# BAB I PENDAHULUAN

## Latar belakang

Tuhan menciptakan manusia dalam rupa dan wujud yang sempurna.Keinginan manusia untuk selalu tampil menarik dan sempurna khususnya kaum wanita juga merupakan suatu hal yang wajar.Untuk mencapai keinginannya banyak orang yang rela mengeluarkan uangnya demi penampilan yang maksimal.Indonesia termasuk salah satu negara yang rata-rata penduduknya memiliki nilai konsumtif yang sangat tinggi.Kegiatan ekonomi merupakan suatu rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh manusia dalam rangka memenuhi kebutuhannya, baik kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier.[1](#_bookmark0)

Berkembang dan semakin majunya teknologi kemudian mendorong pula peningkatan volume produksi barang dan jasa. Produk barang dan jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia semakin lama juga semakin canggih, hal ini dapat mengakibatkan semakin rendahnya daya tanggap konsumen terhadap kebenaran informasi dari suatu produk.Kondisi tersebut kemudian menempatkan konsumen dalam posisi yang lemah.[2](#_bookmark1)

Kosmetik merupakan cara yang dinilai paling ampuh agar wanita dapat mempercantik diri. Kosmetik memang mempunyai andil yang cukup besar dalam mengubah penampilan seseorang untuk menjadi lebih baik.Kosmetik merupakan salah satu kebutuhan manusia yang tidak dapat dihindarkan terutama bagi kaum wanita.Seiring dengan berkembangnya zaman memacu munculnya kegiatan

1 Sri Redjeki Hartono,2007, Hukum Ekonomi Indonesia, Jakarta: Bayumedia Publishing, hlm.113 2Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2011, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta : Sinar Grafika, hlm.3- 4

1

ekonomi dibidang kosmetik. Pengertian kosmetika adalah sediaan atau paduan bahan yang siap digunakan pada bagian luar badan (epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ kelamin luar), gigi dan rongga mulut, untuk membersihkan, menambah daya tarik, mengubah penampakan, melindungi supaya dalam keadaan baik, memperbaiki bau badan, tetapi tidak dimaksudkan untuk mengobati atau menyembuhkan penyakit.[3](#_bookmark2)

Kosmetik terbagi menjadi beberapa jenis. Minyak wangi termasuk salah satu jenis kosmetik yang memiliki aroma bermacam-macam yang tidak hanya diminati oleh kaum wanita tetapi semua kalangan juga memakai minyak wangi untuk meningkatkan rasa kepercayaan diri dan memperbaiki bau badan. Pelaku usaha minyak wangi dulunya masih didominasi oleh merk-merk terkenal seperti Bvlgari, Chloe dan masih banyak yang lain, namun dengan perkembangan dan bertambahnya kebutuhan akan minyak wangi juga semakin meningkat sehingga muncul pelaku usaha minyak wangi isi ulang, pelaku usaha minyak wangi isi ulang ini tidak hanya tersebar di kota-kota besar melainkan di kota-kota kecil menjual minyak wangi isi ulang dengan harga yang cukup terjangkau.

Hal ini memberikan dampak positif bagi konsumen dengan harga yang tidak mahal dan aroma yang cukup tahan lama. Namun dibalik itu semua pelaku usaha minyak wangi isi ulang juga memberikan dampak negatif bagi konsumen antara lain yaitu minyak wangi isi ulang mengandung bahan methanol dengan kadar yang tidak sesuai karena bahan baku ini dapat membuat kulit memerah dan berpotensi menimbulkan kanker kulit, hal ini didasarkan atas pengawasan yang

3Peraturan Menteri Kesehatan RI No.445 /MenKes /Permenkes /1998 Pasal 1 ayat (1) 4

dilakukan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan atas sejumlah toko minyak wangi isi ulang yang didatangi oleh BPOM.[4](#_bookmark3)

Sehingga hal ini dapat merugikan para konsumen minyak wangi isi ulang mengingat bahwa konsumen juga memiliki hak yang terdapat dalam Pasal 4 Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menjelaskan bahwa hak konsumen adalah:

1. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan, dalam mengkonsumsi 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
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;

4 Deasy Amalia, Waspada! Parfum Isi Ulang Berbahaya Bagi Kesehatan, Majalahkartini.co.id, Diakses dari [http://majalah](http://majalah/) kartini.co.id/brita/peristiwa/waspada-parfum-isiulang-bahaya-untuk- kesehatan diakses pada tanggal 30 september 2023 pukul 22.58 WIB

1. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
2. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya.

