

PERTANGGUNGJAWABAN PELAKU USAHA PENGGUNA JASA MAKLON TERHADAP KONSUMEN PRODUK KECANTIKAN PRODUKSI JASA MAKLON ILEGAL

Tari Thalia Tilameo ¹⁾

Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Jakarta, Indonesia ¹⁾

Corresponding Author:

tarrsch@gmail.com ¹⁾

Abstrak

Banyak pengusaha baru menggunakan layanan maklon kosmetik untuk mempermudah dan mengurangi biaya produksi serta administrasi legal produk. Hubungan antara perusahaan jasa maklon dan klien yang menggunakan jasanya terikat dalam kontrak manufaktur. Pada tahun 2023, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) menemukan banyak perusahaan maklon tanpa izin. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui siapa yang bertanggung jawab atas kerugian yang mungkin dialami oleh konsumen. Penelitian dilakukan menggunakan metode pendekatan doktrinal yang menelaah teori tanggung jawab serta menganalisis peraturan perundang-undangan, terutama Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa menurut Pasal 18 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, perusahaan jasa maklon bertanggung jawab atas produk yang diproduksi, sementara Pasal 16 Peraturan Menteri Kesehatan No. 1175/Menkes/Per/XII/2010 menegaskan bahwa pengguna jasa maklon juga bertanggung jawab atas distribusi dan perdagangan produk, termasuk penggantian rugi, penanganan keluhan, dan penarikan produk dari peredaran.

Kata Kunci: Perusahaan Maklon Kosmetik, Konsumen, Pelaku Usaha, Tanggung jawab

Abstract

Most start-up businesses use cosmetic manufacturing services companies, which make production and the legality management easier, also could save production costs. The relationship between maklon service companies and business actors using maklon services is bound in business relationship called contract manufacturing. In 2023, The Indonesian Food and Drug Authority) find many maklon companies without permits. For this reason, it is necessary to know that if there is a loss experienced by a consumer, to whom lies the responsibility for the consumer's loss. The research was carried out using a doctrinal approach method in connection with the theory of responsibility and analysis of statutory regulations, in this case Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection. The results of this research, based on Article 18 of Law Number 8 of 1999 where responsibility lies with the contracting services company as the party producing the product, and is confirmed in Article 16 of Minister of Health Regulation No. 1175/Menkes/Per/XII/2010 that users of maklon services as parties who distribute, or trade are also responsible for either compensating for losses or handling complaints and withdrawing products from circulation.

Keywords: Maklon Cosmetic Companies, Consumers, businessmen, Responsibilities

History:

Received : 25 November 2023

Revised : 10 Januari 2024

Accepted: 29 Februari 2024

Published: 1 Maret 2024

Publisher: LPPM Universitas Darma Agung

Licensed: This work is licensed under

[Attribution-NonCommercial-No](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

[Derivatives 4.0 International \(CC BY-NC-ND 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



PENDAHULUAN

Berdasarkan kesadaran masyarakat, terutama kalangan wanita, tentang pentingnya peran kosmetik dan produk perawatan wajah sebagai kebutuhan primer, penampilan menarik menjadi sebuah tren dan tuntutan yang semakin ditekankan dalam masyarakat (Abdiilah et al., 2024). Perubahan perilaku konsumen terhadap produk kosmetik terjadi, di mana sebelumnya pembelian didasarkan pada keinginan, kini lebih berorientasi pada kebutuhan. Dampaknya, industri kecantikan dan perawatan wajah mengalami pertumbuhan yang signifikan. Selain itu, selama pandemi COVID-19, minat masyarakat terhadap perawatan kulit di rumah meningkat, menyebabkan merek-merek kecantikan lokal berkembang pesat.

Menurut laporan dari BPOM, jumlah pelaku usaha dalam industri kosmetik meningkat dari 819 pada tahun 2021 menjadi 913 pada tahun 2022, menunjukkan pertumbuhan sebesar 20,6% pada tahun tersebut. Data dari Sistem Informasi Industri Nasional tahun 2022 juga mencatat bahwa industri kosmetik mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 59.886 orang. Analisis dari Statista menunjukkan bahwa segmen pasar terbesar dalam industri kosmetik nasional adalah perawatan, termasuk perawatan kulit (skincare) dan personal care, dengan volume pasar mencapai 3,16 miliar USD pada tahun 2022.

Permintaan yang meningkat dan berkembang pesat untuk produk kosmetik telah mendorong munculnya berbagai bisnis di sektor tersebut, termasuk perusahaan perawatan kulit dan perusahaan farmasi kosmetik. Saat ini, dominasi dalam bisnis kosmetik dan perawatan kulit di tingkat nasional lebih banyak dipegang oleh merek-merek lokal. Merek-merek ini tidak hanya dikembangkan oleh pelaku usaha yang sudah berpengalaman, seperti perusahaan multi level marketing (MLM), tetapi juga oleh pelaku usaha baru, termasuk individu seperti influencer, artis, dokter kecantikan, serta salon dan klinik kecantikan (Fitria, 2022).

