salah satu contoh kasus yang diangkat disini yaitu Putusan PN KANDANGAN Nomor 77/Pid.Sus/2020 Kasus pengoplosan skincare dimana produk kecantikan yang dibeli oleh terdakwa dengan mencampurkan lotion pemuti dengan lotion lainnya.

Kasus pengoplosan skincare dimana produk kecantikan yang dibeli oleh terdakwa dengan mencampurkan lotion pemuti dengan lotion lainnya. Produk kecantikan tersebut dijual dirumah terdakwa dan para pembeli yang datang kerumah terdakwa untuk membeli produk tersebut, dan juga para konsumennya bisa juga beli melalui media sosial milik terdakwa. Produk kecantikan tersebut dijual dengan harga 135.000.00 (seratus tiga puluh lima ribu rupiah), untuk cream pemuti leher dijual dengan harga 15.000.00 (lima belas ribu rupiah).

Terdakwa sudah memproduksikan atau mengedarkan produk tersebut sudah kurang lebih 8 bulanan. Terdakwa memproduksi dan atau mengedarkan produk kecantikan tersebut tidak memiliki izin edar dan atau memenuhi standar dan atau persyaratan keamanan, khasiat dan manfaat tersebut tapi hanya memproduksi dengan sembarangan. Permasalahan hukum yang terjadi dalam kasus ini adalah terdakwa dalam hal ini orang yang mengoploskan produk kecantikan ini menimbulkan sejumlah pelanggaran hukum yaitu:

- produksi sembarangan tanpa keahlian dan tanpa memenuhi standar keamanan dan juga tidak memiliki izin edarnya

- Merugikan konsumen dengan produk beresiko dan menyesatkan. Melanggar pasal 8 huruf F undang-undang perlindungan konsumen yaitu melanggar pelaku usaha untuk membuat atau menjual barang yang tidak sesuai dengan yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan.

I. Kronologi Kasus

Terdakwa dalam perkara ini adalah seorang individu yang secara ilegal memproduksi dan mengedarkan produk kecantikan (skincare). Modus terdakwa adalah:

- a. Membeli lotion pemuti dari pasar kemudian mencampurkan dengan lotion lain secara sembarangan, tanpa prosedur uji klinis dan izin produksi.
- b. Produk yang dihasilkan kemudian dikemas dan dijual sebagai skincare rumahan, antara lain Krim pemutih wajah Rp. 135.000, Krim pemutih leher Rp. 15.000
- c. Penjualan melalui media sosial pribadi terdakwa dan secara langsung dari rumah terdakwa.
- d. Aktivitas produksi dan distribusi berlangsung kurang lebih 8 bulan
- e. Terdakwa tidak memiliki izin edar dari BPOM dan tidak memenuhi standar keamanan maupun kualitas produk kecantikan sesuai peraturan perundang-undangan.

II. Permasalahan Hukum

Tindakan terdakwa menimbulkan permasalahan hukum, antara lain :

- a. Produksi sembarangan tanpa adanya keahlian dan tanpa memenuhi standar keamanan.
- b. Merugikan konsumen dengan produk beresiko dan menyesatkan (melanggar undang-undang perlindungan konsumen)

III. Dasar Hukum yang Dilanggar

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang perlindungan konsumen

- a. Pasal 8 ayat (1): pelaku usaha dilarang memproduksi atau memperdagangkan barang yang:
 - (1) Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan

¹³ The SBA Online Women's Business Center artikel

- (2) Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa, komposisi, efek samping
 - (3) Tidak mencantumkan informasi yang benar, jelas, dan jujur.
- b. Pasal 62 ayat (1)

Setiap pelaku usaha yang melanggar ketentuan pasal 8 dipidana penjara paling lama 5 Tahun dan atau denda paling banyak Rp. 2.000.000.00.

IV. Tuntutan Jaksa Penuntut Umum (JPU)

JPU menilai bahwa terdakwa secara sadar dan sengaja telah :

- 1. Mengedarkan produk berbahaya tanpa izin
- 2. Tidak memiliki sertifikat keamanan
- 3. Menyesatkan konsumen melalui label dan informasi palsu
- 4. Memproduksi barang dalam kondisi tidak higienis dan tidak standar

V. Putusan Pengadilan Negeri Kandangan

Majelis hakim Pengadilan Negeri Kandangan memutuskan bahwa:

- a. Menjatuhkan hukuman: Pidana penjara selama 1 tahun, denda 2.000.000.00 (dua juta rupiah)

Menghindari terjadinya pemasaran produk kecantikan yang gagal perlu diketahui ada beberapa konsep bersaing dalam berbisnis untuk mengeluarkan produk kecantikan itu, antara lain:

1. Konsep Produksi

Konsep produksi adalah salah satu dari konsep tertua dalam berbisnis. Konsep ini menegaskan bahwa konsumen akan cenderung memilih produk yang murah.

