

## Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Produk *Skincare* dalam Kemasan Sampel (*Share In Jar*) di Onlineshop berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Leonna Triyani N F\*, Liya Sukma Mulya

Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\* leonnatriyaninf@gmail.com, liyamulya59@gmail.com

**Abstract.** Many skincare entrepreneurs are making new innovations, one of which is making sample packaging to bind consumers to keep buying products with simpler and cheaper packaging so that if their skin doesn't match the skincare they don't feel at a loss in terms of price. This research has theoretical uses that are expected to provide input for writers and the development of legal knowledge in general, especially regarding protection for consumers related to skincare in sample packaging, and practically it is expected to be of benefit to society in general and to be used as input especially for parties, including legal practitioners in consumer legal protection. This research method is a normative juridical approach with descriptive analytical research specifications, then the data collection technique is library research, then uses a qualitative analysis method. Article 4C Law no. 8 1999 (UUPK) states that consumers have the right to correct, clear and honest information regarding the condition of goods and/or services. In this case related to skincare, consumers are entitled to detailed information and descriptions including the benefits and dangers of using skincare. Then article 19 of the UUPK business actors are responsible for providing compensation if consumers feel disadvantaged over the use of the skincare which is carried out within a period of 7 (seven) days after the transaction date, as, article 20 business actors are also responsible for production advertisements, as well as article 1365 of the Indonesian Criminal Code explain about compensation related to losses incurred for his actions.

**Keywords:** *Skincare, Share in Jar, Consumer Protection*

**Abstrak.** Banyak pengusaha *skincare* yang melakukan inovasi baru yang salah satunya ialah membuat kemasan sampel guna mengikat para konsumen untuk tetap membeli produk dengan kemasan yang lebih simple dan murah sehingga apabila kulit mereka. Penelitian ini memiliki kegunaan secara teoritis diharapkan memberikan masukan bagi penulis dan pembangunan ilmu hukum pada umumnya, terutama mengenai perlindungan bagi konsumen terkait *skincare* dalam kemasan sampel, dan secara praktis diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat pada umumnya serta dijadikan masukan khususnya bagi para pihak, termasuk praktisi hukum dalam perlindungan hukum pada konsumen. Metode penelitian ini ialah pendekatan yuridis normatif dengan spesifikasi penelitian deskriptif analisis, selanjutnya teknik pengumpulan data ialah studi kepustakaan (*Library Research*), kemudian menggunakan metode analisis secara kualitatif. Pasal 4C UU No. 8 1999 (UUPK) menyatakan bahwa konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas dan jujur terkait kondisi barang dan/atau jasa. Dalam hal ini terkait *skincare* para konsumen berhak atas informasi serta gambaran secara detail termasuk manfaat dan bahaya penggunaan *skincare*. Kemudian pasal 19 UUPK pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi apabila konsumen merasa dirugikan atas penggunaan *skincare* tersebut yang dilakukan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi, sebagaimana, pasal 20 pelaku usaha juga bertanggung jawab atas iklan produksi, serta pasal 1365 KUHPer menjelaskan tentang ganti rugi terkait kerugian yang ditimbulkan atas perbuatannya.

**Kata Kunci:** *Skincare, Produk Sampel, Perlindungan Konsumen*

## A. Pendahuluan

*Skincare* merupakan produk perawatan kulit wajah yang dipercaya oleh sebagian besar kaum wanita terutama yang dapat membuat kulit wajah tampak *perfect*. Setiap hari semakin banyak ragam produk kecantikan yang ada, baik *skincare* maupun *makeup*. Ada saja produk yang terlihat menarik dan mengundang rasa penasaran sehingga konsumen sangat ingin membelinya. Apalagi jika ada klaim yang terdengar menjanjikan, seperti terhindar dari permasalahan kulit seperti halnya jerawat, komedo, perlindungan dari sinar uv (*ultraviolet*) penuaan dini serta mencerahkan. Namun disisi lain penggunaan produk *skincare* dapat berdampak buruk apabila penggunaan tersebut memakai produk yang tidak tepat atau mengandung bahan yang berbahaya, bukan membuat kulit lebih baik namun malah membuat kulit menjadi rusak. Dalam hal ini pemilihan suatu produk haruslah tepat dari segi informasi maupun sikap kehati-hatian sebagai pengguna.

