



Alasan Konsumen Tidak Mengadukan Kasusnyanya serta Bentuk Perlindungan Konsumen Akibat Kosmetik yang Berbahaya Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Maria Grezhella Rihi^{1*}, Agustinus Hedewata², Helsina Fransiska Pello³

^{1,2,3}Universitas Nusa Cendana, Indonesia

Alamat: Jl. Adisucipto Penfui, Kupang, NTT, Indonesia

*Korespondensi penulis: rihisela8@gmail.com

Abstract. Development of the era in field of trade and industry has led increasingly advanced and innovative products and services created and used by the community. In the era of free trade, export and import opportunities are wide open and have an impact on the entry of products legally or illegally. This study aims to determine the reasons why consumers/victims of the use of cosmetics containing hazardous materials are reluctant to report to BPOM and to determine the form of legal protection for consumers who are harmed due to using cosmetics containing hazardous materials reviewed from Law No. 08 of 1999 concerning Consumer Protection. Aspects that influence consumers not to report cosmetic brands using hazardous materials to BPOM are, consumer reluctance to use cosmetics with hazardous materials comes from combination of individual health problems, increased knowledge and awareness, ethical considerations, trust in regulations, and the influence of social and environmental factors. The circulation of cosmetic products containing hazardous materials will harm consumers, in this case business actors have certainly violated the Consumer Protection Law. These forms of legal protection create a just and orderly society by balancing individual freedom with the need for regulation and protection against various potential losses.

Keywords: Dangers, Legal, Consumer, Cosmetics.

Abstrak. Perkembangan zaman di bidang perdagangan dan industri menyebabkan semakin maju dan inovatifnya produk dan jasa yang diciptakan dan digunakan oleh masyarakat. Pada era perdagangan bebas peluang ekspor impor terbuka luas dan berdampak pada masuknya produk secara legal ataupun ilegal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alasan konsumen/korban penggunaan kosmetik yang mengandung bahan berbahaya enggan melapor ke BPOM serta untuk mengetahui bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan akibat menggunakan kosmetik yang mengandung bahan berbahaya ditinjau dari UU No. 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Aspek yang mempengaruhi konsumen tidak melaporkan brand kosmetik menggunakan bahan berbahaya ke BPOM yaitu, keengganan konsumen untuk menggunakan kosmetik dengan bahan berbahaya berasal dari kombinasi masalah kesehatan individu, peningkatan pengetahuan dan kesadaran, pertimbangan etika, kepercayaan terhadap peraturan, dan pengaruh faktor sosial dan lingkungan. Beredarnya produk kosmetik yang mengandung bahan berbahaya akan merugikan konsumen, dalam hal tersebut pelaku usaha tentu telah melanggar Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Bentuk-bentuk perlindungan hukum ini menciptakan masyarakat yang adil dan tertib dengan menyeimbangkan kebebasan individu dengan kebutuhan akan regulasi dan perlindungan terhadap berbagai potensi kerugian.

Kata kunci: Bahaya, Hukum, Konsumen, Kosmetik.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan zaman dan perekonomian khususnya di bidang perdagangan dan industri telah menyebabkan semakin maju dan inovatifnya produk dan jasa yang diciptakan dan digunakan oleh masyarakat. Hal ini juga didukung oleh perkembangan teknologi dan informasi yang mempercepat dan memperluas peredaran barang dan jasa. Pada era perdagangan bebas potensi dan peluang ekspor impor terbuka luas ini, hal tersebut akan berdampak pada masuknya produk-produk impor baik secara legal ataupun ilegal. Oleh karena itu, masyarakat semakin tergiur dengan adanya peredaran kosmetik ilegal baik produk dalam maupun luar negeri, untuk dikonsumsi dan mendapatkan manfaat yang meningkatkan daya tarik pada penampilannya. Kosmetik merupakan salah satu kebutuhan manusia yang sudah ada dan berkembang dari waktu ke waktu.

Kosmetik tidak hanya berperan penting dalam menunjang penampilan, tetapi juga menjadi kebutuhan pokok masyarakat dengan gaya hidup yang semakin beragam. Penggunaan kosmetik oleh masyarakat cenderung terus meningkat, seiring dengan perkembangan gaya hidup yaitu kebiasaan konsumen. Sementara itu, pemahaman masyarakat tidak cukup untuk memilih dan menggunakan produk yang tepat, akurat dan aman. Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1175/MenKes/PER/VIII/2010 tentang Kosmetika, menyebutkan mengenai pengertian kosmetik yaitu : "Kosmetik adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (kulit, rambut, kuku, bibir, dan organ genital pada bagian luar) atau pada gigi dan mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan/atau memperbaiki badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi yang lebih baik". Kosmetik mempunyai beberapa manfaat yang dapat berguna dan bermanfaat bagi kehidupan manusia. Manfaat dari penggunaan kosmetik adalah yaitu, membersihkan kulit tubuh atau kulit kepala, mencegah ada timbulnya keriput, mengencangkan kulit-kulit keriput, menyuburkan rambut, menghindari beberapa gangguan kulit baik dari luar maupun dari dalam tubuh, seperti noda-noda, flek, bintik-bintik, dan sebagainya, menghaluskan kulit, mempercantik seseorang; dan merubah seseorang (memperbaiki kekurangan yang terdapat pada seseorang),\ sehingga orang tersebut mengalami perubahan.

