

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Kosmetik Pemutih Wajah “*Cream HN*” Dalam Transaksi Jual Beli Online Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Sri Wahyuni, Yuniar Rahmatiar, Muhamad Abas

Fakultas Hukum Universitas Buana Perjuangan Karawang

Correspondence: Hk19.Sriwahyuni@mhs.ubpkarawang.ac.id, Yuniar@ubpkarawang.co.id, muhamad.abas@ubpkarawang.ac.id

Abstrak: Kosmetik digunakan terutama bagi kaum wanita untuk berbagai tujuan seperti agar penampilan menarik. Salah satunya adalah produk *Cream HN*, saat ini masih menjadi permasalahan serius, dimana termasuk produk yang belum aman seperti harapan konsumen. Akibat dari penggunaan produk tersebut menyebabkan kerugian finansial dan juga penyakit kulit diantaranya pengelupasan kulit, munculnya jerawat, dan yang lainnya. Hal ini tidak sesuai dengan Undang-Undang No. 8 tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen. Adapun pokok permasalahan yang penulis angkat dalam penelitian ini yakni bagaimana proses penerapan perlindungan hukum pada konsumen kosmetik pemutih wajah *Cream HN* dalam transaksi jual beli online sesuai Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan bagaimana faktor penghambat pelaksanaan perlindungan konsumen terhadap kosmetik *Cream HN* dalam transaksi jual beli online. Metodenya menerapkan pendekatan yuridis empiris, dan dilaksanakan secara langsung ke tempat yang menjadi objek penelitiannya. Peneliti juga memperoleh data melalui proses wawancara. Penelitiannya didapatkan dari hasil jualan online *Cream HN*. Pendekatannya menggunakan pendekatan primer, dimana berbentuk data yang diperoleh dari studi lapangan. Hasilnya yakni untuk memberikan jaminan perlindungan hukum terkait konsumen, pelaku usaha ketika berjualan online harus berdasarkan pada Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 terkait perlindungan konsumen.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Konsumen, kosmetik.

Abstract: *Cosmetics are used primarily for women for various purposes such as to make an attractive appearance. One of them is the HN Cream product, which is still a serious problem, which includes products that are not as safe as consumer expectations. As a result of using these products, it causes financial losses and also skin diseases including skin peeling, acne breakouts, and others. This is not in accordance with Law no. 8 of 1999 regarding Consumer Protection. The main problem that the author raises in this study is how the process of applying legal protection to consumers of facial whitening cosmetics Cream HN in online buying and selling transactions according to Law no. 8 of 1999 concerning Consumer Protection and how are the factors inhibiting the implementation of consumer protection for Cream HN cosmetics in online buying and selling transactions. His method applies an empirical juridical approach, and is carried out directly to the place that is the object of his research. Researchers also obtained data through the interview process. His research was obtained from the results of selling Cream HN online. The approach uses a primary approach, which is in the form of data obtained from field studies. The result is that to provide legal protection guarantees regarding consumers, business actors when selling online must be based on Law no. 8 of 1999 regarding consumer protection.*

Keywords: *Legal Protection, Consumers, cosmetics.*

PENDAHULUAN

Saat ini, zaman semakin mengalami perkembangan yang membuat adanya pergeseran definisi kecantikan semakin diutamakan, dimana para model iklan kebanyakan menggunakan model yang memiliki fisik bagus. Misalnya wanita yang memiliki kulit putih. Oleh karena itu bisa menyebabkan banyak orang merasa tidak puas terhadap keadaan fisik mereka. Ketidakpuasannya membuat seseorang mencari beberapa alternatif supaya penampilannya bisa ideal seperti model iklan di televisi, contohnya adalah penggunaan kosmetik Pemutih wajah agar terlihat lebih cantik dari sebelumnya¹.

Maka wajar jika berbagai produk kosmetik memiliki peran penting, terkhusus untuk para wanita dikarenakan memiliki fungsi yang dapat menambah daya Tarik, memperindah penampilan,

¹ Addilah,S.U, *Tanggapan atas mitos tentang kecantikan : Kriteria cantik ideal* <http://www.suaramerdeka.com/harian>, 1 April 2022, 20:35.

mempercantik, memberikan perbaikan pada tekstur wajah serta yang lainnya.²

Akan tetapi, banyak yang belum menyadari jika saat ini banyak produk kecantikan pemutih wajah yang memiliki kandungan membahayakan dan sudah beredar dari dinas kesehatan dan badan pengawasan obat dan makanan RI No. HK.03.1.23.12.11.10052 Tahun 2011 terkait Pengawasan Produksi dan peredaran Kosmetik, dimana produknya yang diedarkan memerlukan izin sesuai dengan aturan undang-undang yang ada dan berdasarkan pada ketetapan pemerintah³.

Semakin berkembangnya teknologi serta informasi membuat berbagai produk mudah untuk diedarkan secara mengglobal, misalnya dalam bertransaksi jual beli "media Online" menyebabkan banyaknya produk kecantikan diperjual belikan dengan bebas serta tidak terdapat informasi secara lengkap dan jelas di dalam produk tersebut.⁴

Transaksi Jual beli online tersebut ialah sebuah aplikasi kontrak elektronik. Keabsahan kontrak elektronik perlu didasarkan pada aturan dalam pasal 47 ayat 2 No. 82 Tahun 2012 penyelenggaraan Sistem Transaksi Elektronik, Menyatakan bahwa "Kontrak Elektronik" disebut sah jika:⁵

- a. Ada persetujuan semua pihak
- b. Dilakukan oleh subjek hukum yang memiliki wewenang berdasarkan pada aturan undang-undang yang ada
- c. Adanya hal tertentu
- d. Objek transaksi tidak diperbolehkan menentang aturan undang-undang, ketertiban umum serta kesusilaan.

