

BAB II

**TINJAUAN UMUM TERHADAP TANGGUNG JAWAB
PENDISTRIBUSIAN PRODUK KOSMETIK KEDALUWARSA
DIHUBUNGKAN DENGAN UNDANG-UNDANG NOMOR 7 TAHUN 2014
TENTANG PERDAGANGAN**

A. Tanggung Jawab Menurut Hukum

1. Pengertian Tanggung Jawab Hukum

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) tanggung jawab adalah kewajiban menanggung segala sesuatunya bila terjadi apa-apa boleh dituntut, dipersalahkan, dan diperkarakan. Dalam kamus hukum, tanggung jawab adalah suatu keharusan bagi seseorang untuk melaksanakan apa yang telah diwajibkan kepadanya.²³ Menurut hukum tanggung jawab adalah suatu akibat atas konsekuensi kebebasan seseorang tentang perbuatannya yang berkaitan dengan etika atau moral dalam melakukan suatu perbuatan. Selanjutnya menurut Titik Triwulan pertanggungjawaban harus mempunyai dasar, yaitu hal yang menyebabkan timbulnya hak bagi seorang untuk menuntut orang lain sekaligus berupa hal yang melahirkan kewajiban hukum orang lain untuk memberi pertanggungjawabannya.²⁴

²³ Andi Hamzah, *Kamus Hukum*, (Jakarta: Ghalia Indonesia), 2005.

²⁴ Titik Triwulan dan Shinta Febrian, *Perlindungan Hukum Bagi Pasien*, (Jakarta: Prestasi Pustaka), 2010, hlm. 48.

Menurut hukum perdata, setiap tuntutan pertanggungjawaban harus mempunyai dasar, yaitu hal yang menyebabkan timbulnya hak hukum seseorang untuk menuntut orang lain sekaligus berupa hal yang melahirkan kewajiban hukum orang lain itu untuk memberi pertanggungjawabannya.

Pertanggungjawaban dalam kajian hukum perdata ada dua yaitu kesalahan dan risiko. Seseorang wajib bertanggung jawab (atau lahir kewajiban bertanggung jawab) karena dia bersalah, baik berupa kesalahan maupun kelalaian. Inilah yang disebut dengan tanggung jawab atas dasar kesalahan. Kemudian, hukum perdata memungkinkan seseorang bertanggung jawab bukan karena dia bersalah, tetapi karena dia mengambil risiko dalam kedudukan hukumnya sedemikian rupa yang mewajibkan bertanggung jawab, inilah yang disebut dengan tanggung jawab atas dasar risiko. Keduanya menimbulkan akibat dan konsekuensi yang jauh berbeda.

Secara teoritis pertanggung jawaban terkait dengan hubungan hukum yang timbul antara pihak yang menuntut pertanggungjawaban dengan pihak yang dituntut untuk bertanggung jawab. Oleh karena berdasarkan jenis hubungan hukum atau peristiwa hukum yang ada, maka dapat dibedakan; pertama, pertanggungjawaban atas dasar kesalahan adalah tanggung jawab yang dapat lahir karena terjadinya wanprestasi, timbulnya perbuatan melawan hukum atau karena tindakan yang kurang hati-hati. Kedua, pertanggungjawaban atas dasar risiko adalah tanggung

jawab yang harus dipikul sebagai risiko yang harus diambil oleh seorang pelaku usaha atas kegiatan usahanya.²⁵

Jika suatu peristiwa yang merugikan konsumen telah terjadi, misalnya adanya kerugian karena memakai atau mengonsumsi suatu produk, maka harus pertama kali dicari adalah penyebab terjadinya peristiwa yang menimbulkan kerugian itu. Dalam kasus hukum perdata dapat dicari dua kemungkinan yaitu kerugian karena adanya wanprestasi yang mana sebelumnya telah terjadi hubungan hukum berupa perjanjian, atau terjadinya kerugian dikarenakan adanya perbuatan melawan hukum yang mana tidak ada hubungan hukum sebelumnya.

Apabila ternyata kerugian ini dapat dibuktikan karena ada hubungan perjanjian antara pelaku usaha dengan konsumen, tahap selanjutnya adalah mencari dari bagian-bagian perjanjian yang tidak dipenuhi oleh pelaku usaha sehingga mengakibatkan kerugian terhadap konsumen. Jika kerugian ini diakibatkan oleh peristiwa ini maka seorang pelaku usaha dapat dikategorikan sebagai pihak yang wanprestasi. Apabila kerugian itu tidak ada hubungan hukum yang berupa perjanjian antara pelaku usaha dan konsumen maka harus dicari kesalahan dari saluran lain, yaitu dengan mengonstruksikan fakta-fakta pada peristiwa itu ke dalam suatu perbuatan melawan hukum.

²⁵ Janus Sidalabok, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bandung: Citra Aditya Bakti), 2014, hlm. 90-91.

Dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen khususnya menentukan tanggung jawab pelaku usaha dengan konsumen yang menderita kerugian karena produk cacat, maka fakta-fakta sekitar peristiwa yang menimbulkan kerugian itu terlebih dahulu dikualifisir menjadi suatu perbuatan melawan hukum. Artinya dapat ditunjukkan bahwa perbuatan pelaku usaha adalah perbuatan yang melanggar hukum, baik itu berupa pelanggaran terhadap hak-hak konsumen, atau pelaku usaha melakukan perbuatan yang bertentangan dengan kewajiban hukumnya sendiri, melanggar kesusilaan, ataupun telah melakukan sesuatu yang bertentangan dengan kepatutan dan pergaulan hidup masyarakat dalam menjalankan usahanya, khususnya kepatutan dalam hal berproduksi dan mengedarkan produknya.²⁶

Dalam ketentuan pidana masalah perlindungan konsumen juga memperoleh perhatian sebagaimana diatur dalam Pasal 204 dan 205 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP). Ketentuan ini terutama berkaitan dengan hak konsumen untuk memperoleh informasi secara benar. Pasal yang memberikan perlindungan terhadap konsumen yaitu, Pasal 204 KUHP menyatakan: “Barang siapa menjual, menawarkan, menyerahkan, atau membagi-bagikan barang, yang diketahui bahwa membahayakan nyawa atau kesehatan orang, padahal sifat berbahaya itu tidak diberitahukan, diancam dengan pidana penjara paling lama lima belas tahun. Jika perbuatan mengakibatkan matinya orang, yang bersalah

²⁶ *Ibid*, hlm. 89.

dikenakan pidana penjara seumur hidup atau pidana penjara selama waktu tertentu paling lama dua puluh tahun.” Sedangkan Pasal 205 KUHP menyatakan: “Barang siapa karena kealpaannya menyebabkan bahwa barang-barang yang berbahaya bagi nyawa atau kesehatan orang dijual, diserahkan atau dibagi-bagikan, tanpa diketahui sifat berbahayanya oleh yang membeli atau yang memperoleh, diancam dengan pidana penjara paling lama sembilan bulan atau kurungan paling lama enam bulan atau denda paling banyak tiga ratus juta.

