

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Tinjauan Umum Efektivitas Hukum**

#### **a. Definisi Efektivitas Hukum**

Hans Kelsen menyebutkan bahwa efektivitas hukum, tidak terlepas dari validitas hukum. Validitas hukum berarti bahwa norma hukum bersifat mengikat, dimana seseorang harus melandasi perbuatannya dengan norma-norma hukum yang berlaku, dan bahwa orang harus menerapkan serta mematuhi penerapan norma-norma yang berlaku tersebut. Efektivitas Hukum dapat diartikan bahwa orang benar berbuat sesuai dengan norma-norma hukum sebagaimana mereka harus berbuat, bahwa norma-norma itu benar adanya dan diterapkan untuk dipatuhi.<sup>10</sup>

Efektivitas berasal dari kata efektif yang berarti dicapainya keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Efektivitas terkait dengan hubungan antara hasil yang diharapkan dan hasil yang sesungguhnya. Efektivitas adalah kemampuan melaksanakan tugas, fungsi (operasi kegiatan) daripada suatu organisasi atau sejenisnya yang tidak ada tekanan atau ketenggangan diantara pelaksanaannya. Jadi menurut pengertian diatas efektivitas hukum memiliki indikator dalam arti tercapainya sasaran atau tujuan yang telah ditentukan sebelumnya merupakan suatu pengukuran dimana suatu target telah dicapai sesuai dengan apa yang telah direncanakan.

---

<sup>10</sup> Natah, L.C.B & Marwanto, 2020. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang Mengonsumsi Produk Kosmetik Impor Ilegal yang Mengandung Bahan Berbahaya*. Jurnal Kertha Semaya Vol. 8. No. 2. Hlm 217.

F. Drucker menyebutkan pengertian efektivitas sebagai berikut :

“Efektivitas merupakan landasan untuk mencapai sukses, dan efisiensi merupakan sumber daya minimal yang digunakan untuk mencapai kesuksesan itu”. Efisiensi berkeaan dengan pekerjaa yang betul dikerjakan”. Hal ini sejalan dengan derajat pencapaian tujuan baik secara eksplisit maupun implisit yaitu seberapa jauh rencana dapat dilaksanakan dan seberapa jauh tujuan itu tercapai.

Sedangkan menurut Miller dalam Tangkilisan (2005:138) mengemukakan bahwa :  
“Efektivitas dimaksudkan sebagai tingkat seberapa jauh suatu system sosial mencapai tujuan. Efektivitas ini harus dibedakan dengan efisiensi. Efisiensi mengandung makna perbandingan antara biaya dan hasil. Sedangkan efektivitas secara langsung dihubungkan dengan pencapaian suatu tujuan tertentu”.

Tujuan hukum adalah untuk mencapai kedamaian dengan mewujudkan kepastian dan keadilan dalam masyarakat. Kepastian hukum menghendaki perumusan kaedah-kaedah hukum yang berlaku umum, yang berarti pula bahwa kaedah-kaedah tersebut harus ditegakkan atau dilaksanakan dengan tegas. Hal ini menyebabkan bahwa hukum harus diketahui

#### **b. Landasan Teori Efektivitas Hukum**

Dalam penelitian ini, penulis melakukan pengajian permasalahan dengan menggunakan Teori Efektivitas Soerjono Soekanto dimana menyebutkan bahwa Hukum sebagai kaidah merupakan patokan mengenai sikap tindak atau perilaku yang pantas. Metode berpikir yang digunakan adalah metode deduktif-rasional, sehingga menimbulkan jalan pikiran yang dogmatis atau pikiran manusia mampu untuk mengetahui dengan kebenaran. Adapun pihak lain yang memandang bahwa

hukum adalah sebuah sikap tindak atau perilaku yang teratur (ajeg). Metode berpikir yang digunakan dalam hal ini adalah induktif-empiris, sehingga melihat hukum sebagai suatu tindak yang diulang-ulang kedalam bentuk yang sama, dengan tujuan tertentu.

Efektivitas hukum di dalam suatu tindakan atau realitanya dapat diketahui apabila seseorang menyatakan bahwa suatu kaidah hukum berhasil atau gagal dalam mencapai tujuannya, maka biasanya diketahui apakah pengaruh keberhasilan mengatur sikap tindak atau perilaku tertentu sehingga sesuai dengan tujuan atau tidak. Efektivitas hukum artinya efektivitas akan disoroti dari tujuan yang ingin dicapai, yakni efektivitas hukum. Upaya yang bisa dilakukan salah satunya adalah mencantumkan sanksi-sanksinya agar masyarakat mematuhi kaidah hukum. Sanksi-sanksi tersebut dapat berupa sanksi positif maupun sanksi negatif, dimaksudkan dapat menimbulkan rangsangan kepada manusia untuk tidak melakukan kembali tindakan tercela atau melakukan tindakan terpuji.<sup>11</sup>

Kondisi-kondisi tertentu diperlukan agar hukum berpengaruh terhadap sikap tindak atau perilaku yang dilakukan oleh manusia. Kondisi-kondisi yang diperlukan antara lain hukum harus dapat dikomunikasikan. Komunikasi hukum lebih banyak tertuju pada sikap, karena sikap merupakan suatu bentuk kesiapan mental dimana seseorang memiliki kecenderungan untuk memberikan pandangan yang baik dan buruk, yang kemudian akan terwujud kedalam perilaku nyata. Apabila apa yang telah dikomunikasikan tidak dapat untuk menjangkau masalah-masalah yang

---

<sup>11</sup> Soerdjono Soekanto, *Beberapa Permasalahan Hukum Dalam Kerangka Pembangunan di Indonesia* (Jakarta; Universitas Indonesia, 1976), h.45.