Di suatu Kontrak elektronik harus berdasarkan pada syarat yang sudah ada di pasal 48 ayat 3 Peraturan pemerintahan Nomor 82 Tahun 2012 terkait pelaksanaan Sistem Transaksi Elektronik yakni kontrak elektronik paling tidak berisikan:⁶

- a. Data identitas para pihak
- b. Syarat Transaksi elektronik
- c. Spesifikasi dan Objek
- d. Biaya atau Harga
- e. Ketentuan pembatalan oleh para pihak
- f. Aturan yang menyerahkan hak untuk pihak yang rugi agar bisa dikembalikan produknya serta menggantinya apabila terdapat produk cacat
- g. Pilihan hukum penyelesaian Transaksi Elektronik.

Pada etika wadah ataupun pembungkusan suatu produk perlu memberikan keterangan serta informasi terkait :⁷

- a. Nama Produk dan alamat penyalur/produsen
- b. Jenis Produk
- c. Bulan dan kedaluarsa produk standarnya < 30 bulan
- d. Kode produksi atau *size batch*
- e. Penandaan lainnya seperti kualitas dan keamanan.
- f. Komposisi diantaranya bahan yang berdasarkan pada kodeks kosmetik Indonesia
- g. Cara menggunakan dan manfaatnya, kecuali pada produk yang telah jelas cara menggunakannya
- h. Nomor izin peredaran
- i. Penandaan lain seperti keamanan atau mutu.

Prosedur dan keterangan yang ada tersebut penting untuk dicantumkan, sebab sudah ada peraturannya dalam pasal 9 Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 terkait Informasi dan transaksi

² Retno Iswari Tranggono FatmaLatifah, *Buku Penangan Pengetahuan Ilmu Kosmetik Gramedia* Pustaka Utama, Jakarta, 2007, hlm 7.

³ Sri Arlina Perlindungan Hukum Konsumen dalam *Transaksi Jual Beli Online Produk Kosmetik (Pemutih wajah) Yang mengang Zat Berbahaya Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*. Uir law riview volume2 Noor 1, (Tahun 2018). Hlm 318

⁴ Salsabila, M., *Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Yang Dijual Secara Media Online Di Kota Banda Aceh*, Jurnal Fakultas Hukum Syariah Kuala, hlm 7.

⁵ Peraturan Pemerintah Noor 82 Tahun 2012 pasal 47 ayat 3 tentang *Penyelenggaraan Sistem Transaksi Elektronik*, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 189.

⁶ Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 pasal 48 ayat 3 Tentang *Penyelenggaraan Sistem Transaksi Elektronik*, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 189.

⁷ Sri arlina, *op. Cit.*, hlm 327

Elektronik, dengan isinya:⁸

“Pelaku usaha yang memberikan penawaran produk dalam sistem elektronik perlu memberikan informasi dan keterangan secara benar dan lengkap sesuai dengan syarat produsen, kontrak serta produk yang diedarkan.”

Tetapi tidak seluruh produsen pemutih wajah melaksanakan aturan tersebut. Dalam praktiknya begitu banyak produsen yang melanggar akan peraturan-peraturan yang ada.

Contohnya pada produk *Cream HN*, yakni sebuah produk kecantikan pemutih wajah yang diperjual belikan dalam transaksi jual beli online, produknya tidak terdapat informasi nama bahan atau komposisi berdasarkan pada kodeks kosmetik Indonesia. Kemudian tidak ada informasi terkait efek samping dan cara penggunaan, tidak ada tahun kadaluarsa dalam produknya, tidak ada kode produksi dan izin edarnya serta lain-lain. Hal ini menunjukkan produk itu tidak terjamin kualitas dan kandungannya dan dianggap membahayakan. Produsen hanya memberikan wadah tempat produk dengan polos dan kualitasnya yang seadanya tanpa informasi dan labelnya secara resmi.

Ini tidak sejalan pada peraturan undang-undang di pasal 8 huruf J No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen, yakni:⁹

“Pelaku usaha tidak diperbolehkan melakukan produksi, jika barang tersebut tidak mencantumkan informasi terkait cara penggunaan suatu produk dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.”

Akan tetapi Produk *Cream HN* ini tidak tanggung-tanggung dalam mempromosikan produknya supaya banyak konsumen yang merasa tertarik membeli produk mereka. Misalnya mereka memberikan janji pada efek putih glowing secara cepat, dengan memberikan harga yang murah dibandingkan dengan harga produk yang ada di store besar lainnya. Tujuannya supaya bisa mendapatkan banyak konsumen yang melakukan pembelian pada memberikan penawaran yang menarik agar konsumen tertarik membeli produk mereka, *Cream HN* tersebut. Kemudian penjualnya juga memberikan pelayanannya menggunakan sistem bayar di tempat agar memperoleh kepuasan dan kepercayaan dari konsumen serta memberikan kemudahan kepada konsumen dalam melakukan pembelian, terkhusus pada konsumen yang masih awam pada proses transaksi dengan online.¹⁰

