

**PERLINDUNGAN HUKUM ATAS INFORMASI SEDIAAN FARMASI
DAN KOSMETIKA BERDASARKAN STANDAR KEAMANAN
KONSUMEN**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagian Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum
Pada Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya**

OLEH :

NAILAH AYU KHANIA

02011382126363

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

PALEMBANG

2025

HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS SRIWIJAYA

NAMA : NAILAH AYU KHANIA
NIM : 02011382126363
PROGRAM KEKHUSUSAN : HUKUM PERDATA

**PERLINDUNGAN HUKUM ATAS INFORMASI SEDIAAN FARMASI
DAN KOSMETIKA BERDASARKAN STANDAR KEAMANAN
KONSUMEN**

Telah Diuji dan Lulus dalam Sidang Komprehensif pada 19 September 2025 dan
Dinyatakan Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Hukum
Pada Program Studi Ilmu Hukum Universitas Sriwijaya

Palembang, September 2025

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama



Helena Primadianti S., S.H., M.H.

NIP. 198609142009022004

Pembimbing Pembantu



Muhammad Syahri Ramadhan, S.H., M.H.

NIP. 199203272019031008



Mengetahui,
Dekan Fakultas Hukum
Universitas Sriwijaya

Prof. Dr. H. Joni Emirzon, S.H., M.Hum.
NIP. 1966061719900110

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nailah Ayu Khania
NIM : 02011382126363
Tempat/Tanggal Lahir : Palembang, 14 Juni 2002
Fakultas : Hukum
Strata Pendidikan : S1
Program Studi : Ilmu Hukum
Program Kekhususan : Hukum Perdata

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak memuat bahan-bahan yang sebelumnya diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di Perguruan Tinggi manapun tanpa mencantumkan sumbernya. Skripsi ini juga tidak memuat bahan-bahan sebelumnya yang sebelumnya telah dipublikasikan atau ditulis oleh siapapun tanpa mencantumkan sumbernya dalam teks.

Demikian pernyataan saya ini saya buat dengan sebenarnya. Apabila di kemudian hari terdapat hal-hal yang bertentangan dengan pernyataan ini, saya bersedia menanggung segala akibat yang timbul sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Palembang, 22 September 2025



Nailah Ayu Khania

02011382126363

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya ”

(Al-Baqarah : 286)

*“ Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi. Tak ada mimpi yang patut diremehkan.
Lambungkan setinggi yang kamu inginkan dan gapailah dengan selayaknya yang
kau harapkan ”*

(Maudy Ayunda)

“ It's fine to fake it until you make it, until you do, until it true ”

(Taylor Swift)

Skripsi ini ku persembahkan untuk :

- ❖ **Orang tua ku**
- ❖ **Saudaraku**
- ❖ **Almamaterku**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas Hidayah, rahmat dan ridho-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini guna memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Program Studi Ilmu Hukum Program Kekhususan Hukum Perdata di Fakultas Hukum Universitas Srwijaya dengan Judul **“PERLINDUNGAN HUKUM ATAS INFORMASI SEDIAAN FARMASI DAN KOSMETIKA BERDASARKAN STANDAR KEAMANAN KONSUMEN”**. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Maka dari itu kritik dan saran yang membangun akan sangat diterima guna untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini. Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak terutama Ibu Helena Primadianti S., S.H.,M.H. dan Bapak Muhammad Syahri Ramadhan, S.H., M.H. yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam membatu penulisan skripsi ini, sehingga pada kesempatan ini dengan rasa penuh hormat penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi bantuan kepada penulis dalam Menyusun skripsi ini hingga selesai.

Palembang, September 2025



Nailah Ayu Khandia

NIM. 02011382126363

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis ingin memberikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari bahwa begitu banyak mendapat bimbingan, bantuan, dukungan, serta dorongan yang diberikan oleh berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Sriwijaya;
2. Bapak Prof. Dr. Joni Emirzon, S.H., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
3. Bapak Dr. M. Syaifuddin, S.H., M.Hum., selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
4. Ibu Vegitya Ramadhani Putri, S.H., S.Ant., M.A., LL.M., selaku Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
5. Bapak Dr. Zulhidayat, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan III Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
6. Ibu Helena Primadianti Sulistyaningrum, S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing Utama penulis, terima kasih atas curahan tenaga, waktu, dan pikirannya dalam membimbing penulis hingga bisa menyelesaikan skripsi ini;
7. Bapak Muhammad Syahri Ramadhan, S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing Pembantu yang telah membimbing, memberikan saran, arahan, serta nasihat kepada penulis dalam penulisan skripsi ini;

8. Seluruh Dosen, Tenaga Pengajar, dan Pegawai Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya, yang telah ikhlas mendidik, memberikan ilmu, membantu, memberi saran yang bermanfaat dalam kegiatan selama perkuliahan ini;
9. Staff Akademik Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya Kampus Bukit, terima kasih yang sebesar-besarnya yang telah banyak sekali membantu penulis selama berada di Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
10. Keluarga saya yang tercinta, Ayah, Ibu, penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya untuk seluruh bentuk perjuangan dan pengorbanan selama ini apalah arti semua ini kalau bukan doa dari kalian berdua. Terimakasih atas semua kasih sayang yang kalian berikan, yang terpenting terimakasih atas doa yang kalian panjatkan untuk penulis ini bisa sampai berada di tahap ini. Ayuk, dan dek Icha terima kasih untuk seluruh dukungan, bantuan, dan hiburannya dan terimakasih atas segala hal yang telah kalian berikan;
11. Dwi Neisya terima kasih sudah menemani penulis selama perkuliahan ini dari maba sampai sekarang, terimakasih atas dukungan, canda tawa, dan bantuan selama masa perkuliahan ini yang telah kita lalui sama-sama dalam bentuk apapun yang telah diberikan untuk penulis ini baik dari segi waktu maupun materi;
12. Lunamaria Rheiva, Risdan, Ryo terima kasih atas dukungan, hiburan, dan bantuannya selama masa perkuliahan, di akhir perkuliahan kita yang sudah banyak sekali hal-hal yang telah kita lalui mulai dari susah, sedih, senang terimakasih atas semua hal yang telah kalian lakukan untuk penulis ini dengan rasa tulus dan ikhlas;

13. Local Board Maderah ALSA LC Unsri 2023/2024 dan seluruh keluarga besar ALSA LC Unsri, terimakasih atas segala kenangan, pengalaman, dan berbagai percobaan yang telah penulis dapatkan di dalam organisasi ini terima kasih atas perjuangan yang telah kita lalui Bersama-sama selama berada di ALSA LC Unsri;
14. AFNR Alya, Fiqa, Rheiva terima kasih telah hadir dimasa-masa akhir perkuliahan penulis terimakasih atas dukungan dan doa yang telah kalian berikan kepada penulis ini, semangat untuk alya dan fiqa yang baru akan memasuki fase skripsian.

