

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PENGGUNA PRODUK PERAWATAN WAJAH DENGAN SISTEM SHARE IN JAR DI E-COMMERCE

Okky Wilhelmina Sabathini Hutauruk, Fakultas Hukum Universitas Udayana,
e-mail: okkywilhelmina09@gmail.com

Putu Edgar Tanaya, Fakultas Hukum Universitas Udayana,
e-mail: edgar_tanaya@unud.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Perlindungan Hukum terhadap konsumen produk perawatan wajah dengan sistem share in jar yang dijual secara ilegal oleh para seller di e-commerce, terutama yang tidak memiliki izin edar BPOM dan melanggar peraturan pengedaran sediaan farmasi. Praktik share in jar ilegal dalam produk skincare lokal di e-commerce dapat berpotensi menyebabkan masalah kesehatan dengan ke higienisan yang tidak terjamin yang merugikan konsumen. Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian yuridis normatif serta pendekatan konseptual (conceptual approach) dengan pendekatan undang-undang (statue approach). Penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen perusahaan yang bergerak di industri kecantikan mendapatkan perlindungan hukum dari Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-undang Kesehatan No. 36 Tahun 2009. Selain itu menjawab tantangan berupa produk perawatan wajah yang menyalahi aturan yang dilakukan oleh oknum lain bukan produsen asli produk perawatan wajah yang bebas dipasarkan di e-commerce tanpa izin edar, identitas jelas tentang produk dan tidak adanya lisensi repackaging. Produk skincare yang dijual di pasar harus memenuhi standar keamanan dan kualitas tertentu sebelum dapat dijual kepada konsumen, pihak berwenang dapat menggunakan beberapa strategi untuk penegakan hukum terhadap penjual ilegal, menarik produk ilegal dari pasar serta memberikan sanksi kepada pelaku usaha yang melanggar hukum.

Kata Kunci: *Perlindungan Hukum, Skincare Share in Jar, Kosmetik Ilegal.*

ABSTRACT

This research is aim to determine the consumers the legal protection of skincare products with a share in jar system sold illegally by sellers on e-commerce, especially those without Drug and Food Supervisory Body (BPOM) circulation permits and violating pharmaceutical distribution regulations. Illegal share in jar practices in local skincare products on e-commerce can potentially cause health problems with poor unguaranteed hygiene that harms consumers. In this research, the author used a normative juridical approach with a conceptual and statutory approach. This study indicates that consumers of businesses operating in the beauty industry are legally protected by Law of Consumer Protection on Law No. 8 of 1999 and Health Law on Law No. 36 of 2009. In addition, it addresses the challenge of skincare products that violate the rules committed by unauthorized seller who are not the original manufacturer of the facial care product and freely marketed on e-commerce without a circulation permit, clear product identities, and the absence of repackaging licenses. Skincare products sold in the market must meet certain safety and quality standards before they can be sold to consumers. Authorities may use various strategies to enforce the law against illegal sellers, withdrawing illegal products from the market, and imposing sanctions on businesses actors who violate the law.

Key Words: *Legal Protection, Share in Jar Skincare, Illegal Cosmetics.*

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Industri kecantikan merupakan salah satu industri yang sedang berkembang pesat dan meningkat secara signifikan di Indonesia. Seiring dengan perkembangan zaman yang sangat cepat masyarakat mudah mengakses informasi tentang menjaga penampilan luar dengan perawatan kulit dan tubuh, masyarakat mulai sadar tentang betapa pentingnya produk *skincare* untuk merawat diri, dan kosmetik (*make up*) untuk berhias dan digunakan di acara-acara tertentu, biasanya pada acara besar misalnya acara pernikahan, acara pertemuan penting ataupun bekerja. Umumnya, produk perawatan kulit merujuk pada barang-barang yang digunakan dalam rutinitas harian untuk menjaga atau meningkatkan kesehatan kulit, atau mengobati kerusakan pada kulit.¹ Saat ini *skincare* sendiri menjadi kebutuhan dasar perorangan sehari-hari yang digunakan dalam jangka Panjang untuk menjaga penampilan. *Skincare* pun bisa digunakan sepanjang hari, rangkaian *skincare* khusus pagi hari dan malam hari pun berbeda kegunaannya, rangkaian *skincare* pun beragam, mulai dari cairan pembersih *make up* (*micellar water*), toner, pelembab wajah (*moisturizer*), sabun pencuci wajah, serum, *day cream* (krim pagi), krim malam (*night cream*), tabir surya (*sunscreen*), pelembab bibir (*lip balm*) dan masih banyak lagi. Merk *skincare* pun beragam target pasarnya, mulai dari balita hingga orang dewasa pun memiliki *skincare* yang berbeda sesuai kebutuhan, untuk merawat kulit, inilah alasan mengapa masyarakat dari berbagai kalangan usia banyak menggunakan *skincare* pada kebutuhan sehari-hari. Perubahan gaya hidup masyarakat di era ini, memicu kenaikan potensi pasar industri kecantikan yang peminatnya didominasi oleh wanita yang berdasarkan sensus penduduk pada tahun 2020 jumlahnya hampir setengah dari populasi penduduk Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Perindustrian Indonesia, jumlah total produk kosmetik meningkat signifikan hampir 15 persen penjualan nasional pada tahun 2011 sampai 2017 dengan kenaikan mencapai 1.26 triliun rupiah dengan peningkatan permintaan naik hingga 32 persen.² Faktor utama yang mendorong tingginya permintaan dari masyarakat terhadap produk kecantikan serta perawatan kulit adalah beragam produk rangkaian *skincare*. Fenomena dari perkembangan industri kecantikan menyebabkan semakin tingginya kebutuhan konsumen terhadap produk *skincare* yang menjadi produk rutin sehari-hari semua kalangan, dan membuat munculnya beragam merek *skincare* lokal di Indonesia. Merk skin care pun beragam mulai dari *skincare* produk luar negeri maupun dalam negeri dan banyak bermunculan merek *skincare* lokal yang saat ini sangat diminati dan kualitasnya bersaing dengan merek *skincare* luar negeri yang bertahun-tahun menjadi *pioneer skincare* dunia, *skin care* lokal sendiri memiliki karakteristik *brand image* yang berbeda-beda, sehingga masyarakat membeli sesuai dengan kebutuhan dan keinginan yang disesuaikan dengan kondisi kulit, jenis kulit wajah seperti kondisi kulit sensitif (*sensitive skin*), kondisi kulit berminyak (*oily skin*), kondisi kulit kering (*dry skin*), dan kondisi kulit yang berjerawat (*acne prone skin*).