Ketentuan pidana yang beraspekkan perlindungan konsumen banyak terdapat di luar dari KUHP seperti undang-undang pangan, undang-undang kesehatan, dan undang-undang lainnya yang berkaitan dengan pelaku usaha dan konsumennya. Pengaturan tentang pidana bersifat khusus dan sektoral sesuai dengan bidang masing-masing.

2. Prinsip-Prinsip Tanggung Jawab Hukum

Secara umum, prinsip-prinsip tanggung jawab dalam hukum dibedakan sebagai berikut:

- a. Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Kelalaian/Kesalahan (*negligence*)

Tanggung jawab berdasarkan kelalaian/kesalahan (*negligence*) adalah prinsip tanggung jawab yang bersifat subjektif, yaitu suatu tanggung jawab yang ditentukan oleh perilaku pelaku usaha.²⁷

²⁷ Inosentius Samsul, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, (Jakarta: Universitas Indonesia), 2004, hlm. 46.

b. Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (*strict product liability*)

Istilah lain dari tanggung jawab produk adalah *product liability*, berbeda dengan ajaran pertanggungjawaban hukum pada umumnya karena tanggung jawab produk adalah tanggung jawab produsen yang dibuat juga dengan *strict liability*.²⁸

c. Prinsip Praduga Untuk Selalu Bertanggung Jawab

Prinsip ini menyatakan bahwa tergugat selalu dianggap bertanggung jawab (*presumption of liability principle*), sampai tergugat dapat membuktikan bahwa ia tidak bersalah.

d. Prinsip Praduga Untuk Tidak Selalu Bertanggung Jawab

Prinsip ini adalah kebalikan dari prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab, prinsip ini bertanggung jawab hanya dikenal dalam lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas.²⁹

e. Prinsip Tanggung Jawab Dengan Pembatasan

Tanggung jawab dalam arti hukum adalah tanggung jawab yang benar-benar terkait dengan hak dan kewajibannya.³⁰

Dari 5 (lima) prinsip tersebut yang dipergunakan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah prinsip tanggung jawab mutlak. Tanggung jawab mutlak (*strict liability*) adalah bentuk khusus dari trot

²⁸ Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum*, (Jakarta: Sinar Harapan), 1995, hlm. 24.

²⁹ *Ibid.* hlm. 76.

³⁰ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada), 2006, hlm. 73-79.

(perbuatan melawan hukum), yaitu prinsip pertanggungjawaban dalam perbuatan melawan hukum yang tidak didasarkan pada kesalahan. Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict product liability*) merupakan prinsip tanggung jawab yang tidak didasarkan pada aspek kesalahan (*fault/negligence*) dan hubungan kontrak (*privity of contract*), tetapi didasarkan pada cacatnya produk (*objective liability*) dan risiko atau kerugian yang diderita konsumen. Dikatakan bahwa tujuan utama dari prinsip tanggung jawab mutlak adalah jaminan atas konsekuensi atau akibat hukum dari suatu produk yang mengakibatkan kerugian bagi konsumen.³¹

Konsep *strict liability* atau tanggung jawab mutlak ini berbeda dengan sistem tanggung jawab pidana umum yang mengharuskan adanya kesengajaan atau kealpaan. Dalam sistem tanggung jawab pidana mutlak hanya dibutuhkan pengetahuan dan perbuatan dari terdakwa. Artinya, dalam melakukan perbuatan tersebut, apabila si terdakwa mengetahui atau menyadari tentang potensi kerugian bagi pihak lain, maka keadaan ini cukup untuk menuntut pertanggungjawaban pidana. Jadi, tidak diperlukan adanya unsur sengaja atau alpa dari terdakwa, namun semata-mata perbuatan yang telah mengakibatkan pencemaran. Maka dalam kasus kosmetik kedaluwarsa ini pelaku usaha tetap harus bertanggungjawab

³¹ Inosentius Samsul, *Hukum Perlindungan Konsumen Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Universitas Indonesia, Fakultas Hukum, Pascasarjana, Cetakan 1 – Jakarta, 2004, hal-227

dengan didakwa pidana penjara 1 (satu) tahun meskipun tidak ada tuntutan dari konsumen.

3. Jenis-Jenis Pertanggungjawaban Hukum

a. Pertanggungjawaban Perdata

Apabila seseorang dirugikan karena perbuatan seseorang lain, sedang diantara mereka itu tidak terdapat sesuatu perjanjian hubungan hukum (perjanjian), maka berdasarkan undang-undang juga timbul atau terjadi hubungan hukum antara orang tersebut yang menimbulkan kerugian itu. Hal tersebut diatur dalam pasal 1365 KUHPerdata, sebagai berikut, “Tiap perbuatan melawan hukum yang membawa kerugian pada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut”.

Tanggung jawab hukum dalam hukum perdata berupa tanggung jawab seseorang terhadap perbuatan yang melawan hukum. Perbuatan melawan hukum memiliki ruang lingkup yang lebih luas dibandingkan dengan perbuatan pidana. Perbuatan melawan hukum tidak hanya mencakup perbuatan yang bertentangan dengan undang-undang lainnya dan bahkan dengan ketentuan-ketentuan hukum yang tidak tertulis. Ketentuan perundang-undangan dari perbuatan melawan hukum bertujuan untuk melindungi dan memberikan ganti rugi kepada pihak yang dirugikan.³²

³² Komariah, SH, Msi, 2001, *Edisi Revisi Hukum Perdata*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang), hlm. 12.

b. Pertanggungjawaban Pidana

Pertanggungjawaban pidana dalam istilah asing tersebut juga dengan *teorekenbaarheid* atau *criminal responsibility* yang menjurus kepada pemidanaan petindak dengan maksud untuk menentukan apakah seseorang terdakwa atau tersangka dipertanggungjawabkan atas suatu tindakan pidana yang terjadi atau tidak.

