

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Produk kosmetik menempati urutan pertama di *e-commerce* sebagai salah satu produk yang paling banyak dibeli oleh masyarakat saat ini.¹ Kosmetik semakin banyak diminati menjadikan hal tersebut peluang besar bagi para pelaku usaha. Kosmetik semakin banyak diminati menjadikan hal tersebut peluang besar bagi para pelaku usaha, hal ini dibuktikan dengan meningkatnya daya beli masyarakat atas produk kosmetik yang mengalami peningkatan sebesar 7% pada 2021, dan peningkatan penjualan paling besar terjadi melalui media penjualan online.² Adanya media online membuat pelaku usaha menemukan cara yang mudah untuk mempromosikan barang/jasa yang diproduksinya. Media online juga mendukung pemasaran usaha sehingga semakin lencer dan mendapatkan keuntungan yang besar.³ Maraknya produk kosmetik yang bermunculan membuat banyak pelaku usaha ingin mendapatkan keuntungan dengan cara menjual produk kosmetik yang tidak memiliki izin edar dari BPOM, hal ini dibuktikan dengan banyaknya penjualan produk ilegal.⁴

Rasa ingin tahu masyarakat terhadap kosmetik semakin tinggi, terlebih lagi jika produk tersebut banyak peminatnya. Perempuan memiliki daya beli yang tinggi terhadap kosmetik, peningkatan daya beli yang tinggi ternyata tidak sejalan dengan informasi dan pengetahuan terkait pemilihan kosmetik yang asli dan aman bagi kulit.⁵ Penggunaan kosmetik didasarkan kepada khasiatnya, terutama krim wajah yang dapat membuat kulit wajah menjadi cerah. Pemakaian krim wajah yang salah dapat menyebabkan kerusakan pada kulit wajah konsumen, konsumen

¹ <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20210831142101-277-687828/barang-barang-yang-paling-sering-dibeli-online>, diakses pada tanggal 27 Oktober 2021 pukul 08.35 WIB.

² <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/05/industri-kosmetik-tumbuh-7-persen-ini-merek-perawatan-tubuh-terlaris-pada-agustus-2021>, diakses pada tanggal 10 Januari 2022 pukul 15.30 WIB.

³ Natalia Simanulang, Helda, "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce" Melayunesia Law, Vol 1, No 1, 2017, hal. 6

⁴ <https://www.pom.go.id/new/view/more/berita/20748/Badan-POM-Berantas-Peredaran-Kosmetik-Import-Ilegal-di-Jakarta-dan-Jawa-Barat.html>, diakses pada tanggal 10 Januari 2022 pukul 15.45 WIB.

⁵ Jaya, Febri, "Tinjauan Yuridis Terhadap Pemasaran Kosmetik Ilegal Secara Online Di Indonesia". Journal of Judicial Review, Vol 22 (1), 2020, hal.99

membeli suatu produk kosmetik biasanya setelah melihat testimoni penjualan tanpa mempertimbangkan kembali keaslian dan kelayakan dari produk kosmetik tersebut.⁶

Masyarakat memiliki rasa ingin tahu ketika ada produk kosmetik baru terlebih lagi apabila kosmetik tersebut memiliki khasiat yang bagus untuk wajah. Salah satu produk kosmetik yang banyak peminatnya adalah *this is your skincare*, produk kosmetik ini memiliki banyak peminat karena produk tersebut dikatakan dapat mencerahkan wajah dan menghilangkan jerawat serta cocok bagi semua jenis kulit. Selogan yang diberikan tersebut membuat masyarakat banyak yang tertarik untuk membeli dan menggunakan produk *this is your skincare*. Jumlah peminat yang tinggi tidak menjamin bahwa suatu produk kosmetik cocok di semua wajah, masih terdapat kemungkinan ada ketidakcocokan karena adanya perbedaan reaksi di tiap kulit wajah masing-masing konsumen.

Dalam kasus yang akan diteliti dampak negatif dialami oleh Ny. X seorang konsumen yang mengalami kerusakan pada wajahnya akibat ketidakcocokan kosmetik yang ia beli pada *this is your skincare*. Ny. X merasa dirugikan karena produk yang ia gunakan mengakibatkan kerusakan pada wajahnya, pada saat mengalami ketidakcocokan konsumen kemudian mendokumentasikan dan melakukan komplain melalui media sosial.

Perlindungan hukum terhadap konsumen telah diatur di dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hal-hal yang diatur antara lain hak dan kewajiban konsumen, hak dan kewajiban pelaku usaha, perbuatan-perbuatan yang dilarang pelaku usaha, tanggung jawab pelaku usaha, serta pembinaan dan pengawasan pemerintah. Pasal 8 ayat 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur terkait larangan bagi pelaku usaha memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan rusak, cacat dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi dengan benar.