Masyarakat diberikan banyak sekali akses informasi dalam membeli *skincare* dari iklan, ulasan dan referensi dalam membeli produk dari berbagai platform sosial

¹ Lichterfeld, Andrea, et al. "Evidencebased skin care". *Journal of Wound, Ostomy and Continence Nursing*, Volume 21, No.5 (2015): 501-524.

² Briliana, Vita, and Nurwanti Mursito. "Exploring antecedents and consequences of Indonesian Muslim youths' attitude towards halal cosmetic products: A case study in Jakarta". *Asia Pacific Management Review* Volume 22, No 4 (2017): 176-184.

media dari Facebook, Instagram hingga Tiktok, dan penjualan produk *skincare* melalui platform yang memudahkan masyarakat untuk berbelanja *online* di platform *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, dsb, yang mempermudah kegiatan belanja produk kecantikan dan perawatan kulit (*skincare*) yang diulas oleh konsumen-konsumen lainnya melalui tulisan dan video di media sosial dan *e-commerce*, dengan *review* oleh artis, *beauty vlogger* ataupun *influencer*, yang sangat menarik serta menambah kepercayaan dan keinginan konsumen untuk membeli serta mempercayai tentang kualitas produk dan hasil apa yang didapatkan setelah menggunakan *skincare* yang hendak dibeli. Dengan kemudahan akses informasi saat ini, dan beragam merek *skincare* yang dijual bebas di pasaran, masyarakat sudah harus memperkaya diri dengan informasi dan edukasi tentang *skincare* serta bahaya *skincare* yang dengan kandungan berbahaya dan tidak sesuai dengan standar BPOM, masyarakat harus lebih cermat dalam memilih dan menggunakan *skincare* sebagai kebutuhan kulit untuk merawat diri.

Trend *skincare* lokal saat ini sangat melejit dan kualitasnya sudah sangat berbeda dari *skincare* lokal dahulu, banyak brand *skincare* lokal yang ramah lingkungan, vegan, tidak melakukan pelibatan hewan dari objek eksperimen (*animal testing*), berbahan natural dan alami serta bebas merkuri serta bahan yang berbahaya bagi kulit dan kualitasnya bersaing dengan produk *skincare* luar negeri, pertumbuhan ekonomi jadi melejit apalagi di era digital dimana masyarakat sangat mudah untuk mendapatkan informasi dan membeli barang dengan kemudahan dan cepat, marketing viral di segala platform digital untuk mengunggah konten di media sosial yang digunakan oleh masyarakat Indonesia sehari-hari seperti Instagram tiktok facebook dan *e-commerce*. MS Glow, White Lab, Somethinc, Skintific, Wardah, Elshe Skin, Lacoco, Avoskin, Somethinc, Scarlett Whitening yang nama sudah tidak asing lagi bagi masyarakat.

Dalam menjual produknya secara *online* di *e-commerce*, pelaku usaha yang penjual *skincare* biasanya menyediakan tester atau sampel produk dengan kemasan yang lebih kecil untuk dicoba oleh konsumen untuk uji kecocokan dengan kondisi kulit, untuk memudahkan keputusan konsumen untuk membeli produk *skincare*. Namun tak semua merek *skincare* lokal yang memberikan sampel gratis kepada konsumen. Tidak semua pelaku usaha menyediakan sampel atau tester dan hanya menjual produk *skincare* dengan ukuran *full-size* dengan harga yang tidak ekonomis dan relatif mahal. Faktor kecocokan produk dengan kulit konsumen merupakan faktor utama yang mempengaruhi pembelian *skincare*. Tidak semua *skincare* cocok dan memberikan efek maksimal terhadap kulit wajah konsumen, karna adanya perbedaan jenis kulit konsumen dan tidak bisa disama ratakan hasil dari produk yang sama terhadap perbedaan jenis kulit, bahkan bisa saja dengan *skincare* yang sama dan perbedaan jenis kulit konsumen malah beresiko menimbulkan iritasi kulit dan kerugian bagi konsumen *skincare* lokal dan hal ini yang membuat ada keraguan pada konsumen untuk membeli produk yang *full-size*, selain belum tentu *skincare* cocok dengan kulit wajah dan harga *skincare full-size* terbilang cukup mahal. Hal ini menimbulkan kebutuhan baru bagi konsumen *skincare* lokal, yaitu *skincare* dengan isi yang lebih sedikit dengan harga yang lebih ekonomis sehingga pembeli bisa yakin dengan mencoba terlebih dahulu sebagian kecil dari keseluruhan produk agar tidak menyesal sebelum membeli produk *skincare* dengan ukuran *full-size* dan harga yang lebih mahal dan meminimalisir kerugian pada konsumen apabila tidak cocok dengan produk *skincare*, dan Oleh karena itu dengan munculnya sistem *skincare share in jar* untuk dicoba terlebih dahulu dengan harga yang relatif murah dan dengan kemasan

yang kecil menjadi solusi dan memudahkan konsumen untuk membeli produk yang terbaik sesuai dengan kondisi kulit dan kebutuhan kulit.

Oleh karena perkembangan kebutuhan produk kecantikan serta perawatan kulit di masyarakat itulah yang munculkan berbagai strategi pemasaran produk dengan beragam ukuran kemasan dilakukan penjual agar bisa memenuhi kebutuhan dan permintaan pembeli dan tidak kehilangan konsumen serta tergerus dalam persaingan usaha. Sebagai pemenuhan kebutuhan masyarakat akan produk kecantikan maupun perawatan kulit (*skincare*) produk *skincare* yang dipasarkan kepada konsumen dengan sistem terbaru secara *share in jar*. Konsep *share in jar* yaitu dengan membagi (*share*) sebagian isi produk ke dalam (*in*) beberapa wadah, terpisah (*jar*) yang lebih kecil dan menjual Kembali dengan harga yang lebih ekonomis.³

