

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Perlindungan Konsumen**

##### **1. Pengertian Perlindungan Konsumen**

Menurut *Black's Law Dictionary* mendefinisikan perlindungan konsumen “*a statute that safeguards consumers in the use goods and services*”, yang berarti bahwa sebuah undang-undang yang melindungi konsumen dalam menggunakan barang dan jasa. Istilah perlindungan konsumen dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri. Pasal 1 Angka 1 UUPK menyatakan bahwa, “*perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen*”. Adapun menurut Shidarta, memberikan pengertian perlindungan konsumen sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak yang berkaitan dengan barang dan/atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.<sup>11</sup> Berdasarkan pengertian tersebut perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang dibedakan dalam 2 (dua), meliputi:

---

<sup>11</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Edisi Revisi, (Jakarta: PT Grasindo, 2006), halaman 10.

- a. Perlindungan konsumen terhadap kemungkinan barang dan/atau jasa yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan kesepakatan.
- b. Perlindungan konsumen terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.<sup>12</sup>

Keinginan yang ingin dicapai dalam perlindungan konsumen adalah memberikan rasa aman kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Terbukti bahwa sanksi pidana telah tercantum dalam norma perlindungan konsumen. Artinya, segala upaya yang dimaksudkan dalam perlindungan konsumen tersebut tidak hanya tindakan preventif, tetapi juga tindakan represif pada segala bidang perlindungan yang diberikan kepada konsumen. Berdasarkan hal tersebut, maka pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan:

- a. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mencakup unsur keterbukaan terhadap akses informasi dan menjamin kepastian hukum.
- b. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan semua pelaku usaha.
- c. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa.
- d. Melindungi konsumen dari penipuan dan praktik bisnis yang menyesatkan.

---

<sup>12</sup> Rifan Adi Nugraha dan Jamaluddin Mukhtar, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *Online*", *Jurnal Serambi Hukum*, Volume 08, Nomor 02, 2015, halaman 4.

- e. Mengintegrasikan pelaksanaan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan lainnya.<sup>13</sup>

## 2. Asas-Asas Perlindungan Konsumen

Di Indonesia, perlindungan konsumen merupakan hal penting yang bertujuan untuk menjaga keseimbangan hubungan hukum antara konsumen dengan produsen, sehingga diperlukan suatu prinsip-prinsip perlindungan hukum bagi konsumen yang dapat dijadikan acuan dalam memberikan perlindungan kepada konsumen.<sup>14</sup> Prinsip-prinsip tersebut telah termaktub dalam Penjelasan Pasal 2 UUPK yang menyebutkan bahwa, perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, antara lain:

1. Asas manfaat

Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

2. Asas keadilan

Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada

---

<sup>13</sup> Zulham, *Op.cit.*, halaman 22-23.

<sup>14</sup> Rani Apriani, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Jasa Perbankan Di Indonesia", *Jurnal Ilmiah Hukum De'Jure: Kajian Ilmiah Hukum*, Volume 2, Nomor 2, 2017, halaman 7.

konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajiban secara adil.

3. Asas keseimbangan

Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materil maupun spiritual.

4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen

Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

5. Asas kepastian hukum

Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta Negara menjamin kepastian hukum.

**3. Tujuan Perlindungan Konsumen**

Asas-asas perlindungan konsumen sebagaimana tersebut di atas merupakan komitmen untuk mewujudkan tujuan perlindungan hukum terhadap konsumen. Pasal 3 UUPK menguraikan mengenai tujuan dari perlindungan hukum terhadap konsumen tersebut, antara lain:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri

Tujuan ini dimaksudkan untuk perlunya meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen guna melindungi konsumen itu sendiri dan sebagai bentuk pencegahan kerugian. Dengan meningkatkan kesadaran konsumen, konsumen akan selalu waspada ketika melakukan transaksi jual beli atau mengkonsumsi/menggunakan barang dan/atau jasa.<sup>15</sup>

2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksese negatif pemakaian barang dan/atau jasa

Tujuan ini dimaksudkan agar konsumen tidak lagi dijadikan obyek, melainkan menjadi salah satu subyek dalam aktivitas bisnis, dimana antara pelaku usaha dan konsumen merupakan 2 (dua) merupakan pihak yang sejajar, saling membutuhkan, dan saling menguntungkan satu sama lain tanpa ada yang dirugikan di antara kedua pihak tersebut.<sup>16</sup>

3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen

Pemberdayaan konsumen merupakan cara yang sangat efektif untuk melaksanakan perlindungan konsumen. Adapun salah satu cara untuk memberdayakan konsumen yaitu membekali konsumen

---

<sup>15</sup> M. Sadar dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia* (Jakarta: Akademia, 2012), halaman 20.

