

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan industri kosmetik dan kecantikan di Indonesia sangat berkembang cepat, hal tersebut diikuti dengan kemajuan teknologi yang menimbulkan persaingan antara pengusaha, pendiri, dan distributor penjualan yang memasarkan produk masing-masing. Berbagai cara periklanan dan pemasaran dilakukan untuk meningkatkan tingkat penjualan, termasuk klaim produk melalui media periklanan (Farhah Zahari et al., 2022).

Periklanan menjadi salah satu cara pelaku usaha untuk membangkitkan minat beli konsumen, namun persaingan pelaku usaha untuk membangkitkan minat konsumen dalam melakukan pembelian menyebabkan dampak positif dan negatif salah satu dampak positifnya adalah kemampuan untuk membentuk citra merek yang kuat, sedangkan dampak negatif jika terjadi iklan yang menyesatkan maka menimbulkan keraguan dan kebingungan pada konsumen. Pemerintah dalam hal ini memiliki peran utama sebagai pelindung dan pengawas dalam memastikan pertumbuhan ekonomi yang stabil dan berkelanjutan.

Pemerintah berusaha untuk mendorong kepercayaan dan kestabilan pasar dengan membuat suatu peraturan yang dikenal dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 pada Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen bertujuan sebagai berikut: (1) meningkatkan martabat

konsumen dengan melindungi mereka dari penggunaan produk dan jasa yang berlebihan; (2) memungkinkan konsumen untuk menentukan dan menggunakan haknya sebagai konsumen; (3) melahirkan rezim perlindungan konsumen yang meliputi unsur kepastian hukum, keterbukaan, dan akses informasi, sebagai pemakai produk dan jasa, konsumen mempunyai hak dan kewajiban. Ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen terkait pada Pasal 27 dan Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945 yaitu mengenai perlindungan hak konsumen. Undang-Undang Hukum Perdata pasal 1320 dibentuk untuk mengatur tentang perjanjian antara konsumen dan pelaku usaha yaitu: (1) perjanjian antara kedua belah pihak bersifat saling mengikat; (2) adanya kecakapan dalam membuat kesepakatan; (3) adanya pokok persoalan tertentu; (4) suatu sebab yang tidak dilarang (Subekti, R, 2019).

Label pada kemasan suatu produk dapat mempengaruhi orang lain agar tertarik pada produk yang ditawarkan, menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa iklan dalam pemberian informasi terhadap suatu barang maupun jasa harus dicantumkan dengan jelas, karena informasi yang berada pada suatu label produk akan disebarluaskan kepada konsumen, adapun label pada periklanan banyak hal yang belum sesuai dengan produk yang diproduksi (Fathanudien, 2015).

Larangan dalam penulisan pada label produk dapat dilihat pada Pasal 8 Ayat (1) huruf d Undang-Undang Perlindungan Konsumen, contoh langsung dialami oleh penulis dalam membeli suatu produk kosmetik perawatan kulit di salah satu toko kosmetik di Yogyakarta, yaitu label kemasan produk tersebut dituliskan bahwa dengan sekali pemakaian hasil akan langsung nampak jelas, tetapi setelah produk tersebut dibeli dan digunakan ternyata hasilnya tidak sesuai. Contoh kedua, yaitu pada produk kosmetik tabir surya yang bermula pada salah seorang konten kreator yang memberikan review tabir surya dengan mendatangi salah satu lab kosmetik untuk melakukan uji kebenaran kandungan spf pada tabir surya dan setelah hasil uji lab terbit tidak sesuai dengan apa yang dituliskan pada label kemasan produk tabir surya tersebut, kasus ini merupakan menjadi contoh kasus iklan menyesatkan yang jelas dilarang pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Larangan yang tercantum dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 sudah jelas, namun hingga saat ini pelaku usaha mencari keuntungan sebesar-besarnya untuk mencapai keuntungan yang besar, para pelaku usaha bersaing sesama pelaku usaha sehingga merugikan konsumen. Kurangnya kesadaran konsumen mengakibatkan konsumen menjadi korban pelaku usaha yang bertindak curang, maka penulis menyimpulkan Pasal 8, 9, dan 10 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat dipahami bahwa membuat *claim*/periklanan dengan tujuan menarik konsumen sebanyak mungkin dapat menyesatkan konsumen. Pemenuhan tanggung jawab pelaku usaha kepada