Share in jar adalah sebuah istilah umum yang digunakan untuk produk-produk kecantikan dan perawatan kulit yang dijual dengan cara memindahkan produk ukuran asli ke dalam kemasan yang lebih kecil dengan variasi berat bersih yang berbeda-beda, tergantung dari penjual yang menjualnya.⁴ Tetapi karena sistem *share in jar* dilakukan dengan pengemasan ulang dan mengeluarkan produk *skincare* dari kemasannya, lalu dipindahkan ke kemasan lain (*jar*) yang lebih kecil, ada kontak langsung dengan udara dan yang belum tentu terjamin ke higienisan produk dan alat pemindahan isi *skincare* ke wadah yang memiliki netto produk lebih kecil, kemungkinan produk *skincare* akan terkontaminasi dan sesuai standar pengemasan semula. Yang menjadi permasalahannya yaitu banyak oknum atau pihak kedua antara produsen/ pelaku usaha dan konsumen yang tidak menyertakan catatan tentang identitas produk yang penting diketahui oleh konsumen, seperti tanggal kadaluarsa (*expired*), nomor izin edar BPOM, komposisi bahan-bahan yang terkandung di dalam *skincare*, maupun cara pengaplikasian dari produk tersebut, hal apa saja yang dihindari dalam menggunakan, efek sampingnya dan dalam mengukur pembagian produk pun dapat dijamin akurat dan tidak terjamin keaslian produknya, karena bisa ada kemungkinan oknum yang tidak bertanggung jawab mengganti isi produk *share in jar*. Ketidakterediaan informasi yang jelas terkait produk dan jaminan keaslian produk merupakan hal yang sangat tidak dapat dianggap remeh apalagi dengan Produk kecantikan yang terbuat dari bahan kimia yang memerlukan kehati-hatian dan penggunaan yang cermat juga perlu mengikuti instruksi yang disediakan agar mengurangi risiko iritasi pada kulit.⁵ Berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Pasal 4 Huruf C tentang perlindungan konsumen (selanjutnya disebut dengan UUPK) dijelaskan bahwa konsumen memiliki hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi barang dan/atau jasa. Pentingnya informasi terkait produk merupakan hak yang harus didapatkan oleh konsumen, Jika informasi tentang produk tidak disediakan, maka dapat berpotensi membahayakan keselamatan dan keamanan konsumen.

³Azizah, I. N., Febriadi, S. R., & Hidayat, Y. R. "Tinjauan Fiqh Muamalah terhadap Jual Beli Skincare dengan Sistem Share In Jar". *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* (2021): 498-501.

⁴ Marwan, Irina. 2019. "Plus Minus Membeli Produk Kosmetik Share In Jar." *Womantalk*. <https://womantalk.com/beauty/articles/plus-minus-membeli-produk-kosmetik-share-in-jar-AMJB1>

⁵ Adrian, Kevin. "Ketahui Bahaya di Balik Make Up Share in jar." <https://www.alodokter.com/ketahui-bahaya-di-balik-make-up-share-in-jar> diakses pada 20 januari 2023 pukul 09.10 WIB

Kelaziman atas tindakan penjual tangan kedua tersebut serta semakin mudahnya akses terhadap produk kosmetik *share in jar* ini di *e-commerce* memudahkan masyarakat untuk membeli produk yang belum terjamin kepastian produk untuk digunakan ke kulit konsumen, dan dapat potensi kerugian yang akan diterima oleh konsumen.⁶

Dalam jurnal "Perlindungan hukum terhadap pengguna produk perawatan wajah *share in jar* di *e-commerce*" penulis membahas tentang kajian permasalahan *skincare share in jar* yang ilegal, melanggar peraturan BPOM mengedarkan produk kosmetik tanpa izin edar, merugikan konsumen menyalahi aturan undang undang kesehatan. Jurnal ini akan menganalisis hukum perlindungan konsumen dalam perspektif kesehatan dan penyelesaian dari kerugian yang dirasakan konsumen dituangkan dalam Undang-undang No 36 tahun 2009 tentang Kesehatan, dan Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Jurnal "Perlindungan hukum terhadap pengguna produk perawatan wajah *share in jar* di *e-commerce*" tidak membahas tentang perbuatan melawan hukum dalam menjual *skincare share in jar* ilegal dan bukan dari produsen asli.

Untuk menjamin perlindungan hukum bagi pengguna produk perawatan wajah dengan sistem *share in jar*, penulis merekomendasikan bahwa bagi para konsumen yang akan membeli produk *skincare share in jar* harus meninjau peraturan dan regulasi yang berlaku di Indonesia sebelum membeli produk. Dalam jurnal ini juga penulis merekomendasikan bahwa platform *e-commerce* harus menyediakan berbagai informasi yang jelas serta tepat mengenai produk dan juga layanan yang mereka tawarkan, serta bertanggung jawab untuk memastikan bahwa produk yang dijual di platform mereka memiliki standar keamanan dan kualitas yang ditetapkan. Bukan hanya itu tetapi pihak penjual juga harus bertanggung jawab untuk memastikan bahwa produk yang mereka jual memenuhi standar kualitas yang sesuai kepada konsumen dan tidak memprioritaskan untuk kepentingan pribadi.

Sebelumnya, peneliti telah melakukan penelitian secara menyeluruh dan menemukan beberapa penelitian yang memiliki topik yang sejenis. Informasi tersebut dapat digunakan sebagai referensi dan perbandingan dalam penelitian ini. Terdapat beberapa penelitian serupa yang dapat menjadi acuan untuk penelitian ini.

Pertama, pada digital repository universitas jember, Etik Kurniawati mengangkat skripsi yang berjudul "Perlindungan hukum terhadap konsumen atas penggunaan produk kosmetik dengan sistem *share in jar*" skripsi ini membahas mengenai Bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam penggunaan produk kosmetik *share in Jar* yang tidak memiliki label pada kemasannya. Berbeda dengan itu, dalam penelitian ini menggunakan pembahasan yang lebih spesifik membahas kehilangan garansi pertanggungjawaban serta kewajiban yang seharusnya dipenuhi oleh pelaku usaha kepada konsumen terkait peredaran *skincare* yang sudah melalui proses *repackaging*. Selain itu, pada penelitian ini menjelaskan tentang perlindungan yang konsumen dapatkan terkait pembelian *skincare share in jar* yang menyalahi aturan BPOM yang diupayakan untuk melindungi konsumen dari berbagai kerugian.

Kedua, pada sebuah jurnal *online* yang dimuat dalam *Indonesia Journal of Food and Drug Safety* yang ditulis oleh Iin Febrianti Sendi berjudul "Tren Baru Kosmetik

⁶ Etik, Kurniawati. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Produk Kosmetik Dengan Sistem *Share In Jar*." *Digital Repository Universitas Jember*. (2022).

“Share in Jar” Ilegal di Media Daring⁷” membahas Kerjasama dengan IdeA atau Kementerian Komunikasi dan Informatika, yang menghapus iklan atau akun yang mempromosikan kosmetik "share in a jar" secara *online*, tujuan penelitian dari jurnal tersebut adalah pelibatan masyarakat dalam pencegahan kejahatan untuk melaporkan jika menemukan adanya pelaku usaha atau iklan yang terbukti melakukan peredaran kosmetik ilegal "share in jar" untuk melapor ke BPOM. Tentu berbeda dengan penelitian ini yang fokusnya mengkaji dalam perspektif pasal 197 dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan menegaskan tentang tindakan sengaja dalam memproduksi atau menyebarkan sediaan atau alat kesehatan yang tidak memiliki izin edar. Penelitian ini diharapkan dapat membahas strategi pencegahan kejahatan terhadap peredaran *skincare* "share in jar" ilegal dilakukan sebagai bentuk perlindungan masyarakat dari *skincare* yang tidak dapat dijamin kualitas, keamanan, dan legalitasnya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis melakukan sebuah penelitian dengan judul **“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PENGGUNA PRODUK PERAWATAN WAJAH DENGAN SISTEM SHARE IN JAR DI E-COMMERCE.”**

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perspektif undang-undang no 36 tahun 2009 tentang Kesehatan terhadap *skincare* lokal *share in jar*?
2. Bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen terkait pembelian *skincare share in jar* ilegal yang menyalahi aturan BPOM dan menghilangkan garansi pertanggungjawaban pelaku usaha?