Dalam Pasal 34 Naskah Rancangan KUHP Baru (1991/1992) dirumuskan bahwa pertanggungjawaban pidana adalah diteruskannya celaan yang objektif pada tindak pidana berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku.³³ Secara subjektif kepada pembuat yang memenuhi syarat-syarat dalam undang-undang (pidana) untuk dapat dikenai pidana karena perbuatannya itu. Sedangkan syarat untuk adanya pertanggungjawaban pidana atau dikenakannya suatu pidana, maka harus ada unsur kesalahan berupa kesengajaan atau kealpaan.

Konsep Rancangan KUHP Baru Tahun 2004/2005, di dalam Pasal 34 memberikan definisi pertanggungjawaban pidana ialah diteruskannya celaan objektif yang ada pada tindak pidana dan secara subjektif kepada seseorang yang memenuhi syarat untuk dapat dijatuhi pidana karena perbuatannya tersebut. Dalam bahasa Belanda, istilah pertanggungjawaban pidana menurut Pompee terdapat padanan katanya, yaitu *aansprakelijk*, *verantwoordelijk*, dan *toerekenbaar*.³⁴

³³ Hamzah Hatrik, SH. MH. 1996, *Asas Pertanggungjawaban Korporasi Dalam Hukum Pidana Indonesia*, (Jakarta: Raja Grafindo), hlm. 11.

³⁴ DR. Andi Hamzah, SH, 1994, *Asas-Asas Hukum Pidana*, (Jakarta: Rineka Cipta), hlm. 131.

4. Dasar-Dasar Tanggung Jawab Produk

Tanggung jawab produk pada hukum perlindungan konsumen pada dasarnya mengacu sebagai tanggung jawab produsen. Tanggung jawab produk adalah tanggung jawab para produsen untuk produk yang di bawanya ke dalam peredaran, yang menimbulkan atau menyebabkan kerugian karena cacat yang melekat pada produk tersebut.³⁵

B. Tinjauan Umum Pelaku Usaha dan Konsumen

1. Pengertian Pelaku Usaha

Dalam Pasal 1 butir 14 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan warga negara Indonesia atau badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan dalam wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia yang melakukan kegiatan usaha di bidang perdagangan. Berdasarkan pasal tersebut yang termasuk ke dalam pelaku usaha adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor dan lain-lain.

Pelaku usaha sering diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan/jasa. Dalam pengertian ini termasuk pembuat, grosir, leveransir, dan pengecer professional yaitu setiap orang/badan yang ikut serta dalam penyediaan barang dan jasa hingga sampai ke tangan

³⁵ Agnes M. Toar, *Tanggung Jawab Produk dan Sejarah Perkembangannya di Beberapa Negara*, Ujung Pandang, 1989, hlm. 1-2.

konsumen. Sifat professional merupakan syarat mutlak dalam hal menuntut pertanggungjawaban dari produsen.

Menurut Celina Tri Siwi Kristiyanti pengertian Pelaku Usaha dibagi menjadi 3 yaitu:

- a. Pihak yang menghasilkan produk akhir berupa barang-barang manufaktur. Mereka ini bertanggung jawab atas segala kerugian yang timbul dari barang yang mereka edarkan ke masyarakat, termasuk bila kerugian timbul akibat cacatnya barang yang merupakan komponen dalam proses produksinya.
- b. Produsen bahan mentah serta komponen suatu produk.
- c. Siapa saja yang dengan menimbulkan nama, merk, ataupun tanda-tanda lain pada produk menampakkan dirinya sebagai produsen dari suatu barang.

Dalam UUPK Pasal 1 butir 3 menjelaskan pengertian Pelaku Usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Pengertian pelaku usaha yang sangat luas tersebut di atas, akan memudahkan konsumen untuk menuntut ganti kerugian. Konsumen yang dirugikan akibat mengkonsumsi suatu produk tidak begitu kesulitan dalam

menemukan kepada siapa tuntutan diajukan, karena banyak pihak yang dapat digugat.

Ruang lingkup yang diberikan sarjana ekonomi yang tergabung dalam Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) mengenai pelaku usaha adalah sebagai berikut:³⁶

- a. Investor, yaitu pelaku usaha penyedia dana untuk membiayai berbagai kepentingan seperti perbankan, usaha *leasing*, penyedia dana, dan sebagainya.
- b. Produsen, yaitu pelaku usaha yang membuat, memproduksi barang dan/atau jasa dari barang-barang dan/atau jasa-jasa yang lain (bahan baku, bahan tambahan, dan bahan-bahan lainnya). Pelaku usaha dalam kategori ini dapat terdiri dari orang/badan yang memproduksi sandang, orang/badan usaha yang berkaitan dengan pembuatan perumahan, orang/badan yang berkaitan dengan obat-obatan, kesehatan, dan sebagainya.
- c. Distributor, yaitu pelaku usaha yang mendistribusikan atau memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut kepada masyarakat. Pelaku usaha pada kategori ini misalnya pedagang retail, pedagang kaki lima, warung, toko, supermarket, rumah sakit, klinik, usaha angkutan (darat, laut dan udara), kantor pengacara, dan sebagainya.³⁷

³⁶ Adrian Sutedi, *Op. Cit.* hlm. 11.

³⁷ Az. Nasution, 2001, "Hukum Perlindungan Konsumen", (Yogyakarta: Diadit Media), hlm. 23.

2. Jenis-jenis Pelaku Usaha

- a. Pelaku usaha yang berbadan hukum; dan
- b. Pelaku usaha yang tidak berbadan hukum.

Perbedaan dari keduanya yaitu badan usaha yang bukan merupakan badan hukum tidak akan dipersamakan kedudukannya sebagai orang sehingga tidak memiliki kekayaan para pendirinya.³⁸ Perbedaan badan hukum dan bukan berbadan hukum terletak pada pemisahan harta kekayaan. Badan usaha yang berbadan hukum, contohnya adalah Perseroan Terbatas (PT), pada Perseroan Terbatas (PT), badan usaha PT memiliki harta kekayaan tersendiri.

3. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Tanggung jawab berkaitan erat dengan kewajiban. Kewajiban pelaku usaha berdasarkan Pasal 7 UUPK adalah:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatannya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

³⁸ Irma Devita, 2010, *“Kiat-Kiat Cerdas, Mudah dan Bijak Mendirikan Badan Usaha”*, (Bandung: Kaifa), hlm. 2.

- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/jasa yang berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu sehingga memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Sementara perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha antara lain memproduksi atau memperdagangkan barang yang:³⁹

- a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai standar yang dipersyaratkan dan ketentuan perundang-undangan.
- b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut.
- c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya.

³⁹ Pasal 8 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

- d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket, atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.
- e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.
- f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut.
- g. Tidak mencantumkan tanggal kedaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu.
- h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan halal yang dicantumkan dalam label.
- i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat.
- j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam Bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

- k. Barang yang rusak, cacat, atau bekas dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
- l. Sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.

Berdasarkan Pasal 1338 ayat (3) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, semua perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik (dalam bahasa Belanda *tegoeder trow*; dalam bahasa Inggris *in good faith*, dalam bahasa Prancis *de bonne foi*). Norma yang dilakukan di atas ini merupakan salah satu sendi yang terpenting dari Hukum Perjanjian. Oleh karena itu, wajar apabila syarat paling pertama dalam Kewajiban Pelaku Usaha adalah beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen tampak bahwa beritikad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena meliputi, semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dimulai penjualan, sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/jasa. Hal ini tentu saja disebabkan karena kemungkinan terjadi kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang/diproduksi oleh produsen (pelaku usaha), sedangkan bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan produsen dimulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen.

4. Pengertian Konsumen

Di dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, istilah konsumen sebagai definisi ditemukan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia di dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.⁴⁰

Bagi konsumen akhir, barang dan/atau jasa itu adalah barang atau jasa yang biasanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, atau rumah tangga. Barang atau jasa konsumen ini umumnya diperoleh di pasar-pasar konsumen, dan terdiri dari barang atau jasa yang umumnya digunakan di dalam rumah tangga masyarakat.⁴¹

Penggunaan sesuatu produk untuk keperluan atau tujuan tertentu merupakan tolak ukur dalam menentukan perlindungan yang diperlukan.⁴² Karena pada umumnya konsumen tidak mengetahui dari bahan apa suatu produk tersebut dibuat, bagaimana proses pembuatannya, serta strategi apa yang dijalankan untuk mendistribusikannya, maka hukumlah yang dibutuhkan untuk melindungi posisi dari konsumen tersebut. Perlindungan tersebut sesungguhnya berfungsi untuk menyeimbangkan kedudukan dari

⁴⁰ Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

⁴¹ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diadit Media, 2002), hlm. 4.

⁴² Ibid, hlm. 15.

konsumen dan pelaku usaha, karena antara pelaku usaha dan konsumen itu seharusnya tidaklah saling merugikan satu sama lain.

5. Hak dan Kewajiban Konsumen

Secara umum dikenal ada empat (4) hak dasar konsumen, yakni:⁴³

a. Hak memperoleh keamanan (*the right to safety*)

Aspek ini ditujukan untuk perlindungan konsumen dari pemasaran barang dan atau jasa yang membahayakan keselamatan jiwa konsumen.

b. Hak memilih (*the right to choose*)

Hak memilih bagi konsumen merupakan hak prerogatif konsumen apakah ia akan membeli atau tidak suatu barang dan atau jasa. Oleh karena itu, dalam hal ini konsumen ditunjang dengan hak mendapat informasi terutama apabila pemasaran produk melalui iklan sehingga terdapat banyak hal yang dapat menjadi faktor di luar dari diri konsumen.

c. Hak untuk informasi (*the right to be informed*)

Hak ini sangat fundamental sebagai faktor lain di luar diri konsumen sebagai penentu apakah konsumen akan menggunakan suatu barang dan atau jasa. Sehingga, konsumen berhak memperoleh informasi lengkap dan detail mengenai produk dan atau jasa yang ditawarkan dengan penuh kejujuran. Informasi dapat diperoleh

⁴³ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media, 2016), hlm. 12.

secara langsung maupun secara umum melalui berbagai media komunikasi agar tidak menyesatkan konsumen.

d. Hak untuk didengar (*the right to be heard*)

Hal ini dimaksudkan untuk menjamin konsumen bahwa kepentingan konsumen harus diperhatikan oleh pemerintah, termasuk untuk didengar dalam pembuatan kebijakan mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen.

Sedangkan berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa hak konsumen di antaranya:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;

- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam perundang-undangan lainnya.

Berdasarkan Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa kewajiban konsumen adalah:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan;
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

C. Tinjauan Umum Distribusi

1. Pengertian Distribusi

Berdasarkan Pasal 1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan “Distribusi adalah kegiatan penyaluran Barang secara langsung atau tidak langsung kepada konsumen. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, distribusi dimaksudkan sebagai penyalur

(pembagian, pengiriman) kepada beberapa orang atau beberapa tempat.”⁴⁴

Jadi, distribusi dapat dimengerti sebagai proses penyaluran barang atau jasa kepada pihak lain.

Distributor adalah perorangan atau badan usaha bertindak atas namanya sendiri yang ditunjuk oleh pabrik atau pemasok untuk melakukan pembelian, penjualan, penyimpanan, barang dalam partai besar secara tidak langsung kepada konsumen dan akhirnya dimiliki/dikuasai oleh orang lain yang menunjuknya. Bila seseorang/badan bertindak sebagai distributor, berarti ia bertindak untuk dan atas nama dirinya sendiri.⁴⁵

Distributor adalah saluran pertama setelah produsen. Pelanggan yang ada merupakan aset bagi distributor dan tidak dimiliki oleh produsen baru.⁴⁶

Dalam usaha untuk memperlancar arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen, maka faktor penting yang tidak boleh diabaikan setelah memilih secara tepat saluran distribusi (channel of distribution). Untuk itu perlu halnya pemahaman tentang saluran distribusi yang tepat dalam sebuah usaha. Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk sampai ke konsumen atau berbagai aktivitas perusahaan yang mengupayakan agar produk sampai ke tangan konsumen.⁴⁷

⁴⁴ Dessy Anwar, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Karya Abditama, 2001), Cet. Ke-1, h.125.

⁴⁵ Richard Burton Simatupang, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2003), hlm. 53.

⁴⁶ Frans M, *Peluang Bisnis Mendirikan Perusahaan Distributor*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2017), hlm. 33.

⁴⁷ M. Fuad, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), h. 129.

