

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN KOSMETIK DALAM JUAL BELI ONLINE

Oleh:

Wartiani ¹⁾

Francyus Sinaga ²⁾

Cut Nurita ³⁾

Universitas Darma Agung, Medan ^{1,2,3)}

E-mail:

wartiani@gmail.com ¹⁾

franciussinaga@gmail.com ²⁾

cutnurita12@gmail.com ³⁾

ABSTRACT

This study examines the legal protection of cosmetic consumers in buying and selling online. The type of research carried out in the preparation of this research is normative research. Normative research is research that is focused on examining the application of positive legal rules or norms. Descriptive method is a research method that focuses on problems or phenomena that are actual at the time the research is conducted, then describes the facts about the problem being investigated as they are with rational and accurate interpretations. The results of the study show that there are still many cosmetic manufacturers who have not registered their brands as an obstacle for BPOM in carrying out supervision. BPOM cannot alone supervise the distribution of cosmetics through online media, BPOM must continue to collaborate with other agencies, such as Kominfo, Health Service, Police, and others. -other. In addition to going through the courts, consumer dispute resolution can be reached through the BPSK channel.

Keywords: *Consumers, Cosmetics, Buying and Selling Online*

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang perlindungan hukum terhadap konsumen kosmetik dalam jual beli online. Jenis penelitian yang dilakukan dalam penyusunan penelitian ini adalah penelitian normatif. Penelitian normatif yaitu penelitian yang difokuskan untuk mengkaji penerapan kaedah-kaedah atau norma-norma hukum positif. Metode deskriptif adalah metode penelitian yang memusatkan perhatian pada masalah-masalah atau fenomena yang bersifat aktual pada saat penelitian dilakukan, kemudian menggambarkan fakta-fakta tentang masalah yang diselidiki sebagaimana adanya dengan interpretasi rasional dan akurat. Hasil penelitian menunjukkan masih banyak nya produsen kosmetik yang belum mendaftarkan merknya menjadi penghambat BPOM dalam melakukan pengawasan BPOM tidak bisa sendiri dalam melakukan pengawasan terhadap peredaran kosmetik melalui media online, BPOM harus terus melakukan kerjasama dengan instansi lain, seperti Kominfo, Dinas Kesehatan, Kepolisian, dan lain-lain. Selain melalui pengadilan, penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui jalur BPSK.

Kata Kunci : *Konsumen, Kosmetik, Jual Beli Online*

1. PENDAHULUAN

Keberadaan UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merupakan tonggak awal keberhasilan terhadap perlindungan masyarakat sebagai konsumen dari akibat terjadinya globalisasi dan perkembangan teknologi dunia khususnya di Indonesia. Sebagai hukum yang bertujuan untuk melindungi masyarakat dari kerugian hasil produk-produk perusahaan di Era Globalisasi ini ternyata belum dapat berjalan maksimal dan optimal. Hal ini terbukti dengan masih banyaknya terjadinya pelanggaran kepada hak-hak masyarakat selaku konsumen suatu produk.

Salah satu produk yang kerap menjadi persoalan bagi masyarakat adalah produk kosmetik. Produk kosmetik merupakan hasil dari industri kecantikan nasional Indonesia yang juga merupakan sumber pendapatan negara. Di Era Revolusi Industri 4.0 ini, perdagangan dilakukan secara digital dan konvensional. Akan tetapi, peran dunia digital internet menjadi dominasi pilihan untuk memasarkan produk atau barang-barang industri kecantikan. Beberapa media online yang sering digunakan oleh penjual kosmetik diantaranya adalah:

1. <https://shopee.co.id/boskosmetikmedan>
2. <https://www.tokopedia.com/grosirkosmetik->
3. https://www.instagram.com/kazana_kosmetik/?hl=id
4. <https://www.bukalapak.com/p/perawatan-kecantikan/produk-kecantikan-lainnya/2806ft-jual-grosir-kosmetik-medan-juragan-kosmetik-medan>
5. <https://id-id.facebook.com/kosmemeda/>
6. <http://jual-kosmetik-murah.blogspot.com/2017/10/tero-ko-kosmetik-medan.html>

7. <https://www.beautynailhairsalon.com/ID/Medan/262863264115132/Grosir-kosmetik-medan>
8. <https://www.lazada.co.id/tag/medan-kosmetik/>
9. https://www.olx.co.id/medan-kota_g4000131/q-kosmetik
10. <https://www.sephora.co.id/>
11. <https://www.blibli.com/p/medan-meriah-tas-makeup/pc--MTA-7852082?ds=MEM-60080-00356-00001>

Melalui situs-situs internet tersebut, perusahaan-perusahaan kosmetik memasarkan produk-produk kosmetiknya kepada konsumen baik secara langsung atau melalui distributor produk kosmetik. Pada dasarnya jika perusahaan besar seperti Viva Cosmetic, Martha Tilaar, Mustika Ratu, Wardah, Purbasari melakukan pemasaran produk kosmetik maka akan melalui jalur-jalur pemasaran secara langsung ataupun melalui program *e-commerce*.