Hal tersebut tentunya dalam memikat minat para konsumen terutama adalah remaja kelas menengah ke bawah serta ibu-ibu yang ingin mendapatkan harga murah, apalagi disertai dengan transaksi yang mudah serta hasil yang instan. Maka, tingkatan konsumerisme yang besar pada kosmetik pemutih wajah ini tidak diabaikan oleh para pelaku bisnis, karena memiliki peluang yang bisa mendapatkan banyak mendatangkan keuntungan yang cukup besar.¹¹

Sebab memiliki mutu yang belum baik, maka banyak terjadinya permasalahan kepada konsumen yang menggunakan produk tersebut. Harapannya ingin memperoleh hasil bagus secara instan tetapi bisa mengakibatkan kefatalan sesudah memakai produk *Cream HN*. Kerugiannya tidak hanya pada finansial tetapi juga pada fisiknya yang banyak terkenal penyakit kulit. Kasus penyakit kulit tersebut sudah marak beredar dalam kalangan masyarakat. Biasanya konsumen yang menggunakan produk *Cream HN* tersebut konsumen mengalami hal seperti berjerawat, terjadi pengelupasan kulit yang berlebih, bopeng, kulit terbakar, ruam kemerahan, serta kulit menjadi lebih sensitif.¹²

Banyak pelaku usaha *Cream HN* ini tidak mau menanggung resiko jika terdapat konsumen yang mengalami kerusakan atau kerugian karena menggunakan produk itu. Produsen dan pelakunya tidak bisa melakukan pengembalian uang pada konsumen serta tidak bisa melakukan penyembuhan apabila konsumen mengalami kerusakan pada kulitnya setelah menggunakan produk kosmetik tersebut. Artinya dari keadaan tersebut, konsumen tidak memiliki perlindungan hak dan hukum.¹³

Hal tersebut bisa menentang pasal 17 ayat 2 Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 terkait Undang-Undang ITE, dengan isinya:¹⁴

“Para pihak yang melaksanakan Transaksi Elektronik harus sesuai dengan ayat (1) diwajibkan

⁸ Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Jual beli Online.

⁹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁰ Wawancara Dengan Konsumen Pengguna Cream Pemutih Wajah *Cream HN*

¹¹ Wawancara Dengan Konsumen Pengguna Cream Pemutih *Cream HN*

¹² Wawancara Dengan Konsumen Pengguna pemutih wajah *Cream HN*

¹³ Wawancara Dengan Konsumen Pengguna Pemutih wajah *Cream HN*

¹⁴ Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 *Tentang Informasi Teknologi dan Elektronik*.

memiliki itikad baik dalam bertransaksi atau/dan pertukaran Informasi Elektronik serta Dokumen Elektronik dalam bertransaksi langsung.”

Kemudian, sesuai dengan permasalahan yang ada dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan konsumen yang mempunyai hak atas keselamatan dan kenyamanan melakukan konsumsi suatu produk. Yang mana para pelaku usaha harus memenuhi kewajiban dengan menginformasikan secara jelas dan benar terkait produk yang dijual supaya tidak adanya kerugian yang dialami oleh para konsumen.

selanjutnya, peneliti memberikan inti masalah yang akan dikaji lebih mendalam, yakni:

1. Bagaimana bentuk pelaksanaan perlindungan hukum terhadap konsumen kosmetik pemutih wajah “*Cream HN*” dalam transaksi jual beli online berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen?
2. Bagaimana hambatan pelaksanaan perlindungan konsumen terhadap kosmetik pemutih wajah “*Cream HN*” dalam transaksi jual beli online.?

METODE

1. Metode Penelitian

Peneliti hendak melakukan penelitian jenis penelitian Empiris. Kemudian untuk mendapatkan data peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada tempat yang menjadi objek masalah penelitiannya berdasarkan pada hasil wawancara yang dilakukan. Selanjutnya, penelitiannya menerapkan penelitian bersifat deksriptif analisis, dimana hendak menggambarkan dengan jelas terkait “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Kosmetik Pemutih Wajah “*Cream HN*” Dalam Transaksi Jual Beli Online sesuai Undang-Undang No. 8 Tahun 1999.”

2. Lokasi Penelitian

Penelitiannya didapatkan dari hasil penjualan Online Shop “*Cream HN*” beralamat di Jalan Raya Ciberes No 10 Ke. Patok Beusi, Ciberes, Kabupaten Subang, Jawa Barat 41263.

3. Data dan Sumber Data

Peneliti melakukan pengambilan pada dua sumber datanya, yaitu menggunakan:

- a. Data Primer, ialah suatu data yang didapatkan secara langsung dari lapangan sesuai dengan hasil wawancara dalam mengumpulkan dan mendapatkan data dari pihak “*Cream HN*” dan konsumennya.
- b. Data Sekunder, ialah data yang didapatkan dari berbagai referensi bacaan yang memberikan dukungan pada permasalahan yang di bahas serta aturan undang-undang, Makalah, jurnal, buku serta lainnya.

4. Alat Pengumpulan Data

Selanjutnya peneliti menggunakan alat pengumpulan datanya, yakni Melakukan proses wawancara agar bisa mendapatkan informasi dan data mengenai fenomena penelitian yang dilakukan. Metode wawancara yang dipakai yakni wawancara semi-terstruktur, dimana memberikan persiapan pertanyaan sebelum melakukan wawancara. Kemudian pertanyaan tersebut dikembangkan ketika sedang melakukan percakapan dengan narasumbernya. Wawancaranya dilaksanakan bersama pihak pelaku usaha “*Cream HN*”.

5. Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan data, selanjutnya peneliti melakukan perbandingan dari data lapangan dengan aturan undang-undang sesuai dengan pokok permasalahan yang ada. Hal ini menjadi dasar yuridis penelitian. Lalu, datanya disajikan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan kalimat yang jelas, dimana dalam menetapkan metode analisis harus berdasarkan pada data yang sudah diperoleh.

6. Metode kesimpulan

Dalam melakukan penarikan kesimpulan, peneliti menerapkan metode deduktif, dimana dalam menarik kesimpulan harus diperoleh dari hal yang umum hingga khusus. Ini memiliki sifat umum misalnya sesuai dengan aturan undang-undang. Dan untuk hasil khususnya membahas terkait perlindungan Hukum bagi Konsumen atas pelayanan produk Kecantikan yang ada di Undang-Undang No 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagaimana Bentuk Pelaksanaan Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Kosmetik Pemutih Wajah "Cream HN" Dalam Transaksi Jual Beli Online Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Perlindungan Hukum sudah ada peraturannya dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen. Hal-Hal yang ada dalam peraturannya yakni mengenai hak dan kewajiban Konsumen, Tanggung jawab pelaku usaha, Hak dan Kewajiban pelaku usaha, serta pengawasan dan pembinaan dari pemerintahan. Tujuan dari adanya perlindungan konsumen yakni melindungi hak-hak konsumen untuk melakukan pembelian produk kosmetik pemutih wajah *Cream HN* saat bertransaksi Jual Beli Online sesuai Undang-Undang No 8 Tahun 1999.¹⁵

Bentuk Perlindungan Hukum yang didapatkan konsumen Produk Kecantikan *Cream HN* ketika bertransaksi Jual Beli Online sesuai Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 bisa dilihat dari beberapa sisi, yani perlindungan hukum untuk consume dan perlindungan pelaku usaha *Cream HN*. Maka bisa digambarkan bentuk usaha dari perlindungan hukum untuk konsumen atas pelayanan produk *CreamHN* dalam bertransaksi jual beli dimedia Online, yakni:¹⁶

Perlindungan Hukum Dari Pelaku Usaha Cream HN

Tahapan pelayanan dari pelaku usaha kosmetik pemutih wajah Cream HN untuk konsumen, diantaranya :

1. Tahap awal melakukan promosi produk *Cream HN*:¹⁷
 - a. Tahap pertama *Cream HN* dipromosikan dalam sosial media Facebook.
 - b. Dari aplikasi Facebook terdapat Direct Mesasge, kemudian seseorang bisa bertanya beberapa hal dengan adminnya terkait produk *Cream HN*.
 - c. Dalam Direct Message Facebook tersebut, seseorang bisa bertanya terkait manfaat dan fungsinya produk *Cream HN*.
 - d. Dalam Message Facebook pihak *Cream HN* bisa melayani beberapa informasi yang ada, tetapi tidak memberikan layanan bertransaksi jual beli.

Adapun ketentuan melakukan iklan yang sesuai untuk para pelaku bisnis dalam pasal 17 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan konsumen, yakni:¹⁸

- (1) Pelaku bisnis yang mengiklankan tidak boleh melakukan promosi yang :
 - a. Mengelabui pembeli terkait kuantitas, kualitas, harga barang, bahan, manfaat, dan ketepatan waktu penerimaan barangnya.
 - b. Mengelabui garansi/jaminan pada suatu produk.
 - c. Memuat informasi yang salah atau keliru terkait suatu produk.
 - d. Melanggar etika dan aturan undang-undang terkait periklanan.
 - e. Melakukan eksploitasi suatu peristiwa tanpa adanya persetujuan dari pihak yang bersangkutan/berwewenang.
 - f. Tidak terdapat informasi terkait risiko penggunaan produk.
2. Tahapan Transaksi¹⁹
 - a. Pihak *Cream HN* mencantumkan kontak Whatsapp admin dibio Facebook *Cream HN* dengan tujuan agar seseorang bisa bertansaksi membeli produk *Cream HN*.
 - b. Pihak *Cream HN* melayani konsultasi menggunakan whatsapp adminnya supaya sebelum bertransaksi pihak *Cream HN* mengerti keadaan wajah konsumennya.
 - c. Kemudian adminnya memberikan informasi kepada pemilik *Cream HN* dalam penentuan jenis kulit konsumen yang mungkin bisa menggunakan produk kosmetik pemutih wajah *Cream HN* atau tidak memungkinkan.
 - d. Sesudah memperoleh arahan dari pemilik *Cream HN* maka adminnya memberikan pengarahan kepada tahap berikutnya untuk pembeli
 - e. Kemudian admin memberi pilihan atau opsi kepada konsumen yang hendak bertransaksi sesuai

¹⁵ Celena Tri siswi Kristiyanti, Op.Cit., hlm 30

¹⁶ Hasil wawancara Dengan Ibu siti Selaku *owner Cream HN*

¹⁷ Hasil wawancara Dengan Ibu siti Selaku *owner Cream HN*

¹⁸ Hasil wawancara Dengan Ibu siti Selaku *owner Cream HN*

¹⁹ Hasil Wawancara Dengan ka dian selaku admin *CreamHN*

arahan pihak *CreamHN*.

Sesuai pasal 9 UU No. 11 Tahun 2008 terkait seberapa penting informasi dan Transaksi Elektronik pada prosedur dan keterangan yang menjelaskan:²⁰

“Pelaku bisnis memberikan penawaran dalam Sistem Elektronik perlu memberikan informasi secara benar dan lengkap terkait pada, produsen, syarat kontrak serta produk yang dijual”.