Berdasarkan definisi di atas dapat diketahui adanya beberapa unsur penting yaitu:

- a. Saluran distribusi merupakan sekelompok lembaga yang ada diantara berbagai lembaga yang mengadakan kerjasama untuk mencapai suatu tujuan.
- b. Tujuan dari saluran distribusi adalah untuk mencapai pasar-pasar tertentu. Dengan demikian pasar merupakan tujuan dari kegiatan saluran.
- c. Saluran distribusi melaksanakan dua kegiatan penting untuk mencapai tujuan, yaitu mengadakan penggolongan dan mendistribusikan.

2. Tujuan Distribusi

Adapun yang menjadi tujuan distribusi adalah sebagai berikut.⁴⁸

- a. Menyampaikan barang atau jasa dari produsen ke konsumen.
- b. Mempercepat sampainya hasil produksi ke tangan konsumen.
- c. Tercapainya pemerataan produksi.
- d. Menjaga kontinuitas produksi.
- e. Meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi.
- f. Meningkatkan nilai guna barang dan jasa.

⁴⁸ www.artikelsiana.com, Tujuan dan Fungsi Distribusi. Diakses pada tanggal 22 Agustus 2015.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Distribusi

a. Faktor Pasar

Pada faktor pasar saluran distribusi dipengaruhi oleh pola pembelian konsumen, seperti jumlah konsumen, letak geografis, jumlah pesanan atau kebiasaan dalam pembelian.

b. Faktor Barang

Pertimbangan dari segi barang bersangkutan paut dengan nilai unit, besar dan berat barang. Kemudian mudah rusaknya barang, standar barang dan pengemasan. Barang dari jenis makanan dan bukan makanan, tentu berbeda proses distribusinya. Barang yang mudah rusak dan tahan lama juga tentu berbeda dalam proses distribusinya

c. Faktor Perusahaan

Pada faktor perusahaan pertimbangan yang diperlukan di sini adalah sumber dana atau pendanaan. Tidak hanya itu tapi juga pengalaman dan kemampuan manajemen serta pengawasan dan pelayanan yang diberikan.

d. Faktor kebiasaan

Faktor kebiasaan dalam pembelian Pertimbangan yang diperlukan dalam kebiasaan pembelian adalah kegunaan perantara. Sikap perantara terhadap kebijaksanaan produsen, volume penjualan dan ongkos penyaluran barang.

4. Pelaku Distribusi

a. Pedagang

Pedagang merupakan pihak yang membeli barang dari produsen dan menjualnya kembali ke konsumen akhir. Pedagang dapat menentukan harga jual suatu produk sesuai dengan pasar dan kondisi sosial ekonomi dalam suatu masyarakat.

b. Agen

Agen adalah perusahaan yang memiliki tanggung jawab untuk mendistribusikan barang dari produsen ke konsumen. Manfaat yang diperoleh agen berasal dari nilai komisi yang ditentukan.

c. Makelar

Makelar adalah pihak yang menyatukan produsen dan pembeli potensial suatu produk, baik itu barang atau jasa. Makelar tidak mengeluarkan modal dalam proses distribusi dan keuntungan yang diperoleh adalah dalam bentuk biaya dari produsen dan konsumen untuk layanan mereka.

d. Eksportir

Eksportir adalah pihak yang mendistribusikan barang dari produsen dalam negeri ke konsumen yang berada di luar negeri.

e. Importir

Berbeda dengan eksportir, importir adalah mereka yang mendistribusikan barang dari luar negeri ke konsumen dalam negeri.

f. Komisioner

Komisioner merupakan pihak yang melakukan pembelian dan penjualan atas namanya sendiri.

5. Fungsi Distribusi

Fungsi distribusi dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu fungsi pokok dan fungsi tambahan.

a. Fungsi Pokok Distribusi

Adapun yang menjadi fungsi pokok distribusi adalah sebagai berikut.

1) Pengangkutan (transportasi)

Pada umumnya tempat kegiatan produksi berbeda dengan tempat konsumen. Perbedaan tempat ini harus diatasi dengan kegiatan pengangkutan. Seiring dengan bertambahnya jumlah produksi dan semakin majunya teknologi, maka kebutuhan manusia pun semakin bertambah banyak. Hal ini mengakibatkan barang yang disalurkan semakin besar sehingga membutuhkan alat transportasi.

2) Penjualan (selling)

Di dalam pemasaran barang selalu ada kegiatan menjual yang dilakukan oleh produsen. Pengalihan hak dari produsen kepada konsumen dapat dilakukan dengan penjualan. Dengan adanya kegiatan penjualan maka konsumen dapat menggunakan barang tersebut.

3) Pembelian (buying)

Setiap ada penjualan berarti ada kegiatan pembelian. Jika penjualan barang dilakukan oleh produsen maka pembelian dilakukan oleh orang yang membutuhkan barang tersebut.

4) Penyimpanan (storing)

Sebelum barang disalurkan kepada konsumen, biasanya disimpan terlebih dahulu. Dalam menjamin kesinambungan, keselamatan, dan keutuhan barang-barang perlu adanya penyimpanan (pergudangan).

5) Pembakuan Standar Kualitas Barang

Dalam setiap transaksi jual beli, banyak penjual maupun pembeli selalu menghendaki adanya ketentuan mutu, jenis, dan ukuran barang yang akan diperjualbelikan. Oleh karena itu perlu adanya pembakuan standar baik jenis, ukuran, maupun kualitas barang yang akan diperjualbelikan dengan tujuan barang yang akan diperdagangkan atau disalurkan sesuai dengan yang diharapkan.

6) Penanggung Resiko

Seorang distributor harus menanggung resiko baik kerusakan maupun penyusutan barang.

b. Fungsi Tambahan Distribusi

Yang menjadi fungsi tambahan distribusi yaitu:

1) Menyeleksi

Kegiatan ini biasanya diperlukan untuk distribusi hasil pertanian dan produksi yang dikumpulkan dari beberapa pengusaha.

2) Mengepak/Mengemas

Untuk menghindari adanya kerusakan atau hilang dalam pendistribusian maka barang harus dikemas dengan baik.