Di dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan Pasal 105 ayat 2 menyebutkan "Sediaan Farmasi berupa obat tradisional dan kosmetika serta alat kesehatan harus memenuhi standar dan/atau persyaratan yang ditentukan". Selanjutnya di dalam Pasal 106 ayat 1 menyebutkan "Sediaan farmasi dan alat kesehatan hanya dapat diedarkan setelah mendapat izin

edar”. Berkaitan dengan ketentuan yang ada pada Undang-Undang Kesehatan tersebut maka kosmetik harus memperoleh izin edar, maka segala hubungan hukum yang dilakukan oleh konsumen dan produsen kosmetik dalam transaksi jual beli kosmetik harus dilindungi. Sedangkan di dalam (Undang-Undang Perlindungan Konsumen)UUPK yang masih memiliki kekurangan dalam ruang lingkupnya, dimanadidalam Undang Undang Perlindungan Konsumen Pasal 8 ayat3 hanya mengatur tentang larangan bagi para pelaku usaha memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan rusak, cacat dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi yang benar. Pelaku usaha tidak diperbolehkan memperdagangkan sediaan farmasi yang rusak, cacat dan atau bekas atau sediaan farmasi tanpa izin edar. Tanpa adanya standar, upaya perlindungan konsumen masih belum maksimal, sehingga dapat membuka lebih banyak ruang bagi perusahaan komersial untuk memproduksi sediaan farmasi dalam bentuk kosmetik tanpa izin edar.

Jadi, tidak hanya dalam Undang Undang Perlindungan Konsumen yang mengatur tentang aturan dan ketentuan tentang pelaku usaha dan konsumen, Pemerintah juga telah membentuk suatu badan pengawasan yang berwenang melakukan pengawasan dibidang obat-obatan ,makanan, dan termasuk juga kosmetik demi melindungi masyarakat yang disebut dengan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) yang selanjutnya disingkat dengan BPOM. BPOM dibentuk melalui Peraturan Presiden Republik Nomor 3 Tahun 2013 tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Kewenangan, Susunan Organisasi, dan Tata Kerja Lembaga Pemerintah Non Departemen. Pada pasal 67 Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2013, menyebutkan bahwa “BPOM mempunyai tugas melaksanakan tugas pemerintah di bidang pengawasan obat dan makanan sesuai dengan ketentuan peraturan Perundang-Undangan yang berlaku”. Dalam menjalankan tugas pengawasan, BPOM memiliki unit pelaksana tugas yang disebut dengan Balai Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) yang merupakan perpanjangan tangan BPOM pusat yang terdapat pada setiap wilayah Provinsi di Indonesia. Dengan tujuan yaitu melindungi keamanan masyarakat dalam penggunaan obat, makanan dan termasuk kosmetika.

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dalam menjalankan tugas berhasil menyita sejumlah kosmetik yang mengandung bahan kimia berbahaya atau merkuri yang didatangkan dari luar negeri dan kosmetik tanpa merek yang tidak terdaftar pada BPOM dan mengandung bahan berbahaya untuk kesehatan tubuh manusia. Pada Awal 2021 BPOM dan tim gabungan berhasil mengidentifikasi sebuah kios yang menjual kosmetik mengandung bahan berbahaya atau zat kimia di Kelurahan Pasir Panjang, Kota Kota Kupang. Sejak tahun 2021, BPOM telah menyita 50 jenis

kosmetik mengandung bahan berbahaya dan di tahun 2022 BPOM kembali menyita sebanyak 181 jenis kosmetik berbahaya.

Berdasarkan pengamatan penulis terhadap Perlindungan Konsumen Terhadap Peredaran Kosmetik Tanpa Izin Badan Pengawas Obat Dan Makanan (BPOM) Ditinjau Dari Hukum Perlindungan Konsumen Di Kota Kota Kupang masih terdapat hal-hal yang mengakibatkan kerugian bagi konsumen, akibat mengkonsumsi kosmetik.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Fatululi Kota Kupang. Penelitian ini bersifat yuridis empiris, yakni mengkaji hukum dalam implementasinya (law in books and law in action) yaitu penelitian yang datanya diperoleh melalui penelusuran langsung di lokasi penelitian, di Kelurahan Fatululi Kota Kupang. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu pendekatan kepustakaan (library research) adalah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data melalui dari bahan kepustakaan yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti dan pendekatan studi lapangan, penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (field research) dengan teknik analisis deskriptif kualitatif. Aspek-aspek yang diteliti dalam penelitian ini antara lain masyarakat membuang sampah pada TPS, iuran sampah, pemerintah Kelurahan Fatululi dan faktor-faktor yang menjadi penghambat partisipasi masyarakat terkait pengelolaan sampah di Kelurahan Fatululi Kota Kupang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Alasan Konsumen/Korban Penggunaan Kosmetik yang Mengandung Bahan Berbahaya Enggan Melapor Ke BPOM

1) Alasan Korban Pengguna Kosmetik yang Berbahaya Tidak Mengadu

Sebagaimana yang telah dibahas pada rancangan penelitian sebelumnya, penulis telah meninjau alasan konsumen telah lengah dalam penggunaan kosmetik dengan kandungan bahan berbahaya. Dari data yang peneliti dapatkan di lapangan rupanya terdapat beragam alasan yang penulis dapatkan terkait alasan korban pengguna kosmetik berbahan berbahaya. Maka dari itu penulis memaparkan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Alasan Korban/Konsumen Tidak Mengadu ke Pihak Berwajib