3. Prosedur Pembayaran²¹

- a. Pihak *Cream HN* memberikan persedakan layanan *COD (Cash On Delivery)* yakni proses pembayaran menggunakan uang tunai secara langsung di tempat, dimana tempatnya disesuaikan dengan arahan *Cream HN*.
- b. Manfaat dari *COD (Cash On Delivery)* bisa memudahkan pembeli yang bertransaksi secara aman, kemudian pembeli juga bisa datang secara langsung pada store pihak *owner CreamHN* jika memiliki alamatnya.
- c. Apabila pelanggan tidak bisa melakukan pengambilan produk, maka pihak *Cream HN* bisa memberikan pelayanan jasa pengiriman dengan JNE, JNT, goshop, dan lainnya.
- d. Sebelum mengirimkan barang, pembeli bisa melakukan pembayaran menggunakan tambahan biaya sesuai dengan jasa kirim yang dipakai.
- e. Pembeli melakukan transfer dana untuk pihak *Cream HN* menggunakan nomor rekening yang sudah diinformasikan kepada pelanggan.
- f. Apabila telah selesai membayar, maka pembeli bisa memberikan informasi kepada adminnya dengan cara memberikan bukti transfernya.
- g. Kemudian adminnya akan melakukan proses pengiriman sesuai dengan kesepakatan dan pesanan dari pelanggan. Misal pelanggan ada di dalam kota akan dikirim menggunakan jasa kirim go shop, Grab dan lainnya, serta untuk yang berada di luar kota akan dilakukan pengiriman menggunakan JNT, JNE, dan lainnya berdasarkan keinginan pembeli dengan biayanya ditanggung oleh pembeli itu sendiri.

Pemahaman dalam tahapan bertransaksi memiliki hubungan pada pasal 3 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 terkait perlindungan Konsumen yang memiliki 3 tahapan yakni:²²

- a. Pra-Transaksi Konsumen
- b. Transaksi Konsumen
- c. Purna-Transaksi Konsumen

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen

Kualitas produk dan layanan transaksi yang disediakan oleh pelaku bisnis yakni.²³

1. Pelayanan Transaksi

- a. Ada konsumen yang merasa suka pada proses pelayanan transaksi dari pihak *cream HN* misalnya menggunakan sistem *COD (Cash On Delivery)*, dimana tahapannya bisa memudahkan pembeli serta keamanan dari pembeli menjadi terjamin serta konsumen dan pelaku usaha bisa bertemu langsung dalam tempat dan waktu yang sudah disepakati pihak *Cream HN*.
- b. Pembeli yang beralamat di dekat agen *cream HN* akan semakin mudah melakukan pembelian, sebab bisa datang berkunjung pada store pelaku usaha. Ini bisa memberikan kemudahan kepada mereka, dimana bisa mendatangkan keuntungan yang serupa serta tidak memakan waktu dalam proses transaksinya.
- c. *CreamHN* memeberikan tahapan transaksi pembayaran berbentuk transfer bank, dimana bisa memberikan kemudahan dan pelayanan untuk konsumen jarak jauh supaya bisa melakukan pembelian secara mudah.
- d. Namun, untuk layanan luar kota memiliki proses yang lumayan panjang, misalnya menunda pengiriman menyebabkan konsumen jengkel dalam menunggu barangnya tersebut.

2. Kualitas Produk Kosmetik pemutih wajah *Cream HN*

- a. Apabila terlihat dari kualitasnya, pelanggan yang memakai produk *Cream HN* merasakan ketidak

²⁰ Undang-Undang 11 Tahun 2008 *Tentang Pentingnya informasi dan Transaksi Elektronik*

²¹ Hasil Wawancara Dengan ka dianselaku admin *CreamHN*

²² Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang *Perlindungan Konsumen*

²³ Hasil WawancaradenganKonsumen *Cream HN*.

- puasan dan merasa produknya memiliki kualitas yang buruk .
- b. Konsumen Produk *CreamHN* belum mempunyai syarat berdasarkan pada aturan undang-undang.
 - c. Misalnya konsumen menyebut produk *Cream HN* belum memberikan informasi nama bahan dan komposisi berdasarkan kodeks kosmetik Indonesia dalam wadahnya.
 - d. Konsumen merasakan keraguan untuk membelinya kembali dikarenakan tidak memiliki jaminan pada bahan yang ada dikandungannya.
 - e. Kemudian pihak *Cream HN* ini memberikan pembenaran jika produknya tidak memiliki izin produksi atau edar dari pihak yang berwenang.
 - f. Pihak *Cream HN* menjelaskan, jika produknya diproduksi menggunakan racikan apoteker. Tetapi kebenaran dari pernyataan tersebut belum bisa dibuktikan.
 - g. Kemudian wadah atau tempat yang dipakai dinilai memiliki kualitas yang buruk dikarenakan belum ada keterangan atau label, hanya berbentuk tampilan polos menggunakan kualitas yang buruk.

Hambatan Pelaksanaan Perlindungan Konsumen Terhadap Kosmetik Pemutih Wajah "CreamHN" Dalam Transaksi Jual Beli Online.