2. Konsep Produk

Konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang menawarkan fitur-fitur yang bermutu dan inovatif.

3. Konsep Penjualan

Konsep penjualan menyatakan bahwa organisasi harus melakukan usaha penjualan atau promosi yang agresif. Berdasarkan konsep penjualan ini, tujuan dari pemasaran adalah menjual lebih banyak barang kepada lebih banyak orang untuk mendapatkan lebih banyak penghasilan.

4. Konsep Pemasaran

Kunci untuk mencapai tujuan organisasi adalah bahwa perusahaan harus lebih menjadi efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan dan mengomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar Sasaran yang dipilih. Pemasaran merupakan kunci utama perusahaan.¹⁴

B. Pertanggungjawaban Hukum Yang dapat Dituntut Oleh Konsumen Pada Produk Kecantikan Yang Gagal

Pertanggungjawab adalah suatu bentuk keharusan yang wajib untuk dilakukan oleh suatu pihak untuk menanggung segala tindakannya secara hukum.¹⁵ Dalam hukum tanggungjawab berarti bertanggung jawab wajib secara hukum. Pertanggung jawaban hukum terkait dengan ada tidaknya suatu kerugian yang diderita oleh suatu pihak sebagai akibat dari penggunaan, pemanfaatan serta pemakaian oleh konsumen atau barang yang dihasilkan oleh pelaku tertentu.¹⁶ Tanggung jawab hukum menyangkut hukum perdata seperti kontrak, ganti rugi, pajak, atau denda yang diberikan oleh lembaga pemerintah. Seorang konsumen yang memakai produk tersebut kemudian menimbulkan kerugian maka dapat menggugat atau meminta ganti rugi kepada pelaku usaha yang menimbulkan kerugian tersebut.

Pelaku usaha wajib bertanggungjawab penuh atas produk yang diproduksi atau dijual. Telah diatur pada undang-undang perlindungan konsumen (UUPK) bahwa apabila terjadi kerugian pada konsumen yang disebabkan oleh penggunaan produk, maka pelaku usaha harus bertanggung jawab atas kerugian yang dialami oleh konsumen.

Seiring dengan perkembangan dunia usaha yang kian pesat sehingga semakin meningkatnya persaingan usaha menjual produk kecantikan baik skincare maupun makeup. Hal tersebut dibuktikan dengan pertambahan presentase jumlah industri kosmetik di Indonesia yang mencapai 21% dengan perolehan pada tahun 2022 mencapai 913 perusahaan dan pertengahan tahun 2023

¹⁴ Alexander, op. Cit 279

¹⁵ Aris Yulia, "Tanggung Jawab Produsen Atas Produk Yang Cacat Terhadap Objek Jual Beli" (Universitas Diponegoro, 2015), 14

¹⁶ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani Hukum Perlindungan Konsumen, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2000, hlm. 44

telah mencapai 1.010 perusahaan. Dalam siaran pers Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia No.HM.4.6/40/SET.M.EKON.3/02/2024 menyatakan bahwa potensi dalam jumlah penjualan kosmetik di Indonesia pada tahun 2023 mencapai 467.919 produk secara global dapat diperkirakan mencapai 437 Miliar pada tahun 2028 mendatang dengan pertumbuhan ekonomi rata-rata 5,5% per tahun. Dengan data-data yang harus meningkat pertahunnya maka pelaku usaha dituntut untuk dapat semakin berkompetisi dalam mempertahankan usahanya.

Melalui tuntutan tersebut, secara tidak langsung menyebabkan terbentuknya penyimpangan terhadap sebagian pelaku usaha dengan tujuan untuk meraih keuntungan sebesar-besarnya. Pada hakikatnya dalam mekanisme perjanjian jual-beli para pihak memiliki hak dan kewajiban yang perlu diperhatikan dan dihormati. Mengenai hak dan kewajiban konsumen terasuk dalam pasal 4 dan pasal 5 UUPK, begitupun dengan hak pelaku usaha telah termasuk dalam pasal 6 UUPK.