Kepada semua pihak tersebut penulis berharap semoga Allah SWT dapat memberikan keberkahan atas kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Palembang, September 2025

Penulis,



Nailah Ayu Khandia

NIM. 02011382126363

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
SURAT PERNYATAAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI.....	viii
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian.....	14
D. Manfaat Penelitian.....	15
E. Ruang Lingkup	16
F. Kerangka Teori	16
1. Teori Perlindungan Hukum	17
2. Teori Pertanggung jawaban Hukum	19
G. Metode Penelitian.....	21
1. Jenis Penelitian	21
2. Jenis dan Sumber Bahan Penelitian.....	21
3. Pendekatan Penelitian.....	23
4. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum	25
5. Teknik Analisis Bahan Penelitian	26
6. Teknik Penarikan Kesimpulan.....	26
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	27
A. Tinjauan Umum Tentang Informasi Sediaan Farmasi dan Kosmetika...27	
1. Definisi Iklan dan Iklan Kosmetik	27
2. Definisi Informasi Produk	29
3. Bentuk Informasi Produk	30
4. Pengertian Sediaan Farmasi dan Kosmetika	33

5.	Penyedia Sediaan Farmasi dan Kosmetika.....	35
B.Tinjauan Umum tentang Standar Keamanan dalam Perlindungan		
Konsumen..		36
1.	Pengertian Konsumen.....	36
2.	Hak dan Kewajiban Konsumen	38
3.	Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha	44
4.	Subjek Hukum Konsumen.....	45
5.	Subjek Hukum Pelaku Usaha	46
6.	Hubungan Hukum Konsumen dengan Pelaku Usaha.....	47
7.	Hubungan Hukum Model Iklan Dengan Pelaku Usaha	50
8.	Standar Keamanan dan Keselamatan Konsumen	51
BAB III PEMBAHASAN		53
A.	Penyebab Timbulnya Distorsi Informasi Iklan Sediaan Produk Farmasi dan Kometika Yang Diterima Konsumen Dari Pelaku Usaha.....	53
B.	Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Informasi Sediaan Produk Farmasi dan Kometika	69
BAB IV PENUTUP		90
A.	Kesimpulan.....	90
B.	Saran	91
DAFTAR PUSTAKA.....		93

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “PERLINDUNGAN HUKUM ATAS INFORMASI SEDIAAN FARMASI DAN KOSMETIKA BERDASARKAN STANDAR KEAMANAN KONSUMEN”. Di era perkembangan zaman ini, kosmetik menjadi salah satu kebutuhan yang mendasar bagi pria maupun wanita, khususnya wanita yang ingin terlihat semakin cantik dan menarik. Dimana dalam hal ini konsumen menjadi penunjang utama sehingga terkadang kedudukan konsumen dihadapan para pelaku usaha sering dianggap penting namun tak jarang menjadi sasaran tindak kecurangan pelaku usaha salah satunya dalam hal penyebaran informasi produk. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis penyebab timbulnya distorsi informasi produk sediaan farmasi dan kosmetika yang diterima konsumen dari pelaku usaha tersebut dan mekanisme hukum yang tersedia bagi konsumen untuk mengajukan klaim terhadap produk kosmetik yang tidak sesuai dengan informasi yang diberikan oleh pelaku usaha. Dalam penulisan ini metode yang digunakan adalah metode penelitian hukum normatif yang bersifat studi kepustakaan. Penyebab timbulnya distorsi informasi produk sediaan farmasi dan kosmetika adalah iklan yang menyesatkan dan merupakan kesalahan pelaku usaha yang menyebabkan kerugian bagi konsumen sehingga konsumen melakukan upaya hukum kepada pelaku usaha tersebut untuk dimintakan pertanggungjawaban karena telah melanggar hak-hak konsumen serta bagi konsumen dapat mendapatkan perlindungan preventif dan represif.

Kata Kunci : Farmasi; Informasi; Kosmetik; Keamanan; Konsumen

Pembimbing Utama,



Helena Primadianti, S., S.H., M.H.

NIP. 198609142009022004

Pembimbing Pembantu,



Muhammad Syahri Ramadhan, S.H., M.H.

NIP. 199203272019031008

**Mengetahui,
Ketua Bagian Hukum Perdata**



Dr. Sri Handyani, S.H., M.Hum.

NIP. 1970020719960320

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi tidak dapat luput dari berkembangnya jaringan internet. Secara perlahan-lahan hal tersebut mulai membuka perdagangan dunia seluas-luasnya tanpa proteksi dari pemerintah atau pihak lain yang mengatur mekanisme jual beli. Perkembangan internet menciptakan terbentuknya suatu dunia baru yang biasa disebut dengan dunia maya.¹

Di era perkembangan zaman saat ini, kosmetik menjadi salah satu kebutuhan yang mendasar bagi pria maupun wanita, khususnya wanita yang ingin terlihat semakin cantik dan menarik. Hal tersebut terlihat semakin banyaknya beredar berbagai jenis merek, harga dan kualitas kosmetik di dunia perdagangan. Ditambah lagi pada era digital seperti sekarang ini semakin mempermudah perdagangan kosmetik contohnya seperti penjualan kosmetik melalui platform *E-commerce*.²

Pengusaha produk juga harus bertanggungjawab atas produk yang disebar luaskan. Itu berhubungan dengan kesehatan maupun kehalalan produk. Salah satu produk yang saat ini tengah gencar melakukan penjualan

¹ Dzaky Perdana Dharmawan, Dwi Andayani Budisetyowati, Sabela Gayo, "Analisis Terhadap Putusan Hakim Dalam Tindak Pidana Perdagangan Kosmetik Melalui E-Commerce Tanpa Izin Edar Dari BPOM-RI Berdasarkan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan", *Jurnal Ilmu Hukum Humaniora dan Politik (JIHHP)* Vol. 4 No. 1 (November 2023), hlm. 2.

² Restia Noviani Putri dan Sahrudin, "Perlindungan Konsumen Terhadap Peredaran Kosmetik Yang Tidak Mencantumkan BPOM (Studi di BPOM Makassar)", *Jurnal Private Law Fakultas Hukum Universitas Mataram* (Oktober 2022), hlm. 2.

adalah produk kosmetika dan obat-obatan yang merupakan bagian dari sediaan farmasi. Sediaan farmasi termasuk obat, bahan obat, obat tradisional, kosmetik, suplemen kesehatan, dan obat kuasi. Sediaan farmasi harus memenuhi standar kualitas, kemanjuran, dan keamanan.

Selain itu, masyarakat berhak untuk mendapatkan informasi yang jelas tentang semua bahan yang terkandung dalam barang yang dijual sebelum membeli dan mengkonsumsinya. Informasi ini mencakup informasi tentang sumber bahan, keamanan, mutu, kandungan gizi, dan informasi lainnya yang dibutuhkan agar orang bisa membuat ketetapan dengan benar. Untuk memenuhi prinsip keterbukaan informasi bagi konsumen, akses informasi adalah bagian penting. Sehingga membutuhkan kepastian hukum untuk tujuan penyelenggaraan perlindungan konsumen.³

Secara umum, konsumen memiliki posisi yang cukup lemah dalam hubungannya dengan pelaku usaha. Melalui taktik penjualan, promosi, dan pemasaran, serta penggunaan perjanjian baku yang seringkali sengaja merugikan konsumen, pelaku usaha menjadikan konsumen sebagai objek dari aktivitas bisnisnya. Pelaku usaha dapat dengan mudah memanfaatkan posisi konsumen yang rentan dengan menipu konsumen dengan barang yang mereka jual.⁴

Kosmetik dan obat-obatan yang diedarkan di pasaran harusnya sudah memiliki izin dari BPOM. Hal tersebut diperlukan untuk menjamin

³ Waro dan Samsuri, "Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia", *Journal of Islamic Economics and Banking*, Vol. 2 No. 1 (Juli 2020) hlm. 2.

⁴ *Ibid*, hlm. 3.

perlindungan bagi konsumen. Yang dimaksud dengan izin BPOM ialah izin edar terhadap suatu obat dan makanan termasuk didalamnya kosmetik yang diberikan oleh lembaga Badan Pengawas Obat dan Makanan yang memiliki tugas melakukan pengawasan untuk memastikan seluruh produk sudah aman sebelum diedarkan dan dikonsumsi agar tidak merugikan konsumen.⁵

Badan POM sendiri telah melarang penggunaan bahan-bahan seperti *hidrokuinon* yang merupakan senyawa bila digunakan pada produk kosmetik bersifat sebagai pemutih atau pencerah kulit dan termasuk golongan obat keras yang hanya dapat digunakan berdasarkan resep dokter.⁶ Kecurangan yang banyak dilakukan oleh para pelaku usaha dengan menjual produk kosmetik tanpa izin BPOM tentu saja sangat merugikan serta membahayakan konsumen. Hal tersebut sangatlah melanggar hak-hak konsumen sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 4 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi:⁷

“Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/ atau jasa”.