Hambatan dalam menerapkan perlindungan konsumen pada kosmetik Pemutih wajah *CreamHN* dalam transaksi jual beli online tersebut muncul dari dua sisi yakni pelaku usaha dan pihak konsumen, adapun penjelasannya, yakni:

1. Faktor-Faktor penghambatan pelaku bisnis tidak melakukan pendaftaran produk menjadi produk yang memiliki izin edar dari BPOM, yakni :²⁴
 - a. Pemahaman para pelaku usaha terkait prosedur pendaftarannya masih minim, mereka tidak mengerti jika produk yang dijual perlu melakukan pendaftaran kepada instansi yang berwenang yakni BPOM.
 - b. Biasanya pelaku usaha tidak mau terkena biaya pajak sehingga menyebabkan penambahan biaya produksi dalam produknya serta harga produknya akan naik .
 - c. Saat ini, pelaku usaha menginginkan sesuatu yang instan tetapi tidak melakukan proses panjang dan tidak melakukan pendaftaran produk yang lebih murah supaya keuntungannya menjadi lebih banyak.
2. Faktor-Faktor pemicu konsumen tertarik memakai produk ilegal, yakni:²⁵
 - a. Kecenderungan masyarakat untuk membeli produk kosmetik online.
Saat ini, wawasan dan pengetahuan seseorang dinilai baik untuk bisa dimanfaatkan yakni menjadi sasaran media online yang mengalami perkembangan pesat, sehingga bisa memberikan kemudahan kepada pelaku bisnis melakukan pemasaran produknya. Akan tetapi masih banyaknya para pelaku bisnis yang tidak mau dimintakan pertanggungjawaban dalam melakukan tindakan curang, misalnya tidak memiliki izin edar, menjual produk yang membahayakan, menginginkan hasil instan agar konsumen mau melakukan pembelian, menjual dengan harga yang murah tetapi tidak memperhatikan kualitas. Banyak pembeli tidak memperhatikan hal semacam itu, tetapi pembeli akan mudah tertarik dikarenakan memiliki harga yang murah sehingga pasarannya bisa terus mengalami perkembangan apabila konsumen masih fokus kepada harga daripada kualitas.
 - b. Pola pikir masyarakat pada hasil yang instan
Keperluan seseorang terkait penampilan yang menarik dengan wajah cantik dengan waktu yang cepat bisa memperoleh hasil yang baik membuat seseorang merasa tertarik, meskipun tidak adanya jaminan apakah produknya aman atau berbahaya. Banyak pelaku usaha yang melakukan penjualan produk kecantikan dengan menggunakan zat aktif berbahaya, sebab produknya harus bisa memberikan hasil yang cepat supaya konsumen banyak yang tertarik serta produknya akan selalu menang dalam pasaran.
 - c. Kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai produk kosmetik kecantikan
Sesuai Pasal 4 huruf f Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) menjelaskan, hak

²⁴ Faktor-Faktor Penyebab Pelaku usaha tidak mendaftar izin edar BPOM, <http://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/1435/5/138400056.pdf>

²⁵ Rizki Rika Meilia Sari, "Perlindungan Konsumen Atas Hak Informasi Kosmetik China Yang Mengandung Bahan Kimia Di Yogyakarta". Skripsi S1 Fakultas Hukum, Universitas Islam Indonesia, diakses melalui repository.ac.id

konsumen yaitu hak dalam memperoleh pengetahuan dan pembinaan berdasarkan pada aturan yang ada. Dalam hak memperoleh pendidikan dan pembinaan adalah suatu hak konsumen. Tetapi dalam praktiknya, hal tersebut cenderung diberikan batasan. Oleh karena itu, konsumen diharuskan waspada dan selektif dalam melakukan transaksinya.²⁶

3. Faktor Penghambatan dalam melaksanakan perlindungan konsumen pada kosmetik pemutih wajah *Cream HN*, yakni:²⁷
 - a. Pemerintah tidak serius melakukan penegakan hukum
Pemerintahan tidak serius dalam penerapan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen serta tidak berpartisipasi secara aktif dalam penerapannya. Keefektifan suatu hukum bisa terwujud jika pemerintah dan para aparatnya memiliki peran aktif melaksanakan pengawasan pada pengedaran tidak pro aktif dalam melakukan pelaksanaannya. Efektifitas hukum akan mewujudkan produk kosmetik tersebut.
 - b. Kesadaran konsumen pada kualitas produk yang dibeli masih kurang
Kemudian, faktor konsumen juga menjadi pendukung tidak berjalannya perlindungan hukum tersebut, karena konsumennya belum mengerti terkait perlindungan hukum yang harus mereka dapatkan ketika bertransaksi terkait bagaimana kualitasnya produk kosmetik *Cream HN*, apa sudah memiliki kualitas berdasarkan pada aturan Undang-Undang dan lainnya. Justru mereka tidak peduli akan akibat dari pemakaian produk yang menimbulkan kerugian tersebut.
 - c. Ketelitian Konsumen melakukan pembelian produk
Ketidaktelitian pembeli dinilai sangat minim sebab telah tertarik pada iklan dari pelaku usaha. Kebanyakan orang belum paham akan jenis produk kecantikan mana yang bisa digunakan secara aman. Konsumen khususnya yang masih awam hanya mementingkan pada hasil yang instan. Mereka tidak memikirkan dampak dari penggunaannya tersebut.
 - d. Faktor Budaya
Negara Indonesia dikenal sebagai negara yang memiliki budaya sungkan dan ramah, tetapi rasa sungkannya tersebut harus ditegaskan sebab menyebabkan seseorang menjadi tidak nyaman apabila ada kasus yang tersebar serta mereka lebih pasrah terhadap permasalahan yang mereka alami dan tidak ingin susah-susah mengurusnya dalam pengadilan. Dari adanya budaya yang seperti itu bisa menyebabkan proses hukum yang terhambat dan bisa mengembangkan kesempatan para pelaku bisnis untuk memanfaatkan keadaan itu.