Penelitian terkait kosmetik pernah dikaji sebelumnya, namun dalam penelitian ini melanjutkan dan melengkapi penelitian sebelumnya dikarenakan protes yang dilakukan oleh konsumen yang dirugikan diekspos melalui media

⁶ Deny, Fitra, K. Lestari, Zainal Hakim, "Penggunaan Vitamin E dan Vitamin C Topikal dalam Bidang Kosmetik", *Majalah Kedokteran Andalas* (2006): hlm. 41-51

sosial sehingga mengalami kendala dan dapat mendiskreditkan hak dari konsumen tersebut dalam melakukan komplain. Menurut penulis hal ini penting untuk dikaji sehingga dapat memberikan kepastian perlindungan hukum dari konsumen yang dirugikan namun salah dalam melakukan komplain. Oleh karena konsumen memiliki kedudukan yang rendah daripada produsen, maka konsumen seharusnya berhak atas perlindungan dalam bentuk kepastian hukum.⁷

Menyikapi banyaknya peredaran kosmetik saat ini tentu saja sudah mendapat perhatian lebih dari pemerintah, pengawasan terhadap peredaran skincare atau kosmetik mempunyai permasalahan yang luas dan merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah dan masyarakat sebagai konsumen, sehingga peran serta masyarakat dan pelaku usaha dalam mengawasi peredaran skincare mempunyai arti penting dan harus ditingkatkan.⁸ Mengingat adanya konsumen produk kosmetik yang mengalami kerusakan pada wajahnya setelah menggunakan produk yang dijual, maka harus ada pemberian sanksi kepada produsen atau penyelesaian hukum yang tepat agar kedua belah pihak tidak ada yang dirugikan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis akan mengkaji lebih lanjut terkait perlindungan konsumen yang melakukan komplain atas dampak negatif yang konsumen dapatkan dari penggunaan produk kosmetik dengan nama brand *this is you skincare* dengan mengangkat judul **“KOMPLAIN KONSUMEN YANG DIRUGIKAN DALAM PENGGUNAAN KOSMETIK THIS IS YOUR SKINCARE MELALUI MEDIA SOSIAL”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penyelesaian masalah terhadap konsumen yang dirugikan dalam kasus *this is your skincare*?
2. Bagaimana perlindungan terhadap konsumen yang dirugikan dalam penggunaan kosmetik pada kasus *this is your skincare*?

⁷ Barkaullah, Abdul Halim. “Urgensi Perlindungan Hak-Hak Konsumen Dalam Transaksi Di E-Commerce.” Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM 14, no. 2 (2007), h.1.

⁸ Luh Ketut Sri Kartika Prema Dewi, Dewa Gde Rudy “Pelaksanaan Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Produk Skincare Yang Mengandung Zat Adiktif”, Jurnal Kerta Semaya Vol. 6 No. 3, Juli 2018, h. 9

C. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian yang akan digunakan memfokuskan kepada pembahasan mengenai penyelesaian masalah dan perlindungan konsumen yang melakukan komplain melalui media sosial dalam kasus *this is your skincare*, yaitu mendeskripsikan lebih lanjut mengenai mekanisme penyelesaian yang dapat dilakukan serta perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengajukan komplain.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Pada dasarnya tujuan dari adanya penelitian ialah untuk memberikan pengetahuan baru bagi para pembaca dan untuk mengembangkan ilmu - ilmu yang sudah ada serta untuk membuktikan kebenarannya. Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, terdapat dua tujuan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui penyelesaian yang dapat dilakukan terhadap masalah yang terjadi antara konsumen dan *this is your skincare*
- b. Untuk mengetahui dan menganalisa perlindungan hukum yang di dapat konsumen ketika melakukan komplain di media sosial

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan dibuatnya penelitian adapun manfaat yang dapat diperoleh dengan adanya penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman dari perspektif ilmu hukum terkait mekanisme komplain melalui media sosial yang benar sebagaimana telah diatur dalam UUPK sehingga dapat mencegah kesalahan yang dapat berujung proses hukum dan penggunaan hukum perdata sebagai alternatif apabila terjadi suatu masalah antara konsumen dan produsen, serta sebagai

penambah referensi bagi para peneliti yang akan melakukan penelitian.

b. Manfaat Praktis

1) Manfaat Bagi Pelaku Usaha

Diharapkan dapat menjadi pedoman bagi para pelaku usaha kosmetik jika mengalami permasalahan terkait komplain dari konsumen.