Berdasarkan Pasal tersebut maka dapat dilihat bahwasannya sediaan pada produk sediaan farmasi dan kosmetik mendapatkan konsen yang serius dari pemerintah sehingga apabila seorang pelaku usaha mengedarkan

⁵ Haris Hamid, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Sah Media, Jakarta, 2017, hlm. 55.

⁶ Claudia Windasari W., *The Beauty Is On You*, Absolute Media, Jogjakarta, 2018, hlm. 32.

⁷ *Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, UU No. 8 Tahun 1999, LN. 42 Tahun 1999, TLN. No. 3821.

produk dengan informasi palsu serta tidak berizin dapat diancam baik secara perdata maupun pidana, penyebaran informasi produk yang tidak benar di tengah masyarakat saat ini sedang marak-maraknya menjualkan produk di bidang kosmetika dan sediaan farmasi yang melabeli produknya secara berlebihan.

Dalam permasalahan tersebut, peran Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) sangatlah penting demi menjamin perlindungan terhadap hak-hak konsumen sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Sebenarnya Badan POM telah menyediakan laman online untuk melakukan pengecekan nomor izin BPOM, namun masih banyak konsumen yang kurang mengetahui cara pengecekan keaslian nomor izin BPOM suatu produk yang beredar dipasaran serta ketidaktahuan tentang pentingnya suatu produk memiliki izin edar BPOM. Dengan meningkatnya daya beli masyarakat maka akan berdampak pada persaingan usaha antar pelaku usaha untuk berlomba meraup keuntungan yang besar, sehingga digunakan berbagai cara dan ide untuk menarik minat pelanggan, dan salah satunya dengan mempromosikan hasil produksinya secara berlebihan (*overclaim*), yang merupakan dampak dari penyebaran informasi produk yang tidak sesuai dengan standar mutu yang diberlakukan.⁸

⁸ Kadek Agus Adi Mego, I Nyoman Putu Budiarta, Ni Made Puspasutari Ujianti, "Tinjauan Yuridis Terhadap Selebgram Yang Melakukan Endorse/Promosi Barang Ilegal Pada Produk Obat-Kosmetik," *Jurnal Konstruksi Hukum* Vol. 2 No. 2 (Mei 2021), hlm. 2.

Berdasarkan Pasal 2 ayat (1) Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2016 tentang Pedoman Teknis Pengawasan Iklan Kosmetika, hal ini berarti kosmetik baru boleh beredar dan di iklankan apabila telah terdaftar dan mendapatkan izin edar berupa notifikasi dari Badan Pengawas Obat dan Makanan.

Ketentuan terkait dengan pembelian kosmetika untuk pribadi diatur lebih lanjut dalam Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 15 Tahun 2020 tentang Perubahan Atas Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 30 Tahun 2017 tentang Pengawasan Pemasukan Obat Dan Makanan Ke Dalam Wilayah Indonesia. Berdasarkan ketentuan diatas memberikan batas maksimal yang diperbolehkan untuk impor kosmetika penggunaan pribadi sejumlah 20 pcs penumpang/penerima. Selain jumlah maksimal yang diperbolehkan, impor penggunaan kosmetika pribadi harus mengisi formulir pemberitahuan pemasukan obat dan makanan kepada petugas bea cukai baik untuk kosmetika yang dibawa sendiri dari luar negeri atau kosmetika yang diimpor melalui jasa pengangkutan.⁹

Sebelum diedarkan, kosmetika juga harus memenuhi syarat penandaan dalam setiap produk. Hal ini sebagaimana Pasal 4 ayat 1 Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 30 Tahun 2020 Tentang Persyaratan Teknis Penandaan Kosmetika (selanjutnya disebut

⁹ Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 15 Tahun 2020 Tentang Perubahan Atas Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 30 Tahun 2017 Tentang Pengawasan Pemasukan Obat. Jakarta, 2020.

dengan Peraturan BPOM (30/2020) yang dijelaskan bahwa Pemilik Nomor Notifikasi untuk diedarkan di wilayah Indonesia telah memenuhi persyaratan teknis Penandaan Kemudian Pasal 5 ayat 1 Peraturan BPOM Nomor 30 Tahun 2020 menjelaskan informasi penandaan paling sedikit memuat nama kosmetika, kemanfaatan/kegunaan, cara penggunaan, komposisi, negara produsen, nama dan alamat lengkap pemilik nomor notifikasi, nomor batch, ukuran, isi, atau berat bersih, tanggal kedaluwarsa, nomor notifikasi, 2D Barcode dan peringatan dan/atau perhatian.¹⁰

Pencantuman label suatu produk kosmetik merupakan suatu keharusan bagi pelaku usaha, dengan tujuan agar hak konsumen atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi suatu produk kosmetik dapat tercapai. Sehingga tidak menimbulkan keraguan bagi konsumen pada saat membeli dan menggunakannya. Selain itu, larangan tersebut dimaksudkan untuk mengupayakan agar barang dan/atau jasa yang beredar di masyarakat merupakan produk yang layak edar, antara lain, asal usul, kualitas sesuai dengan informasi pengusaha baik melalui label, etiket, iklan, dan lain sebagainya.¹¹

Tindakan penyebaran informasi yang tidak benar ini biasanya dilakukan melalui media iklan dan promosi sehingga para calon konsumen

¹⁰ Muhammad Ikhsan, Anto Kustanto, Adityo Putro Prakoso, "Tinjauan Yuridis Peredaran Kosmetika Di Indonesia", *Jurnal Qistie*, Vol. 16 No. 2, (November 2023) hlm. 6.

¹¹ Yulia Susantri, Sri Walny Rahayu, Sanusi, Pencantuman Informasi Pada Label Produk Kosmetik Oleh Pelaku Usaha Dikaitkan Dengan Hak Konsumen, *Law Journal Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala*, Vol. 2, No. 1, (April 2018), hlm. 2.

tertarik dengan produk yang ditawarkan. Tindakan semacam ini sangatlah merugikan konsumen karena produk yang dijanjikan tidak bekerja atau berfungsi sebagaimana yang telah dijanjikan. Dengan adanya prinsip keamanan dan keselamatan konsumen, tujuannya adalah untuk memastikan bahwa konsumen merasa aman dan terlindungi ketika menggunakan dan mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Hal ini membutuhkan jaminan hukum bahwa barang yang digunakan atau dikonsumsi konsumen akan memberikan manfaat bagi mereka, dan bahwa produk tersebut tidak akan membahayakan harta benda dan keselamatan diri mereka. Oleh karena itu, undang-undang ini menetapkan sejumlah persyaratan yang harus dipenuhi dan sejumlah batasan yang harus dipatuhi oleh pelaku usaha ketika memproduksi dan menjual barang mereka.¹²

Dalam perspektif ini dapat dilihat bahwa dalam kaitannya dengan kerugian konsumen maka biaya yang dikeluarkan untuk membeli produk tersebut terkadang tidak sebanding dengan manfaat yang didapat dari produk milik pelaku usaha yang dijual dengan cara penyebaran informasi palsu. Tindakan ini merupakan pelanggaran terhadap hukum di Indonesia karena merupakan bentuk pengiklanan yang merugikan konsumen, iklan yang dianggap merugikan konsumen menurut pengaturan hukum di Indonesia adalah sebagai berikut :

¹² Rhey A. Karinda, Anna S. Wahongan, Karel Yosi Umbah, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Bisnis Pembiayaan Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999", *Jurnal Lex Privatum* (Desember 2020), hlm. 49.