dihadapi secara langsung oleh sasaran komunikasi hukum maka akan ditemukan kesulitan-kesulitan. Hasilnya yaitu hukum tidak memiliki pengaruh sama sekali atau bahkan menimbulkan pengaruh negatif. Hal ini disebabkan oleh karena kebutuhan mereka tidak dapat dipenuhi dan dipahamisehingga mengakibatkan terjadinya tekanan, atau bahkan konflik.<sup>12</sup>

### **c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Hukum**

Adapun beberapa faktor yang dapat mempengaruhi efektivitas hukum antara lain:

#### **1) Faktor Hukumnya Sendiri**

Hukum berfungsi untuk keadilan, kepastian dan kemanfaatan. Dalam praktik sering kali penyelenggaraan hukum di lapangan terjadi ketidaksesuaian antara kepastian hukum dan keadilan. Kepastian Hukum memiliki sifat konkret yaitu berwujud nyata, sedangkan keadilan bersifat abstrak sehingga apabila seorang hakim memutus suatu perkara dengan penerapan undang-undang saja adakalanya nilai keadilan itu sendiri tidak tercapai. Maka ketika melihat suatu permasalahan mengenai hukum setidaknya keadilan menjadi prioritas utama. Karena hukum tidaklah semata-mata hanya dilihat dari penerapan hukum tertulis saja, namun masih banyak aturan-aturan yang hidup didalam masyarakat yang mampu mengatur kehidupan bermasyarakat.

Jika didalam penerapan hukum tujuannya hanya untuk mencapai keadilan, maka kesulitannya adalah dimana keadilan itu bersifat subjektif, sangat tergantung kepada nilai-nilai intrinsik subjektif dari masing-masing orang. Menurut Prof. Dr. Achmad Ali apa yang adil bagi si Baco belum tentu dirasakan adil bagi si Sangkala.

---

<sup>12</sup>Soerdjono Soekanto, *Beberapa Permasalahan Hukum Dalam Kerangka Pembangunan di Indonesia* (Jakarta;Universitas Indonesia, 1976), h.50.

## **2) Faktor Penegak Hukum**

Faktor Penegak hukum adalah pihak-pihak yang membentuk maupun menerapkan hukum atau *law enforcement*. Bagian-bagian dari *law enforcement* adalah aparatur penegak hukum yang dapat memberikan kepastian, keadilan, dan kemanfaatan hukum secara proposional. Aparatur penegak hukum menyangkup pengertian mengenai instusi penegak hukum dan aparat penegak hukum, sedangkan aparat penegak hukum dalam artian yang sempit dimulai dari kepolisian, kejaksaan, kehakiman, penasehat hukum dan petugas sipil lembaga permasyarakatan. Setiap aparat dan aparatur dialam menjalankan tugasnya diberikan kewenangan masing-masing yaitu kegiatan menerima laporan, penyelidikan, penyidikan, penuntutan, pembuktian, penjatuhan vonis dan pemberian sanksi serta upaya pembinaan kembali terpidana. Adapun 3 hal yang menjadi pengaruh mekanisme bekerjanya aparat dan aparatur penegak hukum antara lain :

- a) Institusi penegak hukum beserta dan mekanisme kerja kelembagaannya;
- b) Budaya kerja yang terkait dengan aparatnya, termasuk mengenai kesejahteraan aparatnya;
- c) Dan perangkat peraturan yang mendukung baik kinerja kelembagaannya maupun yang mengatur materi hukum yang dijadikan standart kerja, baik hukum materilnya maupun hukum acaranya.

## **3) Faktor Fasilitas atau Sarana yang Mendukung Penegakan Hukum**

Secara sederhana fasilitas hukum dapat diartikan sebagai sarana untuk mencapai tujuan. Riuang lingkupnya adalah sarana fisik yang berfungsi sebgaai faktor pendukung. Fasilitas pendukung mencakup tenaga manusia yang

berpendidikan serta terampil, organisasi yang baik, peralatan-peralatan yang memadai, keuangan yang cukup, dan sebagainya. Selain ketersediaan fasilitas yang memadai pemeliharaan pun sangat penting untuk keberlangsungan . Sering terjadi bahwa suatu peraturan sudah difungsikan, sementara fasilitasnya belum tersedia lengkap . Kondisi semacam ini hanya akan menyebabkan kontra-produktif yang harusnya memperlancar proses justru mengakibatkan terjadinya kemacetan.

#### **4) Faktor Masyarakat**

Pada dasarnya penegak hukum bertujuan untuk tercapainya kedamaian di dalam masyarakat. Masyarakat mempunyai pandangan tertentu mengenai hukum. Artinya, efektivitas hukum juga bergantung kepada kesadaran hukum masyarakat. Kesadaran yang rendah dari masyarakat akan mempersulit penegakan hukum, adapun langkah-langkah yang bisa dilakukan antara lain mengadakan sosialisasi dengan melibatkan lapisan-lapisan sosial, pemegang kekuasaan dan penegak hukum itu sendiri. Perumusan hukum juga harus memperhatikan hubungan antara perubahan-perubahan sosial dengan hukum yang pada akhirnya hukum mampu efektif dalam sasaran pengatur perilaku masyarakat.

#### **5) Faktor Kebudayaan**

Faktor kebudayaan sebenarnya bersatupadu dengan faktor masyarakat namun sengaja dibedakan. Karena di dalam pembahasannya ditengahkan masalah sistem nilai-nilai yang menjadi inti kebudayaan spiritual atau nonmaterial. Hal ini dibedakan sebab sebagai suatu sistem (atau subsistem dari sistem kemasyarakatan), maka hukum mencakup, struktur, substansi, dan kebudayaan. Maka Struktur mencakup wadah atau bentuk dari sistem tersebut umpamanya, mencakup tatanan

lembaga-lembaga hukum formil, hukum antara lembaga-lembaga tersebut, hak-hak dan kewajiban-kewajiban , dan seterusnya.