1.3. Tujuan Penulisan

Tujuan dari pembuatan karya ilmiah ini sebagai berikut:

1. Mengkaji perlindungan hukum bagi konsumen yang membeli produk perawatan kulit dengan sistem *share in jar* di *e-commerce* yang ilegal dan melanggar aturan dari pasal 197 “Undang-undang Nomor 36 tahun 2009 tentang kesehatan”
2. Mengkaji perspektif undang-undang terkait dan mengevaluasi penerapan hukum dapat memfasilitasi perlindungan bagi hak-hak konsumen yang menggunakan produk perawatan wajah dengan sistem *share in jar* di *e-commerce* dengan regulasi yang ada dapat mempengaruhi praktik-praktik bisnis.

2. Metode Penelitian

Penelitian dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Produk Perawatan Wajah Dengan Sistem *Share in Jar* di *E-Commerce*” Dalam penelitian ini ditulis dengan menggunakan teknik yuridis normatif, yaitu metode penelitian hukum doktrinal dan normatif dengan menggunakan studi dokumen, selain itu, metode ini melibatkan penelitian literatur dan penggunaan data sekunder yang mencakup sumber hukum utama yang disebut primer, pendukung atau sekunder, dan tersier untuk memperjelas.⁸

⁷ Febrianti, Lin, et al. “Tren Baru Kosmetik Share in Jar Ilegal di Media Daring”. *Eruditio Indonesia Journal of Food and Drug Safety* Volume 1 No.1(2020): 38-47.

⁸ Muhaimin. *Metode Penelitian Hukum* (Mataram, Mataram University press, 2020) 14-15.

Penulis menggunakan metodologi komparatif serta berbasis undang-undang dalam penelitian ini, lalu melalui analisis dengan cara kualitatif dan menganalisis data untuk memberikan ringkasan tentang suatu fenomena secara rinci yang melibatkan penilaian masalah dengan menggunakan teori hukum yang berkaitan dan teknik pengumpulan data yang digunakan.⁹ Sumber hukum primer merupakan bahan kualitatif serta sumber hukum pendukung dijadikan sebagai Materi hasil analisa berdasarkan norma-norma hukum. Yang menjadi landasan atau sumber hukum dalam penelitian ini diantaranya KUHPer, Undang-Undang perlindungan konsumen Nomor 8 Tahun 1999, dan Undang-Undang kesehatan Nomor 36 Tahun 2009 dan sumber-sumber hukum pendukung dalam jurnal ini diperoleh dari analisis bahan hukum serta studi literatur yang relevan.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Perspektif Undang-Undang Kesehatan No. 36 Tahun 2009 Terhadap *Skincare Lokal Share in Jar*

Konsep *skincare share in jar*, awalnya merupakan solusi untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin beragam karena perkembangan zaman, menjadi hal penting yang harus menjadi perhatian masyarakat dalam bidang kesehatan. Karena kesehatan adalah hal terutama dalam kelangsungan hidup individu karena mustahil individu dapat melangsungkan hidupnya tanpa kesehatan. Bukan hanya karena faktor kesehatan bagi konsumen yang penting dalam *skincare* tetapi juga dengan sistem memindahkan produk ke wadah lain yang tidak higienis maupun berpotensi terkontaminasi dengan bakteri melalui udara, bakteri yang tumbuh bisa berkembang biak secara cepat merubah Ph dan formulasi produk *skincare*, juga mengakibatkan penyebaran penyakit serta iritasi, infeksi, jerawat dan ruam kulit kepada konsumen.

Dalam pemindahan produk *skincare share in jar*, memindahkan produk ke kemasan lain yang tidak terjamin kehygienisannya dapat membuat produk teroksidasi, dalam prosesnya dimana produk dipindahkan dengan terkena paparan udara dan cahaya, *skincare* yang teroksidasi akan mengalami perubahan warna, tekstur, bau dan kehilangan kemampuan produk dan aktivitas antioksidan yang menghasilkan radikal bebas merusak kulit.

Oleh sebab itu *skin care share in jar* yang didistribusikan dianggap sebagai tindakan yang ilegal karena tidak sesuai dengan Pasal 197 dari Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 menyatakan bahwa penyalahgunaan dalam memproduksi atau memperjualbelikan sediaan farmasi dan alat kesehatan tanpa izin edar yang dijelaskan dalam Pasal 106 ayat (1) dapat mengakibatkan hukuman pidana penjara selama 15 tahun dan dengan denda mencapai Rp1.500.000.000,00 (satu miliar lima ratus juta rupiah). Undang-undang tersebut menjabarkan bahwa sediaan farmasi mencakup obat-obatan, bahan obat, obat tradisional, dan kosmetika sesuai dengan Pasal 1 ayat (4), dan hanya boleh didistribusikan setelah mendapat izin edar sesuai dengan Pasal 106.

Dalam undang-undang kesehatan No.36 tahun 2009 lebih jelas lagi menjelaskan dalam Pasal 98, 99, 106, dan 108 membahas tentang pengamanan dan penggunaan sediaan farmasi dan alat kesehatan di bidang Kesehatan. Berikut adalah kutipan dari Pasal-Pasal tersebut:

⁹ Baro, R. *Penelitian Hukum Non-Doktrinal Trend Penggunaan Metode & Teknik Penelitian Sosial di Bidang Hukum* (Yogyakarta, Deepublish, 2016) 29.

Pasal 98:

- (1) Dalam memenuhi kriteria keamanan, efektivitas, kualitas, dan terjangkau maka sediaan farmasi serta alat kesehatan harus sesuai dengan standar tersebut.
- (2) Orang yang tidak berkompeten di bidangnya dan memiliki wewenang dilarang untuk melakukan pembelian, penyimpanan, pengolahan, promosi, dan penjualan obat dan bahan-bahan yang memiliki efek terapeutik.
- (3) Standar mutu pelayanan farmasi yang ditetapkan oleh pemerintah melalui Peraturan Pemerintah harus dipatuhi dalam prosedur pengadaan, penyimpanan, pengolahan, promosi, dan penjualan sediaan farmasi dan alat kesehatan.
- (4) Dalam memenuhi tanggung jawabnya sebagai pemerintah untuk mengawasi pengadaan, penyimpanan, promosi, dan penjualan sebagaimana diatur dalam ayat (3).