Banyak pelaku usaha pemula saat ini memanfaatkan layanan maklon kosmetik yang disediakan oleh perusahaan-perusahaan tertentu. Layanan ini memberikan kemudahan dan efisiensi dalam produksi serta proses perizinan produk. Bahkan, banyak perusahaan maklon kosmetik yang telah memiliki izin dari BPOM dan produk-produk mereka telah melewati proses validasi untuk mendapatkan izin edar. Jasa maklon sendiri merupakan kegiatan manufaktur produk yang dilakukan oleh perusahaan atas permintaan pihak lain.

Pada 16 Maret 2023, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) melakukan penggerebekan terhadap pabrik kosmetik ilegal yang berlokasi di Pergudangan Elang Laut Sentra Industri 1 dan 2 Blok I 1/28, RT 02 RW 03, Pantai Indah Kapuk, Penjaringan, Jakarta Utara. Tindakan ini dilakukan setelah masyarakat melaporkan adanya praktik produksi kosmetik ilegal tanpa izin edar (TIE). Selain itu, temuan dari Forum Media Siber (FORMASI) Makassar menunjukkan bahwa sejumlah produk kosmetik hasil

maklon tanpa izin edar masih beredar di Kota Makassar. Beberapa penjual kosmetik bahkan menggunakan lebih dari satu jasa perusahaan penyedia jasa maklon.

Berdasarkan ketentuan yang terdapat dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), pelaku usaha merujuk kepada setiap individu atau entitas bisnis, baik yang berbentuk badan hukum maupun tidak, yang melakukan kegiatan ekonomi di wilayah hukum Republik Indonesia. Kegiatan tersebut dapat dilakukan secara individu atau melalui kesepakatan dalam penyelenggaraan usaha di berbagai sektor ekonomi.

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Konsumen yang diatur dalam undang-undang ini merujuk kepada konsumen akhir pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk. Sedangkan, pengguna jasa maklon dalam UUPK sendiri dapat dikategorikan sebagai konsumen antara yang mana merupakan konsumen yang menggunakan suatu produk atau jasa sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya.

Adanya pabrik maklon ilegal dan produk kosmetik ilegal yang beredar menunjukkan bahwa ada produk-produk kosmetik yang diproduksi oleh perusahaan maklon tanpa izin yang beredar di masyarakat. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui siapa yang bertanggung jawab atas kerugian yang mungkin dialami oleh konsumen akibat produk tersebut, serta bagaimana perlindungan dan tanggung jawab pelaku usaha yang menggunakan jasa maklon diatur dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Dalam penulisan ini, penelitian dilakukan dengan menggunakan metode pendekatan doktrinal yang terkait dengan teori tanggung jawab, serta melakukan analisis terhadap peraturan perundang-undangan, khususnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Metode ini sering disebut sebagai pendekatan kepustakaan, yang melibatkan penelitian terhadap berbagai buku, peraturan perundang-undangan, dan dokumen lain yang relevan. Dalam konteks penelitian deskriptif analitis, pendekatan ini digunakan untuk menjelaskan secara obyektif keadaan subyek dan objek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Tinjauan Umum Konsumen dan Pelaku Usaha dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

1) Konsumen

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diinisiasi oleh pengakuan bahwa konsumen sering kali berada dalam posisi yang lebih lemah

dalam transaksi bisnis, sehingga mereka membutuhkan perlindungan khusus. Sebaliknya, pelaku usaha dianggap sering memanfaatkan kelemahan konsumen tanpa harus bertanggung jawab secara hukum. Oleh karena itu, pembentukan undang-undang ini didasari oleh kebutuhan untuk menjaga keseimbangan dan melindungi hak-hak konsumen dalam transaksi bisnis.

Kurangnya kesadaran dan pengetahuan masyarakat sebagai konsumen dapat menciptakan celah bagi pelaku usaha yang tidak bertujuan baik dalam menjalankan usaha mereka. Hal ini memungkinkan mereka untuk mencari keuntungan semaksimal mungkin dengan memanfaatkan sumber daya secara efisien. Pelaku usaha seringkali memiliki kebebasan untuk memproduksi komoditas tanpa harus mematuhi standar yang berlaku, yang mengizinkan mereka untuk mempromosikan produk dengan cara yang menyesatkan atau memanfaatkan ketidaktahuan konsumen tentang produk tersebut.

UUPK dibentuk dengan mengutamakan prinsip-prinsip perlindungan konsumen, yang dijelaskan secara rinci dalam Pasal 2 UUPK, antara lain:

- a) Asas Manfaat mengacu pada upaya perlindungan konsumen yang bertujuan untuk memberikan manfaat sebesar mungkin bagi kedua belah pihak, yaitu konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- b) Asas Keadilan mengimplikasikan bahwa partisipasi masyarakat harus diupayakan secara maksimal, dan bahwa konsumen serta pelaku usaha memiliki hak untuk memperoleh perlakuan yang adil serta peluang yang sama untuk melaksanakan hak dan kewajiban mereka.
- c) Asas Keseimbangan mengacu pada upaya untuk menciptakan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah baik dari segi materiil maupun spiritual.
- d) Asas keamanan dan keselamatan konsumen mengacu pada memberikan jaminan atas keselamatan dan keamanan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang mereka konsumsi atau gunakan.
- e) Asas kepastian hukum menegaskan bahwa baik pelaku usaha maupun konsumen harus mematuhi hukum dan mendapatkan perlakuan yang adil dalam pelaksanaan perlindungan konsumen. Negara juga bertanggung jawab untuk menjamin adanya kepastian hukum dalam konteks perlindungan konsumen.

