

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PENGGUNAAN PRODUK KOSMETIK DENGAN SISTEM *SHARE IN JAR*

Oleh:

Edi Wahjuni

E-mail: ediwahjuni1968@gmail.com

Fakultas Hukum Universitas Jember

Firman Floranta Adonara

E-mail: floranta77@gmail.com

Fakultas Hukum Universitas Jember

Etik Kurniawati

E-mail: etikkurniaw@gmail.com

Fakultas Hukum Universitas Jember

Abstrak

Kosmetik menjadi kebutuhan utama bagi konsumen baik laki-laki maupun perempuan. Hal ini dijadikan peluang bisnis bagi pelaku usaha untuk berlomba-lomba memberikan inovasi sesuai dengan kebutuhan konsumen salah satunya yaitu kosmetik dengan sistem share in jar, namun pada kenyataannya kosmetik dengan sistem share in jar sangat berpotensi membahayakan keselamatan konsumen. Rumusan masalah dalam artikel ini Apa bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen atas penggunaan produk kosmetik dengan sistem share in jar tanpa label pada kemasan dan Apa upaya penyelesaian yang dapat dilakukan oleh konsumen yang mengalami kerugian akibat penggunaan produk kosmetik dengan sistem share in jar tanpa label pada kemasan. Metode pendekatan yang digunakan yaitu yuridis normatif. Hasil studi menunjukkan bahwa Pertama konsumen yang mengalami kerugian mendapatkan perlindungan eksternal sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 196 dan 197 Undang-Undang No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan. Kedua, upaya penyelesaian yang dapat dilakukan oleh konsumen yang mengalami kerugian akibat penggunaan kosmetik share in jar tanpa label pada kemasan berdasarkan Pasal 45 UUPK dapat melalui 2 (dua) cara, yakni melalui jalur pengadilan (litigasi) dan jalur luar pengadilan (non litigasi).

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Konsumen, Share in jar

Abstract

Cosmetics are a major need for both male and female consumers. This is used as a business opportunity for business actors to compete to provide innovation according to consumer needs, one of which is cosmetics with a share in jar sistem, but in reality cosmetics with a share in jar sistem have the potential to endanger consumer safety. The formulation of the problem in this article What is the form of legal protection for consumers for the use of cosmetic products with a share in jar sistem without a label on the packaging and what are the solutions that can be taken by consumers who experience losses due to the use of cosmetic products with a share in jar sistem without labels on the packaging. The approach method used is normative juridical. The results of the study show that firstly, consumers who experience losses receive external protection as regulated in Articles 196 and 197 of Law no. 36 of 2009 concerning Health. Second, the settlement efforts that can be made by consumers who experience losses due to the use of share in jar cosmetics without labels on packaging based on Article 45 of the UUPK can be in 2 (two) ways, namely through court (litigation) and out-of-court (non-litigation) channels.

Keywords: Legal Protection, Consumers, Share in jar

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Konsumen memiliki risiko yang lebih besar daripada pelaku usaha dalam kegiatan bisnis, dengan kata lain hak-hak konsumen sangat rentan disebabkan posisi tawar konsumen yang lemah, maka hak-hak konsumen sangat riskan untuk dilanggar. Bentuk perlindungan konsumen harus mencakup semua hal yang memungkinkan konsumen tidak mengalami kerugian salah satunya terkait dengan produk kosmetik. Kosmetik merupakan produk yang diformulasikan dari berbagai bahan aktif dan bahan-bahan kimia yang akan bereaksi ketika diaplikasikan pada jaringan kulit yang berfungsi untuk merawat wajah.¹ Seiring dengan berjalannya waktu banyak jenis kosmetik yang bermunculan. Namun atas produk kosmetik yang bermunculan menimbulkan dilema bagi para konsumen dimana produk kosmetik hanya tersedia dalam kemasan yang besar. Kemasan yang besar dan tidak ada sampel akan mengakibatkan pemborosan bagi konsumen hal ini dikarenakan sifat kosmetik yang tidak semua cocok di kulit dan rawan iritasi.

Keresahan yang dialami konsumen menjadi peluang bisnis bagi pelaku usaha. Inovasi *share in jar* merupakan solusi yang

tepat bagi konsumen yang ingin membeli produk kosmetik dengan kemasan yang ekonomis.

Pembelian produk dalam kemasan kontainer (*share in jar*) sangat menguntungkan bagi konsumen untuk mengetahui cocok atau tidaknya produk tersebut untuk dipakai. Disisi lain sistem *share in jar* ini merupakan penjualan produk kosmetik yang biasanya akan menjual dengan dihitung dari per-gram (gr) atau per-mililiter (ml)² dengan membagi produk dari kemasan yang besar ke tempat yang lebih kecil atau ekonomis bertujuan agar konsumen dapat membeli produk untuk dicoba tanpa harus membeli produk aslinya dengan kemasan yang besar.

Share in jar ini sangat lazim atau merupakan kegiatan usaha yang umum dilakukan oleh pelaku usaha serta produk kosmetik *share in jar* dapat dengan mudah ditemukan baik secara *offline* pada toko-toko kosmetik maupun secara *online* di *e-commerce* salah satunya paling sering dijumpai pada *marketplace* Shopee bahkan juga di media sosial Instagram dan lain sebagainya. Kelaziman atas tindakan pelaku usaha tersebut serta mudahnya ditemukan produk kosmetik *share in jar* di masyarakat maka terdapat potensi kerugian yang akan diterima oleh konsumen.

¹Dewi Mulyawan, dkk, *A-Z Tentang Kosmetika*, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2013, hal. 123.

² Ni Nyoman Rani, dkk. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penjualan Produk Kosmetik Dalam Kemasan Kontainer (Share In Jar)*, Kertha Semaya, Vol.6 No.3, 2019, hal.6.