Masing-masing pelaku bisnis diharuskan untuk memiliki rasa tanggung jawab terhadap apa yang mereka jual. Apabila ada kesalahan terhadap barang yang diproduksi artinya produknya memiliki kecacatan atau kekurangan. Jadi pelaku usaha mengingkari perjanjian dalam layanannya dan perilaku tersebut telah menyimpang hukum.²⁸

dari pasal 19 - 28 Undang-Undang No.8 tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen dan Tanggung jawab perlu diterapkan dengan baik oleh pelaku bisnis, apalagi ketika ada gugatan dari pembelinya karena kecacatan dari produk yang dihasilkan, yakni :²⁹

1. Pelaku bisnis harus tanggung jawab melakukan penggantian kerugian dari rusaknya barang yang diproduksi. Ganti ruginya bisa berbentuk penggantian barang atau uang yang memiliki nilai sama atau memberikan perawatan kesehatan misalnya pemberian santunan berdasarkan pada aturan yang ada. Dalam memberikan ganti rugi dilakukan dengan tenggang waktu 7 hari sesudah bertransaksi, namun dalam memberi ganti rugi tidak diperbolehkan menghapus tuntutan pidananya sesuai dengan bukti yang ada pada unsur kesalahannya.
2. Pelaku usaha harus tanggung jawab terhadap iklan yang dilakukan serta semua yang susah dijelaskan dalam iklannya. Mereka harus bertanggung jawab atas manfaat yang mereka janjikan.
3. Pelaku usaha yang melakukan penjualan produk untuk pelaku usaha lainnya harus memiliki tanggung jawab pada tuntutan yang ada, jika:

²⁶ Celina Tri Siswi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2011, hlm 12

²⁷ Sutesi, Adrian, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Ghalia Indonesia Bogor

²⁸ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2011

²⁹ Undang-Undang Nomor 8 pasal 19 sampai dengan pasal 28, Tentang Perlindungan Konsumen.

- a. Pelaku usaha lainnya melakukan penjualan kepada seseorang tanpa merubah suatu produk tersebut.
- b. Pelaku usaha lainnya belum mengerti terdapat perubahan produk yang dilakukan oleh pelaku usaha, misalnya pada komposisi dan mutu. Pelaku usaha dibebaskan dari tuntutan jika pelaku usaha lainnya melakukan perubahan pada produk yang dibeli.
4. Pelaku usaha yang melakukan produksi barang, pemanfaatannya secara terus menerus dalam jangka waktu minimal satu tahun memiliki kewajiban memberikan fasilitas atau suku cadang purna jual, serta perlu melakukan pemenuhan pada garansi atau jaminan berdasarkan perjanjian yang sebelumnya.
5. Pelaku usaha yang menjual jasanya harus memberikan garansi atau jaminan sesuai dengan kesepakatan.

Efektifitas Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen sudah memberikan penjelasan terkait perincian perlindungan konsumen dalam menggunakan kosmetik, tetapi apabila dinilai dalam praktiknya ada berbagai aturan yang belum diterapkan dengan baik.³⁰

Dari kesepakatan Menteri kesehatan No. 965/Menkes/SK/XI/1992 mengenai cara produksi kosmetik yang benar. Banyak konsumen yang terkena dampak dari produk kecantikan yang digunakan, oleh karena itu perusahaan perlu menangani keluhan konsumennya. Penangannya yang perlu dilakukan, yakni :³¹

- a. Laporan dan keluhan konsuen terkait keamanan, kualitas serta yang lainnya bisa menimbulkan masalah dan kerugian, maka perlu dilakukan pemeriksaan, pencatatan, evaluasi serta tindak lanjut.
- b. Kosmetik yang memiliki dampak merugikan harus dilakukan penarikan peredarannya dan perlu dihilangkan.

Dari uraian yang ada, kesimpulannya perlindungan pada hak-hak Konsumen perlu diperhatikan kembali supaya pembeli merasakan keamanan dan nyaman dalam bertransaksi secara online dan supaya para konsumen tidak merasakan kerugian sesuai dengan peraturan dalam pasal 4 huruf a,c,d dan e Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen, yakni:³²

- a. Pasal 4 huruf a Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) memberikan penjelasan terkait hak atas keamanan, nyaman serta keselamatan melakukan konsumsi produk. Apabila penggunaannya tidak memiliki keamanan dan memberikan dampak buruk kepada konsumen maka produk tersebut harus dimusnahkan dan tidak layak edar t.³³
- b. Pasal 4 huruf c Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) memberikan penjelasan mengenai hak informasi yang maa sudah ada disebutkan "hak atas informasi yang jujur, benar, dan jelas terkait jaminan dan keadaan suatu produk." Oleh karena itu, kesimpulannya konsumen perlu mendapatkan informasi terkait suatu produk secara jelas. Tujuannya adalah supaya consume memperoleh ha katas informasinya terkait suatu produk yang hendak dikonsumsi.³⁴
- c. Pasal 4 huruf d Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) menyatakan bahwa "Hak Konsumen untuk didengar pendapat serta keluhannya mengenai barang yangtelah digunakan.Yang mana telah di jelaskan jika konsumenmengalami kerugian atas produk kosmetik yang telah digunakan berhak mendapatkan haknyadidengar keluhan dan pendapatnya."³⁵
- d. Dalam pasal 4 huruf e ini menjelaskan bahwa "Konsumen kosmetik yang mengalami kerugian dalam hal akibat zat aditif berhak mendapatkan perlindungan hukum dan upaya penyelesaian sengketa baik melalui pengadilan maupun luar pengadilan". Dimana dalam pasal ini menegaskan bahwa konsumen mempunyai hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa serta perlindungan konsumen secara patut, terkait dalam penyelesaian sengketa sertaperlindungan konsumen baik berupa materi maupun fisik yang berbunyi "hak untuk mendapatkan