Pasal 99:

- (1) Bahan alam yang mana terbukti aman dan berkhasiat dalam mencegah, mengobati, dan merawat kesehatan harus selalu dilindungi agar tetap lestari.
- (2) Masyarakat berhak untuk memproduksi, melakukan pengembangan, peningkatan, dan pemanfaatan sediaan farmasi yang bermanfaat serta aman, dan berkesempatan untuk mendistribusikannya secara luas.
- (3) Dalam pelaksanaannya pemerintah memiliki kewajiban terhadap sediaan farmasi untuk selalu menjamin pengembangan dan pemeliharannya.

Pasal 106:

- (1) Hanya setelah memperoleh izin edar maka sediaan farmasi dan alat kesehatan diperbolehkan didistribusikan.
- (2) Informasi mengenai sediaan farmasi dan alat kesehatan yang tertera dalam label wajib memenuhi kriteria khusus yaitu syarat keobjektifan, kelengkapan, serta tidak menyesatkan.
- (3) Dalam pelaksanaannya pemerintah memiliki wewenang untuk mengambil tindakan mencabut izin edar serta penarikan kembali barang yang sudah izin edar namun terbukti tidak memenuhi standar mutu, keamanan, dan/atau efektivitas dari sediaan farmasi dan alat kesehatan. Sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, Sediaan farmasi dan alat kesehatan dapat ditarik kembali (disita) dan dimusnahkan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Skincare yang tidak mempunyai izin edar oleh BPOM dan kementerian kesehatan, yang berbentuk *share in jar* dapat menyalahi aturan yang dan merugikan kedua pihak yaitu konsumen dan pelaku usaha atau produsen dari produk *skincare* itu sendiri, karena oknum *seller* yang menjual di *e-commerce* dengan akses kemudahan membeli barang secara *online* di *e-commerce* dan oknum yang dengan sengaja memiliki maksud merugikan dengan mendistribusikan secara ilegal sediaan farmasi yang tidak berizin BPOM. Sediaan farmasi yang telah mendapatkan izin BPOM untuk diearkan dan terbukti tidak memenuhi persyaratan mutu yang bermanfaat untuk kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen dapat ditarik atau ditahan dan dihancurkan sesuai dengan aturan hukum yang berlaku.¹⁰

¹⁰ Harahap, Asliani. "Penegakan Hukum Pidana Terhadap Pelaku Dengan Sengaja Menjual Sediaan Farmasi Tanpa Izin Edar." *Juris Studia: Jurnal Kajian Hukum Volume 1* Nomor 1 (2020): h.3.

3.2. Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap *Skincare* Ilegal dengan Sistem *Share in Jar* Yang Menyalahi Aturan BPOM dan Menghilangkan Garansi Pertanggungjawaban Pelaku Usaha

Menurut Inosentius Syamsul, hukum perlindungan konsumen terdiri dari seperangkat aturan perundang-undangan ataupun peraturan lainnya serta putusan pengadilan yang mengatur tentang kepentingan konsumen.¹¹ Untuk melindungi hak-hak konsumen yang sifatnya spesifik maupun universal, diperlukan tindakan yang menjamin kepastian hukum konsumen, ¹²konsumen adalah pihak yang menerima produk *skincare* lokal dan dalam jurnal ini lebih spesifik lagi dibahas tentang *skincare* lokal dengan sistem *share in jar*, upaya-upaya perlindungan konsumen seperti para pelaku usaha diwajibkan untuk menunjukkan label produk yang berisi informasi seperti label merek, tanggal kadaluarsa (*expired*), komposisi bahan yang ada di kemasan dll, untuk barang akan dibeli konsumen untuk melindungi konsumen. Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, konsumen yang membeli barang atau produk akan mengutamakan rasa keamanan, kenyamanan, dan keselamatan. Pada pasal 4 Undang-undang perlindungan konsumen, menegaskan hak-hak yang dimiliki oleh konsumen.

Dalam kasus kosmetik *share in jar* bagi para pelaku usaha yang terlibat dalam produksi dan/atau penjualan kosmetik *share in jar* harus mematuhi aturan Pasal 8 Ayat (1) huruf g UUPK yang melarang produk tanpa tanggal kedaluwarsa atau waktu penggunaan paling baik untuk suatu produk. Selain itu, pelaku usaha bisnis kosmetik *share in jar* telah melanggar Pasal 8 Ayat (1) huruf i yang mengharuskan label atau penjelasan maupun komposisi yang terkandung dalam produk.

Tidak dapat dipungkiri bahwa usaha dalam melindungi konsumen tidak terlepas dari penegakan hak atas konsumen. Secara umum, hak-hak konsumen dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian, yaitu:

- (a) hak dilindungi dari resiko kerugian, baik kerugian pribadi maupun kerugian finansial;
- (b) hak mendapatkan produk dengan harga yang wajar;
- (c) hak memperoleh penyelesaian yang adil atas masalah yang dihadapi.¹³

Sistem *skin care share in jar* adalah proses menyalahi hukum karena setiap produk yang beredar dan akan menjadi barang yang dibeli konsumen harus memiliki izin BPOM. Mengenai hukum perlindungan konsumen sistem *skincare share in jar* dengan tegas diatur pada Ditegaskan dalam Pasal 8 ayat (1) huruf f dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, bahwa pengusaha tidak diperbolehkan untuk memproduksi atau menjual barang atau jasa yang tidak memenuhi dan tidak sesuai dengan informasi yang tertera pada label, maupun iklan terkait dengan barang atau jasa tersebut. Oleh karena itu, jika *skincare share in jar* tidak sesuai dengan spesifikasinya, maka pelaku usaha telah melakukan pelanggaran. Hukum berguna untuk melindungi kepentingan manusia. Untuk memastikan bahwa kepentingan serta keselamatan konsumen dalam menggunakan produk terlindungi, maka harus adanya penegakan hukum. Penegakan hukum sebagai upaya dalam mewujudkan konsep serta ide hukum yang diinginkan oleh masyarakat. Proses penegakan hukum melibatkan banyak faktor dan merupakan kunci bagi kenyataan hukum. Untuk

¹¹ Syamsul, Inosentius. *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggungjawab Mutlak* (Jakarta: Fakultas Hukum Pascasarjana Universitas Indonesia, 2014), 34.

¹² Barkatullah, AbdulHalim. *Hak-Hak Konsumen* (Bandung, NusaMedia, 2019), 20-22.