<sup>16</sup> *Loc.cit.*

dengan pengetahuan tentang hukum perlindungan konsumen agar konsumen mengerti akan hak-haknya sebagai konsumen.<sup>17</sup>

4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi

Tujuan ini dimaksudkan, dengan berlakunya UUPK yang telah menetapkan hak dan kewajiban terhadap konsumen dan pelaku usaha, diharapkan dapat dijadikan pedoman yang harus ditaati baik konsumen maupun pelaku usaha.<sup>18</sup>

5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha

Tujuan ini dimaksudkan agar pelaku usaha dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya perlindungan hukum terhadap konsumen. Pelaku usaha tidak boleh mementingkan kepentingan pribadi dan mengabaikan kepentingan konsumen, melainkan harus jujur dan meyakinkan dalam memasarkan dan menawarkan produknya agar produknya dibeli oleh konsumen, serta bertanggung jawab atas produk yang telah dipasarkan tersebut.<sup>19</sup>

6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen

---

<sup>17</sup> *Loc.cit.*

<sup>18</sup> *Loc.cit.*

<sup>19</sup> *Loc.cit.*

Ditengah persaingan usaha yang ada konsumen cenderung memilih barang dan/atau jasa dengan kualitas terbaik dan aman untuk digunakan atau dikonsumsi. Kondisi yang demikian, dapat memacu pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang dijualnya.<sup>20</sup>

## **B. Konsumen**

### **1. Pengertian Konsumen**

Konsumen adalah pihak yang menggunakan atau memanfaatkan baik barang dan/atau jasa, untuk kepentingan diri sendiri maupun untuk kepentingan orang lain.<sup>21</sup> Secara harfiah konsumen dapat diartikan sebagai seseorang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu, dan/atau orang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang.<sup>22</sup> Adapun menurut Pasal 1 Angka 2 UUPK, “*konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan*”.

Berdasarkan beberapa pengertian konsumen tersebut, konsumen dapat dibedakan menjadi 3 (tiga) batasan, antara lain:

---

<sup>20</sup> *Loc.cit.*

<sup>21</sup> Widi Nugrahaningsih dan Mira Erlinawati, “Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis *Online*”, *Jurnal Serambi Hukum*, Volume 11, Nomor 01, 2017, halaman 2.

<sup>22</sup> Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Edisi Revisi, (Jakarta: Diadit Media, 2011), halaman 21.

- a. Konsumen komersial (*commercial consumer*), yaitu setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa lain dengan tujuan mendapatkan keuntungan.
- b. Konsumen antara (*intermediate consumer*) adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk diperdagangkan kembali juga dengan tujuan mencari keuntungan.
- c. Konsumen akhir (*ultimate consumer/end user*) adalah setiap orang yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/jasa untuk memenuhi kebutuhan kehidupan pribadi, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan kembali dan/atau untuk mendapatkan keuntungan kembali.<sup>23</sup>

## 2. Hak dan Kewajiban Konsumen

John F. Kennedy, Mantan Presiden Amerika Serikat, pada tahun 1962 mengemukakan 4 (empat) hak dasar konsumen, antara lain:

- a. Hak untuk memperoleh keamanan (*the right to safe products*);
- b. Hak untuk mendapatkan informasi tentang produk (*the right to be informed about products*);
- c. Hak untuk menentukan pilihan dalam memilih produk (*the right to definite choices in selecting products*);
- d. Hak untuk didengar tentang kepentingan sebagai konsumen (*the right to be heard regarding consumer interests*).<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> *Ibid.*, halaman 13.

<sup>24</sup> Abdul Halim Barkatullah, *Op.cit.*, halaman 61.

Setelah itu, pada tahun 1985 Majelis Umum PBB juga merumuskan berbagai kepentingan konsumen yang perlu dilindungi yang tertuang dalam Resolusi PBB Nomor A/RES/39/248 tanggal 16 April 1985 tentang *the Guidelines for Consumer Protection*, meliputi:

- a. Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya;
- b. Promosi dan perlindungan kepentingan ekonomi sosial konsumen
- c. Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka melakukan pilihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan pribadi;
- d. Pendidikan konsumen;
- e. Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif;
- f. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang relevan dan memberikan kesempatan kepada organisasi tersebut untuk menyuarakan pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan mereka.<sup>25</sup>

Berikut ini adalah hak-hak konsumen sebagaimana telah termaktub dalam Pasal 4 UUPK, antara lain:

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

Sasaran utama konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa adalah kenyamanan, keamanan, serta keselamatan. Misalnya

---

<sup>25</sup> *Loc.cit.*

dalam penggunaan kosmetik, selain konsumen menginginkan wajah yang cantik atau sesuai yang diinginkan, juga terjaminnya keselamatan dan keamanan dalam penggunaan produk kosmetik tersebut.<sup>26</sup>

2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan

Konsumen berhak untuk mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan harga yang dibeli, dan konsumen berhak untuk mengajukan komplain terhadap pelaku usaha atas barang yang kondisinya tidak sesuai dengan nilai tukar.<sup>27</sup>

3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa

Konsumen berhak mendapatkan informasi yang akurat mengenai barang dan/atau jasa yang akan dibelinya sebelum melakukan pembelian. Hal ini karena melalui informasi tersebut konsumen dapat menentukan atau memilih barang dan/atau jasa mana yang akan dibeli. Selain itu, informasi ini diperlukan konsumen untuk mengetahui mengenai gambaran seperti apa barang dan/atau jasa yang akan dipilihnya. Berdasarkan hal tersebut, maka pelaku usaha harus memberikan informasi yang benar dan jujur

---

<sup>26</sup> Abdul Halim Barkatullah, *Hak - Hak Konsumen*, (Bandung: Nusa Media, 2010), halaman 33.

<sup>27</sup> *Loc.cit.*

kepada konsumen dan memberikan jaminan dengan penuh tanggung jawab.<sup>28</sup>

4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan

Konsumen sering kali menerima barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan keinginan, seperti kondisi barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan informasi yang disampaikan oleh pelaku usaha. Berdasarkan hal tersebut, maka pelaku usaha harus dapat menerima keluhan dari konsumen, dan dapat dijadikan sebagai masukan untuk pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa.<sup>29</sup>

5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut

Advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa bagi konsumen sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku dan tidak boleh memihak terhadap pihak manapun.<sup>30</sup>

6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen

Pelaku usaha harus memberikan edukasi yang baik dan benar kepada konsumen, bukan mengeksploitasi konsumen untuk mendapat keuntungan. Edukasi tersebut seperti memberitahukan syarat dan ketentuan (*term and condition*) terkait komposisi dan

---

<sup>28</sup> *Ibid.*, halaman 34

<sup>29</sup> *Loc.cit.*

<sup>30</sup> *Loc.cit.*

kemasan dalam penggunaan barang dan/atau jasa kepada konsumen.<sup>31</sup>

7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif

Pelaku usaha harus memberikan pelayanan yang sama kepada konsumen tanpa melihat suku, agama, budaya, daerah, pendidikan, kaya, miskin dan status sosial lainnya.

8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya

Konsumen yang menerima barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan kesepakatan awal dengan pelaku usaha, berhak atas kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian yang bertujuan agar konsumen tidak mengalami kerugian dan pelaku usaha dapat lebih berhati-hati dalam memasarkan produk dan/atau jasanya.<sup>32</sup>

9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya

Adanya ketentuan ini membuka peluang bagi pemerintah untuk menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen yang tidak diatur dalam ketentuan di atas.<sup>33</sup>

Sebagai konsumen yang memiliki berbagai hak, maka dalam tindakan pembelian barang terdapat adanya berbagai perlindungan

---

<sup>31</sup> *Loc.cit.*

<sup>32</sup> *Loc.cit.*

<sup>33</sup> *Loc.cit.*

hukum terhadap konsumen.<sup>34</sup> Selain hak konsumen, UUPK juga menyebutkan mengenai kewajiban konsumen sebagaimana telah termaktub dalam Pasal 5 UUPK, antara lain:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan. Guna mendapatkan manfaat yang maksimal dari penggunaan barang dan/atau jasa yang digunakan atau dikonsumsi, oleh karena itu konsumen diwajibkan untuk membaca dan mengikuti prosedur sebelum menggunakan atau memanfaatkan suatu barang dan/atau jasa.
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Dimaksudkan agar ketika konsumen melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa, diharapkan tidak merugikan masyarakat umum atau merampas hak orang lain.
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati. Konsumen harus membayar barang dan/atau jasa yang dibeli dari pelaku usaha.
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut. Maksudnya adalah sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku dan tidak boleh memihak terhadap pihak manapun.

### **C. Pelaku Usaha**

---

<sup>34</sup> Wahyu Simon Tampubolon, "Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang Undang Perlindungan Konsumen", *Jurnal Ilmiah "Advokasi"*, Volume 04, Nomor 01, 2016, halaman 6.