Lahirnya peraturan perundang-undangan ini pun sebagai upaya dalam memberikan penjaminan dengan lahirnya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dalam pelaksanaa jual beli produk.¹⁷

Mempertimbangkan mengapa kebijakan pengembangan perlindungan konsumen perlu dilaksanakan. Pertama, masih lemahnya faktor pelayanan yang selama ini dijalankan. Masih banyak komplain dari konsumen atas ketidak puasan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan atau pelaku usaha, masih sedikit upaya membuat terobosan dalam bidang pelayanan konsumen walaupun sesungguhnya langkah-langkah perbaikan pelayanan telah dilakukan pihak perusahaan kepada konsumen. Akan tetapi mengingat tingkat keterjangkauan konsumen yang tersebar cukup banyak, sehingga menyebabkan perbaikan pelayanan yang telah

dilakukan tidak terlalu dapat dinikmati oleh konsumen yang berada jauh di pedesaan.¹⁸

Menurut pasal 19 UUPK pelaku usaha mempunyai tanggung jawab yaitu¹⁹:

1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang yang dihasilkan atau diperdagangkan.
2. Ganti rugi tersebut dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang yang sejenis atau setara nilainya. Selain itu, diberikan juga perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan.
3. Tenggang waktu ganti rugi selama 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
4. Pemberian ganti rugi sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapus kemungkinan adanya tuntutan pidan berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan
5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Tanggung jawab bisa diberikan apabila pelaku usaha melakukan pelanggaran terhadap perjanjian, memberikan produk yang tidak sebagaimana mestinya, memberikan informasi yang tidak jelas bahkan sampai menyesatkan konsumen, oleh karena itu pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi. Tanggung jawab menjadi bagian yang harus dilakukan pelaku uaha untuk melindungi konsumen.

Berdasarkan substansi pasal 19 UUPK dapat diketahui bahwa tanggung jawab pelaku usaha adalah sebagai berikut:

1. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan
2. Tanggung jawab ganti kerugian dan pencemaran
3. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen

¹⁷ Nasution A, Perlindungan Konsumen; Tinjauan Singkat UU No.8/1999-L.N. Hal. 32

¹⁸ Bahrul Kirom, Mengukur Kinerja Pelayanan & Kepuasan Konsumen (Bandung-Jawa Barat, Toko Desain Grafis, 2024) Hal. 7

¹⁹ Amanda, Perlindungan Konsumen terhadap tanggung jawab produk pelaku usaha kepada konsumen dalam transaksi jual beli online, fakultas hukum Universitas Islam Indonesia, Hal. 58

Oleh karena itu, konsumen dapat menuntut pertanggung jawaban hukum terhadap pelaku usaha jika mengalami kerugian akibat produk kecantikan yang mereka produksi itu dianggap gagal, melalui jalur litigasi (penyelesaian di pengadilan) sesuai dengan undang-undang perlindungan konsumen. Tuntutan ini dapat mencangkup ganti rugi atas kerusahan dan atau kerugian dari produk tersebut.

Masalah penyelesaian sengketa telah diatur secara khusus pada undang-undang perlindungan konsumen bab X pasal 45 sampai dengan pasal 48 yaitu gugatan pelanggaran para pelaku usaha dapat dilakukan oleh²⁰ :

1. Seorang konsumen yang dirugikan atau ahli warisnya
2. Sekelompok konsumen yang memiliki kepentingan yang sama
3. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat (LPKSM)
4. Pemerintah dan atau instansi terkait

Badan penyelesaian sengketa konsumen wajib mengeluarkan putusan paling lambat dalam waktu 21 hari kerja setelah gugatan diterima. Dalam waktu paling lambat 7 hari kerja sejak penerima putusan dari Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, pelaku usaha wajib untuk melaksanakan putusan tersebut. Para pihak dapat mengajukan keberatan kepada Pengadilan Negeri (PN) paling lambat 14 hari kerja setelah menerima pemberitahuan putusan tersebut. Pelaku usaha yang tidak mengajukan keberatan dianggap penerima putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

Penyelesaian sengketa secara hukum tentunya mempunyai tujuan untuk memberikan penyelesaian yang dapat memberikan suatu jaminan atas terpenuhinya hak-hak antara pihak-pihak yang bersengketa baik itu pelaku usaha maupun konsumen. Dengan demikian rasa keadilan mampu ditegakkan serta hukum dilaksanakan sebagaimana mestinya. Konsumen telah dijamin dalam mempertahankan hak-hak yang dimilikinya oleh undang-undang. Selain itu konsumen dalam menyelesaikan sengketa mengenai kerugian yang diakibatkan oleh produk kecantikan yang mengandung bahan berbahaya

konsumen tentunya diberikan pilihan dalam menentukan bentuk penyelesaian sengketa yang akan dilakukan.