Konsumen di Indonesia termasuk ke dalam bagian dari pada konsumen internasional, maka hal ini menyebabkan pergerakan konsumen internasional mau tidak mau juga menerobos masuk dalam batas-batas Negara, hal ini dapat mempengaruhi kesadaran konsumen dalam negeri untuk membuat hal yang demikian sama. [5](#_bookmark4)

Persaingan dalam dunia bisnis sesama pelaku pada dewasa ini demikian sengit, mereka bukan lagi menghadapi para pesaing lokal.Saat ini, Indonesia telah menyepakati perjanjian perdagangan bebas *“World Trade Organization”* (WTO), maka produsen maupun konsumen Indonesia harus siap menghadapi perdagangan bebas tersebut.Perdagangan bebas merupakan suatu jalur lalu lintas perdagangan antara Negara-negara diseluruh dunia yang melakukan perdagangan tanpa adanya hambatan apapun seperti pajak ekspor dan impor.[6](#_bookmark5)

Hal ini berarti, konsumen mempunyai banyak pilihan terhadap produk, barang dan/atau jasa yang di konsumsi.Dalam satu konsep “Konsumen” telah dilahirkan sejak puluhan tahun lalu di seluruh penjuru Negara sampai dengan saat ini memilih undang-undang atau peraturan khusus yang melindungi hak-hak

5 Ahmadi Miru, S. Y. (2004). Hukum Perlindungan Konsumen,Cetakan ke satu. Jakarta: PT.Raja Grafindo, hlm. 34-37

6Elsi, A. (2007). Hukum Dalam Ekonomi. Jakarta: PT. Grasindo, hlm. 102

konsumen termasuk penyediaan sarana peradilannya. Seiring dengan perkembangannya itu, maka setiap Negara sudah menetapkan pula adanya hak-hak konsumen yang akan menjadi acuan peraturan-peraturan terhadap perlindungan konsumen. Istilah “konsumen” berasal dari ahli bahasa dari kata *“consumer”* (Inggris-Amerika), atau *“consument/konsument”* (Belanda). Pengertian dari *consumer* atau *consument* ini tergantung pada posisi mana ia berada.[7](#_bookmark6)

Secara makna harfiyah arti kata *consumer* adalah antonym dari kata produsen yaitu setiap orang yang mempergunakan barang. Tujuan dari mempergunakan barang atau jasa nantinya akan menentukan termasuk kelmpok konsumen mana pengguna itu. Begitu juga pengertian dalam Kamus Besar Bahasa Inggris-Indonesia memberi arti kata consumer sebagai pemakai atau konsumen.

Pengertian “konsumen” di Amerika Serikat dan MEE, kata “konsumen” yang berasal dari consumer sebenarnya adalah berarti “pemakai”. Namun, di Amerika Serikat kata ini dapat diartikan lebih lagi sebagai “korban pemakai produk yang cacat”, baik korban tersebut sebagai pembeli atau bukan pembeli tetapi pemakai, bahkan bagi korban yang bukan pembeli adalah termasuk pemakai, karena perlindungan hukum bisa dinikmati bahkan oleh korban yang bukan pemakai. Didalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Hukum Perlindungan Konsumen dalam pasal 1 ayat (2) yakni : “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lainnya yang tidak untuk diperdagangkan”[8](#_bookmark7)

7*Ibid,* hlm. 38

8 *bid,* hlm. 39

Sedangkan bagi konsumen akhir, barang dan/atau jasa itu adalah barang atau jasa konsumen, yaitu barang atau jasa yang sering digunakan agar kebutuhan pribadi terpenuhi dan juga bagi keluarga atau rumah tangganya (produk konsumen).Barang atau atau jasa konsumen secara umum didapat di pasar-pasar konsumen, dan terdiri dari barang atau jasa yang secara umum juga digunakan didalam rumah tangga dalam kehidupan masyarakat. Dengan adanya berbagai macam jenis kebutuhan hidupnya tersebut maka setiap manusia akan berusaha untuk memenuhi kebutuhan itu. Seperti memenuhi kebutuhan sehari-hari.[9](#_bookmark8)