Mengingat sistem dari *share in jar* yaitu memindahkan produk asli ke tempat baru yang lebih kecil tentunya juga memiliki resiko, tidak menutup kemungkinan produk kosmetik akan terkontaminasi dengan udara dan proses pemindahan kemasan tidak sesuai dengan standar sebagaimana yang telah dilakukan oleh perusahaan asli dari produk kosmetik. Mengusung konsep membagi produk ke dalam kemasan baru yang lebih kecil atau ekonomis kemudian direkatkan merk produk asli yang dilakukan dengan cara menscan label dari produk asli kosmetik tanpa memberikan penjelasan informasi lainnya terkait produk kosmetik tersebut juga memungkinkan dampak buruk akan terjadi bagi konsumen yang menggunakan produk kosmetik tersebut. Informasi tersebut antara lain tanggal kedaluwarsa, nomor izin edar Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) manfaat produk dan efek samping dari penggunaan produk kosmetik tersebut. Ketidakjelasan informasi terkait produk merupakan hal yang sangat tidak dapat dianggap remeh apalagi terkait dengan kosmetik yang pada dasarnya dibuat dari bahan kimia dimana dalam penggunaannya harus hati-hati dan sesuai dengan petunjuk untuk mengurangi resiko iritasi pada kulit.³

³ Adrian, Kevin, 2021, *Ketahui Bahaya di Balik Make Up Share in jar* <https://www.alodokter.com/ketahui-bahaya-di-balik-make-up-share-in-jar>

Ancaman dampak buruk atas penggunaan kosmetik *share in jar* sangat tinggi bagi konsumen, seperti kejadian yang dialami oleh Tini yang melakukan pembelian produk *share in jar* beberapa kali pada *marketplace Shopee*, produk pertama yang dibeli yaitu “*Klairs Supple Preparation Unscented Toner*” setelah pemakaian produk selama seminggu wajah terasa gatal, produk kedua “*Hemish All Clean Balm*” produk tersebut dibuang karena lama-lama produk meleleh dan melumuri wadahnya dan ternyata setelah beberapa kali digunakan wajah konsumen menjadi bruntusan, produk selanjutnya yang dibeli yaitu “*Cosrx AHA 7 Whitehead Power Liquid*” produk baru digunakan sekali namun kemasannya sudah bocor.⁴

Selain itu terhadap fenomena para penjual yang menjual *skincare* dengan sistem *share in jar* terjadi pada salah satu produk masker wajah *AXIS-Y* dalam bentuk *share in jar* dengan ukuran 10 ml dan 20 ml. Menurut Salsa, selaku pemilik toko *share in jar* Poloroid_Murah.id prosedur pengemasan yang dilakukan adalah

jar, diakses pada 22 Desember 2021 Pukul 09.02 WIB.

⁴ Rizky Kurniawan, 2019, *Bagaimana Pengalaman Kamu Membeli Produk Perawatan Kulit Dan Kosmetik Dalam Bentuk “Share in jar”?*, https://id.quora.com/Bagaimana-pengalaman-kamu-membeli-produk-perawatan-kulit-dan-kosmetik-dalam-bentuk-share-in-jar/answer/Rizki-Kurniawan-1-1?ch=3&oid=166145194&share=28a72e6a&srid=uKBIMf&target_type=answer, diakses pada tanggal 22 Desember 2021 Pukul 10.02 WIB.

mencuci wadah *share in jar* dengan sabun cair bayi, kemudian di lap menggunakan kapas yang telah dibasahi *alcohol*. Proses pengemasanpun dipindahkan menggunakan spatula ke dalam wadah *share in jar* tersebut. Akan tetapi penjual tidak melakukan penakaran dengan menggunakan timbangan serta tidak mencantumkan tanggal *expired* yang sesuai dengan kemasan asli masker tersebut di dalam kemasan *share in jar* yang dijual nya⁵.

Berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Pasal 4 Huruf C tentang perlindungan konsumen (selanjutnya disebut dengan UUPK) dijelaskan bahwa konsumen memiliki "*Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi barang dan/atau jasa*". Pentingnya informasi terkait produk merupakan hak yang harus didapatkan oleh konsumen, dengan tidak memberikan informasi produk akan membahayakan keselamatan dan keamanan konsumen. Hal ini sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 4 Huruf A UUPK yang menyatakan bahwa konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Informasi pada kemasan perlu diperhatikan karena sebagai pertimbangan konsumen untuk membeli

produk tersebut atau tidak, sehingga konsumen tidak dirugikan atas produk yang ditawarkan kepadanya. Dalam menjalankan usahanya pelaku usaha harus selalu mengutamakan kejujuran dan keterbukaan, pelaku usaha harus mampu memberikan informasi yang sejujur-jujurnya, benar dan jelas serta transparan mengenai kondisi suatu barang yang diperdagangkan sesuai standar mutu barang yang diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.⁶

Memberikan informasi yang jelas atas produk yang ditawarkan merupakan kewajiban dari pelaku usaha dan hak yang harus didapatkan oleh konsumen. Menurut Pasal 7 Huruf B UUPK menyatakan bahwa *kewajiban pelaku usaha yaitu memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan*. Oleh karena itu peraturan mengenai informasi yang benar dan jelas terkait produk dinilai sangat penting untuk mewujudkan perlindungan hukum atas hak-hak konsumen di Indonesia serta menjamin kepastian hukum atas tindakan sewenang-wenang yang mungkin dilakukan oleh pelaku usaha.

⁵Anindyka Sekar Hutami, *Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Skincare Share In Jar Yang Mengabaikan Hak-Hak Konsumen Perspektif Ibnu Taimiyah (Studi Kasus Pengguna Skincare Share in Jar di Aplikasi Shopee)*, Medan, 2021, hal.15

⁶ Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2015, hal. 58

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam artikel ini adalah Apa bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen atas penggunaan produk kosmetik dengan sistem *share in jar* tanpa label pada kemasan dan Apa upaya penyelesaian yang dapat dilakukan oleh konsumen yang mengalami kerugiannya akibat penggunaan kosmetik dengan sistem *share in jar* tanpa label pada kemasan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan metode yuridis normatif dengan melakukan pendekatan perundang-undangan (*Statue Approach*) pendekatan ini dilakukan dengan menelaah peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan isu hukum yang dibahas serta pendekatan konseptual (*Conceptual Approach*) yaitu merujuk pada pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum. Menggunakan bahan hukum primer yang merupakan bahan hukum utama dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang No. 36 tahun 2009 tentang Kesehatan serta Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor HK.00.05.42.1745 tahun 2003 tentang Kosmetik, dan juga mengkaji pada bahan hukum sekunder seperti buku, jurnal, dan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan bahan hukum primer serta

dapat membantu menganalisis dan memahami permasalahan yang sedang diteliti.