Perlindungan bagi konsumen merupakan suatu kebijakan dalam mengantisipasi adanya suatu tindakan kejahatan yang terjadi dilingkungan masyarakat yaitu dengan membuat suatu gerakan perlindungan hukum sebelum menimbulkan kerugian hukum yang akan dialami oleh konsumen. Upaya penanggulangan tindak kejahatan pada produk kecantikan harus terus dilakukan baik oleh pemerintah maupun oleh masyarakat. Berbagai program dan kegiatan mengenai produk kecantikan yang dapat merugikan konsumen juga harus selalu dilaksanakan untuk memberikan pengetahuan kepada konsumen disamping mencari upaya yang tepat serta efektif dalam mengatasi peredaran produk kecantikan ilegal yang mengandung bahan berbahaya yang dapat merugikan konsumen.

Penerapan prinsip lex specialis dalam pengaturan produk kecantikan yang dianggap gagal karena mengandung bahan berbahaya memiliki beberapa implikasi penting. Pertama, BPOM sebagai otoritas pengawas memiliki peran sentral dalam memastikan bahwa produk kecantikan yang beredar di pasar memenuhi standar keamanan yang ditetapkan. Kedua, pelaku usaha produk kecantikan memiliki tanggung jawab yang lebih besar dalam memastikan bahwa produk mereka tidak mengandung bahan berbahaya yang dilarang oleh BPOM. Jika terjadi pelanggaran, mereka tidak hanya dapat dituntut berdasarkan undang-undang perlindungan konsumen. Ketiga, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang jelas yang akurat mengenai produk kosmetik yang mereka gunakan. Mereka juga berhak mendapatkan kompensasi apabila terbukti bahwa produk kecantikan yang konsumen gunakan mengandung bahan berbahaya dan menyebabkan kerugian.

Pengaturan mengenai persyaratan klaim produk kecantikan diatur dalam pengaturan BOPM No.3 tahun 2022. Dalam pasal 5 menyebutkan mengenai sanksi yang dapat diterima bagi yang melanggar penandaan dan

²⁰ Fitri Sembiring Milala dan Rahmi Ayunda, "Tinjauan Normatif Terhadap Pertanggung Jawaban Perdata Penjualan Skincare Ilegal Dalam Perspektif

klaim yang ada pada iklan. Pasal 5 ayat (1) yang menerangkan bahwa bagi yang melanggar ketentuan pasal 2, pasal 3 ayat (3) dan atau pasal 4 dalam BPOM dikenai sanksi administrasi. Dalam pasal 5 ayat (2) menerangkan bahwa sanksi administrasi yang dimaksud adalah peringatan yang diberikan secara tertulis, kegiatan diberhentikan sementara, nomor notifikasi akan dicabut, dan pengumuman kepada publik. Pasal 5 ayat (3) masih menerangkan bahwa penjatuhan sanksi administratif yang dimaksud dijatuhi oleh kepala badan. Masih dalam pengaturan yang sama dalam pasal 6 menyatakan bahwa tatacara penjatuhan sanksi administrasi yang dimaksud oleh pasal 5 dilaksanakan sejalan dengan pengaturan BPOM.²¹

Fungsi ganti rugi yang dialami oleh konsumen akibat dari penggunaan suatu produk kecantikan yang mengandung bahan berbahaya, antara lain:

1. Pemulihan atas hak-hak yang telah dilanggar
2. Pemulihan atas kerugian baik kerugian materil maupun immateril yang telah dialaminya.
3. Memulihkan keadaan sebelumnya²²

Pasal 27 UUPK disebutkan bahwa hal-hal yang membebaskan pelaku usaha dari tanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen, apabila²³:

1. Barang tersebut terbukti seharusnya tidak diedarkan atau dimaksudkan untuk diedarkan
2. Cacatnya suatu barang timbul pada kemudian hari
3. Cacatnya suatu barang akibat ditaatinya ketentuan mengenai kualifikasi barang
4. Kelalaian yang diakibatkan oleh konsumen

Lewatnya jangka waktu penuntutan 4 (empat) tahun sejak barang dibeli atau lewatnya jangka waktu yang diperjanjikan.