NO	KONSUMEN	ALASAN			
		Ketakutan Akan Konsekuensi Hukum	Ketakutan Akan Sanksi Sosial	Kesadaran Hukum	SDM
1	FIASTRY NURAK, IBU RUMAH TANGGA			✓	
2	MARIA TAMPUR, MAHASISWA		✓		
3	ELFIANA AYU DIRA , PEDAGANG/PENGUSAHA				✓
4	IBU VIANA/PNS	✓			
5	CLARABELA NOIS/GURU HONORER			✓	
6	ANGEL NONTE/PEMILIK USAHA KOSMETIK		✓	✓	

Aspek yang mempengaruhi konsumen tidak melaporkan brand kosmetik yang mengandung bahan berbahaya kepada pihak yang berwenang memiliki alasan yang beragam, dari narasumber pertama yakni ibu rumah tangga (42 tahun) mengatakan bahwa “Alasan saya enggan melaporkan brand kosmetik tersebut ialah saya tidak memiliki pengetahuan dasar yang cukup mengenai mekanisme serta ke institusi pemerintahan mana saya perlu melaporkan hal tersebut”. Pemahaman Hukum Masyarakat juga menjadi salah satu faktor terjadinya kejadian seperti penipuan kosmetik berbahan bahaya. Peneliti juga dapat konsumen yang mengalami hal serupa “ Saya tidak memiliki pengetahuan hukum terkait melaporkan oknum penjual kosmetik ke pihak yang berwajib, dan saat itu saya hanya fokus pada proses sembuhnya kulit wajah saya”.

Selanjutnya penulis menanyakan hal yang sama kepada narasumber Ketiga dan Keempat berikut jawaban mereka. Narasumber ketiga mengatakan bahwa “Saya menggunakan produk kecantikan tersebut dan mendapatkan dengan harga diskon. Belakangan saya mengetahui bahwa produk tersebut mengandung bahan yang dilarang pengedarannya oleh BPOM. Terlanjur memakai tersebut saya mendapatkan efek samping yang cukup buruk ke kulit wajah saya. Walaupun saya telah menjadi korban dari brand kecantikan tersebut saya terlanjur malu dan takut menjadi gunjingan orang banyak. Maka dari itu saya merahasiakan hal tersebut”.

“Kosmetik yang saya gunakan ini merupakan cream pencerah wajah yang belakangan ini saya tahu bahwa cream tersebut mengandung merkuri, setelah itu saya

berhenti penggunaan cream tersebut. Akan tetapi saya tidak menyadari efek samping jangka panjang dari penggunaan kosmetik tersebut dan mengabaikan bahan produksi dan mementingkan perubahan pada kulit wajah saya.”

Berdasarkan hasil wawancara di atas pada umumnya konsumen merasa malu untuk melaporkan bahwa mereka telah menggunakan bahan kosmetik yang mengandung merkuri karena beberapa alasan. Pertama ada rasa menyalahkan diri sendiri atau rasa malu atas pilihan menggunakan produk tersebut. Seseorang merasa bahwa mereka seharusnya mendapat lebih banyak informasi atau membuat keputusan yang lebih baik ketika memilih kosmetik, dan mengakui penggunaan bahan-bahan yang mengandung merkuri dapat menimbulkan perasaan bersalah atau malu.

Kedua, stigma yang terkait dengan penggunaan zat-zat berbahaya dapat menimbulkan rasa malu. Masyarakat sering kali mengutamakan standar kecantikan, dan mengakui penggunaan produk kosmetik yang tidak aman dapat menimbulkan penilaian atau persepsi negatif dari orang lain. Sehingga menimbulkan ada ketakutan dianggap ceroboh atau tidak memprioritaskan kesehatan, sehingga berkontribusi pada keengganan untuk melapor.

Ketakutan akan penilaian dan dampak sosial memainkan peran penting. Orang khawatir tentang bagaimana orang lain akan memandang mereka jika diketahui bahwa mereka telah menggunakan kosmetik yang mengandung merkuri. Ketakutan akan stigma sosial dapat menjadi penghalang yang kuat untuk melaporkan kejadian-kejadian tersebut.

Ketakutan akan konsekuensi hukum juga rupanya menjadi suatu acuan alasan konsumen tidak melaporkan, seperti hal nya yang terjadi pada narasumber berikutnya yakni ibu viana berikut penuturan beliau " setahun yang lalu saya merupakan korban pemakai kosmetik dengan kandung bahan berbahaya, pada saat melapor saya tidak memiliki bukti yang cukup sehingga saya mengurungkan niat untuk melakukannya”.

Selanjutnya penulis mewawancarai oknum pemilik kosmetik yang belakangan diketahui kosmetik yang di jualnya mengandung bahan berbahaya, berikut penuturannya “Saya merupakan penjual produk make up dari hasil distrubusi dari pihak pemilik brand kosmetik tersebut, sehingga saya tidak memiliki pengetahuan atas bahan yang digunakan dan tugas saya hanya menjualnya ke pelanggan, pada saat mengetahui fakta bahwa produk

yang saya jual merupakan kosmetik dengan kandungan berbahaya saya berhenti menjual dan merahasiakannya dari orang sekitar.”