- a. Memberikan suatu kebohongan terhadap konsumen mengenai produk, kegunaan hingga kandungan yang ada di dalamnya;
- b. Memberikan penjelasan mengenai produk secara tidak jelas;
- c. Melakukan tindakan *overclaim* atau melebih-lebihkan produk tersebut, sehingga tidak sesuai dengan kenyataan produk yang dijual.¹³

Salah satu yang tengah ramai saat ini ialah perseteruan yang terjadi antara seorang dokter dengan pemilik merek kosmetik di Indonesia. Merujuk pada pemberitaan laman jejaring sosial, kronologis perseteruan tersebut terjadi lantaran sang dokter yang dalam hal ini memposisikan diri sebagai konsumen melakukan uji laboratorium mandiri terhadap produk kosmetika dan perawatan kulit yang dijual oleh figur publik tersebut.

Kemudian setelah melakukan uji laboratorium, didapati ternyata kandungan yang terdapat di dalam produk yang di uji tidak sesuai dengan klaim yang di iklankan atau tertulis pada kemasan produk. Hal ini tentu menjadi keresahan tersendiri, ketika melihat suatu produk yang seharusnya memberikan dampak baik bagi penggunanya justru merugikan karena dinilai tidak sesuai dan berindikasi tidak memberikan efek apapun pada penggunanya.

Dalam pengawasan peredaran sediaan farmasi tertentu yang sering disalah gunakan diperlukan pengawasan ketat baik pada saat proses produksi, distribusi dan penyerahan oleh fasilitas kesehatan. Adanya penyimpangan dari satu atau ketiga proses tersebut tentunya menjadi salah satu faktor dalam

¹³ *Ibid* hlm. 6.

peredaran bebas obat-obatan tertentu yang sering disalahgunakan.¹⁴

Setelah mengetahui kandungan yang sebenarnya tentunya sebagai seorang dokter ia tak hanya diam dimana dalam bentuk upaya edukasi ia mengunggah video yang membahas produk dari figur publik tersebut di media sosial. Apabila dilihat lebih dalam lagi peristiwa ini dapat ditinjau secara yuridis mengenai perlindungan hukum bagi perseorangan atau pelaku usaha yang mendapatkan kualitas produk yang tidak sesuai dengan klaim dan informasi yang diberikan, sehingga menimbulkan kerugian yang bersifat materil maupun immateril. Mengatasi hal semacam ini tentu UUPK diharapkan memberikan peran penting dalam melindungi konsumen yang merasa dirugikan dalam penyampaian informasi yang tidak benar terkait produk yang beredar saat ini.

Selain itu juga terdapat kasus terdahulu yang ditunjukkan dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 1779 K/Pdt/2014. Putusan tersebut mengadili perkara kasasi atas Putusan 233/Pdt.G/2011/PN.JKT.Sel yang dikuatkan oleh Putusan Nomor 495/PDT/2013/PT.DKI. Pemohon Kasasi, dahulu Tergugat I, dalam perkara tersebut adalah PT. Harindo Pratama (Svenson Hair Center (S) Pte. Ltd.) beralamat di Menteng Jakarta Pusat yang diwakili oleh George Gunawan sebagai direktur utama perusahaan tersebut.

¹⁴ Silvi Wulandari, Resmi Mustarichie, "Upaya Pengawasan BBPOM Di Bandung Dalam Kejadian Potensi Penyalahgunaan Obat," *Jurnal Farmaka Unpad* Vol. 15 No. 4 (Desember 2017). hlm. 3.

Sedangkan, sebagai Termohon Kasasi, dahulu Penggugat/Terbanding, adalah Tesadesrada Ryza yang bertempat tinggal di Pejaten Barat Jakarta Selatan. Dalam perkara yang diadili oleh Putusan 233/Pdt.G/2011/PN.JKT.Sel, selain Tergugat I, turut tergugat adalah George Gunawan selaku Direktur Utama PT. Harindo Pratama sebagai Tergugat II, dan Patricia Lim selaku Direktur Operasional PT. Harindo Pratama (Svenson Hair Center Pte Ltd.) sebagai Tergugat III.

Para Tergugat tersebut juga menjadi Turut Termohon Kasasi dalam perkara Putusan Mahkamah Agung Nomor 1779 K/Pdt/2014. Duduk perkara dalam perkara yang dikasasikan dan diputus oleh Putusan Mahkamah Agung Nomor 1779 K/Pdt/2014 dapat diuraikan secara ringkas sebagai berikut:¹⁵

1. Penggugat adalah model produk perawatan rambut yang dikelola, diiklankan, dan didistribusikan oleh PT. Harindo Pratama (Svenson Hair Center Pte Ltd.) dan direkrut melalui kontes “Sevenson Head Hunt Model 2007” oleh Tergugat III merekrut Penggugat melalui Surat Perjanjian tertanggal 17 September 2007 untuk mengikuti kontes “Sevenson Head Hunt Model 2007”. Dalam perjanjian tersebut dinyatakan bahwa Tergugat membayar Tergugat untuk perawatan rambut dari Para Tergugat selama 1 (satu) tahun mulai 20 September 2007 hingga 20 September 2008.

¹⁵ Putusan Mahkamah Agung, Putusan No. 1779 K/Pdt/2014.

2. Selanjutnya, Penggugat menggunakan produk-produk Tergugat I, yang diawasi oleh Tergugat III saat melakukan perawatan di salon rambut Tergugat. Namun Penggugat mengalami kerusakan dan kerontokan rambut yang lebih parah di bulan keempat perawatan dari pada sebelumnya.
3. Beberapa bulan kemudian, Tergugat menggunakan Penggugat sebagai model iklan dalam surat kabar Kompas pada 13 Agustus 2008, 3 September 2008, dan 15 September 2008, dengan pernyataan “Berkat Svenson, kebotakan di kepala saya dapat diatasi dan sekarang saya tampil percaya diri.” Tujuan dari iklan ini adalah untuk memberikan kesan bahwa Penggugat puas dengan produk dan perawatan yang diberikan oleh Tergugat. Rambut Tergugat terlihat sangat tebal dalam iklan tersebut. Namun, gambar dan pernyataan dalam iklan tersebut tidak sesuai dengan kenyataan dan menyesatkan konsumen dan calon konsumen karena Penggugat mengalami kerusakan rambut yang lebih parah dari pada sebelum perawatan.
4. Sudah diketahui bahwa produk perawatan rambut yang digunakan oleh Tergugat tidak memiliki izin edar dari BPOM RI dan tidak memiliki petunjuk dalam Bahasa Indonesia.
5. Akibat kejadian yang dialaminya tersebut, Penggugat merasa dirugikan baik sebagai pribadi maupun konsumen secara materiil maupun immateriil, dan Penggugat telah berupaya menyelesaikan permasalahan tersebut secara kekeluargaan tetapi tidak pernah tercapai.

Putusan 233/Pdt.G/2011/PN.JKT.Sel, dalam amarnya, mengadili dengan menyatakan mengabulkan gugatan Penggugat untuk sebagian, yaitu: “Menyatakan para Tergugat telah melakukan perbuatan melawan hukum terhadap ketentuan Pasal 8 ayat (1) huruf (f) jo. Pasal 9 ayat (1) Undang-Undang R.I. No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”. Dan oleh karenanya Majelis Hakim menghukum Para Tergugat secara tanggung renteng untuk membayar kerugian kepada Penggugat, yaitu Rp.150.000.000,- (*seratus lima puluh juta rupiah*) untuk kerugian materiil, dan Rp.750.000.000,- (*tujuh ratus lima puluh juta rupiah*) untuk kerugian immateriil.