Sejalan dengan perkembangan ekonomi, teknologi dan budaya di era modern ini, parfum telah menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat kalangan eksekutif anak sekolah maupun ibu-ibu muda. Fenomena tersebut mendukung munculnya banyak outlet-outlet parfum yang menawarkan produknya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan kebutuhan menggunakan parfum. Outlet-outlet parfum yang yang muncul saat ini tidak hanya menawarkan produk parfum dari supplier saja, akan tetapi konsumen juga dapat request sesuaiaroma parfum yang konsumen inginkan, mixing produk dan mixing aroma bisa jadi pilihan para konsumen untuk mendapatkan hasil sesuai dengan yang diinginkannya. Produk tersebut mrupakan hasil dari outlet parfum isi ulang yang dikemas dalam berbagai macam bentuk botol kemasan untuk digunakan seharihari oleh konsumen.[10](#_bookmark9)

Parfum merupakan produk yang unik karena selain produk ini memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan para penggunanya, produk ini juga

9*bid,* hlm. 40

10 *bid,* hlm. 103

sesungguhnya memiliki resiko pemakaian yang perlu diperhatikan mengingat kandungan bahan-bahan kimia yang tidak selalu memberi efek yang sama untuk setiap konsumen. Kondisi diatas menyebabkan para pemilik outlet-outlet parfum dituntut untuk memperhatikan apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen, karena pada dasarnya konsumen akan membeli suatu produk yang dapat memuaskan keinginannya tidak hanya dalam bentuk fisik, tetapi juga manfaat produk itu sendiri.[11](#_bookmark10)

Bisnis parfum refill menjadi salah satu usaha kosmetik berskala kecil dan menengah yang saat ini menjamur di kalangan masyarakat Indonesia. Penjualan dalam bentuk kemasan refill membuat produk parfum semakin banyak diminati oleh masyarakat. Selain dijual dalam kemasan refill harga parfum yang murah dan mudah dijangkau menjadikan produk parfum refill laris di pasaran. Faktor harga tersebut juga mempengaruhi pembeli lebih tertarik untuk membeli produk dalam kemasan refill.[12](#_bookmark11)

Fakta yang terjadi di masyarakat menunjukkan bahwa kegiatan jual beli parfum refill selain memberikan manfaat karena harganya yang terjangkau, akan tetapi juga memunculkan permasalahan. Permasalahan yang terjadi yaitu tidak tercantumnya informasi mengenai produk parfum baik itu identitas, komposisi, tanggal kadaluarsa, larangan, dan efek samping terhadap produk parfum refill yang seharusnya tertera pada label kemasan.[13](#_bookmark12)

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

11 Sujamto. (2013). Aspek-Aspek Pengawasan di Indonesia. Jakarta: Sinar Grafika, hlm 58

12 Ibid, hlm. 59

13 Ibid, hlm 60

juga telah mengatur mengenai perlindungan kepada konsumen dan juga larangan terhadap pelaku usaha.Pasal 4 huruf a yang menyatakan bahwa konsumen memiliki “hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa” kemudian ketentuan pada Pasal 8 ayat (1) huruf i yang mengatur bahwa Pelaku Usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak mencantumkan label komposisi pada kemasan produk.[14](#_bookmark13) Fenomena pelaku usaha parfum refill yang tidak mencantumkan label komposisi ini juga terjadi di Daerah Istimewa Yogyakarta sebagaimana dilansir pada berita harian kompas bahwa Balai Pengawasan Obat dan Makanan (Balai POM) Yogyakarta menemukan sebanyak 64,6% usaha parfum *refill* yang tidak memenuhi syarat produksi seperti tidak mencantumkan penandaan atau label komposisi pada kemasan parfum refill dan meracik parfum *refill* menggunakan methanol yang melebihi kadar yang ditetapkan BPOM R . Hal ini berpotensi merugikan konsumen sebab konsumen menjadi tidak mengetahui informasi yang jelas mengenai kandungan yang terdapat di dalam produk parfum refill tersebut dan juga dapat membahayakan kesehatan konsumen pengguna parfum sebab kandungan methanol yang tinggi.[15](#_bookmark14)