Pada 2016 *skincare* mengeluarkan kemasan sampel (*share in jar*), dengan tujuan agar konsumen yang ingin mencoba memakai produk tersebut tidak perlu membeli dengan kemasan yang full seperti ukuran pada umumnya. Dari segi harga, kemasan sampel (*share in jar*) jauh lebih murah daripada ukuran penuh (*full size*). Namun lebih mahal jika dilihat dari kapasitas volume atau isi produk. Kelebihan lainnya, menghindari pemborosan jika setelah membelinya ternyata tidak cocok dengan produk tersebut, dan apabila cocok kemasan *share in jar* ini berfungsi sebagai kemasan *travel friendly* atau lebih mudah dibawa ketika berpergian.

Permasalahan produk *skincare* dalam kemasan sampel (*share in jar*) adalah mengenai keaslian produk yang diperjualbelikan, mulai dari keaslian, jaminan keamanan, kebersihan atau sterilitas wadah maupun isian produk, informasi serta penentuan expired atau nomor BPOM serta berpotensi terjadinya kontaminasi udara karena kemasan ini terjadi perpindahan kemasan. Permasalahan ini dipicu karena banyaknya produk palsu yang beredar, yang dikemas sangat mirip dengan produk aslinya. Produk palsu biasanya dijual dengan harga sangat murah, tekstur lengket dan dengan hasil putih pucat, serta aroma yang kurang enak.

Di Instagram banyak di temukan penjual *skincare* kemasan sampel (*share in jar*). Salah satunya toko hello.minibeauty yang dimiliki oleh Nawal, toko ini menjual masker wajah merek Skintific kemasan *share in jar* ukuran 10 mililiter dan 20 mililiter. Menurut Nawal, prosedur pengemasan yang dilakukan adalah mencuci kemasan sampel dengan sabun cair bayi, kemudian di lap menggunakan kapas yang telah dibasahi alkohol. Setelah itu masker yang berasal dari kemasan asli dipindahkan menggunakan spatula ke dalam kemasan sampel tersebut. Akan tetapi penjual tidak melakukan penakaran dengan menggunakan timbangan sebelumnya, penjual hanya memasukkan masker ke dalam wadahnya secara langsung dikarenakan wadah yang digunakan sudah sesuai dengan ukuran atau kapasitas isian produk. Nawal juga menyatakan bahwa dalam kemasan *share in jar* tidak dicantumkan tanggal expired sesuai dengan kemasan asli.

Dalam menjual produk *skincare* ataupun produk lainnya hendaknya pelaku usaha memperhatikan dan menyesuaikan dengan Pasal 2 dan pasal 10 ayat (1) Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.4.1745 tentang Kosmetik. Seperti yang dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 pasal 7 tentang kewajiban pelaku usaha. Berbagai macam produk *skincare* yang sedang menjadi perhatian utama oleh para kalangan remaja ataupun dewasa, dimana para pembeli atau konsumen tidak mengetahui kebenaran dari produk tersebut, apalagi dalam pembelian yang dilakukan secara online yang mana konsumen tidak mengetahui produk secara langsung, hal ini menimbulkan sebuah permasalahan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut dalam bentuk skripsi dengan judul : “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk *Skincare* Dalam Kemasan Sampel (*Share In Jar*) Di Onlineshop Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”. Dengan identifikasi masalah serta kegunaan,

1. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian akibat dari penjualan produk *skincare* dalam kemasan sampel (*share in jar*) berdasarkan Undang-

- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ?
2. Bagaimana tanggung jawab penjual produk *skincare* dalam kemasan sampel (*share in jar*) bila merugikan konsumen berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ?
  3. Kegunaan Teoritis  
Diharapkan dapat memberikan masukan bagi penulis dan pengembangan dan pembangunan ilmu hukum pada umumnya, khususnya mengenai perlindungan hukum bagi konsumen terkait produk *skincare* dalam kemasan sampel (*share in jar*).
  4. Kegunaan Praktis  
Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat pada umumnya serta dapat dijadikan masukan khususnya bagi para pihak, para praktisi hukum dalam pengambilan keputusan mengenai perlindungan hukum pada konsumen

## B. Metodologi Penelitian

Metode Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normative, yaitu penelitian hukum dengan menggunakan bahan pustaka atau data sekunder sebagai bahan dasar untuk di teliti dengan menelaah peraturan-peraturan terkait. Penelitian yang menekankan pada aturan hukum, menggunakan bahan hukum primer yaitu sumber data sekunder yakni UU No. 8 Tahun 1999, PP No. 58 Tahun 2001, dan Peraturan BPOM. Spesifikasi penelitian penelitian ini adalah deskriptif analisis, yaitu memaparkan atau memberi gambaran terhadap objek penelitian melalui data atau sampel sehingga memperoleh gambaran yang baru ataupun menguatkan gambaran yang sudah ada atau sebaliknya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan studi kepustakaan (*Library Research*) dan wawancara. Metode Analisis yang digunakan ialah kualitatif yaitu menguraikan data secara sistematis dan menyimpulkan secara induktif sehingga menjadi gambaran umum jawaban permasalahan yang konkret.