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap penjual, mengenai konsekuensi hukum atau tindakan hukuman. Pada dasarnya mereka takut akan dampak hukum atau khawatir menghadapi konsekuensi atas tindakan mereka. Ketakutan ini dapat menimbulkan keragu-raguan dalam melaporkan penggunaan bahan kosmetik berbahaya. Untuk mengatasi hal ini, penting untuk menciptakan lingkungan di mana individu merasa aman dan didukung untuk melaporkan insiden tersebut tanpa takut dihakimi. Edukasi tentang potensi bahaya bahan kosmetik tertentu dan mendorong budaya transparansi dapat membantu mengurangi stigma yang terkait dengan pelaporan penggunaan produk berbahaya.

2) Upaya Perlindungan Bagi Korban Pengguna Kosmetik yang Berbahaya

Sebagaimana yang telah dipaparkan di atas penulis akan mengkorelasikan aspek yang mempengaruhi konsumen yang menjadi korban penggunaan bahan kosmetik yang mengandung zat berbahaya dan dilarang peredarannya oleh BPOM dengan upaya hukum yang berlaku di Indonesia. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh penulis maka upaya hukum yang dirancang Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) kota Kota Kupang yakni sebagai berikut:

a. Hukum Kewajiban Produk

Konsumen dapat mempunyai alasan untuk mengajukan tuntutan tanggung jawab produk jika mereka menderita kerugian akibat bahan kosmetik yang berbahaya. Undang-undang pertanggungjawaban produk biasanya mencakup cacat dalam desain, manufaktur, atau pemasaran, dan konsumen dapat meminta kompensasi atas cedera atau kerusakan. Berdasarkan hal ini para konsumen lebih peka terhadap ijin penyabaran serta bahan yang di kandung dari produk tersebut telah terverifikasi BPOM atau tidak.

b. Hukum Perlindungan Konsumen

Banyak yurisdiksi mempunyai undang-undang seperti undang-undang nomor perlindungan konsumen yang melarang praktik penipuan dan menjamin keamanan produk seperti UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Konsumen dapat mengajukan keluhan kepada lembaga perlindungan konsumen terkait, dan

lembaga tersebut dapat mengambil tindakan hukum terhadap produsen atau penjual produk kosmetik berbahaya.

c. Gugatan Gugatan Kelompok

Jika sejumlah besar konsumen terkena dampak penggunaan produk kosmetik tertentu, mereka dapat memilih untuk mengajukan gugatan class action..Upaya ini merupakan upaya persuasif yang dilakukan konsumen yang peneliti wawancara agar para produsen kosmetik bisa bertanggung jawab atas kerugian yang korban alami. Hal ini meZONKkan sekelompok individu untuk secara kolektif melakukan tindakan hukum terhadap pihak-pihak yang bertanggung jawab.

d. Keluhan Terhadap Peraturan

Konsumen dapat melaporkan penggunaan bahan kosmetik berbahaya kepada badan pengawas yang bertanggung jawab mengawasi kosmetik seperti BPOM. Badan-badan ini dapat menyelidiki masalah ini dan mengambil tindakan penegakan hukum terhadap produsen atau distributor yang tidak patuh.

e. Pelanggaran Klaim Garansi

Konsumen dapat mengajukan klaim atas pelanggaran garansi jika produk kosmetik gagal memenuhi jaminan keamanan dan kualitas yang tersirat atau tersurat. Hal ini dapat mengakibatkan kompensasi atas kerusakan atau pengembalian dana.

Upaya hukum bisa berbeda-beda, dan penting bagi konsumen untuk berkonsultasi dengan profesional hukum guna menentukan tindakan terbaik berdasarkan situasi spesifik mereka dan hukum yang berlaku. Selain itu, bersikap proaktif dalam melaporkan insiden tersebut kepada pihak berwenang terkait dapat berkontribusi dalam mencegah kerugian terhadap orang lain dan meminta pertanggungjawaban pihak-pihak yang bertanggung jawab. Sudah seharusnya konsumen di lindungi dari dampak negatif akibat pemanfaatan barang ataupun jasa, terkait perlindungan konsumen sudah ada sejak tahun 1891 yaitu di New York Amerika Serikat dengan bukti terbentuknya Liga Konsumen Nasional (The National Consumer's League), sedangkan di indonesia tentang perlindungan konsumen sudah dikenal sejak zaman Hindia Belanda, meski saat ini sudah tidak diterapkan lagi. Dengan dibentuknya beberapa peraturan perundang-undangan, mulai dari koordinasi dan UU, PP, Inpres, KepMen, Keputusan bersama beberapa Menteri, keputusan Dirjen dan lain-lain termasuk Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen.

Akan tetapi pelaku usaha tetap mengedarkan alat-alat kosmetik yang tidak memenuhi standar mutu, meskipun sudah dilarang oleh pemerintah dan telah dibuatkan suatu aturan, pelaku usaha seakan tidak memperdulikan larangan tersebut, tanpa memperdulikan keselamatan dan kenyamanan dari konsumen yang mempergunakan barang yang berupa kosmetik tersebut. Maraknya peredaran kosmetik yang tidak tersertifikasi oleh BPOM khususnya kosmetik yang membahayakan, menimbulkan kerugian bagi konsumen khususnya di kota Kota Kupang, berupa kerugian fisik akibat dari pemakaian kosmetik dengan bahan berbahaya.