## **B. Tinjauan Umum Pengawasan**

### **a. Pengertian Pengawasan**

Pengawasan adalah suatu proses untuk menerapkan pekerjaan apa yang sudah dilaksanakan, memberikan penilaian, dan bila diperlukan melakukan koreksi dengan tujuan agar pelaksanaan pekerjaan sesuai dengan yang direncanakan.<sup>13</sup>

Pengawasan adalah segala sesuatu bentuk usaha dari sebuah kegiatan yang bertujuan untuk mengetahui dan menilai sesuai dengan fakta yang ada mengenai pelaksanaan tugas atau kegiatan apakah sesuai dengan semstinya atau tidak.

Pengawasan juga merupakan usaha sadar dan sistematis untuk lebih menjamin bahwa semua tindakan operasional yang diambil oleh sebuah organisasi telah benar sesuai dengan rencana awal yang telah ditetapkan.

### **b. Indikator Pengawasan**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori Handoko dalam bukunya yang berjudul *Manajemen* mengenai karakteristik pengawasan yang efektif yang meliputi 10 indikator sebagai berikut :

#### **1. Akurat**

Akurat dalam hal ini adalah tentang pelaksanaan kegiatan. Data yang tidak akurat dari sistem pengawasan dapat menyebabkan organisasi mengambil tindakan koreksi yang keliru atau bahkan menciptakan masalah yang sebenarnya tidak ada.

---

<sup>13</sup> Manullang dalam Ayu Mulyani Noor, Pengawasan Peredaran Produk Pangan (Makanan Kaleng) Oleh Balai Besar Pengawas Obat Dan Makanan (BBPOM) di Kota Pekanbaru, JOM FISIP Volume 2. No. 2- Oktober 2015.

## **2. Tepat Waktu**

Tepat waktu dalam hal ini adalah informasi harus dikumpulkan, disampaikan dan dievaluasi secepatnya bila kegiatan perbaikan harus dilakukan segera.

## **3. Objektif dan Menyeluruh**

Informasi harus bersifat objektif, menyeluruh, dan mudah dipahami.

## **4. Terpusat pada titik-titik pengawasan strategis**

Pengawasan dipusatkan pada bidang yang memiliki penyimpangan dari standar yang mengakibatkan kerusakan paling fatal serta sering terjadi.

## **5. Realistik secara ekonomis**

Dalam sistem pengawasan biaya sistemnya harus lebih rendah, atau paling tidak sama dengan perolehan dari sistem tersebut.

## **6. Realistik secara Organisasional**

Sistem pengawasan harus cocok dan sesuai dengan kenyataan di dalam organisasi.

## **7. Fleksibel**

Dalam melakukan pengawasan haruslah mempunyai fleksibilitas guna memberikan reaksi atau tanggapan terhadap suatu ancaman dan kesempatan dari lingkungan

## **8. Bersifat sebagai petunjuk dan operasional**

Dalam sistem pengawasan yang efektif harus menunjukkan baik deteksi atau divisi dari standar, tindakan apa yang harus diambil, serta melakukan koreksi.

## **9. Diterima para anggota organisasi**



Sistem pengawasan dalam pelaksanaan kerja para anggotanya harus mampu memberikan pengarahan dengan mendorong prestasi dan tanggungjawab serta perasaan otonomi para anggotanya.

## **10. Terkoordinasi dengan aliran kerja organisasi**

Aliran kerja dan sitem pengawasan harus terkoordinasi karena setiap tahap dari proses pekerjaan akan mempengaruhi keseluruhan operasi baik kesuksesan ataupun kegagalan.<sup>14</sup>

### **c. Tujuan Dan Fungsi Pengawasan**

Pengawasan memiliki tujuan utama yaitu untuk memastikan bahwa setiap pegawai yang diberikan tanggung jawab dapat melaksanakan tugasnya dengan sebaik mungkin. Dengan menggunakan sistem operasional kinerja karyawan tersebut dapat dikontrol sesuai dengan prosedur yang berlaku, sehingga dapat terhindar dari penyimpangan dan kesalahan.

Melayu S. P. Hasibuan mengemukakan bahwa tujuan dari pengawasan antara lain :

1. Agar proses pelaksanaan dilakukan berdasarkan ketentuan yang berlaku sesuai dengan rencana.
2. Dalam rangka melakukan tindak perbaikan (*corrective*), apabila terjadi penyimpangan-penyimpangan.
3. Menghasilkan tujuan yang sesuai dengan yang telah direncanakan.

---

<sup>14</sup> T. Hani Handoko, Manajemen Edisi, 2003, Yogyakarta. Bpfe-Yogyakarta.  
Hlm 373-374

## C. Tinjauan Umum Perlindungan Hukum Konsumen

### a. Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen

Sebelum mengetahui tentang definisi dari Hukum Perlindungan Konsumen, harus terlebih dahulu memahami makna dari Hukum Konsumen yaitu keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara para pihak satu dengan yang lainnya berkaitan dengan barang ataupun jasa.

Berdasarkan Pasal 1 Butir 1 UUPK disebutkan bahwa “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Kepastian hukum untuk melindungi hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui undang-undang khusus, memberikan harapan agar pelaku usaha tidak lagi sewenang-wenang yang selalu merugikan hak konsumen.