3) Memberi Informasi

Untuk memberi kepuasan yang maksimal kepada konsumen, produsen perlu memberi informasi secukupnya kepada konsumen yang dianggap perlu informasi.

c. Sistem Saluran Distribusi

Sistem saluran distribusi adalah cara yang ditempuh atau yang digunakan untuk menyalurkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen sebagaimana tercantum dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 7 ayat (1) Tahun 2014 tentang Perdagangan yang berbunyi, “Distribusi Barang yang diperdagangkan di dalam negeri secara tidak langsung atau langsung kepada konsumen dapat dilakukan melalui Pelaku Usaha Distribusi”. Berdasarkan pasal tersebut, ada 2 (dua) macam sistem distribusi yaitu:

1) Sistem distribusi langsung dari produsen ke konsumen (tanpa perantara) sebagaimana terdapat pada Pasal 7 ayat (3) Undang-

Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan “Distribusi Barang secara langsung sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dengan menggunakan pendistribusian khusus melalui sistem penjualan langsung secara:

- a. single level; atau
 - b. multilevel.”
- 2) Sistem distribusi tidak langsung dari produsen ke perantara kemudian ke konsumen, sebagaimana terdapat pada Pasal 7 ayat (2) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan “Distribusi Barang secara tidak langsung sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakuakn dengan menggunakan rantai Distribusi yang bersifat umum:
- a. distributor dan jaringannya;
 - b. agen dan jaringannya; atau
 - c. waralaba.”

Sistem saluran distribusi bertujuan agar hasil produksi sampai kepada konsumen dengan lancar, tetapi harus memperhatikan kondisi produsen dan sarana yang tersedia dalam masyarakat, dimana sistem saluran distribusi yang baik akan sangat mendukung kegiatan produksi dan konsumsi.

Saluran distribusi memiliki elemen yang dalam proses distribusi yaitu perantara. Perantara yang dimaksud adalah pengecer, pedagang grosir atau pedagang besar. Pengecer adalah pedagang yang menjual

barang hasil produksi yang dihasilkan oleh produsen langsung ke pemakai akhir atau konsumen. Pedagang grosir adalah pedagang yang menjual barang hasil produksi produsen dengan kapasitas lebih besar dibanding pengecer. Pedagang besar adalah pedagang yang menjual barang hasil produksi produsen dengan kapasitas yang besar.⁴⁹

Strategi distribusi melalui pemilihan saluran distribusi adalah jaringan dari organisasi dan fungsi-fungsi yang menghubungkan antara produsen dengan konsumen akhir. Dasar pemilihan dan penentuan saluran distribusi untuk produk konsumen terdiri dari:

a. Produsen-Konsumen

Bentuk saluran distribusi yang paling pendek dan yang paling sederhana adalah saluran distribusi dari produsen ke konsumen, tanpa menggunakan perantara. Produsen dapat menjual barang yang dihasilkannya melalui pos atau langsung mendatangi rumah konsumen (dari rumah ke rumah). Oleh karena itu, saluran ini disebut sebagai saluran distribusi langsung atau saluran distribusi pendek.

b. Produsen-Pengecer-Konsumen

Seperti halnya dengan jenis saluran yang pertama (produsen-konsumen), saluran ini juga disebut sebagai saluran distribusi

⁴⁹ Sentot Imam Wahjono, *Bisnis Modern*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2010, hlm. 228-229.

tidak langsung. Disini, pengecer besar melakukan pembelian pada produsen.

c. Produsen-Agen Tunggal-Pengecer-Konsumen

Saluran distribusi semacam ini banyak digunakan oleh produsen dan dinamakan sebagai saluran distribusi tradisional. Disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer. Pembelian oleh pengecer dilayani pedagang besar, dan pembelian oleh konsumen dilayani pengecer saja.

d. Produsen-Agen-Sub Agen-Pengecer-Konsumen

Disini produsen memilih agen (agen penjualan atau agen pabrik) sebagai penyalurnya. Ia menjalankan kegiatan perdagangan besar dalam saluran distribusi yang ada. Sasaran penjualannya terutama ditujukan kepada para pengecer besar.

e. Produsen-Agen-Sub Agen-Grosir-Pengecer-Konsumen

Dalam saluran distribusi, produsen sering menggunakan agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil. Agen yang terlihat dalam saluran distribusi ini terutama agen penjualan.

6. Asas-Asas Distribusi

Sedangkan asas-asas pendistribusian barang meliputi:

- a. Tepat waktu, yaitu barang sampai ke tangan konsumen tepat pada waktunya.
- b. Tepat jumlah, yaitu jumlah yang diantarkan sesuai dengan pesanan.
- c. Tepat mutu, yaitu mutu yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan.
- d. Ekonomis, yaitu jika ketiga ketetapan tersebut dapat dipenuhi maka biaya untuk melaksanakan kegiatan tersebut menjadi lebih ekonomis.

D. Tinjauan Umum Kosmetik

1. Pengertian Kosmetik

Kosmetik menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti alat-alat kecantikan seperti bedak, krem, lotion, dan lain-lain untuk memperindah wajah, kulit, dan sebagainya. Istilah kosmetika berasal dari bahasa Yunani yaitu “kosmein” yang berarti “berhias”. Istilah kosmetik berasal dari bahasa Yunani yakni “kosmetikos” yang berarti keahlian dalam menghias. Berdasarkan asal katanya kosmetik adalah bahan atau campuran bahan untuk digosokkan, dilekatkan, dituangkan atau disemprotkan pada bagian badan manusia dengan maksud membersihkan, memelihara, menambah daya tarik dan tidak termasuk golongan obat.⁵⁰ Berdasarkan Pasal 1 poin a Surat Keputusan Kepala Badan POM RI Nomor: HK.00.05.4.1745 tentang Kosmetik, yang dimaksud kosmetik adalah bahan atau sediaan yang

⁵⁰ Herni Kustanti, *Tata Kecantikan Kulit*, (Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan, 2008), hlm. 63

dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar) atau gigi atau mukosa mulut terutama membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan/atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik.

Sedangkan Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 220/Men.Kes/Per/IX/76 tentang Produksi dan Peredaran Kosmetik dan Alat Kesehatan, yang dimaksud dengan kosmetik adalah bahan atau campuran bahan untuk digosokkan, dilekatkan, dituangkan, dipercikkan, atau disemprotkan pada, dimasukkan dalam, dipergunakan pada badan atau bagian badan dengan maksud untuk membersihkan, memelihara, menambah daya tarik, atau mengubah rupa dan dan tidak termasuk golongan obat.