Pasal 1 angka 2 UUPK secara jelas mendefinisikan konsumen sebagai individu yang menggunakan barang dan/atau jasa untuk keperluan pribadi, keluarga, atau orang lain, tanpa tujuan untuk diperdagangkan. Definisi ini mencakup lebih dari sekadar pembeli dalam konteks transaksi jual beli, karena juga mencakup penggunaan barang atau jasa oleh individu untuk kepentingan dirinya sendiri, keluarganya, atau orang lain. Dengan demikian, hubungan antara konsumen dan pelaku usaha tidak hanya terbatas pada transaksi komersial, melainkan juga mencakup penggunaan produk atau jasa oleh

individu dalam konteks yang lebih luas. Meskipun banyak orang mungkin mengartikan konsumen sebagai pembeli, namun definisi tersebut mencakup kategori yang lebih luas daripada sekadar pembelian barang atau jasa.

Cakupan pengertian konsumen disampaikan secara sederhana oleh Mantan Presiden Amerika Serikat, John F. Kennedy yang mengatakan bahwa, "*Consumers by definition include us all*". Namun, Hondius, seorang ahli perlindungan konsumen asal Belanda menyimpulkan bahwa para ahli hukum secara umum sepakat mengartikan konsumen sebagai pemakai produksi terakhir dari benda dan jasa (*uitendelijke gebruiker van goederen en diensten*). Dengan rumusan itu Hondius membedakan antara konsumen bukan pemakai terakhir (konsumen antara) yang mana membeli barang dan/jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersial) kepada konsumen pemakai terakhir.

Pasal 7 UUPK memberikan definisi yang lebih spesifik mengenai konsumen, yaitu setiap individu yang membeli barang dengan syarat dan harga yang telah disepakati, namun tidak termasuk mereka yang memperoleh barang tersebut untuk tujuan penjualan kembali atau keperluan komersial lainnya.

Perlindungan konsumen merujuk pada upaya untuk memenuhi hak-hak dasar konsumen. Menurut Rancangan Akademik Undang-Undang tentang perlindungan konsumen yang dikeluarkan oleh Fakultas Hukum Universitas Indonesia dan Departemen Perdagangan, terdapat enam hak konsumen. Empat hak dasar disebutkan terlebih dahulu, yang kemudian ditambah dengan hak untuk mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar yang diberikan, dan hak untuk mendapatkan penyelesaian hukum yang patut. Berdasarkan Pasal 4 UUPK, hak konsumen tersebut dijabarkan sebagai berikut:

- a) Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan atas barang dan jasa.
- b) Hak untuk memilih barang dan jasa.
- c) Hak mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur atas barang dan jasa.
- d) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya.
- e) Hak untuk mendapatkan bantuan hukum (advokasi), perlindungan dan penyelesaian sengketa.
- f) Hak dalam pembinaan dan pendidikan konsumen.
- g) Hak untuk diberlakukan dengan secara benar, jujur dan tidak diskriminatif.
- h) Hak untuk mendapatkan kompensasi atas barang atau jasa yang merugikan.
- i) Hak-hak yang ditentukan dalam perundang-undangan lain.

2) Konsumen Akhir dan Konsumen Antara

Secara luas pengertian konsumen sesuai dengan yang dikemukakan oleh John F. Kennedy dan dalam artian sempit mengacu pada pendapat Hondius. Di Perancis, berdasarkan doktrin yurisprudensi yang berkembang, konsumen diartikan sebagai,

“The person who obtains good or services for personal or family purposes.” Sedangkan di Spanyol pengertian konsumen didefinisikan secara lebih luas, yaitu *“Any individual or company who is the ultimate buyer or user of personal or real property, products, services, or activities, regardless of whether the seller, supplier, or producer is a public or private entity, acting alone or collectivel.”*

Pengertian konsumen dapat dibagi sebanyak 3 (tiga) macam yakni:

- a) Secara umum, konsumen adalah setiap individu yang memperoleh barang atau jasa untuk digunakan dalam tujuan tertentu.
- b) Konsumen antara adalah mereka yang memperoleh barang dan/atau jasa dengan tujuan untuk digunakan dalam proses produksi barang atau jasa lainnya, atau untuk diperdagangkan dengan tujuan komersial.
- c) Konsumen akhir adalah individu yang menerima dan menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, atau rumah tangga mereka, dan bukan untuk tujuan perdagangan kembali (non-komersial).

Untuk konsumen antara, barang dan jasa yang diperoleh biasanya merupakan barang atau jasa kapital seperti bahan baku, bahan penolong, atau komponen dari produk lain yang akan digunakan dalam proses produksi jika mereka adalah produsen. Jika mereka bertindak sebagai distributor atau pedagang, barang yang mereka peroleh biasanya berupa barang setengah jadi atau barang jadi yang menjadi barang dagangan utama mereka.

