

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latarbelakang**

Perkembangan industri kosmetik dan skincare di Indonesia semakin pesat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan dan penampilan. Produk skincare kini menjadi kebutuhan primer dalam menunjang kepercayaan diri konsumen. Namun, di balik pertumbuhan tersebut, sering muncul permasalahan hukum berupa kerugian yang dialami konsumen akibat penggunaan produk yang tidak sesuai standar keamanan, tidak memiliki izin edar, atau informasi produknya menyesatkan. Bahaya penggunaan skincare yang tidak terjamin keamanannya dapat menimbulkan dampak serius, mulai dari iritasi, alergi, kerusakan kulit, hingga gangguan kesehatan yang lebih berat seperti kerusakan ginjal dan sistem saraf akibat kandungan berbahaya seperti merkuri dan hidrokuinon. Situasi ini memperlihatkan bahwa konsumen berada pada posisi yang lemah karena keterbatasan informasi serta ketidakseimbangan daya tawar terhadap produsen.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) hadir sebagai instrumen hukum yang memberikan jaminan kepastian dan perlindungan terhadap hak-hak konsumen. Pasal 4 UUPK menegaskan hak konsumen atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang maupun jasa serta hak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur. Lebih lanjut, Pasal 19 UUPK menekankan tanggung jawab pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi apabila konsumen dirugikan akibat produk yang diperdagangkan. Realitas menunjukkan bahwa isu ini masih sangat aktual, terbukti dari temuan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) pada awal 2024 yang menemukan 5.937 kosmetik mengandung bahan berbahaya di klinik kecantikan, serta laporan periode November 2023–Oktober 2024 yang mencatat 55 kosmetik beredar dengan kandungan dilarang. Bahkan pada Februari 2025, BPOM berhasil mengamankan 205.133 produk kosmetik ilegal dan berbahaya dari 91 merek dengan nilai lebih dari Rp31,7 miliar. Fakta ini memperlihatkan bahwa maraknya peredaran skincare ilegal masih menjadi ancaman serius bagi konsumen.

Menurut Az. Nasution (2002), perlindungan konsumen merupakan bagian integral dari hukum konsumen yang bertujuan menyeimbangkan kedudukan antara produsen dan konsumen. Shidarta (2000) menekankan bahwa pelaku usaha wajib beritikad baik dalam memasarkan produknya, sementara konsumen berhak memperoleh produk yang aman, berkualitas, dan tidak menyesatkan. Dari perspektif teori tanggung jawab hukum, Hans Kelsen menyatakan bahwa tanggung jawab timbul ketika terjadi pelanggaran norma yang mengakibatkan sanksi. Dalam konteks perlindungan konsumen, tanggung jawab produsen muncul saat produk yang diedarkan menimbulkan kerugian pada konsumen. Penelitian terdahulu turut memperkuat urgensi masalah ini. Susanti (2016) menemukan banyak kosmetik beredar tanpa izin BPOM yang berpotensi merugikan konsumen. Siregar dan Yusuf (2020) menegaskan lemahnya pengawasan iklan kosmetik mengakibatkan maraknya klaim menyesatkan, sementara Herdiyansyah (2018) menyoroti lemahnya perlindungan hukum terhadap model atau tester produk kecantikan yang kerap mengalami kerugian akibat penggunaan produk tanpa jaminan keamanan.

Fenomena tersebut tampak nyata dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 1779 K/Pdt/2014. Perkara ini bermula dari Tesadesrada Ryza, seorang model yang mengikuti program perawatan rambut PT Hairindo Pratama (Svenson Hair Center) dalam ajang “Svenson Head Hunt Model 2007” dengan imbalan perawatan gratis selama setahun. Alih-alih memperoleh manfaat, ia justru mengalami kerusakan rambut parah akibat produk Svenson yang tidak memiliki izin edar BPOM, tidak mencantumkan petunjuk dalam bahasa Indonesia, serta menggunakan foto dan testimoni dirinya tanpa persetujuan. Kerugian yang dialaminya mencakup kerugian materiil Rp150 juta dan immateriil hingga Rp10 miliar. Meskipun pada tingkat pertama dan banding gugatan dikabulkan sebagian, Mahkamah Agung dalam kasasi menyatakan bahwa penggugat bukan konsumen akhir sebagaimana Pasal 1 ayat (2) UUPK, melainkan partisipan promosi sehingga tidak dilindungi oleh UUPK. Putusan ini menimbulkan polemik karena secara faktual penggugat menggunakan produk dan dirugikan, tetapi secara yuridis tidak diakui sebagai konsumen. Inilah yang menjadi alasan penulis memilih judul penelitian ini, karena terdapat kesenjangan hukum antara norma perlindungan konsumen dengan realitas di lapangan, khususnya bagi pengguna skincare dalam kapasitas non-transaksional. Berdasarkan fenomena, teori, serta penelitian terdahulu di atas, penulis terdorong meneliti lebih jauh permasalahan tersebut dalam karya ilmiah berjudul **Analisis Hukum tentang Tanggung Jawab Produsen Skincare yang Mengakibatkan Kerugian kepada Konsumen Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor 1779 K/Pdt/2014).**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaturan tanggung jawab produsen skincare terhadap konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana pertimbangan hukum majelis hakim dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 1779 K/Pdt/2014 terkait tanggung jawab produsen skincare atas kerugian konsumen?
3. Apa implikasi putusan Mahkamah Agung Nomor 1779 K/Pdt/2014 terhadap perlindungan hukum bagi konsumen produk skincare di Indonesia?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaturan tanggung jawab produsen skincare terhadap konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pertimbangan hukum majelis hakim dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 1779 K/Pdt/2014 terkait tanggung jawab produsen skincare atas kerugian konsumen.
3. Untuk mengkaji implikasi Putusan Mahkamah Agung Nomor 1779 K/Pdt/2014 terhadap perlindungan hukum bagi konsumen produk skincare di Indonesia.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu hukum, khususnya hukum perlindungan konsumen, dengan menambah kajian mengenai tanggung jawab produsen skincare yang menimbulkan kerugian bagi konsumen.
- b. Menjadi referensi akademis bagi penelitian lebih lanjut mengenai penerapan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam industri kosmetik dan skincare.
- c. Memperkaya literatur hukum yang membahas studi kasus Putusan Mahkamah Agung Nomor 1779 K/Pdt/2014, sehingga dapat digunakan sebagai perbandingan dalam kajian yurisprudensi terkait perlindungan konsumen.