Mengutip yang disampaikan oleh Umesh Phadke, Presiden Direktur PT L'Oreal Indonesia menjelaskan pasar kecantikan di Indonesia selalu dinamis dan bertumbuh lebih cepat dibandingkan Gross Domestic Product (GDP). Dan tahun ini L'Oreal melihat pasar kecantikan Indonesia bertumbuh sekitar 7%. Menurutnya, Ada tiga pendorong utama dari pertumbuhan tersebut. *Pertama*, konsumen muda yang dinamis dan digital. Mengingat Indonesia memiliki populasi yang sangat muda (rata-rata di bawah umur 30 tahun) yang memiliki hasrat untuk berpenampilan baik dan sangat optimistis dalam memandang masa depan. *Kedua*, *landscape* ritel yang semakin modern dan berubah cepat. Kemajuan ritel ini menawarkan konsumen kemudahan dan keunikan dalam mengakses produk-produk kecantikan terbaik. Umesh

menambahkan gerai *chainstore* seperti Guardian dan Watsons membuka semakin banyak gerai dan memodernisasi gerai-gerainya yang ada untuk menawarkan suasana yang lebih mengundang konsumen untuk mencoba dan membeli produk-produk perawatan kecantikan.

Industri kecantikan yang akhirnya melahirkan Bisnis klinik kecantikan terus tumbuh positif seiring pertumbuhan pendapat masyarakat Indonesia dan perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan data dari BPS pendapatan industri kecantikan Indonesia sebesar 7,095 miliar dolar Amerika atau Rp 99,33 triliun (US\$1 = Rp 14.000) pada 2020. Angka itu, tumbuh 2,84 persen dari tahun sebelumnya. Namun, pertumbuhan ini lebih rendah dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 5,59 persen. Berdasarkan kajian yang dilakukan Euromonitor, potensi bisnis dari industri kecantikan dan perawatan di Indonesia pada 2019 ditaksir mencapai US\$6 miliar. Jumlahnya diprediksi masih terus meningkat hingga beberapa tahun ke depan. Pada 2022 potensinya diperkirakan bisa mencapai US\$8,4 miliar. Co-Founder sekaligus CEO Sociolla John Rasjid mengatakan, untuk menggarap peluang tersebut, pihaknya terus mengembangkan inovasidanterobosan baru. Berbagai pengembangan dilakukan untuk menjadikan Sociolla selalu relevan dengan industri dan pelanggan.

Berdasarkan data tersebut, walaupun ada peningkatan dampak terhadap penerimaan negara dari industri kecantikan yang menghasilkan produk-produk kosmetik ternyata tidak serta merta diikuti dengan perlindungan hukum bagi masyarakat sebagai konsumen. Kurangnya pengawasan

pemerintah melalui Badan Pengawas Obat-Obatan dan Makanan (BPOM) dan Kementerian Kesehatan serta Pihak Bea dan Cukai serta institusi pemerintah lainnya dibuktikan dengan maraknya produk kosmetik ilegal dan penjualan kosmetik yang tidak dikenakan pajak dan cukai serta pembuatan kosmetik ilegal tanpa ijin.

Lemahnya pengawasan Pemerintah terhadap persoalan industri kecantikan yang menghasilkan produk kosmetik di Indonesia juga dipersulit dengan media transaksi antara pelaku atau penjual produk kosmetik ilegal melalui internet atau dengan proses jual beli online. Hal tersebut mempersulit keadaan apabila terjadi praktik pelanggaran hak konsumen dan pelanggaran hukum. Sulitnya ditemukan penjual melalui online akan mempersulit aparat penegak hukum untuk melakukan penangkapan jika terbukti melakukan tindak pidana. Selain itu, juga akan mempersulit untuk memintakan pertanggungjawaban apabila terjadi pelanggaran terhadap hak-hak konsumen sesuai dengan UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Pelanggaran pidana UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terkait dengan industri kosmetik kecantikan salah satunya yang ditangani oleh Kepolisian Daerah Metro Jaya dengan menggerebek sebuah rumah yang dijadikan pabrik kosmetik klandestin di Depok dengan tempat tidak standar dan peralatan yang mirip dengan peranti membuat kue. Selain menasar toko kosmetik, pelaku diduga juga menyalurkan kosmetik ilegal mereka ke dokter di klinik kecantikan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

1. Tinjauan Umum tentang Perjanjian Jual Beli

Wirjono Prodjodikoro mengemukakan “Perjanjian adalah suatu perhubungan hukum mengenai harta benda antara dua pihak, dalam mana satu pihak berjanji atau dianggap berjanji untuk melakukan hal sedang pihak lain berhak menuntut pelaksanaan janji itu”.