Atas putusan tersebut, Tergugat III mengajukan banding dan menghasilkan Putusan Nomor 495/PDT/2013/PT.DKI yang malah menguatkan Putusan tersebut. Setelah itu, Tergugat I mengajukan permohonan Kasasi yang kemudian menghasilkan Putusan Mahkamah Agung Nomor 1779 K/Pdt/2014.¹⁶

Pada Putusan MA Nomor 1779 K/Pdt/2014 sebagai Pemohon Kasasi adalah Tergugat I dan sebagai Termohon Kasasi adalah Penggugat, serta Turut Termohon Kasasi adalah Tergugat II dan Tergugat III dalam Putusan 233/Pdt.G/2011/PN.JKT.Sel.

¹⁶ Pengadilan Negeri Jakarta Selatan, Putusan No. 233/Pdt.G/2011/PN.JKT.Sel.

Dalam amarnya, Putusan Mahkamah Agung Nomor 1779 K/Pdt/2014 mengabulkan permohonan kasasi dari Pemohon Kasasi yang berarti membatalkan Putusan 233/Pdt.G/2011/PN.JKT.Sel dan Putusan Nomor 495/PDT/2013/PT.DKI.

Pertimbangan utama yang digunakan oleh Majelis Hakim kasasi dalam mengambil putusan tersebut yaitu bahwa berdasarkan Surat Perjanjian tertanggal 17 September 2007 antara Penggugat dan Tergugat III terbukti bahwa Penggugat bukan konsumen dari Tergugat I tetapi sebagai partisipan atau model dari *Hair Clinic* Menteng.

Dari pertimbangan tersebut tampak bahwa Majelis Hakim kasasi hanya melihat Penggugat sebagai individu yang berperan sebagai model dari produk yang dikelola oleh Para Tergugat. Hal itu tentu merupakan sudut pandang hukum yang sempit karena hanya mempertimbangkan aspek hukum formilnya saja.

Sedangkan, jika mempertimbangkan aspek materiil, maka Penggugat dapat dikategorikan sebagai konsumen karena merupakan pemakai akhir dari produk-produk yang dikelola oleh Para Tergugat. Hal itu sesuai dengan bunyi Pasal 1 ayat (2) UUPK yaitu: “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”. Dari bunyi pasal tersebut jelas bahwa Penggugat adalah berlaku sebagai konsumen karena menjadi pemakai akhir dari produk-produk yang dimaksud.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis akan membahas bagaimana iklan suatu iklan menyebabkan distorsi informasi sediaan farmasi dan kosmetika, serta bagaimana seharusnya penyantunan dan penyampaian informasi terkait suatu produk dilakukan berdasarkan pengaturan terkait izin edar tersebut dilakukan, sehingga memberikan perlindungan hukum bagi konsumen dari adanya kerugian. Selanjutnya tulisan ini akan diberi judul **PERLINDUNGAN HUKUM ATAS INFORMASI SEDIAAN FARMASI DAN KOSMETIKA BERDASARKAN STANDAR KEAMANAN KONSUMEN.**

B. Rumusan Masalah

1. Apa yang menyebabkan timbulnya distorsi informasi produk sediaan farmasi dan kosmetika yang diterima konsumen dari pelaku usaha?
2. Bagaimana mekanisme hukum yang tersedia bagi konsumen untuk mengajukan klaim terhadap produk kosmetik yang tidak sesuai dengan informasi yang diberikan oleh pelaku usaha?

C. Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis penyebab timbulnya distorsi informasi produk sediaan farmasi dan kosmetika yang diterima konsumen dari pelaku usaha tersebut.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis mekanisme hukum yang tersedia bagi konsumen untuk mengajukan klaim terhadap produk kosmetik yang tidak sesuai dengan informasi yang diberikan oleh pelaku usaha.

D. Manfaat Penelitian

Terdapat dua manfaat yang diharapkan penulis dalam penelitian ini, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian atau literatur dalam penelitian-penelitian selanjutnya, khususnya mengenai kajian tentang hukum perlindungan konsumen.
- b. Penelitian ini merupakan salah satu sarana bagi Penulis untuk penyusunan skripsi guna melengkapi persyaratan untuk mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) dibidang Hukum di Universitas Sriwijaya.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu pedoman dalam pengetahuan serta referensi dan informasi bagi pembaca bagaimana hukum perlindungan diterapkan.

a. Pelaku Usaha

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pelaku usaha mengenai pertanggungjawaban dalam saat terjadinya sengketa

b. Konsumen

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi konsumen mengenai pentingnya informasi mengenai produk yang akan digunakan.

c. Tenaga Farmasi

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi farmasi

mengenai pentingnya pencantuman informasi mengenai produk kosmetik dan/atau obat.

d. Pemerintah

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi Pemerintah sebagai acuan pemerintah dalam membuat kebijakan dalam upaya penanggulangan sengketa dibidang kosmetik dan/atau obat-obatan.

E. Ruang Lingkup

Penelitian ini memiliki ruang lingkup permasalahan yang dibatasi perihal distorsi informasi produk sediaan farmasi dan kosmetika yang di terima oleh konsumen dari pelaku usaha serta mekanisme hukum yang tersedia bagi konsumen untuk mengajukan klaim terhadap produk kosmetik yang tidak sesuai dengan informasi yang diberikan oleh pelaku usaha.

F. Kerangka Teori

Pada dasarnya uraian sebelumnya terkait klaim dari pelaku usaha yang dinyatakan kepada konsumen merupakan usaha dalam melaksanakan jual beli sehingga pada akhirnya akan terjadi proses transaksi atau jual beli antar pihak. Selanjutnya dalam penulisan ini didasarkan pada pelaksanaan perjanjian yang harus dilakukan dengan itikad baik dikarenakan kedua belah pihak akan terlibat dalam hubungan hukum yang unik yang diatur oleh itikad baik selama diskusi atau perjanjian antara para pihak.¹⁷ Diperlukan teori pendukung dalam

¹⁷ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004, hlm 52.

menjelaskan permasalahan dalam penulisan ini sehingga penulis dalam penelitian ini mengacu pada beberapa teori dasar diantaranya ialah sebagai berikut:

1. Teori Perlindungan Hukum

Menurut Fitzgerald yang dikutip oleh Satjipto Raharjo, menegaskan bahwa mazhab hukum alam atau paham hukum kodrat merupakan mazhab yang pertama kali memunculkan teori perlindungan hukum ini. Plato, muridnya Aristoteles, dan Zeno (pendiri mazhab Stoa) adalah pelopor mazhab ini. Mazhab hukum alam berpendapat bahwa moralitas dan hukum terkait erat dan bahwa Tuhan, yang kekal dan universal, adalah sumber hukum. Pengikut mazhab ini percaya bahwa moralitas dan hukum adalah cermin kehidupan manusia, yang merefleksikan dan menegakkan standar baik ke dalam maupun ke luar.¹⁸

Teori Salmond tentang perlindungan hukum, yang dijelaskan oleh Fitzgerald, menyatakan bahwa tujuan hukum adalah untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan banyak kepentingan dalam masyarakat karena dalam lalu lintas kepentingan, perlindungan terhadap membatasi kepentingan yang berbeda di sisi lain adalah satu-satunya cara untuk mencapai kepentingan tertentu. Karena melindungi hak-hak dan kepentingan manusia adalah tujuan hukum, maka hukum memiliki kekuatan tertinggi untuk memutuskan kepentingan manusia yang mana yang harus diatur dan dilindungi. Perlindungan hukum harus melalui

¹⁸ Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung 2000, hlm. 53.

beberapa tahap, termasuk diturunkan dari undang-undang dan semua peraturan yang disediakan masyarakat, yang pada dasarnya merupakan kesepakatan untuk mengontrol bagaimana orang berperilaku dalam interaksi mereka satu sama lain dan dengan pemerintah, yang dianggap mewakili kepentingan masyarakat.¹⁹

Menurut Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum merupakan upaya untuk menjaga harkat dan martabat manusia serta memberikan pengakuan terhadap hak asasi yang melekat pada setiap subjek hukum sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, sehingga dapat mencegah terjadinya tindakan sewenang-wenang.²⁰ Perlindungan hukum ini dipandang sebagai seperangkat aturan atau norma yang berfungsi melindungi suatu kepentingan dari kemungkinan pelanggaran oleh pihak lain. Lebih lanjut, Hadjon membedakan perlindungan hukum ke dalam dua bentuk, yakni perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif.²¹

Perlindungan hukum preventif dimaknai sebagai mekanisme yang memberikan kesempatan kepada subjek hukum untuk mengajukan keberatan atau menyampaikan pandangan sebelum suatu keputusan pemerintah ditetapkan secara final. Perlindungan hukum preventif

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ Edy Purwito, "Konsep Perlindungan Hukum Konsumen Dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Produk Gula Pasir Kadaluarasa di Kota Surabaya," *Dekrit (Jurnal Magister Ilmu Hukum)* Vol. 13, No. 1, (2023), hlm. 114.

²¹ *Ibid.*

berfungsi untuk mencegah timbulnya sengketa. Bentuk perlindungan ini sangat penting terutama dalam praktik pemerintahan yang memiliki ruang kebebasan bertindak, sebab keberadaannya mendorong pemerintah agar lebih berhati-hati dalam menggunakan diskresi dan menetapkan keputusan. Sementara itu, perlindungan hukum represif ditujukan sebagai sarana penyelesaian sengketa. Dalam konteks Indonesia, perlindungan hukum represif dijalankan melalui mekanisme peradilan, baik di Pengadilan Umum maupun Pengadilan Administrasi.²²

Teori perlindungan hukum dalam penulisan skripsi ini digunakan untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum secara preventif menyangkut pencegahan adanya distorsi informasi dari suatu iklan yang menyesatkan dan bentuk perlindungan hukum represif berupa penegakan hukum dan ganti kerugian bagi konsumen. Dengan demikian, teori ini mampu memberikan jawaban terhadap permasalahan dalam penelitian ini terkait perlindungan hukum yang akan diberikan kepada konsumen terhadap pemakaian produk suatu diproduksi oleh pelaku usaha.

2. Teori Pertanggung jawaban Hukum

Teori pertanggungjawaban hukum menjelaskan kewajiban pelaku usaha dalam menjamin hak konsumen atas produk atau jasa

²² Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia*, Penerbit Peradaban, Surabaya, 2007, hlm. 2-5.

yang mereka sediakan.²³

Teori ini terbagi menjadi dua bentuk utama, yaitu *strict liability* dan *fault liability*. *Strict liability* berarti pelaku usaha bertanggung jawab penuh atas kerugian yang dialami konsumen tanpa memerlukan pembuktian unsur kesalahan, sebagaimana diatur dalam Pasal 19 Ayat (1) UUPK.²⁴

Sementara itu, *fault liability* mewajibkan konsumen untuk membuktikan bahwa pelaku usaha bertindak lalai atau memiliki kesalahan yang menyebabkan kerugian. Dalam kasus perlindungan konsumen, *strict liability* sering diterapkan untuk mempercepat penyelesaian sengketa konsumen, terutama dalam kasus barang yang tidak sesuai standar atau informasi produk yang menyesatkan. Teori ini memberikan dasar bagi penegakan hukum yang adil, karena fokusnya adalah memastikan bahwa konsumen yang dirugikan dapat memperoleh kompensasi tanpa harus menghadapi kendala pembuktian yang kompleks.

Dengan teori pertanggungjawaban hukum dapat membantu penulis apakah pelaku usaha sediaan farmasi dan kosmetik telah patuh hukum dan regulasi yang ada dalam penyelenggaraan kegiatan usahanya.

²³ Simbolon, N. Y., & Sh, M. . *Pengantar Ilmu Hukum*, Widina Bhakti Persada, Bandung, 2022, hlm.54.

²⁴ Mertokusumo, Sudikno. *Bab-bab Tentang Penemuan Hukum*. Yogyakarta: Liberty, 2006, hlm. 97.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini diklasifikasikan sebagai penelitian normatif. Penelitian normatif adalah jenis penelitian menggunakan data sekunder yang berfokus pada memahami, menganalisis, atau menafsirkan kaidah hukum dengan tujuan memperoleh pemahaman yang mendalam tentang aturan hukum dan bagaimana seharusnya suatu masalah atau masalah hukum diperlakukan menurut. Penelitian normatif biasanya menggunakan pendekatan kualitatif.²⁵

2. Jenis dan Sumber Bahan Penelitian

a. Sumber Bahan Primer

Merupakan bahan hukum yang memiliki otoritas bahan yang diambil melalui sumber aslinya yang bersifat autoritatif.²⁶ Bahan Hukum dalam penelitian ini yaitu referensi yang mempunyai kekuatan dalam mengikat hukum yaitu antara lain:

- 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.²⁷

²⁵ Marzuki, P. M. *Teori Dan Penelitian Hukum Normatif*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta, 2021, hlm.125-130.

²⁶ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana Penad Media Group, Jakarta 2011, hlm.22.

²⁷ *Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, UU No. 8 Tahun 1999, LN. 42 Tahun 1999, TLN. No. 3821.

- 3) Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 Tentang Kesehatan.²⁸
- 4) Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 1998 Tentang Pengamanan Sediaan Farmasi dan Alat Kesehatan.²⁹
- 5) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 30 Tahun 2020 Tentang Persyaratan Teknis Penandaan Kosmetika.³⁰
- 6) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 15 Tahun 2020 Tentang Perubahan Atas Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 30 Tahun 2017 Tentang Pengawasan Pemasukan Obat.³¹
- 7) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 18 Tahun 2024 tentang Penandaan, Promosi, dan Iklan Kosmetik.

²⁸ *Undang-Undang Kesehatan*, UU No. 13 Tahun 2023, LN. 2023/105 Tahun 2023, TLN. No. 6887.

²⁹ Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 1998 tentang Pengamanan Sediaan Farmasi dan Alat Kesehatan. Jakarta: Sekretariat Negara, 1998.

³⁰ Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 30 Tahun 2020 tentang Persyaratan Teknis Penandaan Kosmetika. Jakarta: Badan Pengawas Obat dan Makanan. 2020.

³¹ Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 15 Tahun 2020 Tentang Perubahan Atas Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 30 Tahun 2017 Tentang Pengawasan Pemasukan Obat. Jakarta, 2020.

b. Sumber Bahan Sekunder

Merupakan bahan-bahan yang dapat memberikan penjelasan terkait bahan hukum primer serta kaitannya dengan bahan hukum primer itu sendiri, sebagai contohnya berbagai buku dan karya tulis ilmiah yang berkaitan dengan bahan hukum sekunder.³²

c. Sumber Bahan Tersier

Merupakan berbagai bahan hukum yang dapat dipergunakan untuk menambah informasi yang berkaitan dengan bahan hukum primer dan sekunder. Dalam hal ini bahan hukumnya dapat berupa kamus bahasa indonesia, kamus bahasa inggris, dan kamus bahasa lainnya yang dianggap perlu.

3. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini akan digunakan dua pendekatan, yaitu Pendekatan Perundang-undangan (*Statute Approach*) dan Pendekatan Kasus (*Case Approach*). Berikut penjelasan dari kedua pendekatan tersebut.

a. Pendekatan Perundang-Undangan (*Statute Approach*)

Merupakan pendekatan yang menggunakan peraturan perundang-undangan sebagai dasar penelitian atau dengan kata lain dalam penelitian akan diteliti berbagai peraturan perundang-undangan terkait hukum perlindungan konsumen dengan standar

³² *Ibid.* hlm. 141.

informasi produk.³³ Peraturan perundang-undangan yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya:

- 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.³⁴
- 3) Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 Tentang Kesehatan.³⁵
- 4) Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 1998 Tentang Pengamanan Sediaan Farmasi dan Alat Kesehatan.³⁶
- 5) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 30 Tahun 2020 Tentang Persyaratan Teknis Penandaan Kosmetika.³⁷
- 6) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 15 Tahun 2020 Tentang Perubahan Atas Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 30 Tahun 2017 Tentang Pengawasan Pemasukan Obat.³⁸

³³ Amiruddin & Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Raja Grafindo Persada, Jakarta 2004, hlm. 30.

³⁴ *Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, UU No. 8 Tahun 1999, LN. 42 Tahun 1999, TLN. No. 3821.

³⁵ *Undang-Undang Kesehatan*, UU No. 13 Tahun 2023, LN. 2023/105 Tahun 2023, TLN. No. 6887.

³⁶ Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 1998 tentang Pengamanan Sediaan Farmasi dan Alat Kesehatan. Jakarta: Sekretariat Negara, 1998.

³⁷ Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 30 Tahun 2020 tentang Persyaratan Teknis Penandaan Kosmetika. Jakarta: Badan Pengawas Obat dan Makanan. 2020.

³⁸ Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 15 Tahun 2020 Tentang Perubahan Atas Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 30 Tahun 2017 Tentang Pengawasan Pemasukan Obat. Jakarta, 2020.

- 7) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 18 Tahun 2024 tentang Penandaan, Promosi, dan Iklan Kosmetik.

b. Pendekatan Kasus (*Case Approach*)

Merupakan pendekatan yang dilakukan dengan mengkaji kasus terkait penelitian ini. Dalam penelitian ini seperti yang telah dijelaskan sebelumnya akan mengkaji kasus melalui Putusan Nomor 107/PID.SUS/2020/PN.DRH.

4. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Teknik pengumpulan data ini dilakukan melalui langkah-langkah yang berfokus pada studi kepustakaan, serupa dengan metode penelitian normatif yang bertujuan untuk memperoleh berbagai sumber hukum. Dalam proses ini, peneliti akan mencari dan mempelajari sumber-sumber hukum yang relevan guna memperoleh pemahaman yang mendalam terkait topik yang diteliti.

Proses ini mencakup pencarian dokumen, buku, jurnal, peraturan perundang-undangan, serta sumber hukum lainnya yang dapat memberikan informasi dan dasar yang kuat untuk analisis lebih lanjut dalam penelitian yang bersangkutan. Dengan cara ini, penelitian dapat menghasilkan temuan yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan.³⁹

³⁹ Peter Mahmud Marzuki , *Penelitian Hukum* , Kencana Penad Media Group, Jakarta 2011, hlm.32.

5. Teknik Analisis Bahan Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menggunakan metode penelitian normatif atau kepustakaan, pengumpulan data dilakukan secara sistematis dan akan dianalisis secara kualitatif. Analisis data yang digunakan bersifat preskriptif, dengan fokus pada uraian yang tidak melibatkan data statistik. Metode ini bertujuan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan situasi tertentu yang menjadi penyebab munculnya masalah yang diteliti. Setelah itu, kesimpulan akan ditarik sebagai jawaban dari permasalahan yang telah diidentifikasi dalam penelitian ini.⁴⁰

6. Teknik Penarikan Kesimpulan

Teknik penarikan kesimpulan yang digunakan dalam penelitian skripsi ini adalah penalaran deduktif yang berangkat dari proposisi dan konsep umum mengenai perlindungan konsumen, perlindungan hukum, dan pertanggungjawab terhadap proses terjadinya distorsi informasi yang dialami konsumen atas iklan yang dilakukan oleh pelaku usaha, sehingga diperoleh kesimpulan yang khusus mengenai bentuk perlindungan hukum bagi konsumen terhadap kerugian penggunaan produk yang diiklankan oleh pelaku usaha.

⁴⁰ *Ibid.* hlm. 64.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- Amiruddin & Zainal Asikin. 2004. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Az. Nasution. 2001. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media.
- Anak Agung Sagung Ngurah Indradewi. 2017. *Tanggung Jawab Yuridis Media Penyiar Iklan Dalam Menjamin Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen*. Udayana University Press. Denpasar.
- Anak Agung Sagung Ngurah Indradewi. 2020. *Hukum Perlindungan Konsumen: Hubungan Konsumen Produsen, Asas, Tujuan, dan Aspek Hukum Perdata, Administrasi, Pidana*, Udayana University Press. Denpasar.
- Bambang Sunggono. 2016. *Metodologi Penelitian Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Claudia Windasari Wijaya, 2018. *The Beauty Is In You*, Absolute Media, Yogyakarta.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti. 2011. *Hukum Perlindungan Konsumen*. cet.3. Jakarta: Sinar Grafika.
- C. S. T. Kansil. 2018. *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Negara Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Dewan Periklanan Indonesia. 2020. *Etika Pariwara Indonesia (Amandemen 2020)*. Jakarta: Dewan Periklanan Indonesia.
- Hamid Haris, 2017, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Sah Media, Jakarta.
- Hulman Panjaitan. 2021. *Hukum Perlindungan Konsumen: Reposisi dan Penguatan Kelembagaan BPSK Dalam Memberikan Perlindungan dan Menjamin Keseimbangan Dengan Pelaku Usaha*. Bekasi: Jala Permata Aksara.

- I Dewa Gede Atmadja dan I Nyoman Putu Budiarta. 2018. *Teori-Teori Hukum*. Setara Press. Malang.
- Ido Prijana Hadi. Wahjudianata. dan Inggrit Indrayani. 2021. *Komunikasi Massa*. Penerbit Qiara Media, Pasuruan.
- Joko Sriwidodo dan Kristiawanto. 2021. *Memahami Hukum Perikatan*, Kepel Press. Yogyakarta.
- Kees Bertens. 2024. *Pengantar Etika Bisnis*. Kanisius. Yogyakarta.
- Kurniawan. 2011. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Malang: UB-Press.
- Mertokusumo, Sudikno. 2006. *Bab-bab Tentang Penemuan Hukum*. Liberty, Yogyakarta.
- Marzuki, P. M. 2021. *Teori Dan Penelitian Hukum Normatif*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Peter Mahmud Marzuki. 2011. *Penelitian Hukum*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Philipus M. Hadjon. 2007. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia*. Penerbit Peradaban. Surabaya.
- Rinitami Njatrijani. 2018. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Semarang: CV. Tigamedia Pratama.
- Siti Aisyah. 2021. *Dasar-Dasar Periklanan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sri Lestari Poernomo. 2022. *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Dan Sengketa Konsumen Kosmetika*. Edu Publisher. Tasikmalaya.
- Titik Triwulan Tutik. 2008. *Hukum Perdata dalam Sistem Hukum Nasional*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Taufik H. Simatupang. 2019. *Aspek Hukum Periklanan Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*. Citra Aditya Bakti. Bandung.
- Satjipto Raharjo. 2000. *Ilmu Hukum*. PT. Citra Aditya Bakti. Bandung.
- Y. Sari Murti Widiyastuti. 2020. *Asas-Asas Pertanggungjawaba Perdata (Bagian Pertama)*. Cahaya Atma Pustaka, Yogyakarta.
- Yessy Kusumadewi dan Grace Sharon. 2022. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Fazpublishing.

Yuhelson. 2017. *Pengantar Ilmu Hukum*, Ideas Publishing. Gorontalo.

Zaeni Asyhadie. 2016. *Hukum Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Zulham. 2013. *Hukum Perlindungan Konsumen*. cet.1. Jakarta: Kencana.

B. JURNAL

Ainita, O. "Perlindungan Hukum Terhadap Nasabah Bank Yang Dirugikan Akibat Kejahatan Skimming Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen". Bandar Lampung 2021.

Audy Nelwan, "Pengaturan Hukum Pengamanan Dan Penggunaan Sediaan Farmasi". *Jurnal hukum Lex et Societatis*, Vol. 3. No.10. 2015.

Alexander Pfeuffer. "Illegally beautiful? The role of Trust and Persuasion Knowledge in Online Image Manipulation Disclosure Effects" *International Journal of Advertising*. Vol. 44. No. 4. February 2025.

Aliya Fitri dan Aufa Miladya Izzah. "Manipulating Consumer's Behavior through Product Packaging: Role of Short Brand Story" *Review of Integrative Business and Economics Research*. Vol. 12. Issue 4. Desember 2023.

Christo Mario Pranda. "Tinjauan Hukum Terhadap Iklan Yang Menyesatkan Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia dan Hukum Internasional Terkait" *Jurnal Paradigma Hukum Pembangunan*. Vol. 7. No. 2. Agustus 2022.

Dzaky Perdana Dharmawan, Dwi Andayani Budisetyowati, SabelaGayo, "Analisis Terhadap Putusan Hakim Dalam Tindak Pidana Perdagangan Kosmetik Melalui E- Commerce Tanpa Izin Edar Dari BPOM-RI Berdasarkan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan", *Jurnal Ilmu Hukum Humaniora dan Politik (JIHHP)* Vol. 4 No. 1. November 2023.

Eldbert Christanto Anaya Marbun. "Mengkaji Kepastian Hukum Dan Perlindungan Hukum Terhadap Investasi di Indonesia" *Dharmasiswa: Jurnal Program Magister Hukum Universitas Indonesia*. Vol. 1. No. 4. Desember 2021.

- Edy Purwito. "Konsep Perlindungan Hukum Konsumen Dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Produk Gula Pasir Kadaluarsa di Kota Surabaya" *Dekrit (Jurnal Magister Ilmu Hukum)* Vol. 13 No. 1 2023.
- Firman. "Perlindungan Konsumen Terhadap Iklan Yang Menyesatkan Dari Perspektif Hukum Perdata Dan Kode Etik Periklanan Indonesia," *Jurnal Paris Langkis*, Vol. 3. No. 2. Maret 2023.
- Florian Baumann dan Alexander Rasch "Exposing False Advertising" *Canadian Journal of Economics*. Vol. 53. No. 3. Agustus 2020.
- Farras Deka Maghfira. Bambang Sugeng Ariadi Subagyono. dan Vandawati Chumaida "A Form of Consumer Protection From Beauty Products That Contain Harmful Chemicals" *International Journal of Law Reconstruction*. Vol. 7. No. 2. September 2023.
- Finna Rosalina. "Efektivitas Pengadilan Litigasi dalam Penyelesaian Sengketa Bisnis" *Journal of Legal Sustainability (JOLS)*. Vol. 1. No. 1. Juni 2024.
- Katrina Nur Utami. "Pertanggungjawaban Para Pihak Dalam Perjanjian Endorsement Melalui Media Sosial Instagram," *Jurnal Idea Hukum* Vol. 9, No. 1. Februari 2023.
- Kadek Agus Adi Mego, I Nyoman Putu Budiarta, Ni Made Puspasutari Ujianti, "Tinjauan Yuridis Terhadap Selebgram Yang Melakukan Endorse/Promosi Barang Ilegal Pada Produk Obat-Kosmetik," *Jurnal Konstruksi Hukum* Vol. 2 No. 2. Mei 2021.
- Leli Indriyani. "Analisis Yuridis Terhadap Penyelesaian Sengketa Perdata Di Luar Pengadilan (Non-Litigasi) Di Indonesia" *Causa: Jurnal Hukum & Kewarganegaraan*. Vol. 4. No. 8. Juni 2024.
- Muhammad Ikhsan, Anto Kustanto, Adityo Putro Prakoso, "Tinjauan Yuridis Peredaran Kosmetika Di Indonesia", *Jurnal Qistie*, Vol. 16 No. 2, (November 2023).
- Muhammad M. Hakim dan Sutarmin. "How False Advertising Victims' Experiences Define Their Online Purchase Decision in Fashion Product? - Comparison between Generations" *Jurnal Dinamika Manajemen*. Vol. 15. No. 2. September 2024.

- Pascal Amadeo Yapputrodan Ariawan Gunadi, "Analisis Yuridis Terhadap Tindakan Overclaimproduk Kosmetika Sediaan Sunscreen, Universitas Tarumanegara", *Jurnal Hukum Lex Generalis* Vol. 5 No.12. Jakarta. 2024.
- Rhey A. Karinda, Anna S. Wahongan, Karel Yosi Umboh, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Bisnis Pembiayaan Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999", *Jurnal Lex Privatum*, Vol. VIII, No. 4. 2020.
- Restia Noviani Putri dan Sahrudin, "Perlindungan Konsumen Terhadap Peredaran Kosmetik Yang Tidak Mencantumkan BPOM (Studi di BPOM Makassar)", *Jurnal Private Law Fakultas Hukum Universitas Mataram*. Oktober 2022.
- Silvi Wulandari, Resmi Mustarichie, "Upaya Pengawasan BBPOM Di Bandung Dalam Kejadian Potensi Penyalahgunaan Obat," *Jurnal Farmaka Unpad*, Vol. 15 No. 4. Desember 2017.
- Susanti Sembiring dan Bisma Putra Pratama, "Perlindungan Terhadap Konsumen Kosmetik Ilegal Yang Mengandung Zat Berbahaya," *Jurnal Ilmiah Ekotrans*. Juni 2022.
- Williams, J. D. "The Prowess of Dr. Philip Kotler: Are His Marketing Management Teachings Still Worthwhile?" *Review of Higher Education & Self-Learning*. Vol.7 No. 24. 2014.
- Warto dan Samsuri, "Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia", *Journal of Islamic Economics and Banking*, Vol. 2 No. 1. Juli 2020.
- Wayan Gede Asmara, I Nyoman Sujana, dan Ni Made Puspasutari, "Perlindungan Hukum terhadap Hak Konsumen Atas Informasi Produk Import," *Jurnal Analogi Hukum*. 2019.
- Yulia Susantri, Sri Walny Rahayu, Sanusi, Pencantuman Informasi Pada Label Produk Kosmetik Oleh Pelaku Usaha Dikaitkan Dengan Hak Konsumen, *Law Journal Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala*, Vol. 2. No. 1. April 2018.
- Yuniar Rahmatiar. "Legal Protection for Consumers against Misleading Advertising According to the Perspective of the Laws in Force" *Jurnal Info Sains: Informatika dan Sains*. Vol. 14. No. 4. Oktober 2024.

C. PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Lembaran Negara RI tahun 1999, Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821.

Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023, No. 105, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia No. 6887.

Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 1998 tentang Pengamanan Sediaan Farmasi dan Alat Kesehatan. 1998.

Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 30 Tahun 2020 tentang Persyaratan Teknis Penandaan Kosmetika. Jakarta: Badan Pengawas Obat dan Makanan, 2020.

Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 15 Tahun 2020 Tentang Perubahan Atas Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 30 Tahun 2017 Tentang Pengawasan Pemasukan Obat. 2020.

Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 18 Tahun 2024 tentang Penandaan, Promosi, dan Iklan Kosmetik.

D. SUMBER LAIN

CNBC Indonesia, “24 August 2020 Tokopedia Tergeser! Ini Dia Jawara e-Commerce Indonesia”, Tech,<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200824073330-37-181385/tokopedia-tergeser-ini-dia-jawara-e-commerce-indonesia>