## 1. Pengertian Pelaku Usaha

Menurut Pasal 1 Angka 3 UUPK, *“pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”*. Lebih lanjut penjelasan pasal 1 angka (3) UUPK bahwa, *“pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian ini adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain”*. Berdasarkan pengertian tersebut, pelaku usaha secara umum dapat diartikan sebagai orang atau badan usaha yang memproduksi barang dan/atau jasa guna memenuhi kebutuhan masyarakat atau konsumen.

Pelaku usaha dapat juga disebut dengan produsen, yaitu orang yang menjalankan kegiatan usaha untuk membuat atau menghasilkan produk untuk kepentingan masyarakat. Kegiatan usaha tersebut merupakan suatu proses mengubah bahan mentah melalui pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi menjadi produk siap pakai yang dapat dikonsumsi atau digunakan oleh manusia. Adapun contohnya seperti, produsen otomotif, barang elektronik, kosmetik dan obat-obatan, makanan dan minuman,

pakaian, instalasi listrik, instalasi telepon, instalasi air bersih, serta produsen rumah dan bangunan.<sup>35</sup>

## **2. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha**

Pada dasarnya pelaku usaha mempunyai hubungan dengan konsumen. Seperti halnya konsumen, pelaku usaha juga mempunyai hak dan kewajiban. Berikut ini adalah hak-hak pelaku usaha sebagaimana telah termaktub dalam Pasal 6 UUPK, antara lain:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Pelaku usaha berhak menerima pembayaran dari konsumen, setelah pelaku usaha memberikan barang dan/atau jasa sesuai dengan kesepakatan bersama.<sup>36</sup>
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik. Tindakan konsumen yang tidak beritikad baik seperti, konsumen yang mengundur-ngundur waktu pembayaran setelah mendapatkan barang dan/atau jasa dari pelaku usaha. Selain itu, konsumen yang berusaha komplain terhadap barang dan/atau jasa yang telah dibeli dengan alasan barang rusak atau tidak sesuai agar mendapat kompensasi, juga merupakan tindakan konsumen yang tidak beritikad. Berdasarkan hal tersebut, maka pelaku usaha

---

<sup>35</sup> Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2010), halaman 519.

<sup>36</sup> Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), halaman 33.

berhak mendapat perlindungan hukum berdasarkan ketentuan yang berlaku;<sup>37</sup>

- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Selain hak pelaku usaha, pelaku usaha juga mempunyai beberapa kewajiban sebagaimana telah termaktub dalam Pasal 7 UUPK, antara lain:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya. Maksudnya adalah pelaku usaha dalam menjalankan usahanya harus bersikap jujur tidak boleh mengelabui konsumennya.
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan. Kewajiban ini bertujuan untuk mencegah terjadinya kendala yang dialami oleh konsumen pada saat pemakaian.
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. Pelaku usaha dilarang membeda-bedakan

---

<sup>37</sup> *Loc.cit.*

konsumen dalam memberikan pelayanan dan dilarang membedakan mutu pelayanan kepada konsumen.

- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan. Yang dimaksud dengan barang dan/atau jasa tertentu adalah barang yang dapat diuji atau dicoba tanpa mengakibatkan kerusakan atau kerugian.
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi terhadap barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan yang diperdagangkan.
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi terhadap barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan kesepakatan.

### **3. Perbuatan Yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha**

Menurut Pasal 8 Ayat (1) UUPK, Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:

- a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
- c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
- d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
- g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
- h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;

- i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
- j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Lebih lanjut dalam Pasal 8 Ayat (2) UUPK, Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud. Kemudian Pasal 8 Ayat (3) UUPK, Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar. Selain itu, Pasal 9 Ayat (1) juga menjelaskan bahwa pelaku usaha juga dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah:

- a. Barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
- b. Barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;

- c. Barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesori tertentu;
- d. Barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
- e. Barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
- f. Barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
- g. Barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
- h. Barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
- i. Secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
- j. Menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung resiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;
- k. Menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.

#### **D. *Skincare Share In Jar***

*Skincare* adalah kosmetik kecantikan yang digunakan untuk memelihara, merawat dan mempertahankan kondisi kulit bagian wajah, kaki, tangan, dan tubuh. Berikut ini adalah beberapa jenis *skincare*, antara lain:

1. *Cleanser* atau kosmetik, mempunyai kegunaan untuk membersihkan kulit seperti sabun, *cleansing cream*, *cleansing milk*, dan penyegar kulit (*freshener*).