Perkembangan mengenai ilmu kosmetik serta industrinya baru dimulai pada abad ke-20.⁵¹ Sekarang ini, kosmetik tidak hanya dibuat dari bahan alami saja tetapi juga bahan-bahan non alami atau buatan (bahan kimia) dengan maksud untuk mempercantik diri.⁵² Bahan utama dari kosmetik adalah bahan dasar yang berkhasiat, bahan aktif dan ditambah bahan tambahan lain seperti bahan pewarna, bahan pewangi, pada pencampuran bahan-bahan tersebut harus memenuhi kaidah pembuatan

⁵¹ Retno Iswari Trianggono dan Fatma Latifah, *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*, Gramedia Pustaka, Jakarta, 2007, hlm. 7-8

⁵² Wasitaatmaja, *Penuntun Ilmu Kosmetik Medik*, Universitas Indonesia Press, Jakarta, 1997, hlm. 26-27

kosmetik ditinjau dari berbagai segi teknologi pembuatan kosmetik termasuk farmakologi, kimia teknik, dan lainnya.⁵³

2. Tujuan Menggunakan Kosmetik

Bagi konsumen produk kosmetik merupakan kebutuhan yang cukup penting. Adapun tujuan menggunakan kosmetik yaitu:⁵⁴

a. Kebutuhan pribadi

Bagi sebagian wanita kosmetik merupakan kebutuhan yang cukup penting, maka dari itu kosmetika merupakan kebutuhan pribadi yang harus dipenuhi.

b. Mengubah rupa atau penampilan

Maksudnya dengan pemakaian kosmetik yang sesuai dan cocok akan dapat memberikan perubahan pada penampilan seseorang.

c. Meningkatkan daya tarik

Bagi sebagian orang kosmetik dapat memberikan daya tarik tersendiri untuk menarik perhatian lawan jenis.

d. Meningkatkan rasa percaya diri.

e. Melindungi kulit dari kerusakan sinar matahari, polusi, dan faktor lingkungan yang lain.

f. Mencegah penuaan dini, dan secara umum membantu seseorang lebih menikmati dan menghargai hidup.

⁵³ Ny. Lies Yul Achyar, *Dasar-Dasar Kosmetologi Kedokteran*, Majalah Cermin Dunia Kedokteran, <http://www.scribd.com> diakses pada tanggal 11 November 2020 pukul 15.10 WIB.

⁵⁴ Herni Kustanti, *Tata Kecantikan Kulit*, (Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan, 2008), hlm. 65

3. Penggolongan Kosmetik

Penggolongan kosmetik berdasarkan Keputusan Deputi Bidang Pengawasan Obat Tradisional, Kosmetik, dan Produk Komplemen Nomor: PO.01.04.42.4082 tentang Pedoman Tata Cara Pendaftaran dan Penilaian Kosmetik, berdasarkan bahan dan penggunaannya serta untuk penilaian, kosmetik dibagi menjadi 2 (dua) golongan, yaitu:

- a. Kosmetik golongan I, adalah:
 - 1) Kosmetik yang digunakan untuk bayi;
 - 2) Kosmetik yang digunakan di sekitar mata, rongga mulut dan mukosa lainnya;
 - 3) Kosmetik yang mengandung bahan dengan persyaratan kadar dan penandaan;
 - 4) Kosmetik yang mengandung bahan dan fungsinya belum lazim serta belum diketahui keamanan dan kemanfaatannya.
- b. Kosmetik golongan II adalah kosmetik yang tidak termasuk golongan I.

4. Kategori Kosmetik

Berdasarkan fungsi kosmetik terdiri dari 13 (tiga belas) kategori, yaitu:

- a. Sediaan bayi;
- b. Sediaan mandi;
- c. Sediaan kebersihan badan;

- d. Sediaan cukur;
- e. Sediaan wangi-wangian;
- f. Sediaan rambut;
- g. Sediaan pewarna rambut;
- h. Sediaan rias mata;
- i. Sediaan rias wajah;
- j. Sediaan perawatan kulit;
- k. Sediaan mandi surya dan tabir surya;
- l. Sediaan kuku;
- m. Sediaan kesehatan mulut.

5. Penandaan Kosmetik

Berdasarkan Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.4.1745 tentang Kosmetik, penandaan kosmetik harus memenuhi persyaratan umum, yaitu etiket wadah atau pembungkus harus mencantumkan penandaan berisi informasi yang lengkap, objektif, dan tidak menyesatkan, sesuai dengan data pendaftaran yang telah disetujui, jelas dan mudah terbaca, menggunakan huruf latin dan angka arab, dan tidak boleh mencantumkan penandaan seolah-olah sebagai obat, rekomendasi dari dokter, apoteker, pakar di bidang kosmetik atau organisasi profesi. Keterangan-keterangan yang harus dicantumkan pada etiket wadah dan/atau pembungkus meliputi:

- a. Nama produk;
- b. Nama dan alamat produsen atau importer/penyalur;

- c. Ukuran, isi atau berat bersih;
- d. Komposisi harus memuat semua bahan;
- e. Nomor izin edar;
- f. Nomor bets/kode produksi;
- g. Kegunaan dan cara penggunaan kecuali untuk produk yang sudah jelas penggunaannya;
- h. Bulan dan tahun kedaluwarsa bagi produk yang stabilitasnya kurang dari 30 bulan;
- i. Penandaan yang berkaitan dengan keamanan atau mutu.

Dalam Pasal 39 Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.4.1745 tentang Kosmetik mengenai sanksi yaitu pelanggaran terhadap ketentuan dalam keputusan ini dapat diberikan 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).

6. Label BPOM

a. Pengertian Label BPOM

Pasal 32 ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan berbunyi, “Produsen atau Importir yang memperdagangkan Barang yang terkait dengan keamanan, keselamatan, kesehatan, dan lingkungan hidup wajib:

1. mendaftarkan Barang yang diperdagangkan kepada Menteri; dan
2. mencantumkan nomor tanda pendaftaran pada Barang dan/atau kemasannya.”

Mengenai izin edar kosmetik diatur di dalam Pasal 10 Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.4.1745 tentang Kosmetik yaitu kosmetik sebelum diedarkan harus didaftarkan untuk mendapatkan izin edar dari Kepala Badan. Yang berhak untuk mendaftarkan adalah produsen kosmetik yang mendapat izin usahanya industri, perusahaan yang bertanggungjawab atas pemasaran, badan hukum yang ditunjuk atau diberi kuasa oleh perusahaan dari negara asal.