Permasalahan yang terjadi di masyarakat dalam hal ini selain faktor pelaku usaha yang tidak taat pada peraturan perundang-undangan yang berlaku juga dikarenakan konsumen yang sering kali acuh dan tidak memperhatikan informasi komposisi bahan yang terkandung dari produk parfum yang akan dibeli karena telah

14 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Hukum Perlindungan Konsumen

15 Sidabalok, J. (2010). Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia. Bandung: PT. Citra Aditya Bhakti, hlm 78

tergiur dengan harga murah yang didapat dan tidak memiliki pengetahuan yang cukup terkait keamanan dari produk yang dikonsumsi. Kelemahan konsumen tersebut yang dimanfaatkan oleh para pelaku usaha dengan tidak dicantumkannya label komposisi pada kemasan parfum. Hal ini menyebabkan konsumen tidak mendapat kejelasan pada produk parfum yang akan dibeli sehingga hal ini menimbulkan kerugian pada konsumen. Kelemahan konsumen tersebut juga digambarkan dalam *United Nations Guidelines for Consumer Protection* Tahun 2015 bagian Tujuan *(Objectives)* yang menyebutkan bahwa konsumen berada pada posisi yang lemah akibat ketidakseimbangan dalam hal ekonomi, tingkat pendidikan dan daya tawar.

Adapun contoh kasus yang dialami beberapa konsumen parfum refill di Deli Serdang berdasarkan penelitian yang dilakukan yaitu terdapat 5 konsumen pengguna parfum isi ulang yang tidak terdapat label komposisi pada kemasannya mengalami iritasi kulit.3 Laporan mengenai kerugian yang dialami oleh konsumen parfum tersebut sampai kepada pihak BPOM wilayah Deli Serdang, kemudian pihak BPOM wilayah Deli Serdang melakukan pemeriksaan terhadap bisnis parfum refill tersebut dan mendapati bahwa terdapat kandungan methanol dalam jumlah yang tinggi atau melebihi kadar yang ditentukan oleh Peraturan Kepala Badan POM RI nomor HK.03.1.23.08.11.07517 Tahun 2011 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika, yang menyatakan bahwa batasan cemaran methanol untuk pelarut parfum tidak boleh melebihi 5%, tetapi dalam pantauan petugas di lapangan didapati kandungan methanol dalam parfum *refill* melebihi kadar yang dapat membahayakan penggunanya dan memang tidak tercantum label komposisi pada

setiap kemasan parfum refill yang dijual.

Tindakan dari pelaku usaha yang tidak mencantumkan informasi mengenai komposisi bahan yang terkandung dalam produk parfum tersebut telah melanggar Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 30 Tahun 2020 tentang Persyaratan Teknis Penandaan Kosmetika dalam Pasal 5 ayat (1) huruf d disebutkan bahwa informasi pada penandaan suatu produk kosmetik paling sedikit memuat keterangan mengenai :[16](#_bookmark15)

* 1. nama kosmetika;
	2. kemanfaatan/kegunaan;
	3. cara penggunaan;
	4. komposisi;
	5. negara produsen;
	6. nama dan alamat lengkap pemiliki nomor notifikasi
	7. nomor batch;
	8. ukuran, isi, atau berat bersih;
	9. tanggal kedaluwarsa;
	10. nomor notifikasi;
	11. 2d barcode; dan

peringatan dan/atau perhatian.

Berdasarkan latar belakang di atas, dalam penelitian ini penulis mengambil judul **“Dampak Pemakaian Parfum Isi Ulang / *Refill* Terhadap Konsumen Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan**

16 Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 30 Tahun 2020 tentang Persyaratan Teknis Penandaan Kosmetika

## Konsumen”.

## Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

* + 1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap Dampak Pemakaian Parfum Isi Ulang Terhadap konsumen Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?
		2. Bagaimana Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Kerugian Yang Dialami Konsumen Dalam Dampak Pemakaian Parfum Isi Ulang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?
		3. Bagaimana upaya dan solusi penyelesaian terhadap dampak pemakaian parfum isi ulang terhadap konsumen berdasarkan undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen?

## Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dituliskan di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan bertujuan untuk :

* + 1. Untuk mengetahui dan menganalisis perlindungan hukum terhadap Dampak Pemakaian Parfum Isi Ulang Terhadap konsumen Berdasarkan Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
		2. Untuk mengetahui Kendala terhadap Dampak Pemakaian Parfum Isi Ulang Terhadap konsumen Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
		3. Untuk mengetahui dan menganalisis upaya dan solusi penyelesaian terhadap dampak pemakaian parfum isi ulang terhadap konsumen berdasarkan undang- undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen

## Manfaat penelitian

Dalam melakukan penelitian selain mencari jawaban sebagai tujuan penelitian yang dilakukan, baik secara rasional dan ilmiah terhadap sesuatu yang diteliti, maka diharapkan penelitian tersebut juga dapat memberikan kontribusi positif, dan diantaranya dalam bidang ilmu pengetahuan dan pengembangannya.Untuk itu penelitian ini dilakukan agar dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis dan praktis.

1. Hasil penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memproleh gelar Magister (S2) pada Fakultas Hukum Pascasarjana UMN Al Washliyah.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya inventarisasi hasil penelitian dibidang hukum bisnis khususnya terkait dengan hukum perlindungan konsumen.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan inormasi dan data sekunder bagi kalangan akademis Fakultas Hukum Pascasarjana UMN Al Washliyah.

## Keaslian Penelitian

Guna menghindari terbentuknya duplikasi penelitian permasalahan yang sama dengan penelitian ini, maka dilakukan peninjauan terhadap judul serta

permasalahan tesis-tesis terdahulu. Keaslian penelitian ini berdasarkan pada beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai karekteristik yang relatif sama, meskipun berbeda dalam hal kriteria subjek, jumlah dan posisi variabel penelitian atau metode analisis yang digunakan. Berdasarkan hasil peninjauan terhadap tesis terdahulu, ditemukan tesis yang hampir mirip dengan judul :

## “Dampak Pemakaian Parfum Isi Ulang Terhadap Konsumen Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”

Dalam penelitian oleh Arliwaman tersebut, penelitian tersebut terfokus mengkaji Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Kosmetik Yang Memiliki Kode Izin Edar Palsu (Fiktif) Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

## Hayu Rifananda, Fakultas Hukum Universitas Jember, Tahun 2019.

**Menulis tesis berjudul Perlindungan Terhadap Konsumen Kosmetik atas Beredarnya Minyak Wangi Isi Ulang yang Berbahaya.**

Hasil penelitian adalah bahwa bentuk perlindungan terhadap konsumen atas beredarnya minyak wangi isi ulang berbahaya yang mengakibatkan kerugian bagi konsumen adalah adanya regulasi yang mengatur tentang hak-hak konsumen yaitu Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan larangan bagi pelaku usaha dalam memproduksi minyak wangi isi ulang yang berbahaya diatur dalam Pasal 8 ayat (1) huruf c UUPK. Pelaku Usaha yang memproduksi minyak wangi berbahaya dapat dimintakan ganti kerugian, dikenakan sanksi administrasi, sanksi perdata, sanksi pidana sesuai dengan Pasal 61, 62, dan 63 UUPK. Upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen yang

mengalami kerugian akibat peredaran minyak wangi isi ulang yang berbahaya ada dua yaitu melalui penyelesaian sengketa di luar pengadilan yaitu melalui BPSK dan penyelesaian di pengadilan sesuai dengan ketentuan peradilan umum.