PEMBAHASAN

3.1. Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Penggunaan Produk Kosmetik dengan sistem *Share in jar* Tanpa Label pada Kemasan

Perlindungan hukum merupakan suatu upaya yang dapat diberikan kepada konsumen untuk mendapatkan haknya dan memberi bantuan kepada korban akibat adanya perbuatan yang bertentangan dengan hukum. Perlindungan hukum diberikan kepada setiap orang untuk menciptakan suatu keadilan, ketertiban, kepastian dan kemanfaatan.⁷ Konsumen pengguna kosmetik dengan sistem *share in jar* tanpa label pada kemasan perlu untuk dilindungi hal ini mengingat label merupakan hal penting dalam sebuah produk. Hal ini senada dengan pendapat Tjiptono yang menyatakan bahwa yang dimaksud dengan label yaitu suatu bagian dari produk yang membawa informasi verbal dan merupakan bagian dari kemasan tentang produk. Selanjutnya dijelaskan pula bahwa label merupakan tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang

⁷Made Isma Amanda Swadesi dkk. , *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Label Berbahasa Asing Dalam Suatu Produk Kosmetik*, Jurnal Analogi Hukum Vol. 3 No. 3, 2021, hal. 3.

dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan,⁸ sedangkan kemasan berdasarkan Pasal 1 Ayat (5) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 30 Tahun 2020 tentang Persyaratan Teknik Penandaan Kosmetika dijelaskan bahwa “*Kemasan adalah bahan yang digunakan untuk mewadahi dan/ atau membungkus kosmetika baik yang bersentuhan langsung maupun tidak*”. Label memuat informasi yang penting bagi konsumen, untuk itu perlu dicantumkan dalam sebuah produk khususnya kosmetik, seperti yang kita ketahui bahwa kosmetik merupakan salah satu produk yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan sekunder baik wanita maupun pria agar penampilannya lebih menarik. Tanpa adanya label konsumen sulit untuk memastikan komposisi dan proses yang dilalui produk tersebut, dengan adanya label yang berisi informasi membantu konsumen untuk memastikan bahwasanya produk tersebut aman untuk digunakan, serta akan dijadikan pertimbangan bagi konsumen untuk membeli produk tersebut atau tidak.

Berdasarkan sumbernya perlindungan hukum dibagi menjadi 2 (dua) jenis yaitu perlindungan hukum internal dan perlindungan hukum eksternal. Hakekat dari perlindungan hukum internal yaitu

pada dasarnya perlindungan hukum yang dimaksud dikemas sendiri oleh para pihak pada saat membuat perjanjian, perjanjian tersebut secara otomatis terjadi ketika konsumen pengguna kosmetik *share in jar* mengikatkan dirinya kepada pelaku usaha dengan membayar sejumlah uang sebagai kewajibannya dengan harapan mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan keinginannya. Ketika mengemas klausula-klausula kontrak, kedua belah pihak menginginkan agar kepentingannya terakomodir atas dasar kata sepakat. Demikian juga segala resiko diusahakan dapat ditangkal lewat pemberkasan lewat klausula-klausula yang dikemas atas dasar sepakat pula, sehingga dengan klausula tersebut para pihak dapat memperoleh perlindungan hukum yang berimbang bersarkan persetujuan bersama.⁹ Dalam kasus pembelian kosmetik dengan sistem *share in jar* tidak terdapat perlindungan hukum internal hal ini dikarenakan perlindungan hukum internal dibentuk sendiri oleh para pihak yang mana apabila suatu hari terjadi sengketa maka yang digunakan adalah perlindungan hukum eksternal yakni suatu perlindungan hukum yang diciptakan oleh pemerintah melalui regulasi atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

⁸Rahmatul Hidayah,dkk., *Persepsi Konsumen Tentang Labelisasi BPOM Pada Pembelian Kosmetik Impor*, Jurnal Jiagabi Vol.11 No. 1, 2022, hal. 3

⁹ Moch. Isnaeni, *Pengantar Hukum Kebendaan*, Revka Petra Media ,Surabaya, 2016, hal. 159-160.

Perlindungan hukum eksternal merupakan perlindungan hukum yang diciptakan oleh pihak berwenang melalui pembentukan peraturan yang ditujukan untuk kepentingan pihak yang lemah. Bentuk perlindungan hukum eksternal yang diberikan oleh pihak berwenang adalah dengan dikeluarkannya Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Selain itu terdapat peraturan lain yang ditujukan untuk memberikan perlindungan terhadap hak-hak yang seharusnya diperoleh konsumen yang diantaranya Undang-Undang No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan serta Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan No. HK.00.05.42.1745 Tahun 2003 tentang Kosmetik.

Perlindungan konsumen yang sangat berkaitan erat dengan persoalan yang cukup mendesak dihadapi oleh konsumen dewasa ini yaitu banyaknya produk kosmetik yang beredar di pasaran baik ditawarkan secara *online* maupun *offline*. Kosmetik dikenal manusia sejak berabad-abad yang lalu, pemakaian kosmetik menjadi suatu yang penting yaitu selain untuk kecantikan juga untuk kesehatan tidak heran dewasa ini bahwa produk kosmetik sangat diperlukan oleh manusia baik laki-laki maupun perempuan.¹⁰ Produk kosmetik tersebut

dipakai secara berulang setiap harinya dan digunakan pada tubuh, mulai dari rambut hingga kaki sehingga dalam pemakaiannya diperlukan persyaratan untuk menjamin keamanan dari produk kosmetik tersebut. Keamanan terkait dengan produk kosmetik diatur dalam Pasal 98 Ayat (1) Undang-Undang No. 36 tahun 2009 Tentang Kesehatan yang mana dijelaskan bahwa sediaan farmasi yang didalamnya termasuk kosmetik harus aman, berkhasiat/ bermanfaat, bermutu, dan terjangkau. Sehingga dalam proses produksinya harus memenuhi standar sebagaimana yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Adapun persyaratan dasar guna menjamin mutu, keamanan, dan kemanfaatan dari kosmetik yang diproduksi berdasarkan Pasal 8 Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan RI No. HK. 00.05.4.1745 tentang kosmetik antara lain yaitu Industri kosmetik harus memenuhi persyaratan Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik (CPKB) serta diberikan Sertifikat oleh Kepala Badan.

Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik (CPKB) merupakan salah satu faktor yang penting untuk dapat menghasilkan produk kosmetik yang memenuhi standar mutu dan keamanan. Dengan menerapkan CPKB pada seluruh rangkaian produksi merupakan langkah yang penting untuk menjamin

¹⁰Fisca fajriani Sukma, *Identifikasi Asam Dehidroasetat dalam Produk Kosmetika dengan Menggunakan HPLC (High Performance Liquid*

Cromatography), QUIMICA Jurnal Kimia Sains dan Terapan Vol.1 No.2, 2019, hal.1.

mutu, keamanan, dan kemanfaatan kosmetik bagi penggunanya. Terhadap penjaminan suatu mutu barang diatur dalam pasal 7 huruf d Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa, “*Kewajiban pelaku usaha adalah harus menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku*”. Dimana barang dan/atau jasa dapat dikatakan memenuhi ketentuan standar mutu yaitu telah sesuai dengan persyaratan yang ditentukan, mendapatkan izin edar dari BPOM serta sesuai dengan peraturan perundang-undangan, yang mana hal demikian bertujuan untuk mengurangi resiko timbulnya kerugian pada konsumen pengguna barang dan/ atau jasa tersebut.