Menurut pasal 1233 KUH Perdata bahwa tiap-tiap perikatan dilahirkan baik karena undang-undang, maupun karena adanya suatu perjanjian. Dengan demikian maka harus terlebih dahulu adanya suatu perjanjian atau undang-undang, sehingga dapat dikatakan bahwa perjanjian dan undang-undang itu merupakan sumber suatu ikatan.

Dasar hukum dari persetujuan adalah pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata yang menyatakan bahwa semua persetujuan yang dibuat dengan sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Sedangkan sumber perikatan yang lahir karena undang-undang dapat dibagi dua pengertian yaitu undang-undang saja dan undang-undang yang diciptakan oleh individu-individu karena perbuatan mereka tidak ada diatur dalam undang-undang karena undang-undang saja misalnya kewajiban atau hak orang tua terhadap anak dan sebaliknya kewajiban anak terhadap orang tua apabila orang tua tidak berkemampuan. Undang-undang yang diciptakan oleh individu-individu disebabkan perbuatan mereka tidak ada diatur di dalam undang-undang positif hanya berlaku bagi para pihak yang membuatnya saja, dan selama undang-undang tersebut diperbolehkan oleh undang-undang dan tidak bertentangan dengan hukum.

Sistim dan azas yang terkandung dalam buku ke III, KUH Perdata adalah sistim terbuka, dan berbeda dengan sistim tertutup yang terkandung dalam Buku Ke III dimana

para pihak tidak dapat menentukan lain selain yang telah ditentukan oleh Undang-Undang. Sistim terbuka berarti bahwa para pihak dapat menentukan lain pada yang lain telah ditentukan oleh Undang-Undang. Jadi dengan kata lain bahwa Buku ke III tersebut mengatur secara tersendiri, atau dapat juga disebut azas kebebasan berkontak dalam membuat perjanjian (*Beginsel Der Contracts Vrijheid*).

Azas kebebasan berkontrak ini dapat disimpulkan dari pasal 1338 ayat 1 yang menerangkan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Jadi para pihak leluasa untuk membuat perjanjian macam apa saja tidak melanggar isi undang-undang, keterlibatan umum dan kesusilaan. Perkataan semua berbagai tertera di dalam pasal 1338 KUH Perdata tersebut dapat pula kita anggap sebagai suatu pernyataan-pernyataan lainnya yang juga tertuju atau ditujukan kepada masyarakat.

Selain menganut azas kebebasan berkontrak seperti yang disebut di atas, juga pasal-pasal dari hukum perjanjian merupakan hukum pelengkap atau *aanvullende recht* yang mengandung arti bahwa pasal-pasal dalam hukum perjanjian itu boleh masuk disingkatkan manakala dikehendaki oleh pihak yang membuat perjanjian. Mereka pada umumnya diperbolehkan membuat perjanjian tersendiri atau ketentuan sendiri yang menyimpang dari pasal-pasal hukum perjanjian. “Jadi undang-undang hanyalah baru berarti bagi pihak-pihak yang saling mengadakan janji itu sendiri didalam perjanjian yang mereka buat.” Maka diartikan disini bahwa mereka mengenai soal yang satu ini akan tunduk kepada Undang-Undang”.

Untuk sahnya suatu perjanjian harus dipenuhi ketentuan-

ketentuan yang diatur dalam pasal 1320 KUH Perdata yaitu :

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya
2. Cakap untuk membuat suatu perjanjian
3. Mengenai suatu hal tertentu
4. Suatu sebab yang halal

2. Tinjauan Umum tentang Konsumen

Istilah konsumen berasal dari alih bahasa dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsumen* (Belanda). Pengertian dari *consumer* atau *cosument* itu tergantung dalam posisi mana ia berada. Secara harfiah. Arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang. Tujuan penggunaan barang atau jasa nanti menentukan termasuk kelompok mana pengguna tersebut. Begitu pula Kamus Bahasa Inggris-Indonesia memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen.

Berdasarkan ketentuan Pasal 1 ayat (2) UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa 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”

Unsur-unsur definisi konsumen berdasarkan ketentuan Pasal 1 ayat (2) UU No. 8 tahun 1999 sebagai berikut:

(1) Setiap Orang

Tentu yang paling tepat tidak membatasi pengertian konsumen itu sebatas pada orang perseorangan. Namun, Konsumen harus mencakup juga badan usaha dengan makna lebih luas daripada badan hukum. Dengan demikian tampak bahwa pelaku usaha yang dimaksudkan dalam UU Perlindungan Konsumen sama dengan

cakupan produsen yang dikenal di Belanda, karena produsen dapat berupa perorangan ataupun badan hukum.

UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen berusaha menghindari penggunaan kata “produsen” sebagai lawan kata “konsumen”. Untuk itu, digunakan kata “pelaku usaha” yang bermakna lebih luas. Istilah terakhir ini dipilih untuk memberi arti sekaligus bagi kreditur (penyedia dana), produsen, penyalur, penjual, dan terminologi lain yang lazim diberikan. Bahkan, untuk kasus-kasus yang spesifik seperti dalam kasus periklanan, pelaku usaha ini juga mencakup permasalahan media, tempat iklan itu ditayangkan.

(2) Pemakai

Sesuai dengan bunyi penjelasan Pasal 1 angka (2) UUPK, kata “Pemakai” menekankan, konsumen adalah konsumen akhir (*ultimate consumer*) dalam hal ini tepat digunakan dalam rumusan ketentuan tersebut, sekaligus menunjukkan, barang dan/atau jasa yang dipakai tidak serta merta hasil dari transaksi jual beli. Artinya, sebagai konsumen tidak selalu harus memberikan prestasinya dengan cara membayar uang untuk memperoleh barang dan/atau jasa itu. Dengan kata lain, dasar hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha tidak perlu harus kontraktual (*the privity of contract*).

Konsumen memang tidak sekedar pembeli (*buyer atau koper*) tetapi tidak semua orang (perorangan atau badan usaha) yang mengkonsumsi jasa dan/atau barang, termasuk peralihan kenikmatan dalam menggunakannya. Mengartikan konsumen secara sempit, seperti hanya sebagai orang yang mempunyai hubungan kontraktual pribadi (*in privity of contract*) dengan produsen atau

penjual adalah cara pendefinisian konsumen yang paling sederhana.

(3) Barang dan/atau jasa

Berkaitan dengan istilah barang dan/atau jasa, sebagai pengganti terminologi tersebut digunakan kata produk. Saat ini “produk” suatu berkonotasi barang atau jasa. Semula kata produk hanya mengacu pada pengertian barang. Dalam dunia perbankan, istilah produk dipakai juga untuk menanamkan jenis-jenis layanan perbankan.

UUPK mengartikan barang sebagai setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen. UUPK tidak menjelaskan perbedaan istilah-istilah “dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan”. Sementara itu, jasa diartikan sebagai layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

(4) Yang Tersedia dalam Masyarakat

Barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah harus tersedia di pasaran (lihat juga bunyi Pasal 9 ayat (1) huruf e UUPK). Dalam perdagangan yang makin kompleks dewasa ini, syarat itu tidak lagi mutlak lagi dituntut oleh masyarakat konsumen. Misalnya, perusahaan pengembang (*developer*) perumahan sudah biasa mengadakan transaksi terlebih dahulu sebelum bangunannya jadi. Bahkan, untuk jenis-jenis transaksi konsumen tertentu, seperti *futures Trading*, keberadaan barang yang diperjualbelikan bukan sesuatu yang diutamakan.

(5) Bagi Kepentingan Diri Sendiri, Keluarga, Orang Lain, Makhluk Hidup Lain

Transaksi konsumen ditujukan untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lain. Unsur yang diletakkan dalam definisi itu mencoba untuk memperluas pengertian kepentingan. Kepentingan ini tidak sekedar ditujukan untuk diri sendiri dan keluarga, tetapi juga barang dan/atau jasa itu diperuntukkan bagi orang lain (di luar diri sendiri dan keluarganya), bahkan untuk makhluk hidup lain, seperti hewan dan tumbuhan.

3. Tinjauan Umum tentang Perlindungan Hukum

Soetjipto Rahardjo menyatakan bahwa perlindungan hukum adalah upaya melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam kepentingannya tersebut. selanjutnya dikemukakan pula bahwa salah satu sifat dan sekaligus merupakan tujuan dari hukum adalah memberikan perlindungan (pengayoman) kepada masyarakat. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap masyarakat tersebut harus diwujudkan dalam bentuk adanya kepastian hukum.

3. METODE PELAKSANAAN

1. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penyusunan penelitian ini adalah penelitian yuridis normatif. Penelitian yuridis normatif yaitu penelitian yang difokuskan untuk mengkaji penerapan kaedah-kaedah atau norma-norma hukum positif.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa bahan hukum

primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier, yaitu:

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang bersifat otoritatif artinya mempunyai otoritas. Bahan hukum primer terdiri dari peraturan perundang-undangan yang diurut berdasarkan hierarki seperti peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen kosmetik di Indonesia.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang terdiri atas buku-buku teks yang ditulis oleh ahli hukum yang berpengaruh, jurnal-jurnal hukum, pendapat para sarjana, kasus-kasus hukum, yurisprudensi, dan hasil-hasil simposium mutakhir yang berkaitan dengan perlindungan konsumen kosmetik di Indonesia.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang memberikan petunjuk atau penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder berupa kamus umum, kamus bahasa, surat kabar, artikel, internet.

3. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian Kepustakaan (*Library Research*).

4. Analisis Data

Keseluruhan data dalam penelitian ini dianalisis secara kualitatif. Analisis kualitatif ini akan dikemukakan dalam bentuk uraian yang sistematis dengan menjelaskan hubungan antara berbagai jenis data. Selanjutnya semua data diseleksi dan diolah, kemudian dianalisa secara deskriptif sehingga selain menggambarkan dan mengungkapkan, diharapkan akan memberikan solusi atas permasalahan dalam penelitian ini.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peran BPOM Untuk Memastikan Keamanan Produk

Cara memastikan keamanannya adalah dengan mengakses website Badan POM di www.pom.go.id baik melalui telepon selular maupun komputer yang terkoneksi dengan internet yang pada akhirnya mereka akan memperoleh informasi mengenai produk yang mereka cari. Dengan Cek KLIK ini diharapkan para pengguna kosmetik menjadi konsumen yang cerdas dan juga merupakan salah satu upaya dalam mencegah adanya kerugian pada konsumen. Cek KLIK sendiri didefinisikan sebagai cek empat item utama. Cek pertama berupa Cek Kemasan. Biasakan untuk memastikan kemasan produk dalam kondisi baik (tidak sobek, pecah, berlubang, karatan ataupun lusuh) karena kosmetik dapat terkontaminasi oleh kuman dari luar.

Cek kedua berupa Cek Label. Biasakan untuk membaca label. Label dapat memberikan informasi mengenai produk. Informasi mengenai komposisi produk, nama produk, jenis produk, kode produksi dan tanggal kadaluwarsa. Komposisi produk atau spesifikasi kimia dari kosmetik harus kita kenali sebelum membeli. Kita dapat mencari tau mengenai kandungan kimia dengan kemudahan internet sekarang ini. Namun kita tidak perlu khawatir karena produk-produk yang mencantumkan komposisi atau spesifikasi material kosmetika artinya mereka terbuka dan tidak takut untuk diperiksa keamanannya atau pertanggung-jawaban hukumnya. Pengecekan pada label ini juga dapat meminimalisir kemungkinan produk yang kita beli adalah produk palsu.

Cek ketiga berupa Cek Izin edar. Biasakan memastikan izin edar dari badan POM. Izin Edar adalah izin

untuk Obat dan Makanan yang diproduksi oleh produsen dan/atau diimpor oleh importir Obat dan Makanan yang akan diedarkan di wilayah Negara Republik Indonesia berdasarkan penilaian terhadap keamanan, mutu, dan kemanfaatan. Kosmetik yang tidak memiliki ijin edar bisa saja mengandung bahan berbahaya di dalam komposisi sediaan. Izin edar kosmetika berupa Notifikasi (Permenkes 1176 Tentang Notifikasi Kosmetik), notifikasi berlaku selama 3 (tiga) tahun dimana untuk mendapatkan nomor tersebut diperlukan banyak dokumen, validasi, formula, stabilitas produk, dan kandungan bahan tersebut aman atau tidak, lolos uji dan lain-lain. Jika nomor registrasi telah keluar maka selanjutnya akan diberi barcode. Adapun kode Notifikasi (NA) memiliki arti sebagai berikut: 2 huruf awal kode benua, 11 angka 2 kode negara, 2 tahun notifikasi, 2 jenis produk dan 5 nomor urut notifikasi. Sebagai contoh Contoh : NA 18150900279 NA= produk asia dan dalam negeri yang maksudnya bisa diketahui.

Cara mengecek kosmetik kita adalah dengan cara mengecek nomor BPOM. Lihat nomor BPOM yang tertera pada kemasan produk kosmetik. Nomor BPOM biasanya terletak di bagian belakang atau di bawah kemasan produk kosmetik. Urutan nomor terdiri dari 2 huruf dan 11 angka. Jika jumlahnya kurang ataupun bahkan tidak ada nomor sama sekali maka kita harus mencurigai keaslian dan keamanan produk kosmetik yang kita gunakan tersebut. Pengecekan nomor BPOM di website resmi dengan cara memasukan nomor BPOM. Jika nomor yang kita ketikkan tidak tertera atau tidak terdaftar di web maka kemungkinan produk yang digunakan tersebut belum lulus uji dari BPOM atau bisa saja produk tersebut

adalah palsu. Pada web tersebut selain kita dapat memperoleh informasi mengenai nama dan jenis kosmetik juga akan diperoleh informasi mengenai tekstur produk kosmetik, kemasan hingga nama produsen yang memproduksi kosmetik tersebut. Badan POM berhak melakukan pengawasan yang mencakup sekurang-kurangnya standarisasi, penilaian, sertifikasi, pemantauan, pengujian, pemeriksaan dan pengujian.