konsumen terkait pembelian suatu produk menjadi perhatian khusus karena mengingat masyarakat Indonesia yang sangat konsumtif dan mudah termakan oleh iklan. Penjualan produk dengan klaim berlebih dapat membahayakan keselamatan konsumen, karena melanggar salah satu asas keselamatan dan keamanan konsumen yang merupakan bagian dari asas perlindungan konsumen dengan jaminan hukum tersebut konsumen memperoleh manfaat dari produk yang dikonsumsi.

Overclaim pada label kosmetik jika tidak didukung hasil penelitian menimbulkan keraguan terhadap khasiat produk dan meskipun demikian, ternyata tidak menutup kemungkinan adanya komposisi yang tidak tercantum pada label kemasan, hal ini menunjukkan bahwa barang yang diedarkan tersebut cacat, dan produsen yang memproduksi harus memberi kompensasi atas cacat yang membahayakan konsumen (Sari et al., 2022).

Kerugian yang dialami konsumen akibat *overclaim* atas penggunaan produk perawatan kulit/kosmetik dan penyalahgunaan klaim secara berlebihan, konsumen berhak mendapatkan ganti rugi. Hak atas ganti rugi pada dasarnya berfungsi untuk mengembalikan hak-hak konsumen yang dilanggar, mengembalikan kerugian materil dan immaterial yang diderita konsumen dan mengembalikan konsumen dalam keadaan semula (Sutedi, 2008).

Berdasarkan konteks diatas, penulis ingin mengkaji dan meneliti lebih rinci dalam skripsi yang berjudul “Pemenuhan Tanggung Jawab Produk dan Tanggung Jawab Mutlak Pelaku Usaha dalam Klaim Produk Perawatan Kulit”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perlindungan hukum konsumen akibat klaim berlebih produk perawatan kulit?
2. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha terkait klaim berlebih dalam label produk perawatan kulit?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan menganalisis:

1. Perlindungan hukum konsumen sebagai dampak dari klaim berlebih produk perawatan kulit.
2. Tanggung jawab yang harus ditanggung oleh pelaku usaha terkait dengan klaim berlebih dalam label produk perawatan kulit.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang disebutkan di atas, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Teoritis
 - a. Mengembangkan khazanah keilmuan dan pengetahuan khususnya dalam bidang hukum perdata.
 - b. Menambah pengetahuan dan wawasan, apabila dianggap layak maka karya ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi bagi peneliti selanjutnya yang mengkaji terkait permasalahan yang sama (Perlindungan Konsumen).

2. Praktis

- a. Solusi terhadap problematika *overclaim* yang masih sering dialami oleh konsumen.
- b. Rekomendasi bagi Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan lembaga lainnya dalam melakukan evaluasi tugas dan wewenangnya.
- c. Langkah awal mendorong pelaku usaha untuk bertanggung jawab secara etis dalam pemasaran produk, yang dapat meningkatkan citra industri dan kepercayaan konsumen.

E. Metode Penelitian

Metodologi penelitian dapat dipahami sebagai metode ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (H. Philips Dillah, 2020). Metode adalah sarana atau proses untuk menemukan suatu yang mencakup langkah-langkah sistematis. Selanjutnya, yang disebut sebagai penelitian adalah suatu kegiatan yang dilakukan dengan metode ilmiah dan sistematis dengan tujuan untuk mencapai sesuatu yang baru atau memecahkan suatu permasalahan yang dapat timbul sewaktu-waktu dalam masyarakat. Metode penelitian pada dasarnya adalah cara mengumpulkan informasi yang dapat dijadikan bahan penelitian. Metode yang dipakai dalam penelitian ini, meliputi:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif empiris. Hukum normatif empiris adalah suatu