Konsumen antara biasanya mendapatkan barang atau jasa mereka di pasar industri atau pasar produsen. Di sisi lain, bagi konsumen akhir, barang dan/atau jasa tersebut merupakan barang atau jasa konsumen, yang biasanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, atau rumah tangga (produk konsumen). Barang atau jasa ini umumnya diperoleh di pasar dan terdiri dari barang atau jasa yang biasanya digunakan dalam kehidupan sehari-hari oleh masyarakat.

Unsur yang membedakan konsumen antara (produk kapital) dan konsumen akhir (produk konsumen) adalah tujuan penggunaannya. Konsumen antara menggunakan barang atau jasa tersebut untuk membuat barang atau jasa lain atau untuk diperdagangkan kembali, sementara konsumen akhir menggunakan barang atau jasa tersebut untuk kepentingan pribadi, keluarga, atau rumah tangganya sendiri. Perbedaan ini mendasari kepentingan masing-masing konsumen, yang ditentukan oleh fungsi atau penggunaan produk tertentu untuk kebutuhan atau tujuan tertentu, yang kemudian menjadi dasar dalam menentukan perlindungan yang diperlukan.

Motif seseorang saat bertransaksi menjadi sangat penting karena menentukan apakah seseorang dapat dianggap sebagai konsumen akhir atau konsumen antara. Jika motifnya adalah untuk kepentingan pribadi, keluarga, atau rumah tangga sendiri, maka dia akan dianggap sebagai konsumen akhir. Namun, jika motifnya adalah untuk membuat produk lain atau untuk diperdagangkan kembali, maka dia akan dianggap sebagai konsumen antara. Dengan demikian, keberadaan motif tersebut menentukan

apakah seseorang mempertahankan statusnya sebagai konsumen akhir atau menjadi konsumen antara.

Menurut UUPK, konsumen antara tidak termasuk dalam subjek yang dilindungi karena pada dasarnya mereka dianggap sebagai pelaku usaha, bukan konsumen. Hal ini karena konsumen antara menggunakan barang atau jasa untuk membuat produk lain atau untuk diperdagangkan kembali, sehingga kegiatan mereka lebih bersifat komersial daripada konsumsi pribadi, keluarga, atau rumah tangga. Oleh karena itu, perlindungan yang diberikan oleh UUPK lebih ditujukan untuk konsumen akhir yang menggunakan barang atau jasa untuk keperluan pribadi, bukan untuk kepentingan bisnis.

3) Pelaku Usaha

Menurut UUPK, pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, termasuk badan hukum atau non-badan hukum, yang melakukan kegiatan ekonomi di wilayah hukum Republik Indonesia. Mereka dapat beroperasi secara individu atau bersama-sama melalui perjanjian untuk menjalankan berbagai jenis usaha ekonomi. Istilah "pelaku usaha" mencakup berbagai entitas seperti perusahaan, korporasi, BUMN (Badan Usaha Milik Negara), koperasi, importir, pedagang, distributor, dan sebagainya. Ini mencakup semua entitas yang terlibat dalam kegiatan bisnis atau ekonomi di Indonesia, terlepas dari jenis atau bentuk hukumnya.

Kewajiban pelaku usaha untuk bertindak dengan itikad baik dalam menjalankan kegiatan usahanya merupakan prinsip yang didasarkan pada hukum perjanjian, sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata. Selain itu, pelaku usaha juga memiliki kewajiban untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang atau jasa yang ditawarkan, serta memberikan penjelasan mengenai penggunaan, perbaikan, dan pemeliharannya. Hal ini sangat penting karena merupakan hak konsumen untuk memperoleh informasi yang memadai, dan kekurangan informasi atau informasi yang tidak memadai dari pelaku usaha dapat dianggap sebagai cacat produk (cacat informasi), yang dapat menyebabkan kerugian bagi konsumen.

Sesuai dengan UUPK, salah satu tujuan perlindungan konsumen adalah untuk meningkatkan kualitas hidup konsumen. Oleh karena itu, dalam rangka mencapai tujuan tersebut, penting bagi pelaku usaha untuk menghindari berbagai dampak negatif yang mungkin timbul dari penggunaan barang atau jasa yang mereka tawarkan. Ini mencakup upaya untuk memastikan bahwa barang atau jasa yang dipasarkan aman digunakan, memiliki kualitas yang baik, serta tidak menimbulkan risiko atau bahaya bagi konsumen. Dengan demikian, pelaku usaha bertanggung jawab untuk memastikan bahwa produk atau layanan yang mereka sediakan memenuhi standar keamanan dan kualitas yang ditetapkan, serta memberikan perlindungan yang memadai bagi konsumen. Untuk itu, adapun larangan-larangan yang patut dipatuhi

oleh pelaku usaha, antara lain:

- a) Pelaku usaha dilarang memproduksi/memperdagangkan barang dan atau jasa yang:
 - Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan an ketentuan peraturan perundang-undangan.
 - Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut.
 - Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan an jumlah alam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya.
 - Tidak sesuai dengan kondisi jaminan. keistimevvaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang danatau jasa tersebut.
 - Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang danatau jasa tersebut.
 - Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang anatau jasa tersebut.
 - Tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan atau pemanfaatan yang paling baik atas barang tersebut.
 - Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan halal yang dicantumkan dalam label
 - Tidak mencantumkan informasi danatau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan yang berlaku.
- b) Pelaku usaha tidak diizinkan untuk menjual barang yang rusak, cacat, bekas, atau tercemar tanpa memberikan informasi yang lengkap dan akurat tentang kondisi barang tersebut.
- c) Pelaku usaha tidak diizinkan untuk menjual sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat, bekas, atau tercemar, baik dengan atau tanpa memberikan informasi yang lengkap dan akurat.
- d) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang untuk menjual barang atau jasa tersebut dan diwajibkan untuk menariknya dari peredaran.

2. Teori Tanggung jawab dalam Hukum Perlindungan Konsumen

Beberapa negara dengan sistem hukum civil law menerapkan prinsip tanggung jawab produk sebagai bagian dari hukum perikatan atau perjanjian, terutama dalam konteks perbuatan melanggar hukum. Namun, pandangan yang lebih progresif mengenai tanggung jawab produk mengusulkan pengaturan yang lebih khusus dalam

bentuk hukum yang terpisah, yaitu "product liability law".

Dalam hukum perlindungan konsumen, dikenal beberapa prinsip tanggung jawab, antara lain:

- a) Prinsip tanggung jawab berdasarkan adanya unsur kesalahan (*fault liability* atau *liability based on principle*)

Prinsip ini cukup umum berlaku dalam hukum pidana dan perdata. Prinsip ini menyatakan bahwa seseorang hanya dapat dimintai pertanggungjawaban secara hukum jika ada bukti adanya kesalahan yang dilakukannya. Berdasarkan Pasal 1365 KUH Perdata, lazim dikenal tentang perbuatan melawan hukum, mengharuskan terpenuhinya empat unsur pokok, antara lain:

- 1) Adanya perbuatan
- 2) Adanya unsur kesalahan
- 3) Ada kerugian yang diderita

- b) Prinsip tanggung jawab berdasarkan asas praduga (*rebuttable presumption of liability principle*).

Prinsip ini menyatakan bahwa tergugat dianggap selalu bertanggung jawab sampai dapat membuktikan tidak bersalah. Dengan kata lain, beban pembuktian ada pada tergugat. Hal ini sering dikenal dengan teori pembalikan beban pembuktian, yang menyatakan bahwa seseorang dianggap bersalah sampai dapat membuktikan sebaliknya, meskipun terlihat seperti bertentangan dengan asas praduga tidak bersalah yang telah lazim dikenal dalam hukum. Namun, teori pembalikan beban pembuktian ini cukup relevan diterapkan dalam kasus konsumen. Oleh karena itu, kewajiban tergugat adalah membuktikan bahwa ia tidak bersalah dengan menghadirkan bukti-bukti dirinya tidak bersalah.

- c) Prinsip selalu tidak bertanggung jawab (*presumption of nonliability*)

Prinsip ini merupakan kebalikan dari prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab. Sebagai contoh, dalam penerapan prinsip ini dalam hukum pengangkutan, kehilangan atau kerusakan pada bagasi atau kabin tangan yang biasa dibawa oleh penumpang (konsumen) menjadi tanggung jawab penumpang, sehingga pelaku usaha (pengangkut) tidak dapat dimintai pertanggungjawabannya. Meskipun demikian, dalam Pasal 44 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 40 tahun 1995 tentang Angkutan Udara, disebutkan bahwa pengangkut atau pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawabannya sepanjang bukti kesalahannya dapat dibuktikan, dengan pembatasan uang ganti rugi yang ditetapkan (paling tinggi satu juta).

- d) Prinsip pembatasan tanggung jawab (*limitation of liability*)

Prinsip ini sangat disukai oleh pelaku usaha untuk dimasukkan sebagai klausul eksonerasi dalam perjanjian standar yang dibuat oleh mereka. Namun, prinsip ini sangat merugikan bagi konsumen jika diterapkan secara sepihak. Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), seharusnya pelaku usaha tidak

diperbolehkan secara sepihak menentukan klausul-klausul yang merugikan konsumen, termasuk membatasi tanggung jawab mereka. Jika ada pembatasan, hal tersebut harus didasarkan pada peraturan perundang-undangan yang jelas. Prinsip ini tercantum dalam Pasal 19 dan Pasal 24 UUPK.

e) Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability principle* atau *no-fault liability principle*)

Ada pendapat yang menyatakan bahwa *strict liability* adalah prinsip tanggung jawab yang tidak bergantung pada adanya kesalahan. Dalam prinsip ini, tidak ada perluasan untuk membebaskan dari tanggung jawab kecuali dalam keadaan tertentu, seperti *force majeure*. Di sisi lain, *absolute liability* adalah prinsip tanggung jawab tanpa adanya kesalahan dan tanpa adanya pengecualian. Prinsip tanggung jawab mutlak dalam hukum perlindungan konsumen umumnya diterapkan untuk memastikan bahwa pelaku usaha, terutama produsen barang, bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen akibat penggunaan produk yang dipasarkan. Tanggung jawab ini sering disebut sebagai *produk liability*, di mana pelaku usaha harus menanggung kerugian yang disebabkan oleh produk yang mereka pasarkan. Gugatan *produk liability* dapat dilakukan berdasarkan 3 hal, antara lain:

- 1) Melanggar jaminan (*breach of warranty*), misalnya khasiat yang timbul tidak sesuai dengan janji yang terteta dalam kemasan produk.
- 2) Ada unsur kelalaian (*negligence*) yaitu pelaku usaha lalai memenuhi standart obat yang baik.
- 3) Menerapkan tanggung jawab mutlak (*strict liability*).

3. Tinjauan Umum Usaha Maklon

Maklon secara umum mengacu pada kegiatan produksi produk yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan atas permintaan pihak lain. Istilah ini berasal dari kata "Makloon" yang memiliki arti "perusahaan maklon" atau "Cut Make Trim" dalam bahasa Inggris. Singkatan dari istilah "maakloon" ini merujuk pada kegiatan "membuat atas nama orang lain" dalam bahasa Indonesia, yang kemudian dikenal dengan istilah "maklon".

Maklon merupakan proses di mana manufaktur dipindahkan dari satu perusahaan ke perusahaan lain yang memiliki kapasitas produksi lebih besar atau kompetensi yang lebih unggul dalam lingkungan bisnis. Dalam konteks ini, perusahaan yang memesan produk bertanggung jawab atas desain produk, pemilihan bahan baku, dan proses produksi, sementara perusahaan maklon bertanggung jawab untuk memproduksi produk tersebut. Berbagai produk seperti makanan, minuman, kosmetik, obat-obatan, dan lain sebagainya dapat diproduksi melalui proses maklon.

Jasa maklon juga dikenal sebagai *contract manufacturing* atau *toll manufacturing*. Menurut buku "Transfer Pricing and Business Restructurings" oleh Anuschka Bakker,

Contract Manufacturing merujuk pada penyediaan fungsi manufaktur berdasarkan kontrak tertulis sesuai dengan pesanan dari perusahaan induk. Proses ini umumnya dimulai setelah adanya penawaran, dan perusahaan maklon bertanggung jawab atas biaya bahan baku yang kemudian akan dibiayakan kembali dalam biaya produksi per unit. Sementara itu, Toll Manufacturing adalah pelaksanaan fungsi manufaktur atas permintaan dari perusahaan induk, di mana semua pasokan bahan baku berserta spesifikasinya telah disediakan oleh perusahaan induk sebelumnya.

Menurut Peraturan Menteri Keuangan No. 30/PMK.03/2011 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Keuangan No. 70/PMK.03/2010 tentang Batasan Kegiatan dan Jenis Jasa Kena Pajak yang atas Ekspornya Dikenai Pajak Pertambahan Nilai, Jasa Maklon didefinisikan sebagai pemberian layanan yang bertujuan untuk menyelesaikan suatu barang tertentu, di mana proses pengerjaannya dilakukan oleh pihak penyedia jasa (disubkontrakkan). Dalam konteks ini, pengguna jasa menetapkan spesifikasi barang, serta menyediakan bahan baku, barang setengah jadi, atau bahan penolong/pembantu yang akan diproses sebagian atau seluruhnya. Namun, kepemilikan atas barang jadi tetap berada pada pihak pengguna jasa.

Maklon merupakan jenis bisnis yang banyak digunakan oleh berbagai pihak, termasuk artis (public figure), perusahaan MLM, dokter kecantikan, serta salon dan klinik kecantikan. Bagi pengusaha pemula, terutama yang memiliki keterbatasan modal seperti UMKM, memanfaatkan jasa maklon menjadi pilihan yang menguntungkan. Dengan demikian, mereka dapat memasarkan produk dengan merek mereka sendiri tanpa harus memiliki pabrik produksi sendiri.

B. Pembahasan

Dalam dunia usaha, hubungan antara pengusaha dan konsumen sering kali menggambarkan kuasa yang lebih besar dimiliki oleh pengusaha, karena konsumen merupakan pihak terakhir dalam rantai jual-beli. Oleh karena itu, standar terkait produk yang diperdagangkan diatur melalui peraturan perundang-undangan sebagai upaya untuk menjamin mutu, keamanan, dan kemanfaatannya, terutama dalam konteks produk kecantikan dan kosmetik, antara lain:

- a) Industri kosmetik harus memenuhi persyaratan Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik (CPKB).
- b) Industri yang memenuhi persyaratan Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik (CPKB) akan diberikan sertifikat oleh Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) sesuai dengan Pasal 8 Peraturan Kepala Badan POM RI Nomor HK.00.05.4.17.45 tentang Kosmetik.
- c) Untuk memastikan mutu, keamanan, dan kemanfaatan kosmetik bagi pemakainya, langkah utama adalah menerapkan Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik (CPKB) dalam seluruh aspek dan rangkaian produksinya. CPKB menjadi faktor krusial dalam menghasilkan produk kosmetik yang memenuhi standar

mutu dan keamanan, sesuai dengan Peraturan Kepala Badan POM RI Nomor HK.00.05.4.3870 tentang Pedoman Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik.