2. Penyelesaian Sengketa Konsumen

Pasal 23 UUPK menyebutkan, bahwa apabila pelaku usaha pabrikandan/atau pelaku usaha distributormenolak dan/atau tidakmemberi tanggapan dan/atau tidakmemenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen, maka konsumen diberikan hak untuk menggugat pelaku usaha dan menyelesaikan perselisih yang timbul melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau dengan cara mengajukan gugatan ke badan peradilan ditempat kedudukan konsumen tersebut.

Hal tersebut senada dengan Pasal 45 UUPK yang menyebutkan :

1. Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.
2. Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela pihak yang bersengketa.
3. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-undang.
4. Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di

luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

Jadi dalam upaya penyelesaian sengketa konsumen menurut UUPK terdapat dua pilihan, yaitu :

1. Melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha (dalam hal ini BPSK), atau
2. Melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.

BPSK merupakan salah satu lembaga yang dapat dijadikan alternatif pencari keadilan bagi para konsumen yang merasa hak hukumnya dirugikan karena pemakaian produk barang dan jasa. Dalam Pasal 1 angka 11 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, BPSK adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen.

Secara khusus, fungsi BPSK adalah sebagai alternatif penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, dan lembaga ini dibentuk di kabupaten/kota. Dalam Pasal 3 Keputusan Menteri Perindustri dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 350/MPP/Kep/12/2001 Tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang BPSK, adapun tugas dan wewenang BPSK meliputi:

1. Melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen dengan cara konsiliasi, mediasi, atau arbitrase;
2. Memberikan konsultasi perlindungan konsumen;

3. Melakukan pengawasan terhadap pencantuman klasifikasi baku;
4. Melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
5. Menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
6. Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;
7. Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap Undang-Undang perlindungan konsumen;
8. Memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/ atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
9. Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi-saksi ahli atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g dan huruf h, yang tidak bersedia memenuhi panggilan BPSK;
10. Mendapatkan, meneliti dan/ atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/ atau pemeriksaan;
11. Memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen;
12. Memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang

melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;

13. Menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Setiap konsumen yang dirugikan dapat mengajukan permohonan penyelesaian sengketa konsumen kepada BPSK, baik secara tertulis maupun lisan melalui sekretariat BPSK. Permohonan tersebut dapat juga diajukan oleh ahli waris atau kuasanya apabila konsumen meninggal dunia, sakit atau telah berusia lanjut, belum dewasa, atau orang asing (warga negara asing). Permohonan yang diajukan secara tertulis yang diterima oleh BPSK dikeluarkan bukti tanda terima oleh Permohonan yang diajukan secara tidak tertulis dicatat oleh sekretariat BPSK dalam suatu format yang disediakan, dan dibubuhi tandatangan atau cap stempel oleh konsumen, atau ahli warisnya atau kuasanya, (Konsumen yang merasahak hukumnya dirugikan dalam hal tidak bisa datang sendiri ke BPSK dapat diwakili oleh ahli waris, atau kuasanya dalam keadaan konsumen meninggal dunia, sakit atau telah berusia lanjut sehingga tidak dapat mengajukan pengaduan sendiri baik secara tertulis maupun lisan, sebagaimana dibuktikan dengan surat keterangan dokter dan bukti Kartu Tanda Penduduk (KTP), belum dewasa sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku; atau orang asing (Warga Negara Asing). Lihat lebih lanjut ketentuan Pasal 15 ayat (3) Kepmenperindag RINo.350/MPP/Kep/12/2001 Tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang BPSK), dan kepada

pemohon diberikan bukti tanda terima. Berkas permohonan tersebut, baik tertulis maupun tidak tertulis dicatat oleh sekretariat BPSK dan dibubuhi tanggal dan nomor registrasi. Dalam Pasal 16 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor:350/MPP/Kep/12/2001 Tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang BPSK, permohonan penyelesaian sengketa konsumen secara tertulis harus memuat secara benar dan lengkap mengenai:

1. Nama dan alamat lengkap konsumen, ahli waris atau kuasanya disertai bukti diri;
2. Nama dan alamat lengkap pelaku usaha;
3. Barang atau jasa yang diadukan;
4. Bukti perolehan (bon, kwitansi dan dokumen bukti lain);
5. Keterangan tempat, waktu, dan tanggal diperoleh barang dan jasa tersebut;
6. Saksi yang mengetahui barang dan jasa tersebut diperoleh;
7. Foto-foto barang dan kegiatan pelaksanaan jasa, bila ada.