Pasal 8 ayat (1) huruf (b) UUPK menyatakan bahwa, pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa, yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan. Pada kenyataannya yang terjadi di pasaran, dengan adanya produk kosmetik *share in jar* membuat hak-hak konsumen yang diatur dalam Pasal 4 utamanya huruf A dan C UUPK tidak terpenuhi. Dapat dikatakan tidak terpenuhi karena produk kosmetik yang beredar tidak mencantumkan informasi dengan benar,

jelas, dan jujur sehingga hak konsumen untuk mendapatkan rasa kenyamanan, keselamatan serta keamanan dalam mengkonsumsi/ menggunakan produk tersebut tidak dapat terwujud. Berkaitan dengan informasi yang dimaksud adalah informasi yang mendukung produk kosmetik *share in jar* seperti tanggal kedaluwarsa, komposisi, cara penggunaan, izin edar dan lain sebagainya. Keadaan yang demikian dipengaruhi oleh posisi konsumen yang tidak seimbang dengan pelaku usaha. Perhatian kepada konsumen sebagai posisi yang lemah, dimana pelaku usaha seringkali mengabaikan hak-hak yang semestinya diperoleh oleh konsumen. Sebagai konsumen tentunya tidak dapat memastikan apakah produk kosmetik yang dijual tersebut merupakan produk original dan tidak ditambah dengan bahan lainya. Dengan memanfaatkan posisi konsumen yang lemah tersebut pelaku usaha seringkali melakukan kecurangan dalam memperjual belikan produknya, yaitu salah satunya adalah tidak memberikan informasi lengkap terkait produk yang dijual.

Selanjutnya dalam kasus kosmetik *share in jar* pelaku usaha dilarang untuk melakukan kegiatan produksi dan/atau memperdagangkan barang dan atau jasa yang tidak mencantumkan tanggal kedaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu hal ini sesuai yang

diatur dalam Pasal 8 Ayat (1) huruf g UUPK serta pelaku usaha dalam menjalankan bisnis kosmetik dengan sistem *share in jar* juga telah melanggar Pasal 8 Ayat (1) huruf i yang menyatakan bahwa *pelaku usaha dilarang untuk tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat*. Tanpa adanya label konsumen sulit untuk memastikan komposisi dan proses yang dilalui produk tersebut, dengan adanya label yang berisi informasi membantu konsumen untuk memastikan bahwasanya produk tersebut aman untuk digunakan, serta akan dijadikan pertimbangan bagi konsumen untuk membeli produk tersebut atau tidak. Selain itu berdasarkan Pasal 8 ayat (2) UUPK pelaku usaha juga dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud. Dalam Pasal 8 ayat (2) menjelaskan 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”*. Lebih lanjut dijelaskan dalam Pasal

8 ayat (4) menjelaskan bahwa *“Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran”*.

Pasal 5 Ayat (1) Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia No. 19 Tahun 2015 tentang Persyaratan Teknis Kosmetika mengharuskan kosmetika yang beredar di pasaran memberikan informasi mengenai kosmetika tersebut secara lengkap obyektif, dan tidak menyesatkan pada penandaan kosmetika.

Pasal 5 Ayat (2) dijelaskan bahwa:

Informasi tersebut yang diantaranya yaitu dapat berbentuk tulisan, gambar, warna, atau kombinasi antara atau ketiganya atau bentuk lainnya yang disertakan pada kosmetika atau dimasukkan dalam kemasan sekunder atau merupakan bagian dari kemasan primer dan/atau kemasan sekunder, harus lengkap dengan mencantumkan semua informasi yang dipersyaratkan serta harus obyektif dengan memberikan informasi sesuai dengan kenyataan yang ada dan tidak boleh menyimpang dari sifat keamanan dan kemanfaatan Kosmetika, harus tidak menyesatkan dengan memberikan informasi yang jujur, akurat, bertanggung jawab, dan tidak boleh memanfaatkan kekuatiran masyarakat akan suatu masalah kesehatan, dan tidak boleh menyatakan seolah-olah sebagai obat.

Pasal 7 Ayat (1) Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia No. 19 Tahun 2015

tentang Persyaratan Teknis Kosmetika menjelaskan bahwa informasi yang harus dicantumkan pada kemasan produk minimal memuat diantaranya yaitu a. Nama kosmetika; b. Kemanfaatan/ kegunaan; c. Komposisi; d. Nama dan negara produsen; e. Nama dan alamat lengkap pemohon notifikasi; f. Nomor bets; g. Ukuran, isi atau berat bersih; h. Tanggal kedaluwarsa; i. Nomor notifikasi; dan j. Peringatan/ perhatian dan keterangan lain, jika dipersyaratkan.

Berdasarkan peraturan diatas, maka suatu produk diharapkan memberikan informasi yang sejelas-jelasnya kepada konsumen pengguna kosmetik *share in jar*. ketentuan mengenai informasi sebagaimana yang telah diatur dalam UUPK menjadi suatu hal yang sangat penting hal ini dikarenakan dengan adanya informasi yang tercantum dalam kemasan, para konsumen yang akan membeli produk tersebut dapat mengetahui dengan jelas dan rinci mengenai khasiat, komposisi, mutu maupun kualitas produk tersebut, informasi akan menjadi hal yang sangat penting bagi konsumen untuk memilih dan menilai suatu produk sebelum memutuskan untuk membeli barang tersebut. Selain itu dengan memberikan informasi terkait produk yang dipasarkan membuat konsumen yang akan menggunakan produk tersebut merasa aman dan nyaman. Hal tersebut penting selain telah diatur dalam UUPK juga bertujuan

untuk melindungi hak konsumen yang berada pada posisi lemah serta tidak tahu bagaimana proses produksi dari perilaku pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab.

Keputusan Presiden Nomor 103 Tahun 2001 tentang Kedudukan, Fungsi, Kewenangan, Susunan Organisasi dan Tata Kerja Lembaga Non Departemen pada Bagian 30 dijelaskan bahwa BPOM Republik Indonesia merupakan Lembaga non departemen yang dibentuk untuk melindungi masyarakat dari permasalahan-permasalahan di bidang obat dan makanan guna melaksanakan tugas pemerintahan dalam bidang pengawasan obat dan makanan serta peredarannya, selain itu dibentuknya BPOM bertujuan untuk memberikan perlindungan kepada masyarakat sebagai konsumen dengan melakukan pengawasan obat dan makanan serta melakukan tindakan penegakan hukum terhadap pelanggaran terkait dengan obat dan makanan.