pemahaman dalam artian aturan atau norma-norma serta pelaksanaan aturan hukum sebagai akibat keberlakuan norma hukum dalam perilaku nyata. Definisi lain dari penelitian hukum normatif empiris adalah suatu jenis penelitian hukum yang fokus pada analisis pelaksanaan ketentuan hukum normatif dalam situasi nyata dan peristiwa hukum yang terjadi dalam masyarakat (Muhaimin, 2020). Norma-norma hukum tersebut mencakup prinsip-prinsip yang terletak pada sistem hukum, Nomor 8 Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan peraturan tambahan yang berkaitan dengan penelitian ini. Penelitian hukum normatif-empiris ini merupakan penelitian hukum yang merupakan gabungan dari penelitian hukum normatif dengan penelitian hukum empiris yang secara bersamaan dalam satu kegiatan penelitian hukum. Penelitian ini mengkaji tentang hukum yang sebagai aturan atau norma dan praktek di masyarakat merupakan penerapan dari aturan hukum (Muhaimin, 2020).

2. Sumber Data

Sumber data berikut digunakan dalam penelitian ini meliputi:

a. Data Primer

Data primer merujuk pada sumber data yang diberikan langsung oleh responden dengan memberikan keterangan pihak yang bersangkutan. Keterangan pihak yang bersangkutan yaitu ketua tim

inspeksi Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) di Yogyakarta secara langsung berupa wawancara (H. Philips Dillah, 2020).

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung yang sifatnya tidak langsung. Bahan hukum yang diperoleh dari buku, jurnal, hasil penelitian, makalah dan bahan hukum tertulis lainnya. Data sekunder ini membutuhkan pelengkap yaitu bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier yang digunakan untuk mendukung sejumlah keterangan atau fakta (Sugiyono, 2021).

a) Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang terdiri dari peraturan perundang-undangan yang relevan dengan isu yang akan dibahas, yaitu:

- 1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- 2) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- 3) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika.
- 4) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 19 Tahun 2021 tentang Pedoman Tindak Lanjut

Hasil Pengawasan Obat Tradisional, Obat Kuasi, Suplemen Kesehatan, dan Kosmetika.

b) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan jenis bahan hukum yang memberikan penjelasan tambahan yang lebih mendalam dan relevan terhadap penelitian ini. Bahan hukum juga memberikan penjelasan terkait bahan hukum primer, termasuk:

- 1) Buku-buku
- 2) Jurnal
- 3) Skripsi
- 4) Tesis
- 5) Hasil Penelitian
- 6) Pendapat hukum (Doktrin)
- 7) *Website* resmi

c) Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier adalah bahan hukum pendukung yang berperan memberikan panduan terhadap bahan hukum, menjelaskan bahwa baik bahan hukum primer maupun sekunder dianggap sebagai bahan-bahan non hukum, salah satu contohnya bisa ditemui dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) online (Shidarta, 2000).

- 1) Kamus Besar Bahasa Indonesia Online;
- 2) Kamus Bahasa Inggris Online.

3. Lokasi Penelitian

Tempat penelitian ini berada di Tegalrejo Kota Yogyakarta tepatnya di Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) untuk mendapatkan data detail informasi yang akurat dan relevan terkait dengan permasalahan yang dibahas.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data digunakan untuk memperoleh informasi yang digunakan dalam suatu penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Data Primer

1) Wawancara

Metode pengumpulan data primer melalui wawancara dan dokumentasi kepada narasumber yaitu Ibu Rikhati selaku ketua tim inspeksi Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Wawancara merupakan cara untuk mengumpulkan data yang melibatkan pertukaran Tanya jawab lisan satu arah dimana narasumber memberikan jawaban dan pewawancara mengajukan pertanyaan (Kristiyanti, 2011).

b. Data Sekunder

Metode pengumpulan data sekunder dalam artian penulis mengumpulkan bahan dengan cara mempelajari, membaca, menganalisis informasi yang ada dalam peraturan perundang-undangan, internet, jurnal, dan bahan referensi lain (Sugiyono, 2016).

5. Analisis Data

Data dianalisis dengan cara deskriptif kualitatif yaitu data diperoleh disajikan secara deskriptif dan dianalisis secara kualitatif, kemudian data penelitian diklasifikasikan sesuai dengan permasalahan peneliti. Pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi, yaitu kombinasi dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Proses analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami makna, mengenal keunikan, membangun konstruksi fenomena, serta menemukan hipotesis (Sugiyono, 2021).