Sedangkan pada penelitian saya yang berjudul “Dampak Pemakaian Parfum Isi Ulang Terhadap Konsumen Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, saya memfokuskan pada Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

## Kerangka Teori dan Kerangka Konsep

* + 1. Kerangka Teori

Kerangka teori merupakan wadah yang menjelaskan variabel-variabel atau tema-tema utama yang tercakup dalam penelitian.Teori-teori tersebut digunakan sebagai bahan referensi untuk pembahasan lebih lanjut.Oleh karena itu, kerangka acuan teoretis dibuat sedemikian rupa sehingga penelitian dianggap benar.Kerangka teori merupakan salah satu pendukung penelitian, karena kerangka teori merupakan tempat penjelasan teori-teori tentang variabel yang diteliti.Dalam penelitian tesis ini digunakan 2 (dua) teori untuk mendukung variable penelitiannya yaitu teori perlindungan hukum dan teori penegakan hukum.

* + - 1. Teori Parfum

Pengertian Parfum Parfum atau minyak wangi adalah campuran minyak esensial dan senyawa aroma, *fiksatif*, dan pelarut yang digunakan untuk memberikan bau wangi untuk tubuh manusia, objek, atau ruangan. Jumlah dan tipe pelarut yang bercampur dengan minyak wangi menentukan apakah suatu parfum

dianggap sebagai ekstrak parfum, *Eau de parfum, Eau de toilette, atau Eau de Cologne*(wikipedia)[2]. Perbedaan antara *Eau de parfum, Eau de toilette dan Eau de Cologne*akan dijelaskan dibawah ini:

1. *Eau de Perfume (EDP)*

Jenis golongan ini memiliki wewangian yang memiliki kadar alkohol sedikit, dengan konsentrat bahan wewangian sebanyak 8- 16%. Sehingga wanginya akan cukup tahan lama hingga 4-6 jam. Jenis *Eau de Perfume* sangat cocok untuk yang bekerja atau beraktifitas seharian. Aromanya sama memikat seperti parfum, harganya juga lebih terjangkau.

1. *Eau de Toilette (EDT)*

Jenis wewangian dengan aroma yang ringan, dengan waktu tahan lama 3- 4 jam. Memiliki kadar alkohol yang tinggi dengan konsentrat bahan wewangian berkisar 4-8%. Wewangian ini pada umumnya hadir dalam bentuk spray.Harganya terjangkau untuk anda yang memang ingin selalu tampil wangi.Jenis ini cocok digunakan untuk segala suasana yang tidak membutuhkan waktu yang lama seperti pergi ke acara pesta atau hanya untuk nongkrong di café atau bioskop.

1. *Eau de Cologne (EDC)*

Merupakan jenis wewangian yang paling ringan dengan wangi yang hanya bertahan sekitar 2-3 jam. Mengandung 2-4% konsentrat bahan wewangian dan kadar alkohol yang paling tinggi dibanding keempat golongan lainnya. EDC dipasaran biasa dikenal sebagai *Body Mist, Body Spray* atau *Body Splash*.

* + - 1. teori konsumen

Menurut pengertian Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen “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

Unsur setiap orang dalam definisi tersebut dapat dapat dikatakan menyempitkan lingkup konsumen yang dilindungi oleh UUPK.Timbul pertanyaan mengenai apakah hanya natuurlijke persoon atau orang perseorangan yang dilindungi oleh UUPK. Penggunaan kata setiap orang ini digunakan untuk membatasi konsumen pada natuurlijke persoon saja, berbeda dengan definisi pelaku usaha dalam Pasal 1 angka (3) yang menyebutkan orang perseorangan atau badan usaha.

Menurut Philip Kotler, pengertian konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk di konsumsi pribadi.

Menurut Aziz Nasution, konsumen pada umumnya adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu.18 Mengambil kesimpulan dari para ahli diatas menurut penulis Konsumen adalah setiap orang atau individu yang mengonsumsi barang atau jasa untuk diri pribadi atau akhir dari barang dan jasa yang dikomsumsi.

Hak konsumen diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), yaitu;

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa 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 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; Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.”

## Kerangka Konsep

Di dalam riset hukum normatif ataupun empiris dimungkinkan guna menyusun kerangka konseptual yang merumuskan definisi-definisi tertentu yang bisa dijadikan pedoman operasional di dalam pengumpulan, analisis serta konstruksi informasi. Kerangka konsep adalah rangkuman khusus pada variabel

yang akan diukur oleh peneliti. Kerangka konseptual adalah penggambaran antara konsep-konsep khusus yang merupakan kumpulan dalam arti yang berkaitan, dengan istilah yang akan diteliti dan/atau diuraikan dalam karya ilmiah.