2) Manfaat Bagi Konsumen

Diharapkan dapat menjadi acuan dalam menyelesaikan masalah terkait kerugian yang dialami konsumen dengan cara yang benar sesuai undang-undang.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum yuridis normatif, dilakukan dengan cara meneliti bahan kepustakaan (data sekunder) pada objek penelitian.⁹ Penelitian ini bersifat deskriptif analitis yang mengungkapkan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan teori-teori hukum yang menjadi objek penelitian. Berdasarkan sifat penelitian ini, analisis data yang dipergunakan adalah pendekatan kualitatif terhadap bahan hukum sekunder.¹⁰

2. Pendekatan masalah

Penelitian ini merupakan penelitian yuridis normatif, maka pendekatan masalah yang digunakan adalah dengan pendekatan

⁹ Soerjono Soekanto, dan Sri Mamudji, 20001, *Penelitian Hukum Normatif*, PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm.24.

¹⁰ H.Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), hlm. 105-106

perundang-undangan (*Statute Approach*) dan pendekatan kasus (*case approach*).

Pendekatan perundang-undangan ini dilakukan dengan menelaah peraturan perundang-undangan yang bersangkutan paut dengan permasalahan (isu hukum) yang sedang dihadapi. Dalam penelitian ini, perundang-undangan yang akan digunakan oleh penulis adalah UU Perlindungan Konsumen, KUH Perdata dan peraturan perundang-undangan lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

Pendekatan kasus ini juga dilakukan dengan melakukan telaah pada kasus-kasus yang berkaitan dengan isu yang dihadapi.¹¹ Pendekatan ini biasanya menggunakan kasus-kasus yang telah mendapatkan putusan. Kasus-kasus tersebut bermakna empiric, namun dalam suatu penelitian normatif, kasus-kasus tersebut dapat dipelajari untuk memperoleh suatu gambaran terhadap dampak dimensi penormaan dalam suatu aturan hukum, serta menggunakan hasil analisisnya untuk bahan masukan (*input*) dalam eksplanasi hukum.¹²

Penulis menggunakan pendekatan kasus karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hak-hak yang didapat konsumen yang melakukan komplain atas kerugian yang didapatnya karena menggunakan kosmetik dari *this is your skincare*. Kasus ini bukan berbentuk putusan pengadilan, namun hal ini juga dimungkinkan dalam pendekatan pendekatan kasus, karena tidak semua penelitian yang menggunakan pendekatan kasus harus merupakan kasus yang berbentuk putusan pengadilan.

3. Sumber Data

Penelitian yang menggunakan penelitian yuridis normatif terdapat 2 (dua) sumber data yaitu bahan hukum primer dan bahan hukum

¹¹ *Ibid.*

¹² Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, 2010, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, hlm. 157.

sekunder, dalam penelitian ini sumber data yang digunakan antara lain :

a. Bahan Hukum Primer

- 1) Kitab Undang – Undang Hukum Perdata
- 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- 3) Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia nomor 19 Tahun 2015 Tentang Persyaratan Teknis Kosmetika
- 4) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa
- 5) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

b. Bahan Hukum Sekunder

- 1) Bahan hukum sekunder berupa skripsi, tesis, dan jurnal – jurnal nasional maupun internasional
- 2) Arsip data perusahaan *this is your skincare* yang sudah disetujui oleh narasumber.

4. Cara Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, dengan menggunakan studi kepustakaan (*library research*). Studi kepustakaan yang dilakukan dengan cara membaca, mencatat, serta menelaah literatur-literatur yang nantinya sesuai dengan pokok bahasan yang akan dikaji.¹³ Dalam proses penelitian yang dilakukan, peneliti juga menggunakan arsip atau data-data yang dimiliki oleh perusahaan *this is your skincare* untuk melengkapi data fakta yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

5. Teknik Analisis Data

¹³ Kartini Kartono, 1998, *Pengantar Metodologi Research*, ALUMNI, Bandung, hlm.78.

Analisis data merupakan suatu proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Hal yang dilakukan saat menganalisis menurut pengertian ini adalah data diurutkan, dikelompokkan sesuai dengan pola, kategori dan satuannya.¹⁴ berdasarkan metode yang sudah dijelaskan, analisis data yang dipergunakan adalah deskriptif kualitatif yang mana dilakukan dengan menganalisis, menggambarkan, dan menyimpulkan secara rinci permasalahan yang diteliti berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan.

¹⁴ Muhammad, 2016, *Metode Penelitian Bahasa*, Ar-Ruzz Media, Yogyakarta, hlm. 221.