## C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

### Perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian akibat dari penjualan produk *skincare* dalam kemasan sampel (*share in jar*) berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)

Pasal 1 ayat (1) UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa: “Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.”Dapat dilihat dalam kalimat “Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum”, hal ini di harapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan semena-mena yang dapat merugikan pelaku usaha hanya untuk kepentingan perlindungan konsumen. Pasal 1 ayat (2) menyebutkan bahwa: “Konsumen adalah setiap orang yang memakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.” Pengertian pelaku usaha yang di tentukan oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang terdapat dalam Pasal 1 ayat (3) yaitu :

“Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang di dirikan 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.

Dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu : a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa; b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang di janjikan; c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; d. Hak untuk di dengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan; e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut; f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen; g. Hak untuk di perlakukan atau di layani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; h. Hak untuk

mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Secara universal di akui adanya hak-hak konsumen yang harus di lindungi dan di hormati oleh pelaku usaha, yaitu: a. Hak keamanan dan keselamatan atas produk pangan yang di konsumsi oleh konsumen, b. Hak atas informasi yang harus di sampaikan secara benar, jujur, dan termasuk jaminan kehalalan atas suatu produk, c. Hak untuk memilih, d. Hak untuk di dengar, dan e. Hak atas lingkungan hidup.

Dalam hal ini berkaitan dengan *skincare* kemasan *share in jar* maka sudah sepantasnya dan seharusnya para konsumen mendapatkan informasi selengkap-lengkapnyanya dan sejelas-jelasnya termasuk segala kelebihan maupun kekurangan produk tersebut. Bahkan apabila produk tersebut merupakan produk luar negeri maka sedikan untuk informasi versi bahasa Indonesia agar konsumen dapat memahami dan mengetahui dengan jelas terkait produk yang dibelinya.

Sedangkan kewajiban sebagai pelaku usaha terdapat dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yaitu :a. Beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya; b. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan; c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku; e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan; f. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang di perdagangkan; g. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang di terima atau di dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha di atur dalam Pasal 8 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yaitu : a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang di persyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan; b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang di nyatakan dalam label atau etiket barang tersebut; c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya; d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana di nyatakan dalam label, etiket, atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut; e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana di nyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut; f. Tidak sesuai dengan janji yang di nyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut; g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu; h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label; i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat; j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Pada Pasal 8 ayat (2) menyatakan bahwa “Pelaku usaha di larang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.” Kemudian pada Pasal 8 ayat (3) menyatakan bahwa “Pelaku usaha di larang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.”

Faktor utama dari perlindungan konsumen ialah problem tanggung jawab terhadap kerugian akibat yang ditimbulkan oleh produknya. Sehingga pasal 19 UUPK menjelaskan: a. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau

kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang di hasilkan atau di perdagangkan. b. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. c. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi. d. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan. e. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Setiap produsen dan/atau pelaku usaha yang melakukan pelanggaran maka dikenakan sanksi hukum, baik administratif maupun pidana. Beberapa perbuatan yang bertentangan dengan tujuan untuk menciptakan iklim usaha yang tidak sehat dapat dikategorikan sebagai perbuatan kejahatan. Merujuk pada UUPK, jika suatu produk merugikan konsumen, maka produsen bertanggung jawab untuk mengganti kerugian yang diderita konsumen. Kewajiban itu melekat pada produsen walaupun antara pelaku usaha dan konsumen tanpa persetujuan sebelumnya. Bahkan sebagian pakar memandang, eksistensi *product liability* sudah disyaratkan mulai dari Pasal 7. Inti dari produk *liability* dalam ketentuan ini adalah, pelaku usaha bertanggung jawab atas kerusakan, cacatan, penjelasan, ketidaknyamanan dan penderitaan yang dialami oleh konsumen karena pemakaian atau mengkonsumsi barang atau jasa yang dihasilkan.

Pasal 19 UUPK mengatur tentang perlindungan konsumen, dalam hal ini pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Segala bentuk ganti rugi yang ditimbulkan pada Pasal 19 Angka 1, dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang yang sejenis atau setara nilainya. Pada pemberian ganti rugi dilakukan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi. Pelaku usaha juga tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian mengenai adanya unsur kesalahan. Pasal 20 UUPK pelaku usaha wajib bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang timbul oleh iklan yang dibuat serta pasal 1365 KUH perdata menjelaskan tentang ganti rugi terkait kerugian yang ditimbulkan atas perbuatannya.