Bentuk perlindungan eksternal dapat dilakukan oleh BPOM yang bertugas mengawasi obat-obatan maupun makanan (SisPOM) demi memastikan adanya perlindungan kesehatan kepada semua orang dari obat-obatan serta makanan yang tidak memenuhi standar yang ditentukan dalam peraturan perundang-undangan. SisPOM akan melakukan pengawasan melalui peningkatan kesadaran tentang bagaimana

kualitas suatu produk yang baik serta cara menggunakan produk tersebut. Pengawasan konsumen terhadap suatu produk dirasa sangat penting karena pada akhirnya para konsumen itu sendiri yang akan merasakan dampak dari produk yang digunakan, sehingga diperlukan pengawasan yang komprehensif sebelum produk diedarkan ke dalam lingkungan masyarakat.¹¹ Pengawasan oleh BPOM daitur juga dalam BAB IX Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan RI No. HK.00.05.4.1745 tentang Kosmetik yang mencakup pelaksanaan fungsi sekurang-kurangnya standarisasi, penilaian, sertifikasi, pengujian, pemeriksaan, penyidikan. Serta terhadap pelanggaran terhadap ketentuan dan keputusan tersebut dapat dikenakan sanksi administratif berupa a. Peringatan tertulis; b. Penarikan kosmetik dari peredaran termasuk penarikan iklan; c. Pemusnahan kosmetik; d. Penghentian sementara kegiatan produksi, impor, distribusi, penyimpanan, pengangkutan dan penyerahan kosmetik; e. Pencabutan sertifikat dan atau izin edar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat (2) dan atau Pasal 10 ayat (1); f. Selain dikenai sanksi administrative sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat pula dikenakan sanksi pidana sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

¹¹ Made Isma Amanda Swadesi, *loc.cit*

Pelaksanaan Undang-Undang No. 36 tahun 2009 Tentang Kesehatan turut disertakan dalam memberantas kosmetik *share in jar* yang beredar tanpa menyertakan label yang berisikan informasi atau illegal. Pasal 196 dan Pasal 197 Undang-Undang No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan diterapkan untuk menjerat pelaku usaha yang dengan sengaja memproduksi atau mengedarkan sediaan farmasi dan /atau alat kesehatan yang tidak memiliki izin edar sebagaimana yang diatur dalam Pasal 106 ayat (1) UU Kesehatan.

Merujuk pada aturan Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang berhubungan dengan akibat dari penggunaan kosmetik *share in jar* tanpa label pada kemasan sebagaimana contoh kasus yang dialami oleh konsumen yakni pada pemakaian kosmetik *share in jar* selama seminggu wajah terasa gatal, menimbulkan bruntusan pada wajah konsumen, kemasan produk kosmetik *share in jar* bocor dan produk yang lama kelamaan meleleh serta melumuri wadah kosmetik. Pasal 1365 menyatakan bahwa setiap perbuatan melawan hukum yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut. Berdasarkan ketentuan diatas, maka bagi konsumen yang mengalami kerugian akibat mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk tertentu,

tidak perlu harus terikat perjanjian untuk dapat menuntut ganti kerugian, akan tetapi dapat juga menuntut dengan alasan bahwa pelaku usaha telah melakukan perbuatan melanggar hukum. Dalam ketentuan pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, suatu perbuatan melawan hukum haruslah mengandung unsur-unsur sebagai berikut; ¹²1. Adanya suatu perbuatan; 2. Perbuatan tersebut melawan hukum; 3. Adanya kesalahan dari pihak pelaku; 4. Adanya kerugian bagi korban; 5. Adanya hubungan kausal antara perbuatan dengan kerugian.

Perbuatan yang dilakukan haruslah merupakan perbuatan yang salah yang dapat berupa kealpaan atau kesengajaan. Kesengajaan sudah cukup bilamana pada waktu melakukan perbuatan atau melalaikan kewajibannya sudah mengetahui atau dapat memperkirakan bahwa akibat dari perbuatannya itu pasti akan timbul. Pemasaran produk kosmetik *share in jar* merupakan perbuatan yang dilakukan dengan sengaja. Kesengajaan tersebut dibuktikan dengan pelaku usaha mengetahui bahwasanya kosmetik merupakan produk yang berbahan dasar kimia dimana dalam proses produksinya harus sesuai dengan persyaratan dan standard mutu tertentu, dalam proses pengemasan ulang

tentu resiko seperti produk akan terkontaminasi dengan udara juga telah dapat diprediksi, ke higienisan dalam proses pengemasan juga patut diperhatikan. Hal ini semakin diperparah karena pelaku usaha tidak memberikan label pada kemasan kosmetik *share in jar* yang mana dalam label tersebut harus memuat informasi penting yang nantinya akan dijadikan pertimbangan oleh konsumen apakah membeli atau tidak produk tersebut.

Diperjualbelikannya produk kosmetik *share in jar* tanpa label pada kemasan termasuk perbuatan melawan hukum yang dilakukan atas dasar kesengajaan karena telah melalui berbagai persiapan serta dilakukannya dengan penuh kesadaran. Perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian akibat penggunaan produk kosmetik *share in jar* harulah mendapat perhatian lebih, karena dalam hal ini akan menumbuhkan rasa aman dan nyaman bagi konsumen pengguna produk tersebut. Dengan adanya urgensi mengenai pentingnya kebutuhan terhadap hak-hak konsumen atas keamanan dan keselamatannya, UUPK sebagai landasan pengaturan perlindungan konsumen diharapkan dapat melindungi hak-hak konsumen.

Penjelasan sebagaimana yang telah diuraikan diatas memberikan makna perlindungan secara hukum terhadap konsumen yang mengalami kerugian akibat penggunaan kosmetik *share in jar* tanpa

¹²Sri Redjeki Slamet, *Tuntutan Ganti Rugi Dalam Perbuatan Melawan Hukum: Suatu Perbandingan Dengan Wanprestasi*, Lex Jurnalica Vol. 10, No. 2, 2013, hal.3

label pada kemasan bertujuan untuk menciptakan rasa aman terhadap konsumen serta ditujukan untuk menciptakan lingkungan usaha atau berbisnis yang bersih, jujur dan saling menguntungkan. Pada dasarnya, perlindungan hukum dengan sendirinya muncul setelah terjalin proses hubungan hukum yang mengikat satu sama lain yakni antara pelaku usaha dan konsumen. Perjanjian dalam hal ini tidak terbatas pada perjanjian dalam bentuk tertulis saja. Hubungan dan perbuatan hukum tersebut antara pelaku usaha dan konsumen pengguna kosmetik *share in jar* yang telah diatur dalam UUPK secara otomatis timbul saat terjadinya hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang terkandung didalamnya. Dengan kata lain, bentuk perlindungan hukum pada penulisan ini terletak pada pemenuhan hak-hak konsumen sesuai dengan prinsip dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

3.2. Upaya Penyelesaian yang Dapat Dilakukan Oleh Konsumen yang Mengalami Kerugian Akibat Penggunaan Produk Kosmetik *Share in jar* Tanpa Label pada Kemasan.