PENUTUP

A. Kesimpulan

²¹ Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika

1. Kriteria yang menentukan suatu produk kecantikan dianggap gagal dan dampaknya terhadap konsumen. Produk kecantikan harus memenuhi berbagai kriteria termasuk uji keamanan, efektivitas, kesesuaian dengan jenis kulit, kemasan yang baik, kepatuhan terhadap regulasi, dan harga yang wajar. Kegagalan dalam memenuhi kriteria ini menyebabkan kerugian bagi konsumen baik dari segi kesehatan maupun finansial.

Era saat ini masyarakat semakin kosmopolitan terhadap produk kecantikan, penting bagi konsumen untuk memahami dan memilih produk yang aman dan berkualitas. Banyak produk kecantikan yang beredar dipasaran yang tidak memiliki izin edarnya dan mengandung bahan-bahan yang cenderung bisa menimbulkan dampak negatif sehingga perlindungan hukum bagi konsumen sangatlah penting.

Pemahaman tentang kebutuhan, keinginan, permintaan konsumen menjadi kunci dalam pengembangan produk kecantikan yang berhasil. Perusahaan harus mampu menawarkan produk yang memenuhi harapan konsumen.

Nilai dan kepuasan konsumen juga menjadi faktor penting. Produk yang memberikan nilai-nilai akan lebih meningkatkan kepuasan pelanggan. Saluran pemasaran yang efektif diperlukan untuk menjangkau pasar sasaran, sementara persaingan pasar menurut produsen untuk terus berinovasi dan menawarkan produk lebih baik.

2. Tanggung jawab hukum merupakan kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha atas segala tindakan yang dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen akibat penggunaan produk mereka. Dalam hal ini konsumen memiliki hak untuk menggugat atau meminta ganti rugi jika mengalami kerugian akibat produk yang tidak memenuhi standar atau informasi yang menyesatkan. Undang-undang perlindungan konsumen (UUPK) menegaskan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab penuh atas produk yang mereka jual. Tanggung jawab

²² Sekar Ayu Amiluhur Priaji,jurnal Perlindungan Konsumen.,hal 51

²³ Ahmad Miru & Sutarman Yodo, "Hukum Perlindungan Konsumen", Hal. 159

ini mencangkup pelanggaran terhadap perjanjian, penyediaan produk yang tidak sesuai, serta menyampaikan informasi yang tidak jelas.

B. SARAN

1. Memperhatikan aspek ini maka diharapkan konsumen dapat lebih bijak dalam memilih produk kecantikan, menghindari produk yang berpotensi membahayakan dan atau memberikan dampak negatif bagi kesehatan kulit, dan memastikan bahwa produk yang digunakan oleh konsumen memenuhi standar keamanan, memiliki izin edar yang sah, dan efektivitas yang diharapkan. Penting bagi konsumen untuk memahami secara mendalam tentang kriteria yang menentukan keamanan dan efektivitas produk kecantikan. Oleh karena itu perlunya edukasi yang memadai tentang cara memilih produk yang aman, termasuk cara membaca label dan memahami komposisi bahan yang terkandung dalam produk kecantikan tersebut.
2. Diharapkan juga untuk pelaku usaha dapat mengedarkan produk sesuai dengan peraturan-peraturan yang ada juga dapat memenuhi harapan, ekspektasi, dan kebutuhan pasar yang lebih baik bagi konsumen agar produk yang dipasarkan dapat memberikan keuntungan bagi pelaku usaha, menjaga kualitas produk dan memberikan informasi yang akurat kepada konsumen, sebagai bentuk perlindungan terhadap hak-hak konsumen. Perusahaan pun harus memiliki komitmen dalam berinovasi dan mengembangkan produk yang sesuai dengan harapan konsumen melalui riset pasar untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Sehingga produk yang dikeluarkan benar-benar relevan dan bermanfaat. Dari perspektif hukum penting bagi konsumen untuk menyadari hak-hak dari konsumen itu sendiri dan memahami langkah-langkah hukum yang dapat diambil apabila mereka mengalami kerugian akibat produk yang tidak memenuhi standar mengenai undang - undang Perlindungan Konsumen (UUPK) perlu dilakukan agar konsumen lebih sadar akan hak-hak mereka dan dapat mengambil tindakan yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alexander Hery, *Pengantar Bisnis*, (Bandung Maharayu Permai 2022)
- Anak Agung Sagung Ngurah Indradewi *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*
- Dwi Admoko & Saputri Adhalia Septia, "Hukum Perlindungan Konsumen" (penerbit Litnus)
- Janus Sidabalok, *Hukum perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT Citra Aditiya Bakti, Bandung 2006
- Kirom Bahrul, *Mengukur Kinerja Pelayanan & Kepuasan Konsumen* (Bandung-Jawa Barat,Toko Desain Grafis, 2024)
- Maslow, A.H. (1943), *A Theory Of Human Motivation*
- Mertokusumo Sudikno, "Hukum Perdata", Yogyakarta: Liberty, 2010.
- Miru Ahmadi & Sutarman Yodo, "Hukum Perlindungan Konsumen"
- Mohd.Daeng Yusuf dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Pekanbaru: TAMAN KARYA Anggota IAKPI)
- Muhammad Siddiq Armia, 2022, *Metode Dan Pendekatan Penelitian Hukum*, (Banda Aceh: Lembaga Kajian Konstitusi Indonesia)
- Nasution A, *Perlindungan Konsumen; Tinjauan Singkat UU No.8/1999-L.N.* (Jakarta: Pustaka Sinar, 2017)
- Nursjafrida Tita dkk, *Anatomi Perawatan Kulit* (Jakarta Pusat, DKI Jakarta : DIREKTORAT PENGAWASAN KOSMETIK BPOM RI
- Rudy,Dewa Gede, dkk, Buku Ajar *Perlindungan Konsumen* (2016).
- Soemitro Ronny Hanitijo, *Metode Pendekatan Hukum, Metodologi Penelitian Ilmu Sosial, (dengan orientasi Penelitian Bidang Hukum)*, Pelatihan Metodologi Ilmu Sosial bagian Hukum Dan Masyarakat FH Undip, 1999
- Subekti, R. (1992). *Hukum Perdata Indonesia*. Jakarta: Intermasa.
- Widiyastuti,Y. Sari Murti (2020) *Asas-asas pertanggungjawaban Perdata* (bagian Pertama)
- Widjaja Gunawan dan Ahmad Yani *Perlindungan Konsumen*, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta,2000

Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta : Kencana, 2013)

JURNAL

Amanda, Perlindungan Konsumen Terhadap tanggung jawab Produk Pelaku Usaha Kepada Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia

Badan Pengawas Obat dan Makanan.jurnal Laporan pengawasan produk kesehatan dan kecantikan di indonesia. Jakarta: BPOM.

Blackwell, R.D., Miniard, P.W., & Enjel, J.F. (2006). Consumer Behavior. Cengage Learning

DetikSulsel Artikel kosmetik Dan Obat Penyebab Kanker Kulit

Ejournal.unsrat.ac Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Produk Kecantikan

Garvin, D. A. (1987). Competing on the Eight Dimensions of Quality. Harvard Business Review

Geraint Howells et al., consumer protection in Asia (Great Britain: Hart Publishing, 2022)

Kotler, P., & Keller,K.L.(2016). Marketing Managment (15th ed.). Pearson.

Liputan6 Artikel Produk Kosmetik Ditarik BPOM.

Nugroho, A. (2018) Perlindungan konsumen dalam Hukum Indonesia. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Putri, D. A. (2020). “Pengaruh Iklan Berlebihan terhadap keputusan pembelian konsumen dan resiko Kesehatan”. Jurnal ManajemanPemasaran.

Redjeki Sri (1999) “Peranan organisasi Konsumen Sebagai Mediator Kepentingan Konsumen”

Rusli.T Tanggung Jawab Produk dalam Perlindungan Konsumen, Pranata Hukum (2012)

Sekar Ayu Amiluhur Priaji,jurnal Perlindungan Konsumen.

Sembiring Milala Fitri dan Rahmi Ayunda, “Tinjauan Normatif Terhadap PertanggungJawabanPerdata Penjualan Skincare Ilegal Dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen”, Jurnal.petitum (April,2022)

Simanjuntak, R. (2019). “efektifitas undang- undang perlindungan konsumen di Indonesia”. Jurnal Hukum Ekonomi.

Yulis Aris, “tanggung Jawab Produsen Atas Produk Yang Cacat Terhadap Objek Jual Beli”, (Universitas Diponegoro, 2015)

PERATURAN/UU

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

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

Peraturan BPOM Nomor 12 Tahun 2023 Pengawasan Pembuatan dan Peredaran Kosmetik

Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika

Putusan Mahkama Agung RI No. 302 PK/Pdt/2018 tentang Gugatan Perdata Perlindungan Konsumen.

Peraturan Menteri Perdagangan No. 6 Tahun 2017 tentang Badan penyelesaian Sengketa Konsumen