Perlindungan konsumen adalah perangkat hukum yang diciptakan untuk melindungi dan terpenuhinya hak-hak konsumen. Keberadaan Undang-Undang perlindungan konsumen sebenarnya mempunyai peran yang strategis bagi konsumen maupun bagi pembisnis, konsumen akan mendapatkan kejelasan tentang hak-haknya secara nyata yang ini akan memudahkannya berhubungan dengan dunia bisnis ketika hak-haknya tidak terpenuhi, dan disisi lain Undang-Undang tersebut juga akan mengarahkan perilaku pembisnis untuk memperhatikan hak-hak konsumen dalam pengelolaan bisnisnya termasuk dalam hal memasarkan produk.

Pada umumnya pelaku usaha membuat atau menetapkan syarat-syarat perjanjian secara sepihak tanpa sungguh-sungguh memperhatikan kepentingan konsumen sehingga konsumen tidak dimungkinkan untuk mengubah syarat-syarat

tersebut guna mempertahankan kepentingannya. Seluruh syarat yang terdapat pada perjanjian, sepenuhnya merupakan kehendak pihak pelaku usaha. Konsumen hanya memiliki pilihan mau atau tidak mau sama sekali untuk membeli barang dan atau jasa. Vera Bolger menamakannya sebagai *take it or leave it leave it*, apabila calon konsumen menyetujuinya maka perjanjian boleh dibuat. Namun demikian apabila calon konsumen tidak menyetujuinya maka dipersilahkan untuk pergi. Perlindungan konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yaitu segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Menurut Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional yaitu:

**1) Asas Manfaat**

Asas ini dimaksudkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan. Contoh penerapannya adalah UUPK mengatur bahwa pelaku usaha harus memberikan informasi yang jelas dan jujur kepada konsumen dalam memperdagangkan produknya. Aturan ini bukan hanya memberikan manfaat terhadap konsumen saja, namun juga kepada pelaku usaha. Sebab apabila kepercayaan konsumen terhadap produk yang diperdagangkan bertambah, maka daya jual produk tersebut juga akan meningkat.

**2) Asas Keadilan**

Asas ini dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil. Contoh dari penerapan asas ini adalah UUPK mengatur mengenai hak dan kewajiban sebagai konsumen dan pelaku usaha.

### **3) Asas Keseimbangan**

Asas ini menjelaskan bahwasanya keseimbangan antara konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual. Contoh penerapannya adalah UUPK mengatur bahwa kedudukan dari masing-masing pihak tidak ada yang lebih kuat dari pihak lainnya. Penerapan asas keseimbangan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dilakukan melalui penetapan hak dan kewajiban masing-masing pihak antara konsumen dan pelaku usaha sebagaimana layaknya suatu perjanjian timbal balik. Apa yang merupakan hak disatu pihak merupakan kewajiban di pihak lainnya dan sebaliknya. Khusus dalam perjanjian baku yang oleh UUPK dipergunakan dalam istilah klausula baku, dimana kedudukan pelaku usaha adalah dominan berada di atas konsumen, namun untuk mewujudkan asas keseimbangan dalam pemberlakuan klausula baku sedemikian, pembentuk undang-undang melalui Pasal 18 UUPK telah memberikan batasan-batasan terhadap klausula baku jika pelaku usaha bermaksud mendistribusikan barang dan/atau jasa yang diproduksinya dengan mempergunakan klausula baku.

### **4) Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen**

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/ata jasa yang digunakan. Contoh penerapannya adalah UUPK mengatur bahwa produksi barang dan/atau jasa oleh pelaku usaha harus sesuai dengan standarisasi peraturan perundang-undangan yang berlaku. Perwujudan asas ini dapat dilihat dalam Pasal 4 huruf (a) Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menetapkan hak yang utama dan yang pertama daripada konsumen adalah hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Hak atas keamanan ini juga merupakan salah satu hak dasar yang diakui secara internasional sebagai hak konsumen, yaitu hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*) selain hak lainnya yaitu hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*), dan ha untuk memilih (*the right to choose*) dan hak untuk didengar (*the right to be head*).<sup>15</sup>

#### **5) Asas Kepastian Hukum**

Asas ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen serta negara menjamin kepastian hukum, maka apabila terdapat pelaku usaha yang melanggar perbuatan yang dilarang, maka ndipastikan ada sanksi hukum bagi pelaku usaha tersebut. <sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta : Grassindo, 2006. Hal 19-20

<sup>16</sup> DR. Hulman Panjaitan, 2021, *Hukum Perlindungan Konsumen Reposisi dan Penguatan Kelembagaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Dalam Memberikan Perlindungan Dan Menjamin Keseimbangan Dengan Pelaku Usaha*, Jala Permata Aksara. Hal.85

## **b. Pihak-Pihak Dalam Hukum Perlindungan Konsumen**

### **a. Konsumen**

Menurut pengertian 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.”

Kata konsumen berasal dari kata consumer, atau consumer yang berarti orang yang memerlukan, orang yang membelanjakan atau orang yang menggunakan, pemakai atau pembentuk.

Dalam kepustakaan ekonomi dikenal dengan konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Pengertian konsumen dalam undang-undang ini adalah konsumen akhir.

Dari penjelasan tersebut secara tersurat nampaknya hanya menitik beratkan pada pengertian konsumen sebagai konsumen akhir namun secara tersirat juga mengandung pengertian konsumen dalam arti luas. Hal tersebut nampak pada penggunaan kata “pemakai”.

Istilah “pemakai” dalam hal ini tepat digunakan dalam rumusan konsumen untuk mendukung pengertian konsumen akhir, namun sekaligus juga menunjukkan bahwa barang dan/jasa yang dipakai tidak serta merta hasil dari suatu transaksi jual beli. Sebagai konsumen tidak selalu harus memberikan prestasinya dengan cara membayar uang untuk memperoleh suatu barang dan atau jasa tersebut. Dengan arti

lain dasar hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha tidak perlu harus kontraktual (*the privity of contract*), Az. Nasution, memberikan batasan-batasan tentang konsumen yaitu :

- 1) Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa yang digunakan untuk suatu tujuan tertentu.
- 2) Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang dan/atau jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersial).
- 3) Konsumen akhir adalah setiap orang alami yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (nonkomersil).<sup>17</sup>

#### 1. Pelaku Usaha

Pelaku usaha adalah merupakan istilah yuridis dari istilah produsen .

Menurut pengertian Pasal 1 angka 3 UUPK:

“Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan 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.” Pelaku

---

<sup>17</sup> Ferdian, L. R., Dantes, K.F., & Ardhya, S. N, (2023). *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Peredaran Kosmetik Yang Berbahaya (Studi Kasus Badan Pengawas Obat dan Makanan di Buleleng)*. Jurnal Ilmu Hukum Sui Generis, 3(4), 2016-224.

usaha dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian, menurut Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) pelaku usaha terbagi-bagi antara lain:

1. Investor adalah pelaku usaha yang menyediakan dana untuk membiayai suatu kepentingan.
2. Produsen adalah pelaku usaha yang memproduksi barang dan ataupun jasa.
3. Distributor adalah pelaku usaha yang mendistribusikan atau mengedarkan suatu produk barang ataupun jasa ke masyarakat luas.

Pengertian pelaku usaha bermakna luas dengan demikian para konsumen selaku korban terhadap tindakan para pelaku usaha dapat dimudahkan untuk menuntut pengganti rugi dikarenakan banyak pihak-pihak yang dapat digugat sehingga para konsumen dimudahkan untuk menentukan kepada siapa tuntutan pengganti rugi akan di ajukan.

### **c. Hak Dan Kewajiban Konsumen**

Mengacu pada Pasal 4 UUPK, maka hak-hak yang patut diterima konsumen anantara lain adalah :

1. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
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;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;



4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
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;
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya. Selain hak-hak yang patut diperoleh oleh konsumen, kemudian diatur pula kewajiban yang harus dilakukan oleh konsumen. Hal ini diatur dalam Pasal 5, yaitu :
  - a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
  - b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
  - c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
  - d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumensecara patut

#### **d. Hak Dan Kewajiban Pelaku Usaha**

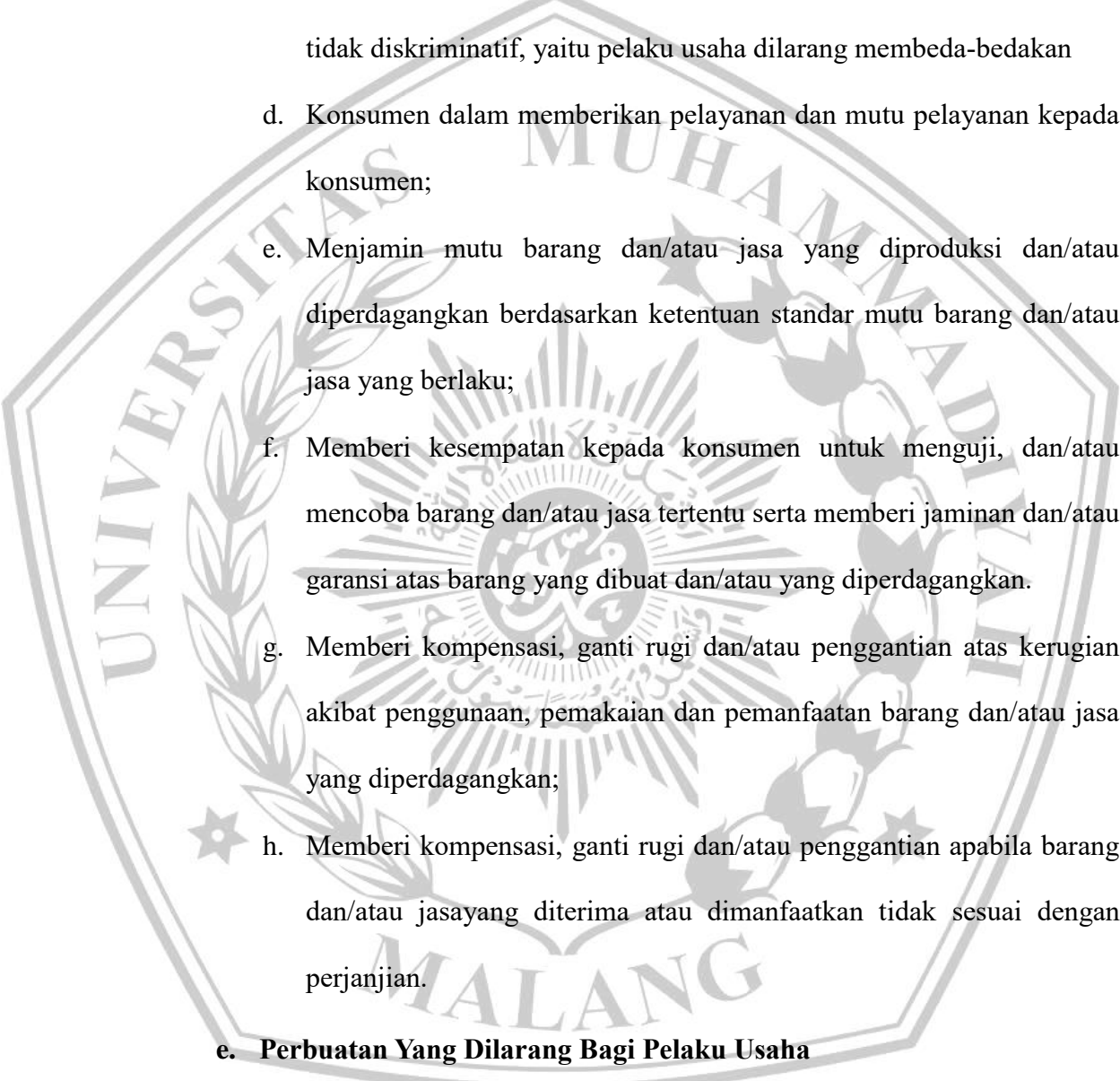
Hukum Perlindungan konsumen juga mengatur tentang hak dan kewajiban bagi para pelaku usaha. Hal ini bertujuan agar para pelaku usaha dapat menjalankan usahanya dengan baik dan benar agar tercapainya kesejahteraan baik untuk pihak konsumen dan juga untuk pihak pelaku usaha. Hak dan kewajiban para pelaku usaha diatur dalam Pasal 6 dan Pasal 7 antara lain sebagai berikut:

##### **1. Hak Pelaku Usaha**

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- 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.

##### **2. Kewajiban Pelaku Usaha**

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;

- 
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi jaminan barang dan/atau jasa serta member penjelasan cara penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
  - c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, yaitu pelaku usaha dilarang membeda-bedakan
  - d. Konsumen dalam memberikan pelayanan dan mutu pelayanan kepada konsumen;
  - e. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
  - f. 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.
  - g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
  - h. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

**e. Perbuatan Yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha**

Dalam Pasal 8 sampai dengan Pasal 17 UUPK mengatur secara jelas perbuatan apa saja yang dilarang bagi pelaku usaha, yaitu larangan dalam memproduksi atau memperdagangkan, larangan dalam menawarkan atau

mempromosikan atau mengiklankan, larangan dalam penjualan secara obral atau lelang dan larangan dalam periklanan.dengan rincian sebagai berikut :

**f. Larangan Dalam Memproduksi / Memperdagangkan**

- a. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
- b. Tidak sesuai dengan standar dan ketentuan peraturan perundangundangan;
- c. Tidak sesuai dengan berat bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan yang dinyatakan dalam label atau etiket.
- d. Tidak sesuai kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, atau keterangan barang tersebut
- e. Tidak sesuai dengan komposisi, proses pengelolaan data, mode atau apapun yang dinyatakan dalam keterangan barang tersebut
- f. Tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan atas barang tersebut
- g. Tidak mengikuti ketentuan produksi secara halal sebagai pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label
- h. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, efek samping, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuang harus dipasang.

- i. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- j. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
- k. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan persediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar

**g. Larangan Dalam Menawarkan/Mempromosikan/Mengiklankan**

Pelaku usaha dilarang menawarkan, memproduksi, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah :

- a. Barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru, barang dan/atau jasa tertentu telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesoris tertentu.
- b. Barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu
- c. Barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi.
- d. Barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi

- e. Secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain.
- f. Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditunjukkan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai :
- 1) Harga atau tarif barang/jasa
  - 2) Kegunaan barang/jasa
  - 3) Kondisi, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan atau/jasa
  - 4) Tawaran hadiah menarik
  - 5) Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa
- g. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan.
- h. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sesuai sebagaimana yang dijanjikan.

i. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain.

j. Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk:

- 1) Tidak menarik hadiah setelah batas waktu yang telah dijanjikan
- 2) Mengumumkan hasil di media massa
- 3) Melakukan ganti rugi atas hadiah yang tidak sesuai

k. Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang dilarang melakukan dengancara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan baik fisik maupun psikis terhadap konsumen.

l. Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesanan dilarang untuk:

- 1) Tidak menepati janji atas pelayanan / prestasi
- 2) Tidak menepati pesanan sesuai waktu penyelesaian yang telah dijanjikan

#### **h. Larangan Dalam Penjualan Secara Obral/Lelang**

Pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui/menyesatkan konsumen dengan:

a. Menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi.

- b. Menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu.
- c. Menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.

**i. Larangan Dalam Periklanan**

- a. Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang :
  - 1) Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa.
  - 2) Mengelabui jaminan/garansi terhadap suatu barang dan/atau jasa.
  - 3) Memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai suatu barang dan/atau jasa.
  - 4) Tidak Memuat informasi mengenai resiko pemakaian barang dan/atau jasa.
  - 5) Mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau melalui persetujuan yang bersangkutan.
  - 6) Melanggar etika dan.atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.
- b. Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat (1).



## **D. Tinjauan Umum Jual Beli**

### **a. Jual Beli**

Secara Etimologis jual beli dapat diartikan menukar harta dengan harta. Jual beli itu sendiri merupakan dua kata yang artinya berlawanan, dan masing-masing dalam akad transaksi tersebut disebut sebagai penjual dan pembeli. Secara umum, yang merupakan penjual adalah orang yang mengeluarkan barang dagangannya, sementara yang disebut dengan pembeli adalah orang yang mengeluarkan bayaran sebagai bentuk kompensasi pemindahan kepemilikan suatu barang.

Menurut Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, jual beli adalah suatu persetujuan yang mengikat pihak penjual berjanji menyerahkan suatu barang/benda, dan pihak lain yang bertindak sebagai pembeli mengikat diri berjanji untuk membayar harga.