Batasan konsep dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

## Pengertian Dampak Penggunaan Parfum isi ulang adalah :

* 1. Menyebabkan Alergi

Alergi dapat terjadi disebabkan banyak hal, salah satunya adalah penggunaan parfum.Reaksi alergi dapat terjadi, bahkan jika kamu hanya menghirup bahan kimia tersebut.Kandungan phthalate dalam wewangian dapat mengganggu hormon dan kelainan pada bagian intim.Selain itu, serangan asma dan sinus kambuh dapat terjadi karena kandungan kimia dari parfum.

* 1. Mengalami *Dermatitis*

Saat menggunakan parfum di tangan, ketiak, dan wajah, seseorang mungkin mengalami dermatitis karena kontak dengan bahan kimia dari pengharum tersebut.Reaksi yang terjadi di ketiak umumnya disebabkan oleh deodoran. Gangguan tersebut juga dapat menyebar ke area tubuh lain, sehingga perlu penanganan segera jika hal tersebut terjadi.

* 1. *Urtikaria*

Gangguan ini dapat menyebabkan gatal, pembengkakan, serta kemerahan pada area digunakannya wewangian tersebut.Hal ini juga dapat menyebabkan anafilaksis.Untungnya, gejala yang muncul dapat dengan cepat untuk hilang.Jika kamu mengalami dampak tersebut, segera ganti pengharum yang digunakan sekarang dengan lainnya.

* 1. *Fotoalergi dan Fototoksisitas*

Gejala yang bisa timbul apabila seseorang mengalami fotoalergi adalah eksim dan umumnya disebabkan oleh parfum dengan bau kayu manis. Selain itu, gejala dari fototoksisitas adalah kemerahan dan hiperpigmentasi.Penyebab dari gangguan ini adalah parfum yang berasal dari tumbuhan.Poin terpenting yang perlu kamu perhatikan adalah kamu harus tahu bahan kimia apa yang tidak cocok dengan tubuhmu. Dengan begitu, kamu dapat menghindari dampak- dampak buruk yang terjadi.[17](#_bookmark16)

## Pengertian Parfum

Parfum atau minyak wangi adalah campuran minyak esensial dan senyawa aroma, fiksatif, dan pelarut yang digunakan untuk memberikan bau wangi untuk tubuh manusia, objek, atau ruangan. Jumlah dan tipe pelarut yang bercampur dengan minyak wangi menentukan apakah suatu parfum dianggap sebagai ekstrak parfum, *Eau de parfum, Eau de toilette, atau Eau de Cologne*(wikipedia)[18](#_bookmark17)

Parfum sudah dikenal sejak ribuan tahun yang lalu, kata "parfum" berasal dari bahasa Latin per fume artinya "melalui asap". Salah satu kegunaan parfum tertua berupa bentuk pembakaran dupa dan herbal aromatik yang digunakan dalam pelayanan keagamaan, seringkali untuk aromatik gums, kemenyan dan mur, dikumpulkan dari pohon. Mesir adalah yang pertama memasukkan parfum ke budaya mereka diikutioleh Cina kuno, Hindu, Israel, Carthaginians, Arab, Yunani dan Romawi. Penggunaan awal dari botol parfum adalah di Mesir sekitar 1000 SM.

17https:/[/www](http://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170512202535-277-214469/seberapa-amankah-).[cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170512202535-277-214469/seberapa-amankah-](http://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170512202535-277-214469/seberapa-amankah-)

parfum-dikenakan-di-tubuh diakses pada hari senin tanggal 23 september 2023 pukul 19.20 wib

18 https://en.wikipedia.org/wiki/Eau\_de\_Colognediakse . diakses pada hari senin tanggal 23 september 2023 pukul 19.00 wib

Mesir menemukan gelas dan botol parfum adalah salah satu penggunaan umum pertama untuk kaca (wikipedia)[2]