#### **D. Kesimpulan**

Dari pembahasan tersebut dapat ditarik menjadi sebuah kesimpulan bahwa perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian akibat dari penjualan produk *skincare* dalam kemasan sampel (*share in jar*) berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen merupakan terdapat pada ketentuan dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu :

a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa; c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;

Sebagaimana dalam penelitian ini para konsumen berhak atas informasi serta gambaran secara detail termasuk manfaat dan bahaya dari penggunaan *skincare*, sehingga diharapkan dapat meminimalisir kerugian konsumen atas pembelian *skincare* tersebut.

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen sendiri bentuk tanggung jawab pelaku usaha diatur pada Pasal 19 huruf a yaitu “Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang di hasilkan atau di perdagangkan.”

Kemudian dalam hal tanggung jawab penjual atau pelaku usaha *skincare* diharapkan memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan yang dilakukan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi, hal ini dilakukan apabila

konsumen merasa dirugikan dalam penggunaan produk *skincare* tersebut sebagaimana pasal 19 UU No. 8 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Dalam UU yang sama pasal 20 pelaku usaha juga bertanggung jawab atas iklan produksi, serta pasal 1365 KUH perdata menjelaskan tentang ganti rugi terkait kerugian yang ditimbulkan atas perbuatannya.

#### Daftar Pustaka

- [1] BBPOM Yogyakarta : Hati-hati Memilih dan Membeli Produk Kosmetik,” Tribun Jogja, diakses 23 November 2022, <https://jogja.tribunnews.com/2019/10/22/bbpom-yogyakarta-hati-hati-memilih-dan-membeli-produk-kosmetik>.
- [2] Brahmata, A.A Gde Agung. 2016, “*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Perjanjian Baku Jual Beli Perumahan Dengan Pihak Pengembang Di Bali*”, Acta Comitas Jurnal Hukum Kenotariatan, Vol.1, No.02, H.221.
- [3] Dewi, Eli Wuria. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2015.
- [4] Fajar, Mukti dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- [5] Fischer , David A. dan William Powers Jr., *Product Liability: Cases and Materials*, (St. Paul, Minnesota: West Publishing Co., 1988.
- [6] Hasil wawancara dengan Bu Pipin, Apt Kasie Pelayanan Informasi Konsumen BPOM Surabaya, tanggal 21 Desember 2022
- [7] <https://media.neliti.com/media/publications/301578-prinsip-tanggung-jawab-mutlak-pelaku-usa-8fc7ea70.pdf>
- [8] Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.4.1745 tentang Kosmetik
- [9] Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum*, Kencana, Jakarta, 2009.
- [10] Miru, Ahmadi dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2004.
- [11] Nawal, Pemilik Toko hello.minibeauty, wawancara pribadi, pada tanggal 28 Oktober 2022 pukul 15.56 WIB
- [12] Nurhasanah, Hanna Siti. “Apa itu Skincare ? Skincare untuk Pemula,” varminz.com (blog), 23 Januari 2020, <https://varminz.com/apa-itu-skincare-skincare-untuk-pemula/>.
- [13] Pieris, Dr. John dan Wiwik Sri Widiarty, *Negara Hukum dan Perlindungan konsumen, “Terhadap Produk Pangan Kadaluarsa”*, Pelangi Cendekia, Jakarta. 2007.
- [14] Pramita, Eka Wahyu. “Waspada Skin Care Palsu, Kenali Ciri-cirinya,” Jurnas.com, diakses 10 Oktober 2022, <http://www.jurnas.com/artikel/45131/Waspada-Skin-Care-Palsu-Kenali-Ciri-cirinya/>.
- [15] Ratnasari, Nurdwi. “Lagi Hits Bisnis Kecantikan Share In Jar Untuk Anda Yang Punya Modal Kecil,” Uang Online (blog), 13 Juni 2018, <https://uangonline.com/lagi-hits-bisnis-kecantikan-share-in-jar-untuk-anda-yang-punya-modal-kecil/>
- [16] Soekanto, Soerjono dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2006.
- [17] Ustuchori, Muhammad Fabio, Muliya, Liya Sukma (2022). Perlindungan Hukum Pengguna Obat Nyamuk Berdasarkan Hukum Islam dan Perlindungan Konsumen. *Jurnal Riset Ilmu Hukum* 2(1). 1 – 6
- [18] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2009.