Adapun Menurut Wirjono Prodjodikoro, Perjanjian jual beli adalah suatu persetujuan dimana suatu pihak mengikatkan diri untuk wajib menyerahkan suatu barang dan pihak lain wajib membayar harga, yang dimufakati mereka berdua<sup>18</sup>

### **b. Jual Beli Online**

Transaksi online merupakan transaksi pemesanan model bisnis di era global, yang hanya dengan melakukan transfer data lewat dunia maya via internet. Dalam transaksi ini kedua belah pihak antara penjual dan pembeli

---

<sup>18</sup> Wirdjono Prodjodikoro, *Hukum Perdata Tentang Persetujuan-persetujuan Tertentu*, Sumur, Bandung, 1991, hal 17

menggunakan sentral shop, sentral shop merupakan suatu *marketplace* yang dirancang sebagai *Business Intelligent* yang stabil dalam hal memulai, menajalankan, mengembangkan, dan juga mengontrol bisnis.

*Marketplace* atau perdagangan elektronik adalah suatu kegiatan jual beli barang atau jasa serta transmisi dana atau data dengan menggunakan jaringan elektronik yaitu internet. Seiring dengan berkembangnya teknologi dan informasi, transaksi yang biasanya dilakukan secara konvensionalpun dapat dilakukan secara elektronik dengan menggunakan Website yang saat ini menjadi pengganti toko offline. Website *marketplace* memiliki banyak fungsi, salah satu fungsi utamanya adalah sebagai sarana dalam melakukan pembelian dan penjualan secara online.

Menurut E.Turban, *E-commerce* atau *electronic commerece* adalah perdagangan elektronik yang mencakup proses pembelian dan penjualan barang atau jasa, pertukaran produk, transfer dana, pelayanan sserta informasi yang menggunakan jaringan komputer atau internet. *Marketplace* juga dapat diartikan sebagai konsep *E-business* dengan strategi jual beli barang dan jasa menggunakan jaringan internet yang mana dilakukan transaksi data secar aelektronik, sistem manajemen *inventory* yang dilakukan secara otomatis dan juga sistem pengumpulan data yang dilakukan secara otomatis.<sup>19</sup>

Adapun menurut Laudon dalam Nursani *e-commerce* adalah suatu keadaan dimana proses jual beli produk dilakukan secara elektronik oleh konsumen serta

---

<sup>19</sup> DR.Abdul Halim Barkatullah, 2009 *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Lintas Negara Di Indonesia*, FH.UII PRESS hal.33

dari perusahaan ke perusahaan dengan menggunakan komputer sebagai perantara di dalam melakukan transaksi bisnis. *E-commerce* dikelompokkan menjadi tiga, antara lain :

1. *Business to Consumer* (B2C), adalah penjualan produk tertentu serta layanan dan eceran kepada pembeli secara individu.
2. *Business to Business* (B2B), adalah penjualan produk tertentu dan layanan yang dilakukan antar perusahaan.
3. *Consumer to Consumer* (C2C), adalah penjualan yang dilakukan secara langsung antara konsumen dengan konsumen.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa *marketplace* atau perdagangan secara elektronik merupakan suatu media yang dapat digunakan sebagai transaksi jual beli suatu produk atau jasa secara online atau daring dimanapun dan kapanpun dengan menggunakan jaringan internet sehingga dapat memberikan sebuah kemudahan bagi para penggunanya dalam melakukan transaksi.

## **E. Tinjauan Umum Produk Kosmetik**

### **a. Pengertian Kosmetik**

Istilah kosmetik, yang dalam bahasa inggris "*cosmetics*", berasal dari kata "*kosmein*" (Yunani) yang berarti "berhias". Bahan yang dipakai dalam usaha untuk mempercantik diri , dahulu dibuat dengan bahan-bahan alami yang terdapat di lingkungan sekitar. Namun, seiring berjalannya waktu kosmetik dibuat tidak hanya dari bahan alami saja tetapi, juga bahan buatan dengan maksud untuk meningkatkan kecantikan.

Secara umum yang dimaksud dengan kosmetik adalah zat perawatan yang digunakan untuk meningkatkan penampilan atau aroma tubuh manusia. Kosmetik pada umumnya merupakan campuran dari beragam senyawa kimia, beberapa terbuat dari sumber-sumber alami dan kebanyakan dari bahan sintesis.<sup>20</sup>

#### **b. Definisi Kosmetik Dengan Bahan Berbahaya**

Kosmetik berasal dari kata *kosmein* (Yunani) yang memiliki arti “berhias”. Pada saat ini terdapat berbagai macam jenis kosmetik yang diedarkan di pasaran, baik kosmetik lokal brand maupun kosmetik impor. Di Indonesia sendiri terdaftar ratusan pabrik kosmetik resmi yang sudah terdaftar, dan diperkirakan ada lebih dari dua kali lipat pabrik-pabrik kosmetik yang belum terdaftar secara resmi atau dapat dikatakan pabrik ilegal yang kemungkinan merupakan usaha rumah tangga maupun produk yang diproduksi oleh salon-salon kecantikan.

Menurut Jelinek, penggolongan kosmetik dapat digolongkan menjadi pembersih, deodorant, dan anti prepirasi, protektif, efek dalam, superficial, dekoratif, dan untuk kesenangan.

Adapun penggolongan kosmetik menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI, antara lain :

1. Preparat untuk bayi, misalnya minyak bayi, bedak bayi, minyak rambut bayi, lotion bayi, dll

---

<sup>20</sup> Heryansyach, R.S & R.E. Latumahina. (2022). *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Peredaran Kosmetik Ilegal Secara Online*. Bureaucracy Journal : Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance. E-ISSN : 2777-0621, hlm 137.

2. Preparat untuk mandi, misalnya sabun mandi, *bath capsule*, dll
3. Preparat untuk mata, misalnya maskara, eye-shadow, eye-brow pencil, eye-liner, dll;
4. Preparat wangi-wangian, misalnya parfum, *body mist*, toilet water, dll
5. Preparat untuk rambut, misalnya shampoo, conditioner, *hair spray*, *hair tonic*, *hair vitamin*, *hair mask*, dll;
6. Preparat pewarna rambut, misalnya cat rambut, dll
7. Preparat makeup (kecuali mata), misalnya bedak, *fondation*, *concealer*, *blush on lipstick*, *lipbalm*, *lipcream*, dll;
8. Preparat untuk kebersihan mulut, misalnya pasta gigi, *mouth washes*, dll
9. Preparat untuk kebersihan badan, misalnya deodorant, sugar waxing, dll
10. Preparat perawatan kulit, misalnya pembersih, *sunscreen*, pelembab, toner wajah, serum wajah, dll;
11. Preparat cukur, misalnya sabun cukur, alat cukur, dll;
12. Preparat kuku, misalnya cat kuku, lotion kuku, vitamin kuku, dll;

Keputusan Kepala Balai Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.4.1745 dalam Pasal 1 ayat (1) menyebutkan definisi kosmetik adalah “ Kosmetik adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian tubuh luar manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar) atau gigi mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik”.

Selanjutnya yang dimaksud dengan kosmetik berbahaya adalah yaitu suatu bahan kecantikan yang dicampur atau ditambahkan dengan zat kimia berbahaya yang apabila digunakan bisa merusak jaringan tubuh dan merusak kulit manusia. Dikatakan kosmetik dengan kandungan bahan berbahaya karena kosmetik tersebut diedarkan dan diperjualbelikan dengan menambahkan zat kimia berbahaya didalamnya yang dapat merugikan konsumen. Bahan Berbahaya yang digunakan dalam kosmetik antara lain :

### **1. Merkuri (Hg)**

Merkuri adalah bahan berbahaya yang merupakan logam berat yang dalam konsentrasi kecilpun dapat bersigat meracuni. Merkuri sendiri sering ditemukan pada produk whitening. Efek samping yang dapat ditimbulkan karena pemakaian produk kosmetik yang mengandung merkuri yaitu dapat berupa alergi, iritasi kulit, munculnya bintik-bintik hitam pada kulit, gangguan ginjal, kanker, dan juga cacat janin. Paparan merkuri dalam jangka pendek dalam dosis tinggi juga dapat menyebabkan diare, muntah-muntah dan kerusakan pada ginjal. Merkuri juga merupakan zat karsinogenik (yang menyebabkan kanker).

### **2. Asam Retinoat/Tretinoin/Retionic Acid**

Asam retinoat sering ditemukan penyalahgunaannya pada obat jerawat dan juga pemutih kulit. Efek samping yang dapat ditimbulkan karena pemakaian produk mengandung asam retinoat yaitu kulit kering, kulit terasa seperti terbakar, kulit menjadi kering, terkelupas berlebihan, dan juga teratogenik.

### **3. Bahan Pewarna**

Pewarna yang dilarang dan sering ditemukan pada kosmetika adalah Merah K3 dan Merah K10 (Rhodamin B) sering ditemukan penyalahgunaannya pada sediaan tata rias/make up. Bahan pewarna sintetis ini umumnya digunakan sebagai zat warna pada kertas, bahan tekstil, atau tinta. Zat pewarna ini merupakan zat karsinogenik yang dalam konsentrasi tinggi dapat menyebabkan efek samping berupa gangguan fungsi hati dan kanker hati.

### **4. Hidrokuinon**

Hidrokuinon adalah zat yang tidak boleh digunakan pada kulit dan rambut, zat ini hanya boleh dipergunakan untuk pengeras kuku. Hidrokuinon sendiri merupakan zat reduktor yang mudah larut dalam air. Zat ini sering ditemukan penyalahgunaannya pada produk whitening. Efek samping dari penggunaan produk tersebut antara lain timbul iritasi pada kulit, hiperpigmentasi, ochronosis, kemerahan dan rasa terbakar pada kulit.

### **5. Diethylene Glycol (DEG)**

Diethylene Glycol (DEG) merupakan sesepora (trace element) yang terdapat pada bahan baku gliserin dan /atau polietilen oksida yang biasanya digunakan untuk pembuatan kosmetika seperti pasta gigi. Kadar pada DEG dalam gliserin dan polietilen glikol tidak boleh melebihi batas kadar yang telah ditentukan, karena dapat menjadi racun pada manusia, depresi sistem saraf pusat, kelainan pada hati, dan ginjal.

### **6. Timbal (Pb)**

Pb atau timbal merupakan salah satu bahan yang dilarang pada sediaan kosmetika. Karena pada anak-anak timbal dapat menyebabkan kerusakan permanen pada otak dan sistem saraf dan memicu problem dalam pola belajar, menurunkan IQ dan mengurangi pendengaran , serta menghambat pertumbuhan serta menyebabkan anemia.

#### **7. Resorsinol**

Resorsinol adalah zat yang dapat menyebabkan iritasi pada kulit dan mengganggu sistem imun pada manusia. Bahaya dari pemakaian resorsinol pada kulit luka atau iritasi berupa gejala dermatitis, iritasi mata, kulit, tenggorokan, saluran pernafasan atas, peningkatan detak jantung, dispepsia, hipotemia, dan hematuria.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Lisnawati, M. (2020). *Kajian Analisis Kandungan Merkuri Pada Beberapa Produk Kosmetik Krim Pemutih Wajah Yang Belum Terdaftar Bpom Sebagai Sumber Belajar Biologi*. Universitas Muhammadiyah Malang.