Labeling berkaitan dengan pemasaran. Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) adalah lembaga pemerintah yang bertugas melakukan regulasi, standarisasi, dan sertifikasi produk makanan dan obat yang

mencakup keseluruhan aspek pembuatan, penjualan, penggunaan, dan keamanan makanan, obat-obatan, kosmetik, dan produk lainnya.⁵⁵

Di dalam Pasal 33 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan disebutkan bahwa “Produsen atau Importir yang tidak memenuhi ketentuan pendaftaran Barang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 32 ayat (1) wajib menghentikan kegiatan Perdagangan Barang dan menarik Barang dari:

- a. distributor;
 - b. agen;
 - c. grosir;
 - d. pengecer; dan/atau
 - e. konsumen.”
- b. Fungsi dan Tujuan BPOM

Fungsi dari Badan Pengawas Obat dan Makanan antara lain:⁵⁶

- 1) Pengkajian dan Penyusunan kebijakan nasional di bidang pengawasan Obat dan Makanan.
- 2) Pelaksanaan kebijakan nasional bidang pengawasan Obat dan Makanan.

⁵⁵ Irna nurhayati, *Efektivitas Pengawasan Badan Pengawas Obat Dan Makanan*, (Mimbar Hukum), Volume 21, Nomor 2, Juni 2009, hlm.215

⁵⁶ Rosaris, *Fungsi Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan Dalam Produk Kosmetika di Kota Samarinda*, ISSN 0000-0000, Volume 4, Nomor 2, 2016, Volume 4, Nomor 2, h. 4191.

- 3) Penyusunan dan penetapan norma, standar, prosedur, dan kriteria sebelum beredar.
- 4) Koordinasi pelaksanaan pengawasan obat dan makanan dengan instansi pemerintah pusat dan daerah.
- 5) Pemantauan dan pemberian dukungan administrasi.
- 6) Penyelenggaraan pembinaan dan pelayanan administrasi umum.

Sedangkan tujuan adanya badan pengawas obat dan makanan yaitu:

- 1) Kepastian adanya perlindungan kepada konsumen terhadap produksi, peredaran dan penggunaan sediaan farmasi dan makanan yang tidak memenuhi persyaratan mutu, keamanan, khasiat.
- 2) Memperkokoh perekonomian nasional dengan meningkatkan daya saing industri farmasi dan makanan yang berbasis pada keunggulan.

7. Macam-Macam Kosmetik

Berdasarkan bahan dan penggunaannya serta untuk maksud evaluasi, produk kosmetik, dibagi menjadi beberapa kelompok, yaitu:⁵⁷

- a. Kosmetik golongan I adalah kosmetik yang digunakan untuk bayi, misalnya minyak bayi, bedak bayi, dll.

⁵⁷ Umi Kulsum, *Bahaya Kosmetik Bagi Kesehatan*, (Malang:2015), hlm. 2

- b. Kosmetik perawatan untuk mandi, misalnya sabun mandi, bath capsule, dll.
- c. Kosmetik untuk bagian mata, misalnya mascara, eyes shadow, dll.
- d. Kosmetik bagian pengharum, misalnya parfum.
- e. Kosmetik bagian rambut, misalnya pewarna rambut.
- f. Kosmetik bagian make-up (kecuali mata) misalnya bedak, lipstik, dll.
- g. Kosmetik bagian kebersihan mulut misalnya pasta gigi, mouth washes, dll.
- h. Kosmetik perawatan kulit misalnya pelembab, pelindung, dll.

Macam-macam kosmetik di atas digunakan oleh sebagian wanita, namun salah satu yang banyak diminati dan digunakan adalah pelembab wajah, bedak, dan pelindung wajah. Kandungan yang terdapat pada produk kosmetik tersebut untuk mencerahkan kulit mengubah warna kulit dan mengandung bahan-bahan seperti *skin bleaching* dan *skin lightening*.

E. Tinjauan Umum Kedaluwarsa

1. Pengertian Kedaluwarsa

Kedaluwarsa mempunyai arti sebagai sudah lewat ataupun habisnya jangka waktu sebagaimana yang telah ditetapkan, dan apabila dikonsumsi makanan tersebut dapat membahayakan bagi kesehatan yang mengkonsumsinya.⁵⁸ Penjualan produk kosmetik yang sudah tidak layak

⁵⁸ Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga Departemen Pendidikan, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007)

dijual kepada konsumen apabila digunakan dapat mengganggu kesehatan. Dengan adanya peredaran produk kedaluwarsa di tengah-tengah masyarakat selaku konsumen dari produk-produk yang sudah kedaluwarsa tersebut, maka pemerintah harusnya memberikan perlindungan kepada masyarakat. Bentuk perlindungan konsumen yang diberikan adalah dengan mengeluarkan undang-undang, peraturan pemerintah, atau penerbitan standar mutu barang. Selain itu, yang tidak kalah pentingnya adalah melakukan pengawasan terhadap penerapan peraturan ataupun standar-standar yang ada.

Fungsi pengawasan terhadap produk kosmetik juga harus dilakukan oleh pemerintah. Sikap adil dan tidak memihak sebelah dalam melihat kepentingan konsumen dan produsen ataupun pelaku usaha diharapkan mampu melindungi konsumen, akan tetapi perlindungan konsumen tidak harus berpihak kepada kepentingan konsumen itu sendiri yang juga dapat merugikan kepentingan dari produsen ataupun pelaku usaha, jadi haruslah terciptanya keseimbangan antara kepentingan dari konsumen dan produsen.

Pada dasarnya subttansi Pasal 8 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terdapat dua hal, yaitu larangan memproduksi barang dan/atau jasa, dan larangan memperdagangkan barang dan/atau jasa. Larangan yang dimaksud, hakikatnya untuk mengupayakan agar barang dan/atau jasa yang beredar di masyarakat merupakan produk layak edar, antara lain asal usul, kualitas sesuai dengan

informasi pengusaha baik melalui label, etiket, iklan, dan lain sebagainya.⁵⁹ Berbeda dengan produk-produk lainnya, terhadap barang-barang yang berupa sediaan farmasi mendapat perlakuan khusus, karena barang jenis tersebut jika rusak, cacat, bekas, atau tercemar maka dilarang untuk diperdagangkan, meskipun disertai dengan informasi yang lengkap dan benar atas barang tersebut.

Larangan yang tertuju pada “produk” adalah untuk memberikan perlindungan terhadap kesehatan/harta konsumen dari penggunaan barang dengan kualitas yang dibawah standar atau kualitas yang lebih rendah daripada nilai harga yang dibayar. Dengan adanya perlindungan, maka konsumen tidak akan diberikan barang dengan kualitas yang lebih rendah daripada harga yang dibayarnya, atau yang tidak sesuai dengan informasi yang diperolehnya.

⁵⁹ Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, hlm. 18.