Pembangunan dan perkembangan perekonomian umumnya dan utamanya di bidang perindustrian dan perdagangan

nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi maupun dinikmati oleh konsumen. Di samping itu arus globalisasi dan perdagangan bebas didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan /atau jasa yang ditawarkan pelaku usaha melintasi batas-batas wilayah suatu negara sehingga barang dan/atau jasa yang ditawarkan tersebut bervariasi baik produksi dari dalam negeri maupun dari luar negeri.¹³ Dari berbagai transaksi perdagangan tersebut menimbulkan banyak persoalan terkait dengan penggunaan produk hingga kemudian menimbulkan sengketa yang harus diselesaikan oleh masing-masing pihak.

Salah satu persoalan yang muncul yaitu penggunaan kosmetik *share in jar* yang tanpa memberikan label terkait dengan informasi produk tersebut, dalam hal ini kosmetik *share in jar* dapat dikategorikan dalam jenis kosmetik ilegal/ tanpa izin edar walaupun merek kosmetik yang diperjualbelikan sebgaiian besar merupakan merek-merek yang telah terdaftar pada BPOM. Dikatakan bahwasanya kosmetik *share in jar* illegal karena diproduksi oleh pelaku usaha yang tidak memiliki kewenangan/ tidak sesuai dengan

¹³ Duwi Handoko, *Hukum Penyelesaian Sengketa Konsumen*, Hawa dan AHWA, Pekanbaru, 2019, hal. 2.

nama produsen yang semestinya. Selain itu, jenis maupun ukuran kemasan yang digunakan oleh pelaku usaha kosmetik *share in jar* berbeda dengan ukuran kemasan yang telah didaftarkan pada Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Sengketa merupakan perilaku pertentangan antara kedua orang atau lembaga atau lebih yang menimbulkan suatu akibat hukum dan karenanya dapat diberikan sanksi hukum bagi salah satu diantara keduanya. Sengketa biasanya bermula dari situasi dimana ada pihak yang merasa dirugikan oleh orang lain. Pihak yang merasa dirugikan akan menyampaikan ketidak-puasannya kepada pihak kedua, apabila pihak kedua mampu menyelesaikan dan memuaskan pihak pertama maka konflik selesai. Sebaliknya apabila reaksi pihak kedua menunjukkan perbedaan pendapat atau memiliki nilai-nilai yang berbeda, maka akan terjadi suatu sengketa. Hukum yang mengatur mengenai ganti rugi perdata diatur dalam Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dimana ditentukan kewajiban pelaku perbuatan melawan hukum untuk membayar ganti rugi, namun ketentuan Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata tidak memberikan perumusan dari perbuatan melawan hukum tetapi hanya mengatur seseorang mengalami kerugian karena perbuatan melawan hukum.¹⁴

¹⁴ Yuhelson, *Hukum Arbitrase*, Arti Bumi Intaran,

Berdasarkan hal tersebut pelaku usaha harus mengganti kerugian yang ditimbulkannya maupun keuntungan yang dapat diharapkan diterima. Mengenai penggantian atas keuntungan yang sekiranya dapat diharapkan diterima tidaklah semudah diperkirakan untuk menetapkan besarnya jumlah ganti kerugian tersebut. Besarnya ganti kerugian ditetapkan dengan penafsiran di mana diusahakan agar si penderita yang dirugikan sebanyak mungkin dikembalikan pada keadaan semula sebelum terjadinya perbuatan melawan hukum.¹⁵

Upaya hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian akibat penggunaan kosmetik *share in jar* tanpa label pada kemasan dalam rangka untuk menuntut hak-haknya diatur dalam Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan Pasal 19 Ayat (1) UUPK dijelaskan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Kemudian dalam Pasal 19 Ayat (3) UUPK dijelaskan lebih lanjut bahwasanya pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi. Apabila dalam kurun waktu 7 (tujuh) hari pelaku

Yogyakarta, 2018, hal.3-4.

¹⁵ Sri Redjeki, *Op.Cit*,h. 7.

usaha tidak memberikan ganti rugi akibat dari mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan pelaku usaha maka akan timbul sengketa konsumen. Konsumen yang dirugikan dapat melakukan upaya hukum dengan cara menggugat pelaku usaha.

Pasal 45 telah mengatur bahwa terdapat 2 (dua) upaya penyelesaian sengketa konsumen yaitu melalui jalur pengadilan (litigasi) dan jalur luar pengadilan (non litigasi) dalam hal ini para pihak yang bersengketa dapat memilih jalur mana yang akan ditempuh untuk menyelesaikan sengketa.

1. Penyelesaian Sengketa Konsumen Diluar Pengadilan/ Non Litigasi

Penyelesaian sengketa di luar pengadilan dapat ditempuh oleh konsumen yang mengalami kerugian akibat dari penggunaan kosmetik *share in jar* untuk mendapatkan haknya Kembali. Bentuk penyelesaiannya berupa kesepakatan antara konsumen dan pelaku usaha untuk menetapkan besarnya ganti rugi sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 47 UUPK. Hal ini untuk menjamin hak dari konsumen agar terhindar dari perbuatan yang tidak bertanggung jawab oleh pelaku usaha. Proses penyelesaian sengketa diluar pengadilan akan menghasilkan kesepakatan yang "*win-win solution*" hal ini dikarenakan penyelesaian sengketa di luar pengadilan melalui kesepakatan dan

musyawarah antara para pihak sehingga dapat menghasilkan suatu keputusan bersama yang dapat diterima oleh kedua belah pihak dan keputusan yang dihasilkan dapat dijamin kerahasiaan sengketa para pihak karena tidak ada kewajiban untuk proses persidangan yang terbuka untuk umum dan dipublikasikan. Penyelesaian sengketa diluar pengadilan ini tentu berbeda dengan penyelesaian yang dilakukan di pengadilan hal ini karena proses penyelesaian sengketa melalui pengadilan menghasilkan suatu keputusan yang bersifat adversarial yang belum mampu merangkul kepentingan bersama, karena menghasilkan suatu putusan "*win lose solution*" yang mana akan ada pihak yang menang dan pihak yang kalah serta akan ada satu pihak yang merasa puas dan satu pihak merasa tidak puas sehingga akan menimbulkan suatu permasalahan yang baru antara pihak yang bersengketa. Selain itu proses penyelesaian sengketa yang lambat, waktu yang lama, dan biaya yang relatif mahal.¹⁶

Pasal 45 ayat (2) UUPK menjelaskan bahwa penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa, penyelesaian sengketa sebagaimana yang dimaksud pada ayat tersebut tidak menutup

¹⁶Rika Lestari, *Perbandingan Hukum Penyelesaian Sengketa Secara Mediasi Di Pengadilan dan Di Luar Pengadilan di Indonesia* Vol.3 No.2, 2013, hal.2.

kemungkinan penyelesaian damai oleh para pihak yang bersengketa, dengan mengusahakan untuk menyelesaikan sengketa secara damai pada setiap tahapan. Kemudian diatur lebih lanjut dalam Pasal 45 ayat (3) bahwasanya penyelesaian sengketa diluar pengadilan sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 45 ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana yang telah diatur dalam Undang-undang.

Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen telah mengatur mengenai hak dan kewajiban serta tanggung jawab bagi pelaku usaha. Hal tersebut merupakan bentuk upaya dalam rangka menyeimbangkan kedudukan antara pelaku usaha dan konsumen. Tindakan pelaku usaha yang menempatkan konsumen pada posisi yang lemah dilakukan oleh pelaku usaha dengan melakukan perbuatan yang dilarang yang mana perbuatan tersebut telah melanggar hak yang semestinya didapat oleh konsumen, dengan demikian masih sangat diperlukan usaha yang maksimal untuk dapat benar-benar menempatkan pihak konsumen diposisi yang seimbang dengan pelaku usaha. Dalam proses penyelesaian sengketa di luar pengadilan tersedia 2 (dua) pilihan penyelesaian sengketa yang dapat ditempuh oleh konsumen yaitu:¹⁷

- a. Penyelesaian sengketa secara damai oleh para pihak yang bersengketa.

Penyelesaian sengketa secara damai oleh para pihak yang bersengketa yaitu pelaku usaha dan konsumen tanpa melalui pengadilan atau badan penyelesaian sengketa konsumen dan sepanjang tidak bertentangan dengan UUPK dapat dilakukan hal ini sesuai dengan apa yang dimaksud dalam Pasal 43 Ayat (2) UUPK. Bahkan lebih lanjut dalam pasal tersebut dikemukakan bahwa pada setiap tahap diusahakan untuk menggunakan penyelesaian damai oleh kedua belah pihak yang bersengketa. Dalam penjelasan Pasal 45 Ayat (2) UUPK dapat diketahui bahwa UUPK menghendaki agar upaya penyelesaian secara damai diupayakan terlebih dahulu oleh para pihak yang bersengketa, sebelum menempuh upaya penyelesaian sengketa melalui BPSK atau badan peradilan.

Upaya penyelesaian yang dilakukan konsumen berdasarkan cara damai dan musyawarah memberikan kewenangan yang lebih besar kepada para pihak untuk menyelesaikan dan menemukan sendiri penyelesaian masalahnya sehingga mencapai kesepakatan antara kedua belah pihak yang bersengketa. Penyelesaian sengketa yang paling banyak dilakukan oleh masyarakat dan dapat ditempuh oleh

¹⁷Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara*

Serta kendala Implementasinya, Kencana, Jakarta, 2008, hal.98.

konsumen yang mengalami kerugian akibat kosmetik *share in jar* adalah jalur musyawarah hal ini dikarenakan penyelesaian sengketa secara musyawarah lebih efisien, praktis, dan tidak memakan banyak biaya.

b. Penyelesaian sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen/ BPSK

Penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha dapat terlaksana jika para pihak dapat memenuhi setiap ketentuan yang ada dalam Undang-undang utamanya dalam hal ini terkait dengan Perlindungan Konsumen, karena telah dimungkinkan adanya penyelesaian sengketa baik melalui pengadilan maupun diluar pengadilan. Penyelesaian sengketa diluar pengadilan yang dimaksud yaitu melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Pasal 1 Ayat (11) UUPK memberikan pengertian bahwasanya yang dimaksud dengan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yaitu badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. BPSK dibentuk di beberapa kota yang ada di Indonesia dan merupakan suatu badan publik yang melaksanakan kekuasaan kehakiman eksklusif di bidang perlindungan terhadap konsumen. Dengan adanya BPSK maka penyelesaian sengketa dapat dilakukan secara cepat, mudah, dan murah.

Pada prinsipnya penyelesaian sengketa konsumen melalui BPSK dapat dilakukan oleh para pihak yang bersengketa dengan menggunakan *mekanisme Alternative dispute resolution* yaitu konsiliasi, mediasi, dan arbitrase. Pembentukan BPSK sendiri merupakan amanat terhadap ketentuan Pasal 4 ayat (2) Undang Undang Nomor 48 Tahun 2009 tentang Kekuasaan Kehakiman yang memiliki tujuan utama untuk membantu konsumen dalam permasalahan sengketa yang mereka hadapi secara mudah dan dengan biaya yang tidak mahal.

2. Penyelesaian Sengketa Konsumen di Pengadilan/ Litigasi

Undang-undang Perlindungan Konsumen telah menyediakan fasilitas penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan atau biasa disebut dengan litigasi. Ketika upaya penyelesaian sengketa di luar pengadilan / nonlitigasi tidak mencapai sepakat atau para pihak yang bersengketa enggan untuk menempuh alternatif perdamaian, maka para pihak dapat menempuh upaya penyelesaian sengketa melalui pengadilan. Penyelesaian sengketa melalui pengadilan atau litigasi merupakan pola penyelesaian sengketa yang terjadi antara pihak yang diselesaikan oleh pengadilan. Pengadilan mempunyai tugas untuk menyelesaikan sengketa yang timbul dan akhirnya menjatuhkan putusan yang seadil-adilnya.

Penyelesaian sengketa secara litigasi para pihak yang bersengketa akan berhadapan secara langsung guna untuk mempertahankan masing-masing haknya di muka pengadilan yang mana hasil dari penyelesaian ini adalah suatu putusan pengadilan. Penyelesaian sengketa melalui pengadilan lazim digunakan baik untuk sengketa yang bersifat privat maupun public. Untuk sengketa yang menekankan pada kepastian hukum metode penyelesaian litigasi merupakan pilihan yang tepat. Pada Pasal 48 UUPK menyatakan bahwa bagi setiap konsumen yang dirugikan dapat menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.

Kemudian lebih lanjut dalam Pasal 4 huruf H dijelaskan bahwa konsumen yang telah dirugikan secara materiil karena barang yang diterima tidak sesuai dengan yang disepakati serta waktu tenaga, pikiran dan biaya yang dikeluarkan dalam menjalani persidangan masih harus menanggung kerugian. Kembali dengan tidak menerima ganti rugi / kompensasi. Hal ini dikarenakan konsumen selaku penggugat setelah mendapatkan putusan hakim yakni diterima gugatannya maka saat itulah dinyatakan memenangkan perkara namun demikian kemenangan konsumen tersebut tidak serta merta kerugian yang dialami dapat tergantikan karena tidak semua pelaku usaha dengan sukarela

melaksanakan putusan hakim sehingga perlu dilakukan proses selanjutnya yaitu proses permohonan eksekusi kepada Ketua Pengadilan.

Penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi atau melalui jalur pengadilan seringkali terjadi hambatan yang diantaranya penyelesaian sengketa yang berjalan lambat (*waste of time*), biaya perkara yang mahal, pengadilan sering dianggap kurang tanggap dan *responsive* (*unresponsive*) dalam menyelesaikan perkara, seringkali putusan pengadilan tidak dapat menyelesaikan masalah dan memuaskan para pihak sehingga banyak masyarakat yang memilih untuk menyelesaikan sengketa melalui jalur non litigasi daripada harus beracara di pengadilan.

Penyelesaian sengketa melalui litigasi dapat ditempuh oleh konsumen yang telah mengalami kerugian akibat penggunaan kosmetik *Share in jar* tanpa label pada kemasan. Penyelesaian sengketa melalui litigasi dapat dilakukan apabila sengketa tersebut tidak dapat diselesaikan melalui cara apapun atau tidak dapat diselesaikan melalui jalur penyelesaian sengketa non litigasi. Konsumen kosmetik *share in jar* dapat menuntut ganti kerugian kepada pelaku usaha dan membebankan biaya perkara kepada pihak pelaku usaha tersebut.

KESIMPULAN

Bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami kerugian akibat penggunaan produk kosmetik dengan sistem *share in jar* tanpa label pada kemasan yaitu perlindungan eksternal yang dibuat oleh penguasa melalui regulasi atau peraturan perundang-undangan yang berlaku guna melindungi kepentingan atau hak-hak konsumen yang dirugikan.

Perlindungan hukum terhadap konsumen telah diatur Pasal 196 dan 197 Undang-Undang No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan serta diatur pula dalam Pasal 39 Keputusan Kepala BPOM No. HK.00.05.42.1745 tahun 2003 tentang kosmetik. Konsumen yang mengalami kerugian akibat penggunaan kosmetik *share in jar* tanpa label pada kemasan berhak mendapatkan ganti rugi dari pelaku usaha sebagaimana yang telah diatur dalam UUPK serta dapat mengajukan gugatan kepada pihak pelaku usaha atas dasar Pasal 1365 KUH Perdata yaitu perbuatan melawan hukum. Upaya penyelesaian yang dapat dilakukan oleh konsumen yang mengalami kerugian akibat penggunaan produk kosmetik dengan sistem *share in jar* tanpa label pada kemasan berdasarkan Pasal 45 UUPK dapat melalui 2 (dua) cara, yakni melalui jalur pengadilan (litigasi) yang mengacu pada tata beracara peradilan

umum dan jalur luar pengadilan (non litigasi) melalui BPSK dalam hal ini para pihak yang bersengketa dapat memilih jalur mana yang akan ditempuh untuk menyelesaikan sengketa.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Barkatullah, Abdul Halim. 2020. *Hak-Hak Konsumen*. Bandung: Nusa Media.
- Muliyawan, Dewi dan Neti Suriana. 2013. *A-Z Tentang Kosmetika*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Dewi, Eli Wuria. 2015. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Isnaeni, Moch. 2016. *Pengantar Hukum Jaminan Kebendaan*. Surabaya: Revka Putra Media.
- Handoko, Duwi. 2019. *Hukum Penyelesaian Sengketa Konsumen*, Pekanbaru: Hawa dan AHWA
- Nugroho, Susanti Adi. 2008. *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta kendala Implementasinya*, Jakarta:Kencana.
- Yuhelson, 2018. *Hukum Arbitrase*, Yogyakarta: Arti Bumi Intaran.

Jurnal:

- Hidayah, Rahmatul, Sri Nuringwahyu, Daris Zunaida, *Persepsi Konsumen Tentang Labelisasi BPOM Pada Pembelian Kosmetik Impor*, Jurnal Jiagabi, Vol.11 No. 1, 2022.

Lestari, Rika. 2013. *Perbandingan Hukum Penyelesaian Sengketa Secara Mediasi Di Pengadilan dan Di Luar Pengadilan di Indonesia*, Vol.3 No.2.

Sukma, Fisca fajriani. 2019. *Identifikasi Asam Dehidroasetat dalam Produk Kosmetika dengan Menggunakan HPLC (High Performance Liquid Cromatography)*, QUIMICA Jurnal Kimia Sains dan Terapan, Vol.1 No.2.

Slamet, Sri Redjeki. 2013. *Tuntutan Ganti Rugi Dalam Perbuatan Melawan Hukum: Suatu Perbandingan Dengan Wanprestasi*, Lex Jurnalica, Vol. 10, No. 2.

Swadesi, Made Isma, Amanda I Nyoman Putu Budhiarta dan Ni Made Puspautari Ujianti, 2021. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Label Berbahasa Asing Dalam Suatu Produk Kosmetik*, Jurnal Analogi Hukum, Vol. 3 No. 3.

Ni Nyoman Rani, I Made Maharta Yasa, 2019, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penjualan Produk Kosmetik Dalam Kemasan Kontainer (Share In Jar)*, Kertha Semaya, Vol.6 No.3

Anindyka Sekar Hutami, 2021, *Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Skincare Share In Jar Yang Mengabaikan Hak-Hak Konsumen Perspektif Ibnu Taimiyah (Studi Kasus Pengguna Skincare Share in Jar di Aplikasi Shopee)*, Medan.

Peraturan Perundang-Undangan:

Burgelijk Wetboek voor Indonesie, (Staatblad Tahun 1847 Nomor 23).

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik

Indonesia Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821).

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 144, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5063).

Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor HK.00.05.42.1745 Tahun 2003 tentang Kosmetik.

Internet:

Kevin Adrian, 2021, *Ketahui Bahaya di Balik Make Up Share in jar* <https://www.alodokter.com/ketahui-bahaya-di-balik-make-up-share-in-jar>, diakses pada 22 Desember 2021 Pukul 09.02 WIB.

Rizky Kurniawan, 2019, *Bagaimana Pengalaman Kamu Membeli Produk Perawatan Kulit Dan Kosmetik Dalam Bentuk "Share in jar"?*, https://id.quora.com/Bagaimana-pengalaman-kamu-membeli-produk-perawatan-kulit-dan-kosmetik-dalam-bentuk-share-in-jar/answer/Rizki-Kurniawan-1-1?ch=3&oid=166145194&share=28a72e6a&srid=uKBIMf&target_type=answer, diakses pada tanggal 22 Desember 2021 Pukul 10.02 WIB.

BIODATA SINGKAT PENULIS

Para penulis adalah dosen pada Program studi ilmu hukum Fakultas Hukum Universitas Jember