Dari peraturan-peraturan yang disebutkan di atas, dapat disimpulkan bahwa perusahaan jasa maklon wajib memiliki sertifikat CPKB sebagai bukti legalitas yang menegaskan tanggung jawab mereka terhadap produk yang dihasilkan dan diserahkan kepada konsumen pengguna produk tersebut. Kelebihan menggunakan jasa maklon adalah mempermudah proses perizinan BPOM, karena perusahaan maklon harus memastikan bahwa produk yang akan diproduksi sesuai dengan standar CPKB. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan jasa maklon untuk memperoleh legalitas dan mengurus izin usaha dengan baik agar dapat beroperasi secara sah dan memenuhi ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Melanggar Pasal 8 ayat (1) huruf a UUPK adalah tindakan yang serius karena melibatkan pelanggaran terhadap standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan. Proses perdagangan atau distribusi barang dan jasa tanpa izin BPOM bisa menimbulkan risiko kesehatan dan keamanan bagi konsumen, serta dapat merugikan pelaku usaha yang sah yang telah memenuhi persyaratan yang ditetapkan. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk mematuhi aturan dan prosedur yang berlaku serta memastikan bahwa produk yang diproduksi dan diperdagangkan telah memenuhi standar yang ditetapkan oleh otoritas yang berwenang seperti BPOM.

Selain UUPK sebagai dasar perlindungan hukum terkait perdagangan maupun distribusi produk kosmetik tanpa izin, adapun peraturan lain terkait dengan standar dan persyaratan dalam memproduksi hingga mendistribusikan produk khususnya produk kosmetik, antara lain:

- a) Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1175/Menkes/Per/XII/2010 Tentang Notifikasi Kosmetik, Pasal 2 menyatakan bahwa setiap kosmetika yang beredar wajib memenuhi standar dan/atau persyaratan mutu, keamanan, dan kemanfaatan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.
- b) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 23 Tahun 2019 Tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika, Pasal 2 menyatakan bahwa pelaku usaha wajib menjamin kosmetika yang diproduksi untuk diedarkan di dalam negeri dan/atau yang diimpor untuk diedarkan di wilayah Indonesia memenuhi persyaratan teknis bahan kosmetika.

Batasan pertanggungjawaban atas kerugian suatu produk berdasarkan Pasal 24 UUPK menyatakan bahwa:

- a) Pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila:
 - pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apapun atas barang dan/atau jasa tersebut;
 - pelaku usaha lain, di dalam transaksi jual beli tidak mengetahui adanya

perubahan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha atau tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi.

- b) Pelaku usaha yang dimaksud dalam ayat (1) tersebut dibebaskan dari tanggung jawab terhadap klaim ganti rugi dan tuntutan hukum yang diajukan oleh konsumen jika barang atau jasa yang dibelinya telah mengalami perubahan oleh pelaku usaha lain sebelum dijual kembali kepada konsumen.

Pasal 16 Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1175/Menkes/Per/XII/2010 mengatur tentang pertanggungjawaban produk kosmetik melalui kontrak, yang lebih lanjut mengikat hubungan antara perusahaan jasa maklon dan pelaku usaha yang menggunakan jasa maklon dalam suatu kerjasama berdasarkan kontrak manufaktur, sebagaimana berikut:

- a) Industri kosmetika, importir kosmetika, atau perorangan/badan usaha yang melakukan kontrak produksi bertanggung jawab atas kosmetika yang mereka edarkan.
- b) Jika terjadi kerugian atau kejadian yang tidak diinginkan akibat penggunaan kosmetika, maka industri kosmetika, importir kosmetika, atau perorangan/badan usaha yang melakukan kontrak produksi memiliki tanggung jawab untuk menangani keluhan dan/atau menarik kosmetika yang bersangkutan dari peredaran.
- c) Industri kosmetika, importir kosmetika, atau usaha perorangan/badan usaha yang melakukan kontrak produksi harus melaporkan kepada Kepala Badan jika kosmetika yang telah dinotifikasi tidak lagi diproduksi atau diimpor.
- d) Industri kosmetika, importir kosmetika, atau usaha perorangan/badan usaha yang melakukan kontrak produksi bertanggung jawab atas kosmetika yang tidak lagi diproduksi atau diimpor yang masih beredar di pasaran.

Berdasarkan penjelasan peraturan perundang-undangan di atas, dijelaskan bahwa tanggung jawab produk adalah tanggung jawab bagi seseorang atau pelaku usaha yang mengeluarkan suatu produk, atau dari seorang atau pelaku usaha lain yang memproduksi produk tersebut, selama pelaku usaha tersebut tidak melakukan perubahan atas produk hasil produksi pelaku usaha lain.