2. *Moisturizer* atau kosmetik, mempunyai kegunaan untuk melembabkan kulit seperti *moisturizer cream, night cream, anti wrinkle cream*.
3. Kosmetik pelindung kulit, misalnya seperti *sunscreen cream* dan *sunscreen foundation, sun block cream/lotion*.
4. *Peeling* atau kosmetik, mempunyai kegunaan untuk menipiskan atau mengampelas kulit misalnya *scrub cream* yang berisi butiran-butiran halus dan berfungsi sebagai pengamplas.<sup>38</sup>

Seiring dengan perkembangan zaman, saat ini penggunaan produk perawatan dan kecantikan khususnya *skincare* semakin meluas, tidak terbatas pada usia tua dan muda, maupun gender laki-laki dan perempuan. Hal ini diikuti juga dengan permintaan yang tinggi oleh kebutuhan konsumen terhadap perawatan dan kecantikan, baik lokal maupun impor. Namun, seringkali *skincare* yang dijual di pasaran hanya tersedia dalam ukuran *full size* atau dalam kemasan yang tidak ekonomis. Hal ini menyebabkan konsumen merasa ragu untuk membeli *skincare* dengan ukuran *full size* karena khawatir jika *skincare* yang digunakan tidak sesuai dengan hasil yang diinginkan, seperti adanya ketidakcocokan dengan kulit ataupun menyebabkan iritasi. Fenomena ini membuka peluang bagi beberapa penjual produk perawatan dan kecantikan khususnya *skincare* untuk memasarkan produk tersebut dengan kemasan yang berukuran *share in jar*.

*Share in jar* adalah membagi (*share*) isi sebuah produk dalam (*in*) beberapa kontainer (*jar*) kecil, maksudnya adalah *skincare* asli yang

---

<sup>38</sup> Retno Iswari Tranggono dan Fatma Latifah, *Op.cit.*, halaman 8.

berukuran *full size* dibagi ke dalam beberapa bagian dengan ukuran kemasan yang lebih kecil tanpa proses produksi lengkap seperti pada kemasan *full size*.<sup>39</sup> Produk *skincare share in jar* akhir-akhir ini marak diminati oleh konsumen khususnya kaum wanita. Adapun beberapa kelebihan dari *skincare share in jar*, antara lain:

1. Ukurannya kecil, lebih praktis dan harga terjangkau sehingga meminimalisir kerugian.
2. Konsumen dapat melakukan percobaan atau mencari cocok atau tidak cocok terhadap produk *skincare* yang dicobanya.
3. Konsumen sangat ingin membeli produk *skincare* tersebut tetapi tidak mampu untuk membeli kemasan *full size* sehingga membeli kemasan *share in jar*.

Beberapa kelebihan tersebut tentunya membawa manfaat bagi konsumen, tetapi dalam jangka pendek saja. Hal ini karena produk *skincare share in jar* tidak sedikit menimbulkan permasalahan atau dampak negatif jika dijual oleh beberapa oknum distributor, penjual, dan/atau pengecer yang bukan merupakan pelaku usaha asli. Adapun permasalahan tersebut diantaranya:

1. Produk dijual dengan harga yang relatif murah sehingga mengakibatkan kurangnya minat konsumen untuk membeli produk pada pelaku usaha asli.
2. Produk menjadi tidak jelas karena konsumen tidak melihat secara langsung bagaimana proses produksinya dan dapat dimungkinkan ada

---

<sup>39</sup> *Ibid.*, halaman 55.

tindakan kecurangan dalam prosesnya seperti pemalsuan produk, alat dan kemasan tidak steril serta produk kadaluarsa.

3. Dari segi keamanan, mutu, dan kualitas produk tidak terjamin, karena isi dari produk *skincare* telah dipindahkan dari kemasan asli ke kemasan *share in jar* sehingga higienitas atas produk tersebut diragukan dan berpotensi terjadi kontaminasi silang serta kandungan *skincare* yang rusak.
4. Produk ilegal, karena melanggar beberapa ketentuan Peraturan Perundang-Undangan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, *Skincare* yang dijual dengan konsep *share in jar* tidak dapat dijamin keamanan, mutu dan kualitasnya, karena *skincare* dipindahkan dari kemasan primer ke dalam kemasan lain tanpa mengindahkan Cara Pembuatan Kosmetik yang Benar (CPKB) sebagaimana telah diatur dalam Peraturan BPOM No 25/2019. Selain itu, resiko yang paling merugikan adalah kemungkinan terjadinya pemalsuan *skincare* dimana *skincare* yang dijual secara *share in jar* bukan berasal dari produk asli.