Dalam hal permohonan diterima, maka dilanjutkan dengan persidangan. Ketua BPSK memanggil pelaku usaha secara tertulis disertai dengan copy permohonan penyelesaian sengketa konsumen, selambat-lambatnya dalam waktu 3 (tiga) hari kerja sejak permohonan penyelesaian sengketa diterima secara benar dan lengkap. Dalam surat panggilan dicantumkan secara jelas mengenai hari, jam, dan tempat persidangan serta kewajiban pelaku usaha untuk memberikan surat jawaban terhadap penyelesaian sengketa konsumen dan

disampaikan pada hari persidangan pertama, yang dilaksanakan selambat-lambatnya pada hari kerja ke-7 (tujuh) terhitung sejak diterimanya permohonan penyelesaian sengketa konsumen oleh BPSK. Majelis bersidang pada hari, tanggal dan jam yang telah ditetapkan, dan dalam persidangan majelis wajib menjagakan tertib jalannya persidangan.

5. SIMPULAN

a. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan dijabarkan oleh peneliti, maka peneliti menyimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Masih banyak nya produsen kosmetik yang belum mendaftarkan merknya menjadi penghambat BPOM dalam melakukan pengawasan BPOM tidak bisa sendiri dalam melakukan pengawasan terhadap peredaran kosmetik melalui media online, BPOM harus terus melakukan kerjasama dengan instansi lain, seperti Kominfo, Dinas Kesehatan, Kepolisian, Dll.
2. Selain melalui pengadilan, penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui jalur BPSK

b. Saran

1. Masyarakat jangan tergiur dengan harga kosmetik yang murah yang ada beredar di media sosial. Sebelum masyarakat membeli sebuah produk kosmetik dari sosial ada baiknya memeriksa merk kosmetik yang akan dibeli melalui sarana yang sudah disediakan oleh BPOM. BPOM diharapkan dapat bekerjasama

dengan banyak instansi lain terkait agar pengawasan yang diharapkan dapat tercapai.

2. Pemerintah harus rutin mensosialisasikan kepada masyarakat, bagaimana cara menempuh penyelesaian sengketa terhadap jika dirugikan oleh pengusaha. BPSK dalam hal ini juga diharapkan dapat membantu mensosialisasikan hal tersebut kepada masyarakat.

6. DAFTAR PUSTAKA

A. Buku - buku

- Miru, Ahmadi, dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Press, Jakarta, 2015.
- Atmasasmita, Romli, *Hukum Kejahatan Bisnis Teori dan Praktik di Era Globalisasi*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2016.
- Eli Wuria Dewi, Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2015.
- Halim Barakatullah, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Ecommerce Lintas Negara Di Indonesia*. Yogyakarta : Pascasarjana FH UII, 2009, hlm 11.
- Harahap, M. Yahya, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, Alumni, Bandung, 1982.
- K Sukarno, *Dasar-Dasar Manajemen*, Miswar, Jakarta, 1992.
- Mahmud, Marzuki Peter, *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana, 2006.

- Muhammad, Abdulkadir, *Hukum Perikatan*, Penerbit Alumni, Bandung, 1982.
- Moeljatno dkk, *Membangun Hukum Indonesia: Kumpulan Pidato Guru Besar Ilmu Hukum dan Filsafat*, Kreasi Total Media, Yogyakarta, 2017.
- Nasution Az, *Konsumen dan Hukum: Tinjauan Sosial Ekonomi dan Hukum pada Perlindungan Konsumen Indonesia*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995.
- Sidabolok Janus, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Ctk Pertama, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006.
- Subekti, R, *Hukum Perjanjian*, Penerbit PT. Intermedia, Jakarta, 1979.
- _____, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Penerbit PT. Intermedia, Jakarta, 1978.
- _____, *Aspek-Aspek Hukum Perikatan Nasional*, Alumni, Bandung, 1976
- Wahyuni Endang, *Aspek Sertifikasi & Keterkaitannya dengan Perlindungan Konsumen*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003.
- Wirjono, Prodjodikoro, *Hukum Perdata Tentang Persetujuan-Persetujuan Tertentu*, Sumur, Bandung, 1985.
- _____, *Azas-Azas Hukum Perjanjian*, Penerbit Sumur, Bandung, 1984
- Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, edisi 4, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2013.
- B. Peraturan Perundang-Undangan**
- Kitab Undang-undang Hukum Perdata (BW)
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik
- Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 350/MPP/Kep/12/2001 Tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang BPSK.
- C. Jurnal**
- Ah. Shibghatullah Mujaddidi, *Hubungan Hukum Dan Ekonomi Dalam Islam: Tinjauan Atas Kaidah Hukum Bidang Perekonomian*, Jurnal AHKAM, Volume 8, Nomor 1, Juli 2020.
- DEVI, Ria Sintha. PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PENANAMAN MODAL ASING (PMA) DI INDONESIA. **JURNAL RECTUM: Tinjauan Yuridis Penanganan Tindak Pidana**, [S.l.], v. 1, n. 2, p. 142-153, july 2019. ISSN 2684-7973. Available at: <https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/jurnalrectum/article/view/227>.
- DEVI, Ria Sintha; HUTAPEA, Melinda Marsaulina. TINJAUAN YURIDIS TERHADAP PENDAFTARAN