##### **2. Manfaat Praktis**

- a. Memberikan pemahaman kepada masyarakat, khususnya konsumen skincare, mengenai hak-hak hukum yang dimilikinya serta upaya yang dapat dilakukan apabila mengalami kerugian akibat produk skincare.
- b. Menjadi masukan bagi produsen skincare agar lebih berhati-hati dalam memasarkan produknya, baik terkait aspek keamanan, izin edar, maupun kejujuran dalam iklan dan promosi.
- c. Menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah dan aparat penegak hukum dalam meningkatkan pengawasan serta penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen, khususnya dalam industri kosmetik dan skincare.

#### **1.5 Kerangka Teori**

Kerangka teori berfungsi sebagai dasar pijakan konseptual yang dipakai dalam penelitian. Beberapa teori dan landasan yang bisa dipakai:

##### **1. Teori Perlindungan Konsumen**

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, setiap konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa. Perusahaan wajib memberikan produk yang aman, jujur dalam informasi, dan tidak merugikan konsumen.

##### **2. Teori Tanggung Jawab Produk (Product Liability)**

Produsen bertanggung jawab atas produk yang dipasarkannya, terutama jika produk tersebut menimbulkan kerugian atau bahaya bagi konsumen. Tanggung jawab produk dapat bersifat **strict liability**, di mana produsen wajib bertanggung jawab meskipun tanpa adanya unsur kesalahan langsung.

##### **3. Teori Keadilan (Justice Theory)**

Menurut John Rawls, keadilan harus ditegakkan agar hak-hak masyarakat terlindungi.

Keadilan berarti memberikan perlindungan hukum dan kompensasi yang layak kepada konsumen yang dirugikan oleh produk skincare ilegal atau berbahaya.

#### 4. Teori Etika Bisnis

Etika bisnis menekankan kejujuran, keterbukaan, dan tanggung jawab dalam aktivitas bisnis. Produsen skincare seharusnya mematuhi standar keamanan dan tidak hanya mengejar keuntungan semata.

### 1.5 Kerangka Konseptual



**Gambar 1.1 Kerangka Konseptual**

Berdasarkan kerangka konseptual di atas dapat dilihat bahwa peredaran produk skincare bermasalah seperti yang mengandung bahan berbahaya, tidak memiliki izin BPOM, atau bersifat palsu dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen, antara lain iritasi kulit, penyakit, kerugian ekonomi, serta trauma psikologis. Kondisi tersebut menuntut adanya perlindungan hukum yang diatur melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, serta regulasi BPOM mengenai keamanan produk. Dalam hal ini, produsen memiliki tanggung jawab hukum berupa pemberian ganti rugi, penarikan produk bermasalah dari peredaran, dan penerapan sanksi apabila melanggar ketentuan yang berlaku. Selanjutnya, diperlukan pula upaya perlindungan konsumen melalui pengawasan ketat, edukasi masyarakat, serta penegakan hukum agar konsumen terlindungi dan peredaran produk skincare ilegal dapat diminimalisir.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami kerugian akibat penggunaan produk skincare bermasalah, menelaah tanggung jawab produsen dalam memenuhi kewajiban hukumnya, serta mengkaji upaya yang dapat dilakukan pemerintah dan lembaga terkait dalam meningkatkan perlindungan konsumen di bidang produk kosmetik.

### Daftar Pustaka

- Az. Nasution. (2002). *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia (BPOM). (2024). *Laporan Tahunan BPOM tentang Pengawasan Kosmetik dan Produk Skincare Ilegal di Indonesia*. Jakarta: BPOM RI.
- Herdiansyah, D. (2018). *Perlindungan Hukum terhadap Model dalam Penggunaan Produk Kecantikan*. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 48(3), 257–273.
- John Rawls. (1971). *A Theory of Justice*. Cambridge: Harvard University Press.
- Kelsen, Hans. (1967). *Pure Theory of Law*. Berkeley: University of California Press.
- Shidarta. (2000). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo.
- Siregar, N., & Yusuf, A. (2020). *Analisis Pengawasan Iklan Kosmetik Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen*. *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 8(1), 45–60.
- Susanti, R. (2016). *Tanggung Jawab Hukum Produsen Kosmetik Tanpa Izin Edar BPOM terhadap Konsumen*. *Jurnal Ilmu Hukum*, 5(2), 122–135.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 144.