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha pengguna jasa maklon berada dalam hubungan kontrak manufaktur, sehingga merujuk pada Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1175/Menkes/Per/XII/2010, maka pelaku usaha pengguna jasa maklon bertanggung jawab apabila konsumen mengalami kerugian terkait produk kosmetik hasil produksi perusahaan jasa maklon tanpa izin atau ilegal. Tanggung jawab tersebut mencakup menangani keluhan serta melakukan penarikan produk tersebut dari peredaran. Untuk itu, tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen menurut pasal 19 UUPK, antara lain:

- a) Pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian yang dialami oleh konsumen akibat

mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan oleh pelaku usaha tersebut.

- b) Ganti rugi sebagaimana dijelaskan dalam ayat (1) dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau pemberian perawatan kesehatan dan/atau santunan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam peraturan perundang-undangan.
- c) Pemberian ganti rugi harus dilakukan dalam waktu tujuh hari sejak tanggal transaksi.
- d) Pemberian ganti rugi sesuai dengan ketentuan pada ayat (1) dan (2) tidak menghilangkan kemungkinan adanya tuntutan pidana, yang dapat diajukan berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- e) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Pasal 19 ayat (4) dan (5) UUPK mengadopsi prinsip *rebuttable presumption of liability*, yang berarti bahwa kewajiban pelaku usaha sebagai tergugat adalah untuk membuktikan bahwa ia tidak bersalah dengan menghadirkan bukti-bukti yang menunjukkan bahwa kesalahan ada pada pihak konsumen.

Sehubungan dengan pertanggungjawaban pelaku usaha atas produk kosmetik yang dihasilkan oleh perusahaan jasa maklon ilegal, hal ini masuk dalam ranah prinsip pertanggungjawaban mutlak (*strict liability*). Prinsip ini menyatakan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab secara mutlak atas konsumen yang mengalami kerugian akibat pemakaian atau mengonsumsi produk kosmetik tersebut. Dengan demikian, meskipun pelaku usaha tersebut tidak melakukan perbuatan melawan hukum, ia tetap bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan oleh produknya kepada konsumen.

Prinsip pertanggungjawaban mutlak ini bertujuan untuk menghilangkan kecenderungan pelaku usaha untuk bertindak tidak adil dalam memperjual belikan kosmetik tanpa izin, sehingga kerugian bagi konsumen dapat diminimalkan. Jika pelaku usaha tidak memenuhi kewajiban pertanggungjawaban sesuai dengan ketentuan Pasal 19 UUPK, konsumen memiliki hak untuk menuntutnya melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau mengajukan gugatan ke pengadilan di daerah tempat tinggalnya sesuai dengan Pasal 45 ayat (2).

SIMPULAN

Berdasarkan hubungan antara perusahaan jasa maklon dan pengguna jasa maklon dalam produksi produk kosmetik, yang merupakan bentuk kerjasama *contract manufacturing*, tanggung jawab atas kerugian yang dialami oleh konsumen pengguna produk tersebut berada pada perusahaan jasa maklon sebagai pihak yang melakukan produksi, sesuai dengan Pasal 18 UUPK. Selain itu, ketentuan ini ditegaskan dalam Pasal 16 Peraturan Menteri Kesehatan No. 1175/Menkes/Per/XII/2010, di mana

pengguna jasa maklon, sebagai pihak yang mengedarkan atau memperdagangkan produk, turut bertanggung jawab baik untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen maupun menangani keluhan serta menarik produk dari peredaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdiilah, U. A. F., Sari, N., & Rahmawati, L. (2024). Persepsi Masyarakat Terhadap Kebutuhan Dan Utilitas Salon Muslimah. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(3), 4350–4362.
- Alya Tsabita. (2023). Kepastian Hukum Tanggung Gugat Dalam Perlindungan Konsumen Pengguna Jasa Maklon Pada Industri Kecantikan Oleh Perusahaan Maklon.
- Anuschka Bakker. (2009). *Transfer Pricing and Business Restructurings*. Amsterdam: IBFD.
- Fransiska Novita Eleanora. (2018). Prinsip Tanggung Jawab Mutlak Pelaku Usaha Terhadap Ketentuan Pasal 27 Uu No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Krtha Bhayangkara, Volume 12 No. 2*,
- Fitria, S. (2022). *PENGARUH GAYA HIDUP (LIFESTYLE) GENERASI Z DAN MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GARNIER SKINCARE DI KOTA JAMBI*. Manajemen.
- Mariam Darus Badrudzaman. (1986). Perlindungan terhadap Konsumen Dilihat dari Sudut Pandang Perjanjian Baku (Standar), dalam BPHN. Simposium Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen. Bandung: Binacipta.
- Melinda Christianti Kwan. (2023). Strategi Rebranding pada Maklon Sebagai Bentuk Jasa Produksi dan Pemasaran untuk Meningkatkan Ekuitas Merek pada Perusahaan Kosmetik di Indonesia. *Jurnal Multidisiplin Adijata Volume 1 Nomor 2*.
- Shidarta. (2006). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Grasindo: Jakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
- Yudha Hadian Nur dan Dwi Wahyuniarti Prabowo. (2011). Penerapan Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (Strict Liability) Dalam Rangka Perlindungan Konsumen. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol. 5 No. 2*.