## Pengertian Parfum Isi Ulang/*Refill*

Parfum Refill ( parfum isi ulang ) adalah parfum yang diracik secara langsung dengan menggunakan fragarance atau bibit pewangi tertentu yang disesuaikan dengan keinginan, sifat, aktifitas, si pengguna nya. adapun jenis-jenis dari Parfum Refill sangatlah banyak dan beragam macam aromanya.[19](#_bookmark18)

1. Pengertian Konsumen

[Istilah konsumen berasal dari alih bahasa dari kata *consumer* (Inggris-](http://repository.unej.ac.id/) Amerika), atau *consument*/konsumen (Belanda). Secara harfiah arti kata *consumer*adalah lawan dari produsen yakni setiap orang yang menggunakan barang. KamusUmum Bahasa Indonesia mendefinisikan konsumen sebagai lawan produsen,yakni pemakai barang-barang hasil industri,

bahan makanan, dan sebagainya. [20](#_bookmark19) Menurut Pasal 1 ayat (2) Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa: “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat baik bagi kepentingan diri sendiri, [keluarga, orang lain, maupun](http://repository.unej.ac.id/) [makhluk hidup lain dan tidak untukdiperdagangkan.”](http://repository.unej.ac.id/)

[Tujuan penggunaan barang atau jasa nanti menentukan termasuk](http://repository.unej.ac.id/) [konsumenkelompok mana pengguna tersebut.Begitu pula Kamus Bahasa Inggris-](http://repository.unej.ac.id/)

19 Allysa, Nindia, Maharani, Nina dan Estri, Septiana. 2018. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Ozon Parfum Fragrance.hlm. 45

20WJS. Poerwadarminta, 1976, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta : Balai Pustaka, hlm.521

[Indonesiamemberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen.](http://repository.unej.ac.id/)[21](#_bookmark20)[Menurut](http://repository.unej.ac.id/) [Az.Nasution konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau](http://repository.unej.ac.id/) [jasadigunakan untuk tujuan tertentu. Konsumen kelompok adalah:](http://repository.unej.ac.id/)[22](#_bookmark21)

1. [Konsumen antara, adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau](http://repository.unej.ac.id/) [jasauntuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain atau](http://repository.unej.ac.id/) [untukdiperdagangkan (tujuan komersial)](http://repository.unej.ac.id/)
2. [Konsumen akhir, adalah setiap orang yang mendapat dan menggunakan](http://repository.unej.ac.id/) [barangdan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidup pribadi, keluarga](http://repository.unej.ac.id/) [danatau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (non-](http://repository.unej.ac.id/) [komersial).](http://repository.unej.ac.id/)

## Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan Hukum menurut Setiono, adalah suatu tindakan yang bergerak untuk melindungi masyarakat dari hal yang sewenangwenang yang tidak sesuai dengan aturan hukum. Agar mewujutkan keamana dan juga mewujutkan ketentraman, memungkinkan masyarakat untuk merasakan martabat sebagai semestinya manusia. [23](#_bookmark22)

## Sistematika Penulisan

Dalam rangka memudahkan pembahasan dalam penelitian ini maka penulis membuat sistematika penulisan sebagai upaya untuk memudahkan, yang uraiannya sebagai berikut:

Bab I. Pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah,

21Az. Nasution, 2001, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta : Diadit Media, hlm.3

22Ibid, hlm.13

23 Setiono, Supremasi Hukum, (Surakarta: UNS, 2004),3

tujuan penelitian, manfaat penelitian, keaslian penelitian, kerangka teori dan kerangka konsep, dan sistematika penulisan.

Bab II. Tinjauan Pustaka, terdiri dari Gambaran Umum Tentang Dampak Penggunaan Parfum (minyak wangi) Isi Ulang, gambaran umum tentang perlindungan konsumen, gambaran umum tentang Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Bab III. Metode Penelitian, terdiri dari lokasi penelitian, jenis penelitian, metode pengumpulan data, alat pengumpulan data, dan teknik pengolahan data.

Bab IV. Hasil Penelitian dan Pembahasan, terdiri dari perlindungan hukum terhadap konsumen pengguna parfum *refill* Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan upaya penyelesaian yang dapat dilakukan oleh konsumen atas beredarnya minyak wangi isi ulang yang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Bab V. Penutup, terdiri dari kesimpulan dan saran