- HAK ATAS TANAH MELALUI PROYEK PENDAFTARAN TANAH SISTEMATIS LENGKAP (PTSL) DI KANTOR BADAN PERTANAHAN NASIONAL KOTA MEDAN. **JURNAL RECTUM: Tinjauan Yuridis Penanganan Tindak Pidana**, [S.l.], v. 1, n. 1, p. 47-86, feb. 2019. ISSN 2684-7973. Available at: <<https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/jurnalrectum/article/view/110>>.
- DEVI, Ria Sintha; SIMARSOIT, Feryanti. PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN E-COMMERCE MENURUT UNDANG – UNDANG NO.8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN. **JURNAL RECTUM: Tinjauan Yuridis Penanganan Tindak Pidana**, [S.l.], v. 2, n. 2, p. 119-128, july 2020. ISSN 2684-7973. Available at: <<https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/jurnalrectum/article/view/644>>.
- DEVI, Ria Sintha; ZULKARNAEN, Novi Juli Rosani; PRATIWI, Rani Ika. TINJAUAN YURIDIS TERHADAP PAJAK DAERAH DAN RETRIBUSI DAERAH STUDI PELAKSANAAN DI UNIT PELAYANAN PAJAK DAERAH SAMSAT KOTA BINJAI. **JURNAL RECTUM: Tinjauan Yuridis Penanganan Tindak Pidana**, [S.l.], v. 3, n. 2, p. 195-211, sep. 2021. ISSN 2684-7973. Available at: <<https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/jurnalrectum/article/view/1177>>.
- Devi, Sintha Ria., Simbolon, Yosepin, Nanci., Sinaga, Victoria, Lestari., Yasid, Muhammad. The Bankruptcy Legal Politics in Indonesia based on Justice Value. Date March, 2022. *Jurnal Akta* Vol 9, No
1. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/akta/article/view/20842>
- Freddy Simbolon, *Strategi Pemasaran Global Di Pasar Indonesia*, Binus Business Jurnal Review Vol. 4 No. 1 Mei 2013.
- LUBIS, Muhammad Ansori; DHEVI, Ria Sinta; YASID, Muhammad. PENEGAKAN HUKUM TERHADAP APARAT SIPIL NEGARA YANG MELAKUKAN PELANGGARAN HUKUM DALAM MEWUJUDKAN GOOD GOVERNANCE. **Jurnal Darma Agung**, [S.l.], v. 28, n. 2, p. 269-285, aug. 2020. ISSN 2654-3915. Available at: <<https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/jurnaluda/article/view/649>>.
- ria sintha devi, Tinjauan Yuridis Sita Jaminan dan Pembersihan Harta Milik Debitur Dalam Hal Terjadinya Kepailitan, *Jurnal Ilmiah MAKSITEK* Vol. 4 No. 4 (2019).
- Wahyu Simon Tampubolon, *Perlindungan Konsumen Terhadap Pembelian Barang Melalui Media Jual Beli Online Ditinjau Dari Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*, *Jurnal Ilmiah "Advokasi"* Vol. 07. No. 02 September 2019.

D. Internet

- Andi Fariana, Hukum + Ekonomi = Hukum Ekonomi?, dikutip dari <https://dosen.perbanas.id/hukum-ekonomi-hukum-ekonomi/>, pada tanggal 28 Maret 2021, di Kota Medan

Eldo Christoffel Rafael, Strategi L'oreal Indonesia merebut hati konsumen di tanah air, dikutip dari <https://industri.kontan.co.id/news/strategi-loreal-indonesia-merebut-hati-konsumen-di-tanah-air>, diakses tanggal 4 Maret 2021, di Kota Medan.

<https://www.protea.co.id/perusahaan-kosmetik-indonesia/>, diakses tanggal 4 Maret 2021, di Kota Medan

<https://www.republika.co.id/berita/qpa4dj396/pendapatan-industri-kecantikan-indonesia-2020-capai-rp-99-t>, diakses tanggal 2 Maret 2021, di Kota Medan

BadanPOM2020.*TugasUtamaBPO* <https://www.pom.go.id/new/view/direct/job>. Diakses pada 11 Agustus 2021.

Wikipedia.id. 2020.*Kementerian Perdagangan Republik Indonesia*. https://id.wikipedia.org/wiki/Kementerian_Perdagangan_Republik_Indonesia. Diakses pada 11 Agustus 2021 2021.

SativaDian,*MediaOnlineDanPenuhanKebutuhanInformasi*, Surakarta, diakses, dari <https://core.ac.uk/download/pdf/12347022.pdf> pada tanggal 10 Agustus 2021.