¹³ Miru, Ahmadi. *Prinsip-prinsip perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia* (Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2013), 42-43.

penegakan hukum, terdapat tiga faktor penting yang harus senantiasa mendapat perhatian, yaitu: manfaat, kepastian hukum dan keadilan.¹⁴

Perlindungan hukum terbagi atas dua jenis, yakni preventif dan represif. Perlindungan hukum preventif dimaksudkan untuk mencegah terjadinya pelanggaran dan terdapat dalam undang-undang. Sebaliknya, perlindungan hukum represif diberikan dalam bentuk sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan setelah terjadi pelanggaran.¹⁵ Terdapat dua jenis sumber perlindungan hukum, yakni perlindungan hukum internal dan eksternal. Dalam pelaksanaannya, perlindungan hukum memiliki kesepakatan melalui pembuatan perjanjian para pihak yang bersepakat. Dalam pembahasan ini, pihak konsumen sebagai pengguna *skincare share in jar* memberi hubungan ikatan terhadap pelaku usaha dengan membeli produk kecantikan maupun *skincare share in jar* dengan membayar sesuai harga dan kewajibannya dengan harapan mendapatkan barang yang dikehendaki konsumen. Dalam membangun klasula-klasula perjanjian jual beli kedua pihak menginginkan terpenuhi atas dasar kesepakatan, Tetapi dalam kasus pembelian *skincare share in jar* secara *online*, tidak ada perlindungan hukum internal karena diberikan oleh para pihak yang membuat kesepakatan, Jika ada kasus terjadinya konflik antara dua pihak, maka perlindungan hukum eksternal akan diterapkan. Perlindungan hukum eksternal merujuk pada bentuk perlindungan yang dibuat oleh pemerintah melalui peraturan perundang-undangan yang berlaku. Hukum merupakan sarana untuk melindungi masyarakat serta memberikan solusi yang tepat untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh masyarakat dengan tujuan untuk memberikan dampak positif yang signifikan bagi masyarakat.

Perlindungan ini mencakup dua hal upaya untuk melindungi konsumen dari penerimaan barang yang tidak sesuai dengan kesepakatan, serta memberikan perlindungan terhadap penerapan syarat diberlakukan yang tidak adil terhadap konsumen.¹⁶

Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan keamanan serta perlindungan terhadap hukum bagi konsumen produk kulit dalam sistem *share in jar*. Beberapa upaya hukum yang dilakukan meliputi:

1. Kewajiban produsen untuk memberikan deskripsi berupa label produk yang jelas dan terpercaya, yang meliputi nama produk, bahan yang digunakan, tanggal kedaluwarsa dan informasi lain yang diperlukan untuk pengambilan keputusan konsumen.
2. Produsen memiliki kewajiban untuk menjamin kualitas dan mutu produk yang diproduksi, termasuk pengemasan dan sistem distribusi yang tepat dan aman.
3. Konsumen berhak memperoleh informasi yang akurat dan jelas tentang bahaya dan risiko penggunaan barang yang memiliki unsur-unsur tertentu yang tidak memenuhi standar kesehatan produk perawatan kulit.

¹⁴ Mertokusumo, Sudikno. 2010. *Mengenal Hukum Suatu Pengantar* (Yogyakarta, Cahaya Atma Pustaka, 2010), 207.

¹⁵ Asri, Dyah Permata Budi. "Perlindungan Hukum Preventif Terhadap Ekspresi Budaya Tradisional Di Daerah Istimewa Yogyakarta Berdasarkan Undang-Undang No 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta." *Journal of Intellectual Property*, Vol. 1 No. 1 (2018): 6.

¹⁶ Rajagukguk, Erman. *Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen dalam Era Perdagangan Bebas* (Bandung, Mandar Maju, 2020), 28

4. Produsen wajib memberikan garansi atau garansi atas kualitas dan kuantitas produk yang diserahkan dan mengganti kerugian atas kerusakan atau kehilangan produk tersebut.
5. Konsumen berhak untuk mengajukan komplain atau membatalkan pembelian produk dengan tidak sesuai standar mutu maupun bahan yang tidak sesuai dan memenuhi dengan informasi yang tertera pada label kemasan.
6. Instansi pemerintah berwenang untuk memantau dan mengontrol produksi, pengemasan, distribusi dan penjualan produk perawatan kulit konsumen dan mengambil tindakan hukum terhadap pelanggaran peraturan yang ada.

Dengan adanya perlindungan hukum yang diatur dalam UU PK, diharapkan konsumen *skincare share in jar* dapat merasa lebih aman dan terlindungi dalam membeli serta menggunakan produk kecantikan maupun perawatan kulit yang sesuai dengan kebutuhan serta kesehatan kulit para konsumen.

Tercatat dalam Pasal 1 Peraturan BPOM Nomor 26 Tahun 2017 tentang Organisasi dan Tata Kerja BPOM bahwa Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) adalah lembaga pemerintah non kementerian yang bertanggung jawab di bidang pengawasan obat dan makanan. BPOM juga bertanggung jawab kepada Presiden melalui menteri yang membidangi kesehatan di Indonesia.¹⁷

Melaksanakan pengawasan melalui BPOM (Badan Pengawasan Obat dan Makanan) sebagai upaya yang dijalankan oleh pemerintah guna melindungi konsumen, pemerintah menerbitkan peraturan mengenai izin produk perawatan kulit untuk dijual di pasaran, harus memenuhi kriteria tertentu dan mematuhi undang-undang perlindungan konsumen. Proses pembuatan, pengemasan, dan distribusi *skincare* dan kosmetik harus dilakukan di industri yang memiliki izin dari BPOM setelah uji klinis kualitas dan keamanan produk yang dapat didistribusikan kepada konsumen. BPOM menganggap bahwa *skincare* yang dipasarkan di *e-commerce* dengan sistem *share in jar* adalah ilegal dan disarankan untuk tidak membeli produk dengan konsep *share in jar* karena keamanan dan kualitas yang tidak terjamin, dan berpotensi untuk menimbulkan resiko iritasi dll.

Konsep *share in jar* adalah salah satu bentuk penyalahgunaan produk kosmetik, dan merupakan tindakan ilegal ini juga bertentangan dengan aturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Indonesia No.20 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Usaha Industri Kecantikan.

Menurut aturan BPOM, produk *skincare* dalam bentuk jar harus memiliki izin untuk mengedarkan dan memiliki nomor resmi registrasi BPOM. Izin edar dan nomor registrasi BPOM menunjukkan bahwa produk telah melewati pengujian dan verifikasi yang ketat oleh BPOM, sehingga aman dan efektif digunakan. Jika produk *skincare* dalam bentuk jar tidak mempunyai izin untuk mengedarkan produknya dan nomor registrasi resmi dari BPOM, maka produk tersebut dianggap melanggar aturan BPOM dan bisa membahayakan kesehatan pengguna. Oleh karena itu, pastikan untuk memilih produk *skincare* yang terdaftar di BPOM dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh BPOM.