Hal lain juga berbicara tentang ketidaktaatan konsumen dalam memperhatikan komponen produk kosmetik yang digunakannya pada umumnya disebabkan karena keinginan konsumen untuk tampil lebih cantik dengan biaya yang murah. Aspek yang mendasari adanya alasan konsumen tidak melapor ialah kesadaran hukum yang kurang dari masyarakat sebagai upaya preventif agar kedepannya tidak ada oknum yang mengalami hal serupa maka penulis paparkan sebagai berikut: Kesadaran hukum di kalangan konsumen yang menggunakan kosmetik berbasis merkuri sangat penting untuk perlindungan dan peningkatan kesehatan masyarakat. Berikut adalah aspek-aspek penting dari kesadaran hukum bagi konsumen tersebut:

a. Memahami Label Produk

Konsumen harus menyadari pentingnya membaca dan memahami label produk. Di banyak yurisdiksi, kosmetik yang mengandung merkuri dilarang atau dibatasi. Memahami informasi pada label membantu konsumen membuat pilihan yang tepat dan menghindari produk yang menimbulkan risiko kesehatan.

b. Pengetahuan tentang Peraturan

Menyadari dan memahami peraturan kosmetik di wilayah mereka sangatlah penting. Negara dan wilayah seringkali mempunyai peraturan khusus mengenai penggunaan bahan tertentu, termasuk merkuri, dalam kosmetik. Konsumen harus mengetahui di mana menemukan informasi ini dan bagaimana menafsirkannya.

c. Melaporkan Efek Merugikan

Konsumen harus menyadari hak mereka untuk melaporkan dampak buruk atau dugaan pelanggaran kepada otoritas pengatur terkait. Pelaporan yang cepat membantu

badan pengatur mengambil tindakan yang diperlukan untuk melindungi konsumen dan menegakkan kepatuhan terhadap peraturan keselamatan kosmetik.

d. Mencari Nasihat Hukum

Kesadaran hukum mencakup mengetahui kapan dan bagaimana mencari nasihat hukum. Jika konsumen mengalami kerugian atau yakin bahwa mereka telah terpapar bahan kosmetik berbahaya, berkonsultasi dengan profesional hukum dapat membantu mereka memahami hak-hak mereka.

e. Kampanye Pendidikan

Konsumen mendapatkan manfaat dari kampanye edukasi yang meningkatkan kesadaran tentang bahaya merkuri dalam kosmetik. Instansi pemerintah, organisasi nirlaba, dan otoritas kesehatan sering melakukan kampanye untuk menginformasikan masyarakat tentang risiko yang terkait dengan bahan kosmetik tertentu. Seperti melaksanakan penyuluhan hukum terhadap masyarakat kota Kota Kupang terkait bahaya penggunaan bahan berbahaya pada kosmetik.

f. Hak dan Upaya Hukum

Kesadaran hukum mencakup pemahaman hak-hak konsumen dan upaya hukum yang tersedia jika terjadi kerugian. Konsumen harus mengetahui apakah mereka mempunyai hak untuk meminta kompensasi, mengajukan keluhan, atau berpartisipasi dalam tindakan hukum terhadap produsen atau penjual kosmetik yang tidak aman.

Dengan menumbuhkan kesadaran hukum, konsumen menjadi diberdayakan untuk membuat pilihan yang tepat, berkontribusi terhadap upaya regulasi, dan melindungi diri mereka sendiri dan orang lain dari potensi bahaya yang terkait dengan kosmetik berbasis merkuri.

Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Kosmetik yang Mengandung Bahan Berbahaya Berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Bertolak dari uraian terdahulu tentang aspek yang mempengaruhi konsumen enggan melapor akan brand kosmetik yang menggunakan bahan berbahaya maka munculah suatu pertanyaan mendasar yang harus dijawab dalam tulisan ini adalah bentuk perlindungan hukum

konsumen yang menggunakan Kosmetik yang Mengandung Bahan Berbahaya. Kajian terhadap esensi dari perlindungan hukum ini dan ketentuan, maka akan dianalisis sebagai berikut.

Hasil Wawancara dengan Kepala Balai BPOM Kota Kota Kupang Bapak Yoseph Nahak Klau, berbicara mengenai implementasi Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen berkaitan dengan perlindungan konsumen pengguna kosmetik berbahan berbahaya berikut penuturan beliau “Pengawasan dari pihak BPOM sendiri terhadap kosmetik terah berjalan dengan progresif dan reperensif sebagaimana yang diatur dalam Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Kami melakukan pemeriksaan rutin terhadap produsen, distributor, dan pengecer untuk memastikan bahwa produk mematuhi standar keselamatan dan persyaratan hukum”. Lanjut beliau menuturkan bahwa “Salah satu contohnya dalam pengawasan untuk produk kosmetik yang beredar dilakukan sampeling, kita beli produknya kemudian kita uji dilaboraturium apakah kosmetik itu memenuhi persyaratan mutu, kualitas, keamanan, dan kemanfaatan. Dalam rangka melakukan pengawasan terkait obat dan makanan khususnya terkait peredaran kosmetik illegal/berbahaya selalu berupa menyelaraskan program-program yang dimiliki oleh lintas sektor lain”.

Berkaitan dengan hasil penuturan beliau, maka penulis mengkorelasikan hal tersebut dengan peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang pengawasan pengedaran kosmetik oleh BPOM Sebagaimana yang diatur dalam Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Pada pasal 30 berbunyi:

- 1) Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.
- 2) Pengawasan oleh pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.
- 3) Pengawasan oleh masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar.
- 4) Apabila hasil pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (3) ternyata menyimpang dari peraturan perundang-undangan yang berlaku dan membahayakan konsumen, Menteri dan/atau menteri teknis mengambil tindakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

- 5) Hasil pengawasan yang diselenggarakan masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada Menteri dan menteri teknis.
- 6) Ketentuan pelaksanaan tugas pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah.

Selanjutnya penulis melakukan wawancara dengan salah satu pegawai BPOM Ibu Mega Desrani Nasution, beliau menuturkan bahwa “ Konsumen berhak atas keamanan, keselamatan dan keamanan dalam penggunaan barang dan/atau sekaligus jasa yang sudah dikonsumsi. Maka dari itu dari Balai POM Kota Kota Kupang itu sendiri menyelenggarakan berbagai upaya entah itu dalam hal preventif serta represif dalam hal melindungi hak-hak korban pasca penggunaan kosmetik dengan bahan berbahaya sebagai contohnya kami kerap menyelenggarakan penyuluhan setiap kecamatan sebagai upaya preventif serta pencabutan izin peredaran kosmetik dengan bahan berbahaya”.

Perlindungan hukum mengacu pada tindakan dan mekanisme yang ditetapkan oleh undang-undang dan peraturan untuk melindungi hak, kepentingan, dan kesejahteraan individu, badan, atau kelompok tertentu dalam suatu masyarakat. Berbagai bentuk perlindungan hukum memiliki tujuan yang berbeda-beda dan menangani berbagai aspek kehidupan manusia dan organisasi. Maka dari itu berdasarkan hasil wawancara dengan bapak yoseph nahak dan mega nasution penulis membagi upaya perlindungan hukum yang dilakukan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) kota Kota Kupang, sebagai berikut:

1) Upaya Preventif

Pada tahap upaya preventif atau tahap pencegahan, Balai Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Kota Kupang secara rutin melakukan operasi. Operasi tersebut dilakukan di seluruh daerah yang tercakup dalam wilayah Balai Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Kota Kupang. Sasaran dalam operasi meliputi distribusi produk kosmetik dan pelaku usaha yang menjual produk kosmetik di pasar, minimarket, supermarket, dan swalayan. Dalam pengawasan yang dilakukan secara rutin tersebut, Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) Kota Kupang melakukan pengecekan terhadap produk-produk yang tidak memiliki izin edar, produk kosmetik yang telah kadaluarsa, dan produk kosmetik yang memiliki kandungan bahan berbahaya. Tentunya pelaku usaha tersebut akan mendapatkan teguran yang bertujuan pelaku usaha tidak

mengulangi perbuatan yang dilarang. Upaya lain yang dilakukan oleh Balai Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Kota Kupang yaitu penyebaran melalui brosur, koran, dan sosial media yang berisi himbauan untuk berhati-hati dalam memilih produk kosmetik yang beredar di pasaran. Dalam melaksanakan pengawasan terhadap produk kosmetik ilegal yang mengandung bahan berbahaya, Balai Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Kota Kupang melakukan pengawasan sebagai bentuk perlindungan hukum preventif yang terdiri dari dua jenis pengawasan, pengawasan tersebut yaitu:

- a. Pengawasan Pre-Market Pengawasan pre-market dilakukan sebelum produk kosmetik beredar di pasaran. Pengawasan pre-market mempunyai tujuan untuk mengevaluasi tentang produk kosmetik sebelum mendapatkan nomor izin edar oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) yang selanjutnya produk kosmetik dapat diproduksi dan akhirnya dapat diedarkan di pasaran.
- b. Pengawasan Post-Market Pengawasan post-market dilakukan sesudah produk kosmetik beredar di pasaran. Pengawasan post-market mempunyai tujuan yaitu untuk memastikan bahwa produk kosmetik yang telah mendapat izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) tetap memenuhi tentang persyaratan keamanan, tentang manfaat dari produk kosmetik, serta kualitas yang sebelumnya sudah mendapat persetujuan dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) sebelum beredar di pasaran. Pada pengawasan post-market sendiri meliputi pengawasan produksi dan pendistribusian, pemeriksaan sampling, pengawasan iklan, serta public warning.

2) Upaya Represif

Pada tahap upaya represif, Balai Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Kota Kupang disamping melakukan pengawasan terhadap produk kosmetik ilegal yang mengandung bahan berbahaya juga melakukan penegakan hukum terhadap pelaku usaha yang berbuat curang dan tidak bertanggung jawab yang menjual produk kosmetik ilegal. Tahap ini dilakukan apabila pada operasi rutin yang dilakukan oleh Balai Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Kota Kupang ditemukan produk kosmetik ilegal yang beredar di pasaran.

Balai Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Kota Kupang telah melakukan berbagai kegiatan baik berupa pre-market maupun post-market yang mana didalamnya

termasuk melakukan edukasi kepada masyarakat tentang pengetahuan produk kosmetik ilegal yang berbahaya. Balai Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Kota Kupang telah melakukan upaya secara maksimal dalam pelaksanaan peran sebagai pengawas produk kosmetik.

Beredarnya produk kosmetik ilegal di Kota Kupang dan di wilayah sekitarnya dikarenakan pelaku usaha yang tidak mendaftarkan produk kosmetiknya untuk memperoleh izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), jika pelaku usaha tidak mendaftarkan produk kosmetiknya kepada Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), maka produk kosmetik tersebut tentunya belum teruji melalui prosedur pre-market oleh pihak Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) sehingga produk kosmetik tersebut dapat dikatakan bahaya untuk digunakan oleh konsumen.

Berdasarkan bentuk perlindungan hukum di atas maka penulis menjabarkan Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Kosmetik yang Mengandung Bahan Berbahaya Berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen: Pemerintah selaku regulator berupaya mengatasi masalah perlindungan konsumen melalui keberadaan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pada regulasi tersebut, dijelaskan tentang hak dan kewajiban konsumen seperti diatur dalam pasal 4 dan pasal 5.

Berdasarkan ketetapan atas hak konsumen yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya diatas, dapat diketahui bahwa beredarnya sebuah produk kosmetik yang mengandung bahan berbahaya dipasaran tentu membuat para konsumen mengalami kerugian, dalam hal tersebut pelaku usaha tentu telah melanggar Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang seharusnya pelaku usaha menghasilkan dan memperjual belikan produknya dan harus memperhatikan hak-hak konsumen atau pengguna jasa berdasarkan ketentuan Pasal 4 huruf a Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu konsumen mempunyai hak memperoleh keamanan, keselamatan dan kenyamanan menggunakan barang dan/atau sekaligus jasa yang sudah digunakan.

Selanjutnya pelaku usaha juga wajib memastikan kualitas dan kuantitas barang dan/ atau sekaligus jasa yang dihasilkan dan atau diperjualbelikan berdasarkan ketentuan standar kelayakan barang yang sudah ditetapkan di Indonesia berdasarkan ketentuan pasal 7 huruf d, lainnya, ketentuan pasal 8 huruf d Undang-undang Perlindungan Konsumen

menerangkan bahwa “Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.”

Pasal 62 yaitu larangan yang diberikan kepada pelaku usaha yang memproduksi maupun menjual produk kosmetik yang nyatanya “merugikan” bagi pembeli maka akan dikenakan hukuman penjara paling lama 5 (lima) tahun dan denda sebesar Rp. 2.000.000.000,- Serta apabila didapati perbuatan curang terhadap kosmetik yang diedarkan, maka akan diberi hukuman tambahan, yakni :

- a. Perampasan barang;
- b. Pengumuman putusan hakim;
- c. Membayar ganti rugi;
- d. Adanya penghentian untuk melakukan kegiatan yang bersifat merugikan konsumen;
- v. Barang yang telah diedarkan wajib ditarik kembali dan tidak diperbolehkan di edarkan;
- e. Izin usaha dicabut

Bentuk-bentuk perlindungan hukum ini secara kolektif berkontribusi dalam menciptakan masyarakat yang adil dan tertib dengan menyeimbangkan kebebasan individu dengan kebutuhan akan regulasi dan perlindungan terhadap berbagai potensi kerugian atau ketidakadilan. Bentuk khusus perlindungan hukum bervariasi antar yurisdiksi dan sistem hukum.

Faktor yang mempengaruhi peredaran kosmetik berbahaya di masyarakat

1) Rendahnya tingkat pendidikan masyarakat

Indonesia adalah salah satu negara dengan jumlah penduduk yang padat. Kepadatan jumlah penduduk tidak diimbangi dengan peningkatan kapasitas ekonomi, sehingga pada akhirnya kesejahteraan masyarakat jadi menurun. Berdasarkan survey BPS yang dirilis pada tahun 2022. Tingkat pendidikan penduduk Indonesia didominasi oleh penduduk dengan pendidikan rendah. Jumlah penduduk yang tamat pendidikan menengah masih 29, 21 % dan jumlah penduduk yang lulus jenjang pendidikan tinggi hanya sebesar 9,67%.

Dominasi Penduduk dengan tingkat pendidikan rendah menghadirkan berbagai problem sosial, salah satunya adalah rendahnya pengetahuan dan pemahaman akan produk kosmetik yang digunakan (Natah & Marwanto, 2020). Alih-alih menambah kepercayaan diri dengan menggunakan produk kosmetik, pada akhirnya konsumen lebih banyak tertipu karena tidak mengetahui bagaimana memilih kosmetik yang aman atau tidak untuk digunakan.

2) Masyarakat yang mudah tergiur akan harga murah

Tingkat pendidikan penduduk yang rendah di Indonesia, menghadirkan pola pikir yang cenderung menyukai produk yang lebih murah dan ekonomis, hal ini juga termasuk pada saat memilih produk kosmetik. Seringkali masalah harga menjadi rujukan dan mengabaikan dampak dari penggunaan produk tersebut

3) Pola fikir masyarakat yang menyukai hasil instan

Indonesia sebagai negara kepulauan yang memiliki berbagai suku di dalamnya, memiliki keanekaragaman warna kulit, jenis rambut hingga fitur wajah. Hal ini menjadikan kecantikan perempuan Indonesia itu sangat unik, berbeda-beda dan tidak ada satu standar. Tetapi pada kenyataannya, masyarakat Indonesia memiliki kecenderungan untuk menentukan standar kecantikan menurut mereka. Salah satu standar kecantikan tersebut adalah memiliki kulit yang putih, muka tirus dan hidung mancung. Kenyataan ini menjadikan pelaku usaha di bidang kosmetik berlomba-lomba untuk membuat produk yang di klaim mampu menjadikan kulit putih dalam penggunaan teratur.

Bahkan terdapat beberapa produk yang mampu menghadirkan kulit putih dalam waktu cepat dan singkat. Tentunya masyarakat umum sangat mudah tergiur dengan kondisi yang seperti ini. Sehingga produk kosmetik seperti ini sangat laris di pasaran. Kenyataan ini menjadikan masyarakat gemar membeli produk ilegal tanpa ada izin edar, dengan iming-iming hasil yang cepat dan instan tanpa memikirkan jaminan keaslian produk.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian-uraian yang penulis paparkan dalam pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa Aspek yang Mempengaruhi Konsumen Tidak Melaporkan Brand Kosmetik Menggunakan Bahan Berbahaya ke BPOM, Kesimpulannya, keengganan konsumen untuk menggunakan kosmetik dengan bahan berbahaya berasal dari kombinasi masalah kesehatan individu, peningkatan pengetahuan dan kesadaran, pertimbangan etika, kepercayaan terhadap peraturan, dan pengaruh faktor sosial dan lingkungan. Ketika konsumen menjadi lebih berdaya dan terinformasi, permintaan akan pilihan kosmetik yang lebih aman dan sehat akan meningkat, sehingga mendorong industri kosmetik untuk memprioritaskan keselamatan dan transparansi. Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Kosmetik yang Mengandung Bahan Berbahaya Dalam Hal Ini Berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, beredarnya sebuah produk kosmetik yang mengandung bahan berbahaya dipasaran tentu membuat para konsumen mengalami kerugian, dalam hal tersebut pelaku usaha tentu telah melanggar Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Bentuk-bentuk perlindungan hukum ini secara kolektif berkontribusi dalam menciptakan masyarakat yang adil dan tertib dengan menyeimbangkan kebebasan individu dengan kebutuhan akan regulasi dan perlindungan terhadap berbagai potensi kerugian atau ketidakadilan. Bentuk khusus perlindungan hukum bervariasi antar yurisdiksi dan sistem hukum.

Saran yang dapat diberikan berupa peningkatan sinergi antarunsur perencana dan antara perencana dengan bidang-bidang, baik di internal perangkat daerah maupun antar perangkat daerah. Perlu dilakukan peningkatan kualitas partisipasi masyarakat dalam proses perencanaan pembangunan dengan membuka luas saluran komunikasi dan informasi publik. Pembinaan sistem perencanaan perlu dilakukan secara terintegrasi dengan melibatkan berbagai pihak baik unsur pimpinan, akademisi, masyarakat, serta stakeholder secara berkesinambungan dan terus menerus. Peningkatan kapasitas dan kompetensi SDM perencana menjadi kebutuhan perangkat daerah, sehingga perencanaan lebih dapat dilakukan secara profesional dan efektif dalam menjawab kebutuhan masyarakat. Peningkatan kompetensi, kapasitas, dan kapabilitas SDM perencana dapat dilakukan melalui Diklat, Bimtek, workshop, dan pendampingan.

DAFTAR REFERENSI

- Ayu, S. (2018). Perlindungan hukum terhadap peredaran kosmetik yang merugikan konsumen (Unpublished thesis). Universitas Islam Indonesia.
- Fazirra, D. I. (n.d.). Perlindungan hukum bagi konsumen terhadap peredaran dan pemakaian kosmetik ilegal yang mengandung bahan berbahaya di Kota Binjai (Unpublished thesis).
- Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP).*
- Kristiyanti, C. T. S. (2009). *Hukum perlindungan konsumen*. Sinar Grafika.
- Lastini, L. (2016). Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. *Lex Privatum*.
- Miru, A. (2011). *Prinsip-prinsip perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia*. PT Raja Grafindo Persada.
- Miru, A., & Yodo, S. (2010). *Hukum perlindungan konsumen*. Rajawali Pers.
- Munthe, N. L. (n.d.). Aspek perlindungan konsumen terhadap peredaran obat keras di pasaran (Unpublished thesis).
- Nurhayati. (2009). Efektivitas pengawasan Badan Obat dan Makanan. *Jurnal Hukum, Fakultas Hukum Universitas Gajah Mada*, 213.
- Pasal 1 angka (27) Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2004 tentang keamanan, mutu, dan gizi pangan.
- Pasal 1 angka 1 Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1799/MenKes/Per/XXI/2010 tentang industri farmasi.
- Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 02 Tahun 2020 tentang pengawasan produksi dan peredaran kosmetika.
- Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2004 tentang keamanan, mutu, dan gizi pangan.
- Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017 tentang Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).
- Poerwadarminta, W. S. (1976). *Kamus umum bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.
- Pratiwi, N. K. D. S., & Nurmawati, M. (2019). Perlindungan hukum bagi konsumen terhadap produk kosmetik impor tanpa izin edar yang dijual secara online. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 7(5), 8.
- Putri, L. P. D., & Sukranatha, A. A. K. (2018). Perlindungan hukum terhadap konsumen terkait produk kosmetik tanpa komposisi bahan. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 6(10), 1–14.

- Sidabalok, J. (2006). *Hukum perlindungan konsumen di Indonesia*. PT Citra Aditya Bakti.
- Susanto, H. (2000). *Hak-hak konsumen jika dirugikan*. Transmedia Pustaka.
- Sutedi, A. (2008). *Tanggung jawab produk dalam perlindungan konsumen*. Ghalia Indonesia.
- Undang-Undang No. 31 Tahun 2014 tentang perlindungan saksi dan korban.*
- Undang-Undang No. 36 Tahun 2009 tentang kesehatan.*
- Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.*
- Widjaja, G. (2000). *Hukum tentang perlindungan konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.
- Widjaja, G., & Ahmad, Y. (2008). *Hukum tentang perlindungan konsumen*. Gramedia.