³⁰ Broto Agus Susilo, *Aspek-Aspek Perlindungan Terhadap Konsumen Dalam Hukum di Indonesia*, Jakarta, YLKI-USAID, 1998

³¹ Keputusan Menteri Kesehatan Nomor 965/Menkes/SK/XI/1992, tentang Cara Produksi Kosmetik Yang Baik.

³² Pasal 4 huruf a,c,d dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

³³ Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 pasal 4 huruf a.

³⁴ Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 pasal 4 huruf c.

³⁵ Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 pasal 4 huruf d.

advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa agar mendapat perlindungan konsumen secara patut.³⁶

SIMPULAN

1. Upaya perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen produk kosmetik *CreamHN* dalam transaksi jual beli online dapat dilihat dari dua sisi yaitu perlindungan pelaku usaha *CreamHN* yang terdiri dari tahap awal mempromosikan produk *CreamHN*, Tahap transaksi, prosedur pembayaran kemudian perlindungan hukumnya terhadap konsumen yang meliputi pelayanan transaksi, kualitas produk kosmetik pemutih *CreamHN*. Adapun tahapan pengaduan yang diberikan yaitu prosedur pengaduan dan tanggapan pengaduan yang diberikan oleh pihak *CreamHN*.
2. Faktor penghambatan pelaksanaannya perlindungan konsumen terhadap kosmetik pemutih wajah *CreamHN* dalam transaksi jual beli online terdiri dari faktor penghambatan pelaku usaha yang tidak mendaftarkan produknya untuk mendapatkan izin dari Badan Pengawas Obat dan Makanan. Faktor pemicu konsumen tertarik untuk menggunakan produk ilegal, faktor penghambat terlaksananya perlindungan konsumen terhadap kosmetik pemutih wajah *CreamHN* akibat ketidakseriusan pemerintah dalam menegakkan hukum kurangnya kesadaran konsumen terhadap kualitas produk yang akan dibeli, ketidaktelitian konsumen dalam membeli suatu produk tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Broto Agus Susilo, *Aspek-Aspek Perlindungan Terhadap Konsumen Dalam Hukum di Indonesia*, Jakarta, YLKI-USAID, 1998
- Celina Tri Siswi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2011
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta,
- Retno Iswari Tranggono Fatma Latifah, *Buku Penangan Pengetahuan Ilmu Kosmetik Gramedia Pustaka Utama*, Jakarta, 2007
- Sutesi, Adrian, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Ghalia Indonesia Bogor
- Sri Arlina *Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online Produk Kosmetik (Pemutih wajah) Yang Mengang Zat Berbahaya Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*. Uir law riview volume 2 Noor 1, (Tahun 2018).

Internet

- Addilah, S.U, *Tanggapan atas mitos tentang kecantikan : Kriteria cantik ideal* <http://www.suaramerdeka.com/harian>, Tahun 2021
- Faktor-Faktor Penyebab Pelaku usaha tidak mendaftarkan izin edar BPOM, <http://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/1435/5/138400056.pdf>
- Rizki Rika Meilia Sari, *"Perlindungan Konsumen Atas Hak Informasi Kosmetik China Yang Mengandung Bahan Kimia Di Yogyakarta"*. Skripsi S1 Fakultas Hukum, Universitas Islam Indonesia, diakses melalui repository.ac.id
- Salsabila, M, *Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Yang Dijual Secara Media Online Di Kota Banda Aceh*, Jurnal Fakultas Hukum Syariah Kuala

Peraturan Perundang-Undangan

- Peraturan Pemerintah Noor 82 Tahun 2012 pasal 47 ayat 3 tentang *Penyelenggaraan Sistem Transaksi Elektronik*, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 189.
- Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 pasal 48 ayat 3 Tentang *Penyelenggaraan Sistem Transaksi Elektronik*, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 189.
- Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 *Tentang Informasi dan Transaksi Jual beli Online*.
- Pasal 8 huruf J Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 *Tentang Perlindungan Konsumen*.
- Pasal 17 ayat 2 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 *Tentang Teknologi dan Elektronik*.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 *tentang Perlindungan Konsumen*.
- Undang-Undang Nomor 8 pasal 19 sampai dengan pasal 28, *Tentang Perlindungan Konsumen*

³⁶ Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 pasal 4 huruf e.

Sri Wahyuni et al., *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Kosmetik Pemutih Wajah “Cream HN” Dalam Transaksi Jual Beli Online Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*

Keputusan Menteri Kesehatan Nomor 965/Menkes/SK/XI/1992, tentang Cara Produksi Kosmetik Yang Baik.

Pasal 4 huruf a, c, dan d Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 pasal 4 huruf a.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 pasal 4 huruf c.

Sumber lainnya

Wawancara Dengan Konsumen Pengguna Cream Pemutih Wajah Cream HN

Wawancara Dengan Konsumen Pengguna Cream Pemutih Cream HN

Hasil Wawancara Dengan ka dianselaku admin CreamHN