Dalam pelaksanaannya dan penelitian yang dilakukan penulis di pada platform aplikasi *online e-commerce* yang memudahkan untuk berbelanja seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Blibli dan lainnya yang menjual produk *skincare share in jar* ilegal dengan

¹⁷ Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 26 Tahun 2017 tentang Organisasi Dan Tata Kerja Badan Pengawas Obat Dan Makanan.

bebas. Upaya perlindungan konsumen produk kosmetik *share in jar* yang belum memiliki nomor izin edar BPOM masih kurang optimal, karena masih banyak ketidakpahaman tentang aturan dan kewajiban para pelaku usaha. Produk *share in jar* harus memiliki izin edar yang sudah terdaftar di BPOM, namun pengawasan terhadap produk tersebut masih belum optimal karena beberapa pelaku usaha yang menjual produk secara *online* sulit dilacak mengenai informasi pemilik, lokasi, dan lain sebagainya, sehingga masih ada kekurangan dalam pemantauan dari BPOM. Semua hal ini sangat penting untuk diatur dengan baik sesuai dengan UU Perlindungan Konsumen agar konsumen terlindungi dari bahaya dan risiko yang mungkin ditimbulkan oleh produk yang tidak memiliki izin edar.¹⁸

Konsep *skincare share in jar* ini menyalahi konsep dari pembuatan suatu produk yang beredar di kalangan masyarakat akibat mudahnya akses internet dan informasi, masyarakat mudah sekali mengambil keputusan untuk membeli barang-barang yang dibutuhkan melalui *online* dengan *e-commerce*, produk *skincare* yang saat ini sangat digandrungi semua kalangan khususnya perempuan, sifat konsumerisme konsumen saat ini yang dengan mudah dimanfaatkan oleh pelaku usaha. Saat ini dengan maraknya produk-produk bidang kecantikan para pelaku usaha melakukan hal ilegal, yaitu menjual *skincare share in jar*, memindahkan sebagian isi *skincare* ke wadah-wadah yang lebih kecil, meski terbilang dijual dengan harga yang lebih ekonomis karena produknya yang sudah dibagi menjadi sedikit dalam jumlah yang banyak, dan karena ingin untung menjualnya dengan harga lebih mahal dari harga aslinya karena menjual *skincare share in jar*, namun bagi para oknum curang yang menjadi tangan kedua ini lah yang melakukan pelanggaran dan adanya itikad tidak baik dengan tujuan memperkaya diri dengan "jalan pintas" Memanfaatkan keterkenalan merek *skincare* lokal yang pada saat ini sedang trend untuk memudahkan pemasaran dan menjual produk secara *online* dengan mudah di *e-commerce*.

Para pihak kedua atau penjual produk *skincare share in jar* tidak memiliki lisensi dan izin serta perjanjian kerja sama dengan pelaku usaha pemilik merek untuk melakukan *repacking*, *Skincare* dengan sistem melanggar aturan karena tidak memenuhi standar keamanan dan kelayakan produk yang diproduksi oleh produsen asli. Selain itu, produk yang diproduksi tanpa izin dapat berpotensi membahayakan kesehatan konsumen karena tidak diuji dan diverifikasi secara klinis.

Hal ini menjadi ilegal karena yang awalnya produk utuh dan aman dalam suatu kemasan dibuka/dibongkar dan dibagi kedalam wadah yang lebih kecil yang tidak standar kelayakan serta anjuran pabrik asal produk kecantikan diproduksi. Hal ini dapat menimbulkan hilangnya garansi dari pelaku usaha. Garansi yang diberikan oleh pelaku usaha yang menghasilkan produk yang menjamin keamanan, pertanggungjawaban dan keselamatan konsumen. Tapi apabila dengan konsep *share in jar* ilegal yang dilakukan pihak *seller* atau tangan kedua, produk dibagi-bagi dalam wadah lain yang tidak sesuai dengan standar produk dan kelayakan maka garansi dari pelaku usaha hilang dan tidak berlaku dan menghilangkan perlindungan kepada konsumen dalam uu perlindungan konsumen. Yang seharusnya apabila ada efek samping dari pemakaian *skincare* yang membuat konsumen mengalami kerugian misal iritasi kulit dll, maka tidak bisa lagi menuntut pihak pelaku usaha karena hubungan hukum yang putus. Antara pelaku usaha dan konsumen terjadi jalinan dalam suatu hubungan hukum untuk memenuhi hak dan kewajibannya, tapi karena adanya pihak

¹⁸ Sari, Intan Puspita. "Perlindungan Konsumen terhadap Produk Kosmetika Share in Jar yang tidak memiliki ijin Edar." *Universitas Negeri Semarang*, (2020)

seller/pihak kedua dengan konsep *share in jar*, maka hubungan hukum itu musnah, dan menyalahi aturan perlindungan konsumen. Konsep dasar, pertanggungjawaban kepada konsumen diberikan oleh pihak pemilik usaha. Dalam undang-undang perlindungan konsumen mengatur bahwa pelaku usaha berhak atas itikad baik dari konsumen, apabila konsumen tidak memiliki itikad baik maka dinyatakan pelaku usaha berhak lepas dari pertanggungjawabannya. Konsumen tidak akan mendapatkan perlindungan hukum oleh pihak produsen untuk efek samping atau apapun yang terjadi dalam produknya. Menyalahi aturan BPOM konsep *share in jar* tidak memiliki izin edar, pada dasarnya suatu produk yang memiliki izin edar, namun dipecah atau dipisahkan ke tempat yang berbeda maka, produk *skincare* tersebut tidak memiliki izin edar dan menyalahi aturan karena rangkaian produk dimulai lagi akibat perpindahan produk. Konsep dasar proses produksi adalah pengemasan, ketika dibongkar dan dimasukkan ke dalam wadah/tempat lainnya sudah termasuk proses produksi dan menyalahi aturan BPOM. Dan melanggar peraturan hukum yang tercantum dalam undang-undang Kesehatan yang menetapkan tentang perizinan, konsep *share in jar* merugikan konsumen. Konsumen tidak mendapatkan perlindungan hukum yang memenuhi kebutuhannya yang diatur dengan rinci dalam Undang Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999.

Mengacu pada pedoman Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik (CPKB) ditegaskan pada pasal 2 Peraturan BPOM No. 25 tahun 2019 tentang memandu pembuatan kosmetika yang baik, dijelaskan bahwa setiap adanya pemindahan produk ke kemasan yang baru, wajib untuk dilakukan uji stabilitas.

Ketika pelaku usaha melakukan aksi pengemasan ulang seperti itu, maka konsumen yang menggunakan produk sistem *share in jar* juga berpotensi kehilangan garansi dan tanggung jawab atas produk tersebut. Artinya jika terjadi masalah pada produk yang akan dijual, baik itu reaksi alergi atau gangguan kesehatan lainnya, maka pemilik usaha tidak memiliki hak pertanggungjawaban atas keluhan atau hal yang tidak diinginkan atau kerugian apapun. Fenomena kejahatan kosmetik tersebut dianggap biasa walau melanggar hukum perlindungan konsumen demi mementingkan keuntungan pribadi semata, sangatlah penting untuk memastikan bahwa produk yang dikonsumsi aman dan tidak membahayakan kesehatan.

Oleh karena itu, sebagai konsumen, penting untuk selalu membeli produk dari sumber yang terpercaya dan legal. Jangan tergiur dengan harga murah, karena keselamatan dengan kesehatan konsumen dalam menggunakan produk perawatan kulit harus menjadi prioritas utama.

4. Kesimpulan

Dalam era peningkatan industri kecantikan, konsep *skincare share in jar* yang awalnya memudahkan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya, kini berubah menjadi bentuk penyalahgunaan produk kosmetik yang berpotensi merugikan pihak-pihak pelaku usaha produsen dan konsumen. Untuk mencegah terjadinya pelanggaran dalam undang-undang perlindungan hukum, perlindungan preventif dan represif diberikan dalam bentuk pencegahan serta sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan setelah terjadi pelanggaran. Dalam melindungi konsumen *skincare share in jar*, bentuk dari perlindungannya merupakan pemenuhan hak konsumen atas deskripsi produk yang jelas dan terpercaya, menjamin kualitas dan mutu produk, memperoleh informasi yang akurat dan jelas tentang bahaya dan risiko penggunaan produk perawatan kulit, memberikan garansi atas kualitas dan kuantitas produk agar

konsumen merasa lebih aman dan terlindungi dalam membeli serta menggunakan produk kecantikan maupun perawatan kulit yang sesuai dengan kebutuhan serta kesehatan kulit para konsumen memiliki izin dari BPOM setelah uji klinis kualitas dan keamanan produk yang dapat didistribusikan kepada konsumen. Konsep *share in jar* adalah salah satu bentuk penyalahgunaan produk kosmetik dan merupakan tindakan ilegal yang bertentangan dengan aturan BPOM. Oknum yang tanpa izin resmi BPOM untuk mengedarkan serta menjual kembali produk perawatan kulit dengan sistem *share in jar* atau bisa juga disebut kosmetik ilegal mengakibatkan menghilangkan garansi dari pelaku usaha terhadap konsumen yang banyak menimbulkan kerugian pada berbagai pihak yaitu pelaku usaha dan risiko bagi konsumen. Dalam rangka perlindungan konsumen dari kosmetik ilegal dan perlindungan terhadap pelaku usaha legal, perlu dilakukan serangkaian strategi pencegahan kejahatan kosmetik. Sediaan yang demikian dapat disita dan dimusnahkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam peraturan perundang-undangan dan apabila didapati pelanggaran maka mengakibatkan hukuman pidana penjara sesuai dengan pasal 197 undang-undang no 36 tahun 2009 tentang Kesehatan. Implementasi perlindungan hukum yang tepat dapat memberikan kepastian keamanan kepada konsumen serta pemilik usaha untuk mematuhi aturan serta etika bisnis yang berlaku.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Barkatullah, Abdul Halim. *Hak-Hak Konsumen* (Bandung, Nusa Media, 2020)
- Baro, R. *Penelitian Hukum Non-Doktrinal Trend Penggunaan Metode & Teknik Penelitian Sosial di Bidang Hukum*. (Yogyakarta, Deepublish, 2016)
- Mertokusumo, Sudikno. *Mengenal Hukum Suatu Pengantar* (Yogyakarta, Cahaya Atma Pustaka, 2014)
- Miru, Ahmadi. *Prinsip-prinsip perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia* (Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2013)
- Muhaimin. *Metode Penelitian Hukum*. (Mataram, Mataram University press, 2020)
- Rajagukguk, Erman. *Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen dalam Era Perdagangan Bebas* (Bandung, Mandar Maju, 2020)
- Syamsul., Inosentius. *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung jawab Mutlak* (Jakarta, Fakultas Hukum Pascasarjana Universitas Indonesia, 2014)

Jurnal:

- Astri, Dyah Permata Budi. "Perlindungan Hukum Preventif Terhadap Ekspresi Budaya Tradisional Di Daerah Istimewa Yogyakarta Berdasarkan Undang-Undang No 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta,." *Journal of Intellectual Property, Vol. 1 No. 1* (2018)
- Azizah, I. N., Febriadi, S. R., & Hidayat, Y. R. "Tinjauan Fiqh Muamalah terhadap Jual Beli Skincare dengan Sistem Share In Jar". *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* (2021): 498-501.
- Briliana, Vita, and Nurwanti Mursito. "Exploring antecedents and consequences of Indonesian Muslim youths' attitude towards halal cosmetic products: A case study in Jakarta". *Asia Pacific Management Review* Volume 22 No.4 (2017):176-184.

- Etik, Kurniawati. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Produk Kosmetik Dengan Sistem *Share In Jar*". *Digital Repository Universitas Jember* (2022).
- Febrianti, Lin, et al. "Tren Baru Kosmetik *Share in Jar* Illegal di Media Daring". *Eruditio Indonesia Journal of Food and Drug Safety* Volume 1 No.1(2020).
- Harahap, Asliani. "Penegakan Hukum Pidana Terhadap Pelaku Dengan Sengaja Menjual Sediaan Farmasi Tanpa Izin Edar". *Iuris Studia Jurnal Kajian Hukum* Volume 1 Nomor 1 (2020)
- Lichterfeld, Andrea, et al. "Evidencebased skin care." *Journal of Wound, Ostomy and Continence Nursing*, 42.5 (2015)

Internet:

- Adrian, Kevin. "Ketahui Bahaya di Balik Make Up *Share in jar*." <https://www.alodokter.com/ketahui-bahaya-di-balik-make-up-share-in-jar> (2021)
- Marwan, Irina. "Plus Minus Membeli Produk Kosmetik *Share In Jar*", *Womantalk*. <https://womantalk.com/beauty/articles/plus-minus-membeli-produk-kosmetik-share-in-jar-AMJB1> (2019)

Peraturan Perundang-Undangan:

- Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 26 Tahun 2017 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Pengawas Obat dan Makanan
- Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan No. 25 Tahun 2019 Tentang Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik