# BAB II TINJAUAN PUSTAKA

## Gambaran Umum Tentang Parfum (minyak wangi)

## Pengertian Parfum (minyak wangi)

[Wewangian adalah salah satu produk dari kosmetik yang telah dipakai](http://repository.unej.ac.id/) [darizaman dahulu, khususnya oleh para kaum wanita. Selain, itu wewangian](http://repository.unej.ac.id/) [atauparfum digunakan pada acara pernikahan, upacara adat, bahkan kematian, di](http://repository.unej.ac.id/) [manauntuk setiap momen yang berbeda, aroma parfum akan disesuaikan.](http://repository.unej.ac.id/)

[Setiap wewangian mengandung campuran pelarut tambahan yang](http://repository.unej.ac.id/) [digunakansebagai *foundation*, baik parfum asli atau sintesis.Presentasi zat kimia](http://repository.unej.ac.id/) [yangdigunakan adalah kisaran 30%, tergantung dari jenis produknya. Namun,](http://repository.unej.ac.id/) [melalui](http://repository.unej.ac.id/) [penelitian, kandungan zat kimia yang terkandung pada parfum yang terjual](http://repository.unej.ac.id/) [dipasaran, 90% dari zat kimia yang terkandung adalah zat kimia sintetik](http://repository.unej.ac.id/) [yangberbahan dasar *petroleum* yang merupakan turunan benzene, aldehid, atau zat](http://repository.unej.ac.id/) yang umumnya terkenal beracun.

Parfum menurut kamus besar Bahasa Indonesia adalah minyak wangi, bau wangi-wangian yang berupa cairan, zat pewangi. Parfum merupakan contoh kosmetika yang tergabung dalam kelompok preparat wangi-wangian.[24](#_bookmark23)

Parfum merupakan preparat/sediaan cair yang digunakan sebagai pewangi yang terdiri dari bahan alami atau sintetik dan fiksatif. Parfum dibuat dengan cara mencampurkan berbagai macam zat atau bahan kimia, baik yang alami maupun buatan (sintetis) dengan formula tertentu[25](#_bookmark24)

24 . Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 445/menkes/permenkes/1998

25 Adrian Sutedi, 2015, Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen, Ghalia Indonesia, Jakarta, hal. 46.

1

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)[26](#_bookmark25)

Parfum secara umum yaitu wewangian yang berasal dari proses ekstrasi bahan-bahan beraromatic seperti bunga, akar, dan jenis tanaman lainnya yang digunakan untuk memberi keharuman pada tubuh, ruangan, dan juga benda. Proses ekstrasi dari tanamantanaman tersebut menghasilkan minyak esensial yang mempunyai aroma wangi dan juga pekat dari tanaman tersebut. Parfum yang biasanya dijual pada saat ini melalui proses pencampuran yang biasanya menggunakan bahan tambahan seperti alkohol dan air suling. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Parfum merupakan bau wangi-wangian yang berbentuk berupa cairan, padatan, dan sebagainya yang merupakan zat pewangi yang biasa digunakan untuk pengharum tubuh, pengharum ruangan, dan juga pengharum pakaian.

Parfum yang digunakan sebagai bahan pewangi yang berbentuk cair yang didalam nya terdiri dari bahan fiksatif alami dan sintetis, parfum tersebut dibuat dengan berbagai bahan alami dan buatan dengan formula tertentu[27](#_bookmark26). Parfum merupakan senyawa aromatik, mengandung campuran zat yang dilarutkan dalam pelarut, zat pewangi didapatkan dari minyak essensial atau minyak sintetis buatan,

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

27 Alvin Aldo, 2015 Penetapan Kadar Benzaldehid pad Sampel Parfum : Jurnal Ilmu Hukum, Volume 1 Nomor 1, Juni 2020, hal 47

jumlah dan juga tipe pelarut yang digunakan yang tercampur oleh parfum tersebut menentukan jenis parfum tersebut sebagai ekstrak parfum, *eau de toilette*, *atau eau de toillete cologne.*[28](#_bookmark27)

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.
    2. *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.
    3. *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

28 ibid,, hal 50

dibanding keempat golongan lainnya. EDC dipasaran biasa dikenal sebagai

*Body Mist*, *Body Spray* atau *Body Splash*

Parfum sudah dikenal sejak ribuan tahun yang lalu, kata "parfum" berasal dari bahasa Latin *per fume* artinya "melalui asap". Salah satu kegunaan parfumtertua 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. Mesir menemukan gelas dan botol parfum adalah salah satu penggunaan umum pertama untuk kaca (wikipedia)[29](#_bookmark28)

## Sejarah Parfum

Mesir Kuno merupakan negara pertama yang memasukan parfum sebagai kebudayaan nya dan juga negara pengembang parfum pertama didunia, pada zaman mesir kuno parfum mempunyaipengertian yang berbeda yaitu parfum sendiri berasal dari kata parfume yang mempunyai arti “melalui asap” yang berarti bahan- bahan alami penghasil wewangian tersebut dibakar untuk menghasilkan aroma tertentu. Pada 3000 SM parfum dikalangan masyarakat mesir kuno merupakan benda yang sakral yang digunakan sebagai ritual keagamaan.

Hanya segelintir orang kaya dan juga para imam yang dapat menggunakan parfum tersebut itupun hanya boleh digunakan untuk upacara spiritual. Dalam

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

pandangan masyarakat mesir kuno aroma harum dari parfum dipercayai dapat menarik hati para dewa dan membuat pengguna nya menjadi lebih bersih secara spiritual. Parfum yang dibuat umumnya berbentuk serbuk dan dibakar yang dapat menghasilkan wangi melalui asap bakaran tersebut atau bisa disebut bukhur.

Masyarakat mesir kuno pun menggunakan parfum sebagai acara upaca pemakaman, masyarakat mesir kuno percaya bahwa menggunakan parfum pada pemakaman dapat menyertai roh naik ke surga, parfum juga dapat menjaga kulit mayat tersebut tetap halus sehalus sutra. Prosesi pembalseman pada mayat tersebut memakan waktu 40 sampai 70 hari menggunakan parfum yang berbentuk balsam.

Selain dilumuri ke badan parfum-parfum tersebut pun diletakan didalam makam bersamaan dengan jenasahnya, parfum tersebut diletakan didalam pot-pot besar yang berisikan wewangian terbaik. Seiring berjalannya waktu Ratu Nefertiti sebagai ikon kecantikan mesir pada saat itu melakukan tradisi penggunaan parfum dikehidupan sehari-hari dengan membawa beragam parfum pada setiap kegiatannya.

Kegiatan ini pun dilanjutkan oleh Cleopatra, Cleopatra mempunyai kemampuan yang hebat akan parfum, bisa menggenali berbagai macam jenis aroma tersebut dan juga penggunaan parfum pada Cleopatra sangat mewah dengan wangi yang memancar kuat. Dengan berjalannya waktu para imam mengizinkan penggunaan parfum secara meluas, pemerintah memerintahkan masyarakatnya untuk menggunakan parfum dan juga membuat nya, kebiasaan baru ini bisa digunakan setidaknya sekali dalam sepekan. Parfum yang digunakan pada zaman Mesir Kuno mempunyai wewangian yang berasal dari rempah-rempah seperti,

kapulaga (cardamom), kayu manis (cinnamon), biji-bijian berduri (myrrh), dan kayu manis tiongkok (cassia bark), kemenyan arab (Frankincene). [30](#_bookmark29)

Seiring berjalannya perkembangan akan parfum akhirnya pada abad ke- 3 SM masyarkat Yunani dan Romawi mempunyai ketertarikan pada parfum mesir. Masyarakat Yunani dan Romawi mempelajari proses pembuatan parfum dan akhirnya dapat membuat parfum sendiri dengan wujud yang berbeda yaitu berupa cairan parfum yang wujud nya berbeda dengan Mesir Kuno.

Masyarakat Yunani pada saat itu terkenal boros akan penggunaan parfum hingga akhirnya sempat ada larangan menggunakan parfum tersebut, dengan adanya larangan tersebut penggunaan parfum pada kehidupan sehari-hari sempat meredup karena pandangan penggunaan parfum merupakan kemewahan yang berlebihan. Karena pada masa Yunani dan Romawi parfum tersebut redut penggunaan nya akhrinya parfum marak kembali setelah kejayaan islam yang menemukan parfum ekstrasi oleh Ibnu Sina.

Parfum tersebut dibuat dengan cara menyuling minyak dan sari bunga. Hingga akhirnya penggunaan parfum dapat meningkat kembali dan tersebar luas disegala penjuru perdagangan internasional, parfum meluas hingga ke berbagai negara disegala penjuru seperti negara-negara yang berada di Timur Tengah, Eropa, Afrika, bagian dunia timur seperti Asia, Eropa Timur dan Rusia. Di Eropa khusus nya negara Italia dan Prancis dinobatkan sebagai pelopor industry parfum yang dimulai pada abad ke- 16 ketika Venesia dinobatkan sebagai pusat perdagangan

30 Tjitradewi , 2021, Ternyata ini parfum yang diciptakan pertama kali di dunia, http[s//www](http://www.beautynesia.id/berita-fashion/ternyata-ini-parfum-yang-diciptakan-pertama-kali-di-).be[autynesia.id/berita-fashion/ternyata-ini-parfum-yang-diciptakan-pertama-kali-di-](http://www.beautynesia.id/berita-fashion/ternyata-ini-parfum-yang-diciptakan-pertama-kali-di-) dunia-1921. Diakses padatanggal 8 april 2024

getah dan kayu wangi dan berbagai rempah lainnya yang menghasilkan wewangian. Permintaan yang tinggi terutama pada kerajaan dan bangsawan hingga akhirnya orang-orang tertarik akan produksi parfum, hingga akhirnya didirikan laboratorium pabrik parfum pertama pada 1508. Italia dan Prancis, menggunakan parfum untuk tubuh, pakaian, furniture dan juga obat, kemajuan terbesar terjadi pada tahun 1709 ketika Giovanni Maria Farina menciptakan eau du cologne parfum yang terbuat dari berbagai macam wewangian dan dicampur alkohol, orang prancis mengembangkan eau du cologne dengan memasukannya ke dalam makanan dan

juga minuman.

Setelah itu parfum semakin meluas dikalangan masyarakat, karena industry parfum ini terkenal meluas diberbagai tempat hingga pada 1933 kira-kira selalu ada satu parfum yang diluncurkan pada tiap pekannya. Parfum pada zaman ini tidak hanya menggunakan rempah sebagai bahan utama parfum, bunga-bunga dan juga getah pohon Boswellia (frankincense) sudah digunakan.

## Perkembangan Parfum Di Indonesia

Perkembangan parfum yang pesat di masa modern ini dapat dirasakan juga di Indonesia. Indonesia merupakan salah satu pasar yang berkembang paling cepat untuk wewangian dalam 20 tahun terakhir sehingga terjadinya peningkatan yang pesat pada produksi parfum. (NYtimes,2019) pada tahun 2015 Kementrian Perindustrian menilai data pasar industri pada parfum nasional sekitar 6,5 triliun dan sebagaian besar 85% merupakan konsumen dari Indonesiayang membeli produk parfum lokal. Parfum lokal yang biasanya di produksi kebanyakan

menggunakan bahan-bahan yang berpotensi sebagai wewangian yang berasal dari tumbuh-tumbuhan maupun bunga yang tersedia di Indonesia atau bisa disebut juga sebagai tanaman atsiri yang nanti nya akan dikelola sebagai minyak atsiri dan dijadikan bahan baku utama parfum.

## Jenis – jenis parfum

Secara umumnya, parfum dibedakan menjadi 2 macam yaitu: parfum beralkohol dan parfum non alkohol.

* + 1. Parfum Beralkohol

Dalam perspektif Islam atau kamus besar lainnya secara umum tidak ada pengertian parfum beralkohol secara spesifik. Dua kata itu mempunyai dua pengertian tersendiri. Alkohol asalnya dari bahasa arab yaitu alghaul atau al khuhul. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Alkohol yaitu cairan tidak berwarna yang mudah menguap, mudah terbakar, di pakai dalam industri atau pengobatan, merupakan unsur yang memabukkan, dll. Kebanyakan minuman keras, C2H5OH, etanol, senyawa organik dengan gugus OH pada atom karbon jenuh.[31](#_bookmark30)

Sedangkan menurut Kamus Besar Bahas Indonesia, parfum adalah minyak wangi; wangi-wangian yang berupa cairan, padatan, dsb; zat pewangi.[32](#_bookmark31)

Pengertian di atas menurut hemat peneliti parfum yang beralkohol adalah parfum yang terdapat kandungan/campuran atau unsur alkoholnya, yang dimaksud dengan alkohol tersebut yaitu etanol yang mana etanol adalah senyawa murni yang

31 Jurnal Siti Rifaah, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pemakaian Parfum Beralkohol…, h. 18.

32 Tim Penyusun Kamus Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga, h.830

dapat dicampurkan sebagai pelarut/pemecah wewangian sehingga kita akan merasakan aroma parfum yang semerbak, sebagaimana parfum yang kita kenal pada umumnya.

* + 1. Parfum non Alkohol

Menurut hemat peneliti parfum non alkohol adalah parfum yang di dalamnya tidak terdapat kandungan atau unsur alkoholnya, serta memiliki beberapa perbedaan dengan parfum beralkohol. Perbedaan parfum non alkohol tersebut di antaranya yaitu tidak terasa dingin jika dipakai dikulit, memiliki keharuman yang lebih lembut jika dibandingkan dengan parfum yang beralkohol dan memiliki ketahanan yang lebih lama. Sebagaimana dalam pengertian jenis-jenis parfum di atas yaitu *Eun de Perfume (EDP)*.

## Parfum Alkohol dalam Ilmu Kimia

Pembuatan alkohol Etanol dapat dibuat dengan beberapa cara sebagai

berikut:

* + 1. Etanol untuk konsumsi umumnya dihasilkan dengan proses fermentasi atau peragian bahan makanan yang mengandung pati atau karbohidrat, seperti beras, dan umbi. Alkohol yang dihasilkan dari proses fermentasi biasanya berkadar rendah. Untuk mendapatkan alkohol dengan kadar yang lebih tinggi diperlukan proses pemurnian melalui penyulingan atau distilasi. Etanol untuk keperluan industri dalam skala lebih besar dihasilkan dari fermentasi tetes, yaitu hasil samping dalam industri gula tebu atau gula.
    2. Melalui sintesa kimia melalui antara reaksi gas etilen dan uap air dengan asam sebagai katalis. Katalis yang dipakai misalnya asam fosfat. Asam sulfat dapat juga dipakai sebagai katalis, namun dewasa ini sudah jarang dipakai.[33](#_bookmark32)

Dan secara garis besar proses pembuatan Alkohol / Ethanol yaitu:

1. Perlakuan awal tetes.
2. Pembibitan Ragi / Yeast.
3. Fermentasi.
4. Destilas.[34](#_bookmark33)

Dalam ilmu kimia, alkohol adalah istilah yang lebih umum untuk senyawa organik apa pun yang memiliki gugus hidroksil ( - OH) yang terikat pada atom karbon, yang alkohol sendiri terikat pada atom hidrogen atau karbon lain. Dilihat dari gugus fungsinya ini, alkohol memiliki banyak golongan. Golongan yang paling sederhana adalah metanol dan etanol. Sampai yang rumit seperti cyclohexanol (digunakan di industry nilon) yang membentuk cincin, juga sorbitol (pemanis yang sering kita jumpai di minuman manis berkemasan) yang berupa makromolekul.[35](#_bookmark34)

Sebagaimana sumber yang ada dari Wikipedia, terdapat info sebagai berikut: minyak biasanya dilarutkan dengan menggunakan solvent (pelarut), solvent yang digunakan untuk minyak wangi adalah etanol atau campuran antara etanol dan air. Minyak wangi juga bisa dilarutkan dalam minyak yang sifatnya

33 <http://serambiliquor.blogspot.co.id/p/blog-page.html> (Diunduh Kamis 20 april 2024, Pukul: 19:20 WIB).

34 <http://abangkarel.blogspot.co.id/2011/06/proses-pembuatan-alkohol.html> ((Kamis 20 april 2024,

Pukul: 19:20 WIB)

35 jurnal Siti Rifaah, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pemakaian Parfum Beralkohol..., h. 21.

netral seperti dalam fraksi minyak kelapa, atau dalam larutan lak (lilin) seperti dalam minyak jojoba (salah satu jenis tanaman).[36](#_bookmark35)

Beberapa kegunaan etanol sebagai berikut;

1. Sebagai pelarut (solvent), misalnya pada parfum, perasa, pewarna makanan dan obat-obatan.
2. Sebagai bahan sintesis (feedstock) untuk menghasilkan bahan kimia lain, seperti dalam pembuatan asam asetat (sebagaimana terdapat pada cuka).
3. Sebagai bahan alternatif. Bahan bakar etanol telah banyak dikembangkan di negara Brasil sejak mereka mengalami krisis energi. Brasil adalah negara yang memiliki industri etanol terbesar untuk memproduksi bahan bakar.
4. Sebagai penangkal racun (antidote).
5. Sebagai antiseptik (penangkal infeksi).
6. Sebagai deodorant (penghilang bau tidak enak atau bau busuk).[37](#_bookmark36)

LP POM MUI, alkohol yang dimaksudkan dalam parfum adalah etanol. Menurut fatwa MUI, etanol yang merupakan senyawa murni bukan berasal dari industri minuman khamer sifatnya tidak najis. Hal ini berbeda dengan khamer yang bersifat najis. Oleh karena itu, etanol tersebut dijual sebagai pelarut parfum, yang notabene memang dipakai diluar (tidak dimaksudkan ke dalam tubuh). Etanol, disebut juga etil alkohol, alkohol murni, alkohol absolut, atau alkohol saja, adalah sejenis cairan yang mudah menguap (volatile), mudah terbakar (flammable), tak berwarna (colorless), memiliki wangi yang khas dan merupakan alkohol yang

36 Sumber: http//en. Wikipedia.org/wiki/parfume (Diunduh Sabtu 26 april 2024, Pukul: 00:20 WIB)

37 <http://rumaysho.com/812-salah-kaprah-dengan-alkohol-dan-khomr.html> (Diunduh Senin 28 april

2024, Pukul: 11:20 WIB)

paling sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Senyawa ini merupakan obat psikoaktif dan dapat ditemukan pada minuman beralkohol dan termometer modern. Etanol adalah salah satu obat rekreasi yang paling tua. Etanol termasuk ke dalam alkohol rantai tunggal, dengan rumus kimia C2H5OH dan rumus empiris C2H6O. Ia merupakan isomer konstitusional dari dimetil eter. Etanol sering disingkat menjadi EtOH, dengan “Et” merupakan singkatan dari gugus etil (C2H5).[38](#_bookmark37)

Selain fermentasi, etanol juga dibuat melalui hidrasi etilena dengan katalis asam sulfat atau katalis asam lainnya. Pertama-tama melibatkan konversi ezimatik pati menjadi gula, gula itu kemudian diubah menjadi etanol dan karbondioksida oleh kerja zimase, suatu zimase yang dihasilkan oleh sel-sel ragi yang hidup.[39](#_bookmark38)

Serta dalam sepengetahuan peneliti, etanol dibuat melalui fermentasi yang didapat dari tumbuh-tumbuhan seperti buah-buahan, bunga, serta bahan-bahan makanan seperti singkong, gandum, beras dan juga terdapat pada rempah-rempahan yang umum kita jumpai seperti kayu manis.

Maka dari itu, peneliti berasumsi bahwa etanol adalah zat yang suci, ada tiga point yang dibuat pertimbangan dari kesimpulan diatas;

* 1. Hukum asal etanol jika ia berdiri sendiri dan tidak bercampur dengan zat lain adalah halal.
  2. Etanol bisa berubah statusnya jadi haram, jika ia menyatu dengan minuman yang haram seperti miras.

38 Ibid.,

39 jurnal Siti Rifaah, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pemakaian Parfum Beralkohol..., h. 25

* 1. Etanol ketika berada dalam miras yang dihukumi adalah campuran mirasnya dan bukan etanolnya lagi.

Jika melihat etanol (alkohol) yang ada dalam parfum, maka peneliti dapat katakan bahwa yang jadi solvent (pelarut) dalam parfum tersebut adalah etanol yang suci, bukanlah khamer (minuman alkohol) yang banyak disebutkan oleh hal layak. Namun bagaimana dengan pandangan orang banyak yang mengatakan bahwa, alkohol yang terkandung dalam parfum sama dengan alkohol yang terkandung dalam khamer oleh sebagian orang yang menghukumi haramnya parfum beralkohol, karena mengira bahwa alkohol yang terdapat dalam parfum adalah khamer yaitu, minuman yang dilarang dalam Islam mau diminum cuma setetes atau mau sengah ember pun sama-sama haram.

Alkohol merupakan komponen kimia terbesar setelah air yang terdapat pada minuman keras, akan tetap alkohol bukan satu-satunya senyawa kimia yang dapat menyebabkan mabuk, karena banyak senyawa-senyawa lain yang terdapat pada minuman keras yang juga bersifat memabukkan jika diminum pada konsentrasi cukup tinggi. Secara umum, golongan alkohol bersifat narcosis (memabukkan), demikian juga komponen-komponen lain yang terdapat pada minuman keras seperti aseton, beberapa ester. Secara umum, senyawa-senyawa organik mikromolekul dalam bentuk murni juga bersifat racun.[40](#_bookmark39)

Namun Alkohol tidaklah sama atau tidak identik dengan khamer. Karena orang tak akan sanggup meminum alkohol dalam bentuk murni. Sebagaimana dalam kandungannya Etanol C2H5OH dan Methanol CH3OH adalah jenis alkohol

40<http://lppommuikaltim.multiply.com/journal/item/9/STATUSKEHALALANALKOHO> L (Diunduh Sabtu 26 april 2024, Pukul: 00:20 WIB)

yang biasa digunakan untuk mencairkan beberapa jenis zat, untuk parfum dan bahan bakar, sangat beracun sehingga bisa mengakibatkan kematian.[41](#_bookmark40)

## Proses Pembuatan Parfum

Untuk menghasilkan parfum yang berkualitas dibutuhkan serangkaian proses yang cukup panjang yang terdiri dari beberapa tahap dengan teknik yang berbeda, berikut merupakan teknik yang dipakai untuk pembuatan parfum:

* + 1. Maceration Maceration merupakan teknik yang ada pertama kali dan juga termasuk teknik yang paling kuno untuk membuat parfum, teknik ini digunakan pada zaman Mesir Kuno. Teknik ini digunakan dengan cara menyatukan berbagai bahan wewangian seperti kulit kayu, tumbuhan, bunga, dan rempah kedalam lemak yang dipanaskan disatu tempat hingga akhirnya menghasilkan minyak essensial kemudian dapat dilarutkan kedalam alkohol sehingga dapat menjadi parfum.
    2. Enfleurage Pada teknik ini hampir mirip dengan maceration yaitu dengan menyatukan berbagai bahan-bahan wewangian dengan minyak yang diletakan diantara lapisan lemak hewan yang sudah dimurnikanyang nanti nya akan menjadi lemak jenuh berupa minyak essensial, akan tetapi memiliki perbedaan pada penyerapan wewangian tersebut, wewangian diserap melalui lemak dan juga benzoin (getah balsamic).
    3. Distilasi Distilasi atau biasa disebut penyulingan cara yang paling sering digunakan pada industri parfum di zaman ini, teknik ini yaitu menyatukan

41 <http://eralistyorini.blogspot.co.id/2015/04/hukum-penggunaan-alkohol-dalam> minuman.html

(Diunduh Minggu 27 april 2024, Pukul: 14:20 WIB)

berbagai bahan wewangian kedalam mesin penyulingan dan dicampurkan kedalam air hingga mendidih. Lalu uap pada rebusan terebut di dinginkan hingga berubah menjadi cairan, pada akhirnya permukaan atas dari hasil pendinginan uap aka nada minyak essensial yang terangkat, minyak tersebut merupakan saripati parfum.

* + 1. Ekstrasi Teknik ekstrasi merupakan pengembangan dari teknik distilasi, dikarenakan tidak semua jenis bunga dan juga tanaman dapat di distilasi. Teknik ini bahan-bahan wewangian tidak dipanaskan akan tetapi diputar berulang kali hingga hasil akhirnya menghasilkan sebuah pelarut, hasil pelarut tersebut dipanaskan didalam ruangan yang kedap udara kemudian didinginkan hingga akhirnya menghasilkan minyak essensial yang sama pada proses distilasi.
    2. Ekspresi Pada teknik ini digunakan untuk wewangian yang berbahan citrus dan buah-buahan seperti jeruk maupun lemon. Pada teknik ini menggunakan sistem penguapan hingga akhinya menghasilkan minyak essensial, minyak-minyak ini didapatkan dari kelenjar kecil yang berada pada bagian kulit buah-buahan. Dengan teknik ini minyak essensial dan air dari buah dapat keluar secara maksimal, teknik ini sering digunakan dalam pabrikasi parfum.

## Bahan Baku Dalam Proses Pembuatan Parfum

Untuk mendapat kan mendapatkan parfum yang berkualitas dibutuhkan nya formulasi parfum yang cocok guna menciptakan parfum tersebut, berikut merupakan formulasi parfum yang dipakai :

* + 1. Zat pewangi

Komponen yang terdiri dari bahan kimia yang diperoleh melalui minyak atsiri dengan cara sintetis. Pada umunya parfum mengandung bahan pewangi sebanyak 2% sampai 10% atau 22,5% selebihnya adalah bahan pengencer (Rahmaisni, 2011:13).

* + 1. Zat pengikat

Suatu senyawa yang memiliki daya menguap lebih rendah dari zat pewangi serta dapat menghambat kecepatan penguapan zat pewangi. Wangi parfum akan cepat menguap apabila tanpa zat pengikat. Zat pengikat yang ideal adalah zat yang larut sempurna dalam etanol atau minyak 12 atsiri, berwujud cair, mudah digunakan dalam parfum dan berada dalam keadaan murni.

* + 1. Bahan pelarut atau pengencer (diluent)

*Etil alcohol* merupakan bahan pelarut yang baik digunakan. Gunanya bahan pelarut ini untuk menurunkan konsentrasi pada zat pewangi yang berada dalam parfum sampai konsentrasi tertentu. Alkohol biasanya digunakan dalam formulasi parfum untukmelarutkan bibit dari minyak wangi dan memperbanyak volume parfum, mengingat harga dari bibit minyak wangi yang sangat mahal serta takaran jualnya dalam milliliter[42](#_bookmark41).

* + 1. Bahan pelembab

Bahan yang sering pada formulasi body mist. Formula ini mencegah resiko

42 Kadek Agus Pranata Kusuma, “Implementasi Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Penggunaan Kosmetik Yang Tidak Memiliki Izin BPOM Di Kota Singaraja”, e-Journal Komunitas Yustisia, (Volume 1 No. 2 Tahun 2018)

kulit menjadi kering, terutama ketika terdapat kandungan alkohol didalamnya (Rahmaisni, 2011:12).

* + 1. Solubilizer

Bahan yang untuk pencampuran alcohol, air, dan bibit minyak wangi yang fungsinya untuk menyempurnakan. Bisa juga ditambahkan solubilizer pada parfum tersebut agat mendapatkan hasil yang bening (Andi dkk,2017).

## Fungsi Parfum Dalam Kehidupan Manusia

Penggunaan parfum pada awal Mesir sekitar 1000 SM. Penggunaan parfum tertua pada masa Mesir Kuno berupa bentuk pembakaran dupa dan herbal aromatik yang digunakan dalam pelayanan keagamaan, seringkali untuk aromatik, kemenyan dan mur. Parfum memiliki fungsi yang sangat banyak, diantaranya:

* + 1. Dapat memberikan kesenangan hidup.
    2. Dapat mempengaruhi kejiwaan dan syaraf.
    3. Memberikan wewangian kepada bahan yang tidak wangi dan menghilangkan bau tidak enak pada berbagai macam hasil industri textile, kulit, kertas, karet, plastik.
    4. Dapat melindungi manusia dari penyakit yang disebabkan bakteri.
    5. Dapat menetralisir keracunan makanan karena bakteri tertentu.
    6. Dapat mengobati sakit kepala.
    7. Dapat membantu proses pencernaan.
    8. Dapat menambah selera makan.
    9. Dapat meningkatkan kepercayaan diri.
    10. Dapat menarik perhatian lawan jenis[43](#_bookmark42) (Meidina dkk, 2015

## Efek merugikan dari parfum dan/atau aroma

Paparan aroma parfum membatalkan berbagai reaksi yang meliputi dermatis kontak, urtikaria (gatal-gatal), fotoalergi dan perubahan warna kulit (dischromia). Dipercaya bahwa sekitar i1-3% dari dermitis kontak alergi atau urtikara kontak alergi yang disebabkan oleh wewangian. wanita tampaknya lebih sering alergi terhadap wewangian dibandingkan laki-laki, hal ini mencerminkan lebih seringnya penggunaan produk beraroma wanita. Parfum paling sering menyebabkan alergi kulit terhadap wewangian produk yang berhubungan dengan wanita untuk pria setelah bercukur dan deodoran.[44](#_bookmark43)

Selain itu, asupan wewangian yang menghubungkan kulit dapat membolos atau melawan asma dan penyakit pernapasan lainnya. Penderita asma, alergi, masalah sinus dan rinitis lebih responsif terhadap kekebalan tubuh pemicu, dan secara konsisten pada konsentrasi yang lebih rendah dari yang ditentukan masalah dan warga negara biasa. Hal ini digulirkan untuk menimbulkan dampak yang merugikan efek meskipun substansi gerakan dianggap berbahaya (respon yang menentukan).6–8 Beberapa dampak merugikannya adalah:

* + 1. Dermatitis Kontak:

Dermatitis kontak adalah sejenis ruam kulit. Ini terjadi ketika kulit

43 Ditjen POM, 1985, Formularium Kosmetika Indonesia, Departemen Kesehatan RI, Jakarta; Hal. 83

44 Iibid, Hal. 84

bersentuhan dengan bahan kimia atau zat fisik yang menyebabkan reaksi alergi atau iritasi. Dermatitis kontak dapat terjadi dari paparan banyak senyawa berbeda yang ditemukan di rumah dan di tempat kerja. Ada 2 jenis dermatitis kontak:

* + - 1. Dermatitis kontak alergi. Hal ini terjadi ketika kulit yang mengalami menjadi sensitif terhadap zat tertentu (alergen), bersentuhan dengan zat itu lagi. Ini adalah reaksi kulit tertunda yang biasanya terjadi berkembang 12 hingga 72 jam setelah paparan.
      2. Dermatitis kontak iritan. Hal ini terjadi ketika kulit berulang kali terkena iritan ringan (seperti deterjen atau pelarut) di atas jangka waktu yang lama. Jika kulit terkena iritasi yang kuat (seperti asam, alkali, pelarut, sabun kuat, atau deterjen), dapat menyebabkan kerusakan kulit segera.
    1. Antagonisme Urtikaria:

Urtikaria adalah kondisi dermatologis yang umum yang biasanya muncul dengan rasa gatal yang sangat parah, berbatas tegas, timbul bintik-bintik mulai dari beberapa milimeter hingga beberapa sentimeter atau lebih besar ukurannya. Urtikaria dapat terjadi dengan angioedema edema nonpitting lokal pada jaringan subkutan atau interstitial itu mungkin menyakitkan dan hangat. Pruritus yang hebat dapat menyebabkan gejala yang signifikan gangguan dalam fungsi sehari-hari dan mengganggu tidur. Biasanya sebaliknya jinak dan terbatas, urtikaria bisa menjadi

gejala yang mengancam jiwa anafilaksis atau, jarang, menunjukkan penyakit mendasar yang signifikan.

* + 1. Fototoksisitas dan fotoalergi:

Reaksi fototoksik terjadi karena dari efek merusak dari senyawa membran sel yang diaktifkan cahaya dan DNA. Reaksi-reaksi ini lebih sering terjadi pada individu yang terpapar untuk jumlah cahaya yang cukup dan agen eksogen, dan biasanya muncul sebagai respons sengatan matahari yang berlebihan. Efek fototoksik dari kerusakan jaringan langsung yang disebabkan oleh senyawa fotoaktif. Senyawa tersebut berpotensi menimbulkan fototoksisitas dan memiliki setidaknya satu ikatan rangkap yang beresonansi atau cincin aromatik itu dapat menyerap energi radiasi. Agen penyebab paling umum adalah furocoumarin, pewarna acridinic atau eosin, beberapa obat lebih dari itu fototoksik, misalnya fenotiazin, tetrasiklin, sulfonamide dan aminodarcone dll.

## Gambaran Umum Kosmetik

## Pengertian Kosmetik

Kosmetik dalam bahasa Yunani yaitu “kosmetikos” berarti keterampilan menghias, sedang “kosmos” berarti hiasan. Kosmetik adalah zat perawatan yang digunakan untuk meningkatkan perawatan yang digunakan untuk meningkatkan penampilan atau aroma tubuh manusia. Kosmetik umumnya merupakan campuran berbagai senyawa kimia, beberapa terbuat dari sumber-sumber alami dan kebanyakan dari bahan sintetis. Dengan kata lain, kosmetik adalah obat (bahan)

untuk mempercantik wajah, kulit, rambut, dan sebagainya seperti bedak dan pemerah bibir. Sedangkan kosmetika adalah ilmu kecantikan, ilmu tata cara mempercantik wajah, kulit dan rambut. [45](#_bookmark44)

Menurut BPOM RI Tahun 2015 tentang Persyaratan Teknis Kosmetika, menyatakan bahwa definisi kosmetik adalah: “bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar), atau gigi dan membran mukosa mulut, terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan, dan/atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik”.

## Penggolongan Kosmetika Menurut peraturan Menteri Kesehatan RI,

kosmetik dibagi dalam 13 kelompok yaitu,

1. Preparat untuk bayi, misalnya minyak bayi, bedak bayi, dll.
2. Preparat untuk mandi, misalnya sabun mandi, bath capsule, dll.
3. Preparat untuk mata, misalnya maskara, eye-shadow, dll.
4. Preparat wangi wangian, misalnya parfum, toilet water, dll.
5. Preparat untuk rambut, mislanya cat rambut, hair spray, dll.
6. Preparat pewarna rambut, misalnya cat rambut, dll,
7. Preparat make-up (kecuali mata), misalnya bedak, lipstick, dll.
8. Preparat kebersihan mulut, misalnya pasta gigi, mouth washes, dll.
9. Preparat kebersihan badan, misalnya deodoran, dll.
10. Preparat kuku, misalnya cat kuku, pelembab kuku, dll.

45 Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2008:757

1. Preparat perawatan kulit, misalnya pembersih, pelembab, pelindung, dll.
2. Preparat cukur, misalnya sabun cukur, dll.
3. Preparat untuk sunscreen, misalnya sunscreen foundation, dll.[46](#_bookmark45)

## Gambaran Umum Konsumen

## Pengertian Konsumen

Kata konsumen merupakan istilah yang biasa digunakan masyarakat untuk orang yang mengonsumsi atau memanfaatkan suatu barang atau jasa.Selain itu sebagian orang juga memberi batasan pengertian konsumen yaitu orang yang memiliki hubungan langsung antara penjual dan pembeli yang kemudian disebut konsumen. Pengertian di atas dapat dibenarkan bahwa setiap orang yang mengonsumsi baik yang berhubungan langsung antara penjual dengan pembeli atau pun tidak memiliki hubungan langsung dan hanya mengkonsumsi dapat dikatakan sebagai 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.

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

46 Tranggono RI dan Latifah F, 2007, Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta; Hal7)

diri sendiri, [keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak](http://repository.unej.ac.id/) [untukdiperdagangkan.”](http://repository.unej.ac.id/)[47](#_bookmark46)

[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/) [Indonesiamemberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen.](http://repository.unej.ac.id/)[48](#_bookmark47)[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/)[49](#_bookmark48)

1. [Konsumen antara, adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa](http://repository.unej.ac.id/) [untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain atau untuk](http://repository.unej.ac.id/) [diperdagangkan (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-komersial).](http://repository.unej.ac.id/) [Kepustakaan ekonomi dikenal istilah konsumen akhir dan konsumen](http://repository.unej.ac.id/) [antara.Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu](http://repository.unej.ac.id/) [produk,sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu](http://repository.unej.ac.id/) [produksebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Berdasarkan](http://repository.unej.ac.id/) [definisikonsumen yang berada di Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999](http://repository.unej.ac.id/) [tentangPerlindungan Konsumen ini adalah konsumen akhir. Kitab Undang-](http://repository.unej.ac.id/) [UndangHukum Perdata juga menyebutkan beberapa istilah yang berkaitan](http://repository.unej.ac.id/) [dengankonsumen, yaitu: pembeli, penyewa, penerima hibah, peminjam dan](http://repository.unej.ac.id/)

47WJS. Poerwadarminta, 1976, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta : Balai Pustaka, hlm.521 48Az. Nasution, 2001, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta : Diadit Media, hlm.3

49Ibid, hlm.13

[sebagainya.](http://repository.unej.ac.id/)[50](#_bookmark49)

## Hak dan Kewajiban Konsumen

Secara umum dikenal ada empat hak dasar konsumen, yaitu :[51](#_bookmark50)

* + 1. Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety);*
    2. Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed);*
    3. [Hak untuk memilih (*the right to choose)*;](http://repository.unej.ac.id/)
    4. [Hak untuk di dengar (*the right to be heard).*](http://repository.unej.ac.id/)

[Selain itu perlu juga diketahui mengenai hak dan kewajiban](http://repository.unej.ac.id/) [konsumenseperti yang terdapatdalam Undang-Undang Nomor](http://repository.unej.ac.id/) [8 Tahun 1999](http://repository.unej.ac.id/) [tentangPerlindungan Konsumen, hak konsumen terdapat dalam Pasal 4](http://repository.unej.ac.id/) [menyebutkanbahwa hak konsumen antara lain:](http://repository.unej.ac.id/)

1. [Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan, dalammengkonsumsi](http://repository.unej.ac.id/) [barang dan/atau jasa;](http://repository.unej.ac.id/)
2. [Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkanbarang dan/atau](http://repository.unej.ac.id/) [jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dankondisi serta jaminan yang](http://repository.unej.ac.id/) [dijanjikan;](http://repository.unej.ac.id/)
3. [Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisidan](http://repository.unej.ac.id/) [jaminan barang dan/atau jasa;](http://repository.unej.ac.id/)
4. [Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barangdan/atau jasa yang](http://repository.unej.ac.id/) [digunakan;](http://repository.unej.ac.id/)
5. [Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upayapenyelesaian](http://repository.unej.ac.id/) [sengketa perlindungan konsumen secara patut;](http://repository.unej.ac.id/)
6. [Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;](http://repository.unej.ac.id/)
7. [Hak untuk diperlakukanatau dilayani secara benar dan jujurserta tidak](http://repository.unej.ac.id/) [diskriminatif;](http://repository.unej.ac.id/)
8. [Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/ataupenggantian,](http://repository.unej.ac.id/) [apabila barang dan/atau jasa yang tidak diterimatidak sesuai dengan](http://repository.unej.ac.id/) [perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;](http://repository.unej.ac.id/)
9. [Hak-hak yang diatur dalam ketentuanperaturan perundang-undangan](http://repository.unej.ac.id/) [lainnya.](http://repository.unej.ac.id/)

50Zulham, 2013, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Medan : Kencana, hlm.14

51Shidarta, 2004, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, Cetakan ke-2*, Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia, hlm.19-20

[Dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang](http://repository.unej.ac.id/) [Perlindungan](http://repository.unej.ac.id/) Konsumen juga disebutkan mengenai kewajiban konsumen, yaitu:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang/dan atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
2. Beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
3. [Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;](http://repository.unej.ac.id/)
4. [Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungankonsumen](http://repository.unej.ac.id/) [secara patut.](http://repository.unej.ac.id/)

## Gambaran Umum Tentang Dampak

## Pengertian Dampak

Pengertian dampak menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif maupun negatif. Pengaruh adalah daya yang ada dan timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Pengaruh adalah suatu keadaan dimana ada hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi.[52](#_bookmark51)

Dampak secara sederhana bisa diartikan sebagai pengaruh atau akibat. Dalam setiap keputusan yang diambil oleh seorang atasan biasanya mempunyai

52 Suharno dan Retnoningsih, 2010, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Semarang:Widya Karya,h. 243.

dampak tersendiri, baik itu dampak positif maupun dampak negatif. Dampak juga bisa merupakan proses lanjutan dari sebuah pelaksanaan pengawasan internal. Seorang pemimpin yang handal sudah selayaknya bisa memprediksi jenis dampak yang akan terjadi atas sebuah keputusan yang akan diambil. Dari penjabaran diatas maka kita dapat membagi dampak ke dalam dua pengertian yaitu ;

* + 1. Pengertian Dampak Positif

Dampak adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya. Sedangkan positif adalah pasti atau tegas dan nyata dari suatu pikiran terutama memperhatikan hal-hal yang baik. positif adalah suasana jiwa yang mengutamakan kegiatan kreatif dari pada kegiatan yang menjemukan, kegembiraan dari pada kesedihan, optimisme dari pada pesimisme.

Positif adalah keadaan jiwa seseorang yang dipertahankan melalui usaha- usaha yang sadar bila sesuatu terjadi pada dirinya supaya tidak membelokkan fokus mental seseorang pada yang negatif. Bagi orang yang berpikiran positif mengetahui bahwa dirinya sudah berpikir buruk maka ia akan segera memulihkan dirinya. Jadi dapat disimpulkan pengertian dampak positif adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang baik.

* + 1. Pengertian Dampak Negatif

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia dampak negatif adalah pengaruh kuat yang mendatangkan akibat negatif. Dampak adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain,

dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya. berdasarkan beberapa penelitian ilmiah disimpulkan bahwa negatif adalah pengaruh buruk yang lebih besar dibandingkan dengan dampak positifnya. Jadi dapat disimpulkan pengertian dampak negatif adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang buruk dan menimbulkan akibat tertentu.

## Dampak Wewangian yang Berbahaya bagi Tubuh

Penggunaan minyak wangi pada tubuh memang bisa meningkatkan kepercayaan diri seseorang. Akan tetapi zat-zat kimia yang terkandung dalam wewangian jelas akan berdampak buruk bagi kesehatan. Karena, sekecil apapun zat kimia berbahaya yang digunakan dalam wewangian akan menimbulkan efek tersendiri bagi kesehatan. Dokter Heather Patisaul, seorang ahli biologi di *North Carolina State University* mengungkapkan parfum tak hanya bisa membuat [seseorang alergi seperti bersin, sakit kepala, hingga pilek. Parfum yangmengandung](http://repository.unej.ac.id/) [*phthalates* atau disebut *dietil ftalat* (DEP) dapat mempengaruhifungsi paru-paru](http://repository.unej.ac.id/) [dan mengurangi jumlah sperma motil (sperma bergerak).](http://repository.unej.ac.id/)[53](#_bookmark52)

[Untuk produk wewangian yang berbahaya ciri-cirinya adalah produk](http://repository.unej.ac.id/) [tersebut memberikan reaksi atau efek samping secara langsung ketika](http://repository.unej.ac.id/) [digunakan.Produk tersebut akan langsung dirasakan oleh hidung ketika dihirup, dan](http://repository.unej.ac.id/) [anggotatubuh bagian lain yang disalurkan melalui sistem peredaran darah. Produk](http://repository.unej.ac.id/)

53Dian Maharani, 2015, Dampak Buruk Parfum bagi Kesehatan, [https://lifestyle.kompas.com/read/2015/02/17/120000523/Dampak.Buruk.Parfum.bagi.Kesehatan.](https://lifestyle.kompas.com/read/2015/02/17/120000523/Dampak.Buruk.Parfum.bagi.Kesehatan)D iakses pada tanggal 1 sept 2023 pukul 01.35

[tersebutantara lain seperti pengharum ruangan, *cologne,* minyak wangi](http://repository.unej.ac.id/) [semprot,*hairspray*, kuteks, dan lain-lain. Sementara itu, untuk produk sabun,](http://repository.unej.ac.id/) [sampo,lotion, dan sebagainya, efek akan muncul setelah produk tersebut terserap](http://repository.unej.ac.id/) [olehpori-pori kulit yang akhirnya masuk ke dalam bagian tubuh yang lebih dalam.](http://repository.unej.ac.id/)

## Dampak 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.[54](#_bookmark53)

*Parfum Refill* sendiri eksis di Indonesia antara tahun 1980-1990. Berawal di Jakarta lalu trend nya berpindah ke Bandung hingga saat ini sudah sangat mudah di temui toko-toko parfum refill di seluruh Indonesia, karena trend bisnis ini berkembang dengan pesat[55](#_bookmark54)

*Parfum refill* banyak menawarkan jenis-jenis parfum, mulai dari parfum lokal sampai internasional, jenisnya mulai dari bibit parfum hingga parfum campuran. Kualitas buruk dalam pembelian parfum isi ulang terkadang merasa aroma parfum yang diterima kurang menyengat seperti sebelumnya, hal ini bisa disebabkan oleh campuran dari bibit parfum itu sendiri, atau pemilihan jenis aroma yang diminta berbeda dari sebelumnya. Dan yang sering menjadi permasalahan pada parfum isi ulang yaitu daya tahan botol parfum yang kurang baik, mulai dari botol bocor atau cacat, dan tidak berfungsi dalam jangka waktu tertentu. Berbeda

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

55Ibid, hlm 46

dengan parfum bermerek yang sangat bagus kualitas dan awet bila disimpan dalam jangka lama.[56](#_bookmark55)

Parfum atau wewangian mengandung pelarut tambahan yang berfungsi sebagai media atau fondation baik parfum itu asli atau parfum yang terbuat dari bahan sintesis. Persentase kandungan bahan kimia dalam parfum antara kisaran 30

% tergantung dari jenis produknya. Namun dari beberapa analisa 95 % bahan kimia yang terkandung di dalam produk wewangian adalah bahan kimia sintetik yang berbahan dasar petroleum yang merupakan turunan benzene, aldehid atau zat yang umumnya terkenal beracun[57](#_bookmark56)

### IFRA ( International Fragrance Association )

IFRA atau International Fragrance Association adalah badan industri yang mewakili industri wewangian diseluruh dunia. Didirikan pada tahun 1973 di Jenewa

. IFRA menunjukkan bahan wewangian yang digunakan oeh pengusaha konsumen di dunia IFRA salah satunya menunjukkan standar-standar parfum atau fragrance yang akan dijual, atau wewanggian yang digunakan dalam parfum harus memenuhi Kode Etik dan standar IFRA yang memastikan wewangian tersebut aman.[58](#_bookmark57)

Kategori produk atau sediaan menurut IFRA :

1. Aerosol: Aerosol bertekanan: Saat menghitung konsentrasi bahan pewangi

56 Ibid, hlm 47

57 Iswara, F. P., Rubiyanto, D., dan Julianto, T. S. 2014. Analisis Senyawa Berbahaya Dalam Parfum Dengan Kromatografi Gas-Spektrometri Massa Berdasarkan Material Safety Data Sheet (MSDS). Indonesian Journal of Chemical Research, 1(2), hlm 18–27

58 WAN-IFRA. (2019). News Automation - A WAN-IFRA Guide To The Field. Frankfurt: WANIFRA.

1. diaerosol bertekanan, untuk menentukan kepatuhan terhadap Standar IFRA (penentuankonsentrasi mencapai kulit), batasnya adalah yang ada di produk jadi. Kontak kulit aerosol: Kontak kulit dari produk aerosol (mis. Penyegar
2. udara aerosol) sebagaimana didefinisikan dalam Kategori 9 berhubungan dengan produk-produk aerosol yang tidak dimaksudkan untukkontak kulit, tetapi penggunaannya dapat menyebabkan kontak kulit. Ini tidak termasuk deodoran / antiperspiran, alat bantu penata rambut dan semprotan.
3. After Sun Krim dan Produk Penyamakan Diri: Produk penyamakan setelah matahari dan tanpa matahari tidak ditujukan secara terpisah, tetapi termasuk dalam jenis produk utama yang sesuai (mis. Wajah krim, krim tubuh) sesuai dengan produk perawatan matahari lainnya. Produk yang digunakan pada luka bakar ringan kulit juga diharapkan masuk ke dalam kategori produk utama yang sesuai tanpa amandemen untuk QRA mereka yang sudah cukup konservatif. Gunakan produk untuk sangat kulit yang terbakar sinar matahari bisa menjadi skenario paparan yang berbeda, tetapi karena ini berbatasan dengan membutuhkan saran medis profesional untuk perawatan, ini dianggap di luar ruang lingkup dari kegiatan QRA ini.
4. Tabir surya: Produk yang mengandung tabir surya atau tabir surya tidak tercantum secara terpisah tetaptermasuk dalam jenis produk utama yang sesuai (mis. krim bibir yang mengandung tabir suryatermasuk dalam kategori produk bibir).
5. Semprotan hewan: Semprotan hewan (atau semprotan hewan peliharaan), dikategorikan dalam Kategori 11 IFRA QRA (non-kulit, kontak kulit

insidental). Untuk jenis produk khusus ini (di mana tidak ada directaplikasi untuk manusia) tidak perlu membedakan antara aerosol dan pompaaplikasi.

1. Mainan anak-anak: IFRA melarang penggunaan bahan pewangi dan campuran dalam mainan atau lainnya produk anak-anak di mana ada kemungkinan kontak mulut.
2. Produk Gigi
   1. Produk Pasta Gigi dan Obat Kumur: Dengan penerapan QRA pendekatan, Standar IFRA akan mencakup produk perawatan mulut.
   2. Perekat gigitiruan dan pemutih gigi
3. Popok, pembalut wanita, liner dan tampon: Seperti halnya semua jenis produk lainnya, kadar bahan pewangi dalam popok dan produk kesehatan feminin didasarkan pada produk akhir. Untuk klarifikasi, produk akhir di sini adalah popok, pembalut wanita atau liner atau tampon. Diakui bahwa produk seperti ini melibatkan pertimbangan khusus karena campuran aroma atau senyawatermasuk dalam produk akhir berdasarkan berat daripada konsentrasi persen. Klasifikasi ulang jenis-jenis produk ini mungkin diperlukan sebagai pemahaman tambahan dari pertimbangan-pertimbangan khusus ini karena berkaitan dengan ekspresi Standar IFRA yang dikembangkan lebih lanjut. H
4. Hydroalcoholics untuk kulit yang dicukur: Aftershave pria, colognes dan air toilet semuanya kemungkinan diterapkan pada kulit yang baru saja dicukur dan karenanya semua jenis produk ini termasuk dalam kategori 3 IFRA QRA.
5. Level Pragmatis Maksimum: Pertimbangan praktis memerlukan pengaturan level maksimum default dari bahan pewangi yang diidentifikasi sebagai sensitizer kulit untuk beberapa jenis produk. Tingkat pragmatis ini didefinisikan sebagai "tidak melebihi konsentrasi biasa dari senyawa pewangi dalam produk jadi". Dalam Tabel 1 level ini ditunjukkan dalam kolom yang diidentifikasi sebagai "Level Pragmatis Maksimum". Jika Tingkat Paparan yang Dapat Diterima (AEL) berasal dari QRA untuk bahan pewangi dalam jenis produk tertentu kurang dari konsentrasi yang diidentifikasi sebagai "Level Pragmatis Maksimum", AEL akan didahulukan dan diterapkan. IFRA dan RIFM akan menentukan apakah AEL atau "Level Pragmatis Maksimum" harus diterapkan. Nilai yang sesuai akan diberikan dalam Standar IFRA.
6. Kontak non-kulit atau produk kontak kulit insidental: Sebagian besar produk non-kontak kulit atau kontak kulit insidental (sebagaimana didefinisikan dalam Kode Praktik) termasuk dalam Kategori 11. Karena paparan kulit yang diabaikan dapat diperkirakan dari produk tersebut risiko induksi kepekaan kulit melalui formulasi normal dan penggunaan produk- produk tersebut dianggap dapat diabaikan. Dengan demikian, konsentrasi bahan pewangi tidak dibatasi dalam produk jadi.
7. Asupan produk oral: Semua produk perawatan mulut yang membawa wewangian, seperti produk wewangian lainnya, harus mengikuti Standar IFRA dan pedoman umum sebagaimana tercantum dalam Kode Praktik

IFRA. Standar IFRA untuk produk perawatan mulut, ketika didasarkan pada QRA, hanya membahas masalah titik akhir kepekaan kulit.

1. Sistem pengiriman novel: Sistem pengiriman novel (mis. Wewangian enkapsulasi) sangat bervariasi dalam pengirimannya dan oleh karena itu umumnya tidak dikategorikan.
2. Pembalut aroma dan kemasan foil: Pembalut aroma dan kemasan foil adalah dua jenis teknologi pengambilan sampel pewangi yang mengandung produk hidroalkohol untuk kulit yang tidak dicukur pada pembalut atau dalam kemasan foil. Dengan demikian jenis produk ini dikategorikan dalam Kategori 4 IFRA QRA.
3. Scent Strips: Konsentrasi senyawa pewangi atau minyak wangi yang digunakan untuk tinjauan kepatuhan IFRA tentang aroma yang akan digunakan dalam produk strip aroma (teknologi pengambilan sampel yang berpotensi digosokkan pada kulit) haruslah konsentrasi yang sama dengan digunakan untuk minyak wangi terkait (atau campuran wangi atau senyawa) dalam produk konsumen yang strip aroma dimaksudkan sebagai sampel. Misalnya, jika produk konsumen adalah produk hidroalkohol untuk kulit tidak dicukur yang mengandung 15% senyawa pewangi atau minyak wangi, maka konsentrasisenyawa pewangi atau minyak wangi yang akan digunakan dalam strip aroma harus 15% untuk ditinjau dalam Kategori IFRA QRA 4.
4. Jaringan: Jaringan atau jaringan wajah adalah jaringan lunak (kering) (IFRA QRA Kategori 9) yang biasanya terkandung dalam kotak. Tisu atau tisu

penyegar (IFRA QRA Kategori 5) adalah handuk lembab dan biasanya terkandung dalam kemasan plastik yang dapat ditutup kembali.

1. Kantong Gandum: Pemanasan bantalan dari berbagai bentuk atau ukuran yang diisi dengan biji-bijian untuk diterapkan pada area tubuh yang berbeda dan disajikan sebagai memberikan efek menenangkan dengan mengaplikasikannya baik hangat atau dingin.

Penggolongan bahan-bahan fragrance menurut IFR Aada 3 yaitu :

1. Prohibited (Larangan) yang artinya bahan ini tidak boleh digunakan sebagai bahan pewangi.
2. Spesification (spesifikasi) yang artinya bahan ini dapat digunakan hanya jika memenuhi kriteria yang dinyatakan dalam standar. Bahan pewangi tertentu dianggap aman untuk digunakan susai standar IFRA
3. Restriction (pembatasan) yang artinya bahan ini bisa digunakan tetapi dengan standar yang telah ditetapkan IFRA. Standar IFRA yang menetapkan batas kuantitatif pada penggunaan bahan pewangi, campuran bahan pewangi yang digunakan hanya boleh sampai konsentrasi maksimum yang ditentukan (IFRA, 2019)[59](#_bookmark58)

## Beragam jenis pewangian parfum

Secara umum parfum adalah campuran minyak esensial dan senyawa aroma, figsatif, dan pelarut yang digunakan untuk memberikan bau wangi untuk tubuh manusia, objek, atau ruangan. Sedangkan parfum menurut kamus Ilmiah

59

Populer adalah zat pewangi tubuh, wewangian.[60](#_bookmark59)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **DESIGNER** | **PRODUCTS NAME** |
| **1** | ADIDAS | TRAVELLER |
| **2** | ANNA SUI | ANABELLA |
| **3** | ANNA SUI | BARBIE |
| **4** | ANNA SUI | BEACH IDOL |
| **5** | ANNA SUI | FLIGHT FANCY |
| **6** | ANNA SUI | GWEN |
| **7** | ANNA SUI | SOUHAIT |
| **8** | ANTONIO BANDERAS | LATINO |
| **9** | ANTONIO BANDERAS | MELANIE |
| **10** | ANTONIO BANDERAS | KEYS |
| **11** | AVRIL LAVIGNE | BLACK DIAMOND |
| **12** | AVRIL LAVIGNE | BLACK FLOWER |
| **13** | AVRIL LAVIGNE | PINK FLOWERS |
| **14** | **BATH & BODY WORK** | **FRESH VANILLA** |
| **15** | BATH & BODY WORK | PINK BERRY |
| **16** | BEBE STORE | PINK HEART |
| **17** | BENNETON | IRONMAN PURE SPORT |
| **18** | BENNETON | PRECIOUS PINK |
| **19** | BENNETON | SPORTIVE |
| **20** | BEYONCE | BLUE FEVER |
| **21** | BODY SHOP | BODY MUSK |
| **22** | BODY SHOP | VANILLA B.SHOP |
| **23** | BODY SHOP | VANILLA MUSK |
| **24** | BODY SHOP | WHITE MUSK |
| **25** | BRITNEY SPEARS | CACHOTTERIE |
| **26** | BRITNEY SPEARS | CURIOS |
| **27** | BRITNEY SPEARS | DARK CRYSTAL |
| **28** | BRITNEY SPEARS | IMPROMPTU |
| **29** | BRITNEY SPEARS | NINE |
| **30** | BURBERRYS | BAILE |
| **31** | BURBERRYS | BRITISH |
| **32** | BURBERRYS | FIL ROUGE MEN |
| **33** | BURBERRYS | NEW BURLO |
| **34** | BURBERRYS | PERFUME |
| **35** | BURBERRYS | SUNDAY |
| **36** | BURBERRYS | BUTTERFLY INDO |
| **37** | BVLGARY | BLACK NERO |
| **38** | BVLGARY | BLUMEN |

60 M. Dahlan Al Barry, Ringkasan Fikih Sunnah : Sayyid Sabiq, h. 570

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **39** | BVLGARY | BLUE WOMEN |
| **40** | BVLGARY | BULGA MEN |
| **41** | BVLGARY | H2O |
| **42** | BVLGARY | KIRSTEN |
| **43** | BVLGARY | MANSTREME |
| **44** | BVLGARY | NOIR MUSK |
| **45** | BVLGARY | PAPYRUS |
| **46** | BVLGARY | PRISME |
| **47** | BVLGARY | ROSE B |
| **48** | BVLGARY | SCINTILLEMENT |
| **49** | BVLGARY | SEA GREEN |
| **50** | BVLGARY | SEA WORLD |
| **51** | BVLGARY | SOPHIA |
| **52** | BVLGARY | WHITE TEA |
| **53** | BVLGARY | AQUA |
| **54** | BVLGARY | XTREME |
| **55** | CALVIN KLEIN | BLACK ACAJOU |
| **56** | CALVIN KLEIN | CALVIN-1 |
| **57** | CALVIN KLEIN | DEAN |
| **58** | CALVIN KLEIN | GREEN ACAJOU |
| **59** | CALVIN KLEIN | IRELAND TWO |
| **60** | CALVIN KLEIN | SCANDALE |
| **61** | CALVIN KLEIN | STARMAN |
| **62** | CALVIN KLEIN | STELLA |
| **63** | CALVIN KLEIN | BLUE TECHNO |
| **64** | CALVIN KLEIN | BLUE STARMAN |
| **65** | CALVIN KLEIN | BLUE STELLA |
| **66** | CALVIN KLEIN | SEQUOIA B |
| **67** | CALVIN KLEIN | BLONDE |
| **68** | CAROLINA HERERA | WIRO 212 |
| **69** | CAROLINA HERERA | EROTICA |
| **70** | CAROLINA HERERA | HOT LINE |
| **71** | CAROLINA HERERA | SILVER CARACAS |
| **72** | CAROLINA HERERA | SWEET CARINA |
| **73** | CHACAREL | AMOR 2 |
| **74** | CHACAREL | BIAMOR |
| **75** | CHACAREL | NOVELLE |
| **76** | CHANEL | GALOP SPORT |
| **77** | CHANEL | INTEGRALE |
| **78** | CHANEL | UNEXPECTED |
| **79** | CHANEL | UNEXPECTED BLACK |
| **80** | CHLOE | I LOVE U |
| **81** | CHRISTIAN DIOR | ELECTRIC LEELOO PINK |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **82** | CHRISTIAN DIOR | IN LOVE 2 |
| **83** | CHRISTIAN DIOR | MADY GIRL |
| **84** | **CHRISTIAN DIOR** | **WILD EAGLE** |
| **85** | CHRISTIAN EAU DI GIOR | EAU DE GIOR |
| **86** | CHRISTINA AGUILERA | PINK LACE |
| **87** | CHRISTINA AGUILERA | RED LACE |
| **88** | CLINIQUE | ESPERANZA |
| **89** | CLINIQUE | TENDER |
| **90** | CUDDLE | ROSE POWDERY |
| **91** | CUSSON | BOUQUET |
| **92** | COUTURE | HONORINE |
| **93** | DAVID BECKHAM | BLACK ANIMAL |
| **94** | DAVID BECKHAM | BROOKLYN |
| **95** | DAVID BECKHAM | FOX |
| **96** | DAVID BECKHAM | RED ANIMAL |
| **97** | DAVIDOFF | FOUGERE FRAICHE |
| **98** | DAVIDOFF | KOALA WOMAN |
| **99** | DAVIDOFF | OMBRE MARINE |
| **100** | DAVIDOFF | WINNER |
| **101** | DIESEL | RED ANGIE |
| **102** | DIESEL | VANILLA ROSE |
| **103** | DOLCE & GABBANA | AUGUSTA ROSE |
| **104** | **DOLCE & GABBANA** | **CECIL** |
| **105** | DOLCE & GABBANA | DOLGA BLUE |
| **106** | DOLCE & GABBANA | DOLGA BLUE MEN |
| **107** | DOLCE & GABBANA | EUGENIE |
| **108** | DOLCE & GABBANA | PINK ONLY |
| **109** | DOLCE & GABBANA | SAPHIRE |
| **110** | DUNHILL | ALFRED |
| **111** | DUNHILL | ALBY |
| **112** | DUNHILL | BLUE MICHAEL |
| **113** | DUNHILL | DISCOVERY FRESH |
| **114** | DUNHILL | DJINN |
| **115** | DUNHILL | TRILLER |
| **116** | DUNHILL | PROF BLUE |
| **117** | DUNHILL | WISH-H |
| **118** | ELIZABETH ARDEN | FRUITY TEA |
| **119** | ELIZABETH ARDEN | GUNPOWDERY |
| **120** | ELIZABETH ARDEN | MANHATTAN |
| **121** | ELIZABETH ARDEN | TWILIGHT |
| **122** | ELIZABETH ARDEN | FRESH TEA |
| **123** | ESCADA | ANEGADA |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **124** | ESCADA | BINDI |
| **125** | ESCADA | CALIFORNIE MEN |
| **126** | ESCADA | CALIFORNIE WOMEN |
| **127** | ESCADA | FEELINGS MEN |
| **128** | ESCADA | FRUITY MUSK |
| **129** | ESCADA | POP |
| **130** | ESCADA | SIRENE |
| **131** | ESCADA | SUMMER NIGHT M |
| **132** | ESCADA | SUMMER NIGHT W |
| **133** | ESCADA | SPARKLE |
| **134** | ESTEE LAUDER | DREAM |
| **135** | ESTEE LAUDER | SPARKLING SEA |
| **136** | ETIENNE AIGNER | BLACK FIRE |
| **137** | ETIENNE AIGNER | BLUE MOTION |
| **138** | ETIENNE AIGNER | CYBORG |
| **139** | ETIENNE AIGNER | EXCLUSIF |
| **140** | ETIENNE AIGNER | PARFUM XXX |
| **141** | ETIENNE AIGNER | PIERROT |
| **142** | ETIENNE AIGNER | PURPLE AGATHE |
| **143** | ETIENNE AIGNER | RAMON |
| **144** | ETIENNE AIGNER | SKIN WOMEN |
| **145** | ETIENNE AIGNER | SKIN MEN |
| **146** | FACEBOOK | FACEBOOK |
| **147** | FERRARI | STALLONE |
| **148** | GARUDA | FLY |
| **149** | GATSBY | GASBY |
| **150** | GIORGIO ARMANI | AQUAMEN |
| **151** | GIORGIO ARMANI | AQUARIUS |
| **152** | GIORGIO ARMANI | ATLAS |
| **153** | GIORGIO ARMANI | GLITTER |
| **154** | GIORGIO ARMANI | LIGHT WATER |
| **155** | GIORGIO ARMANI | LIZZIE |
| **156** | GIORGIO ARMANI | LIZZIE LIGHT |
| **157** | GIORGIO ARMANI | SIGNAL |
| **158** | GIORGIO ARMANI | SIGNAL SPORT |
| **159** | GIVENCHY | GIRL FRIEND |
| **160** | GUCCI | GOOD FLORA |
| **161** | GUCCI | GREEN CRIME |
| **162** | GUCCI | MANCRIME |
| **163** | GUCCI | ME |
| **164** | GUCCI | SPRINT TWO |
| **165** | GUCCI | PINK ABBEY |
| **166** | GUESS | PARFUM MG |
| **167** | GUESS | GOLD RESILLE |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **168** | GUESS | PURPLE AMBER |
| **169** | GUESS | YELLOW AMBER |
| **170** | GUESS | AMBER |
| **171** | GUY LARONCHE | ALDO |
| **172** | GWEN STEFANIE | HARUKO |
| **173** | HELLO KITTY | KAWAI |
| **174** | HERMES | TERRE |
| **175** | HUGO BOSS | BLUE LEADER |
| **176** | HUGO BOSS | BOLD |
| **177** | HUGO BOSS | DARK COCHISE |
| **178** | HUGO BOSS | EDITION |
| **179** | HUGO BOSS | GREEN COCHISE |
| **180** | HUGO BOSS | HUBOS |
| **181** | HUGO BOSS | LEADER FEMME |
| **182** | HUGO BOSS | LEADER W |
| **183** | HUGO BOSS | LEADER-6 |
| **184** | HUGO BOSS | LIGHT GIRL |
| **185** | HUGO BOSS | MOTION |
| **186** | HUGO BOSS | PARFUM NO.3 |
| **187** | HUGO BOSS | PURPLE |
| **188** | HUGO BOSS | SIENNA |
| **189** | HUGO BOSS | SOLDIER |
| **190** | HUGO BOSS | TAGUEUR |
| **191** | HUGO BOSS | TAGUEUR WOMEN |
| **192** | HUGO BOSS | WILLIS ACQUA |
| **193** | HUGO BOSS | WONDERMEN |
| **194** | HUGO BOSS | BLACK LEADER |
| **195** | ISSEY MIYAKE | BEST MIYAKI |
| **196** | ISSEY MIYAKE | EMBRUNS |
| **197** | JAGUAR | BLACK MANOS |
| **198** | JAGUAR | MANAOS |
| **199** | JAGUAR | VISTA |
| **200** | JAMES BOND | LADY 007 |
| **201** | JENIFER LOPEZ | EVOLUTION |
| **202** | JENIFER LOPEZ | LASER |
| **203** | JENIFER LOPEZ | LUEUR |
| **204** | JENIFER LOPEZ | SWEET STILL |
| **205** | JO MALONE | FREESIA PEAR |
| **206** | JUSTINE BIEBER | JUSTINE |
| **207** | JUSTINE BIEBER | GOLD JUSTINE |
| **208** | KATTY PERRY | PINK CAT |
| **209** | KATTY PERRY | RONRON |
| **210** | KATTY PERRY | RED CAT |
| **211** | KENZO | BONZAI |
| **212** | KENZO | ESTIVALIA |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **213** | KENZO | FLOVERS |
| **214** | KENZO | LEOPARD |
| **215** | KENZO | MENFLOWERS |
| **216** | KENZO | POPPY |
| **217** | KENZO | TRAVEL |
| **218** | LACOSTE | CAL |
| **219** | LACOSTE | CAIMAN ESSENTIAL |
| **220** | LACOSTE | CAIMAN ROUGE |
| **221** | LACOSTE | ENCHANTERESSE |
| **222** | LACOSTE | CRUCIAL SPORT |
| **223** | LACOSTE | NATHAN |
| **224** | LACOSTE | SPORTMAN |
| **225** | LACOSTE | STILL YOUNG |
| **226** | LANCOME | BEGUIN |
| **227** | LANCOME | ILLUSION |
| **228** | LANCOME | MILAGRO |
| **229** | LANCOME | PURPLE BEGUIN |
| **230** | LANVIN | PROPOSAL |
| **231** | MAISON FRANCIS KURKDJIAN | BRIGHT RUBY |
| **232** | MARC JACOBS | PITAYA GIRL |
| **233** | MARLBORO | SPECTACULAR |
| **234** | MONT BLANC | ETOILE |
| **235** | MONT BLANC | GRETA |
| **236** | MONT BLANC | LONELY BLACK MOUNTAIN |
| **237** | MOSCHINO | LOVE 2 LOVE |
| **238** | MOSCHINO | MALICE |
| **239** | **NAGITA SLAVINA** | **GITAS** |
| **240** | NINA RICCI | GREEN NINIVE |
| **241** | ONE DIRECTION | BRIANA |
| **242** | PACO RABBANE | ALYA |
| **243** | PACO RABBANE | BLACK AXIS |
| **244** | PACO RABBANE | BLACK MARCO |
| **245** | PACO RABBANE | BLACK WESLEY |
| **246** | PACO RABBANE | BLUE WESLEY |
| **247** | PACO RABBANE | GOLD WESLEY |
| **248** | PACO RABBANE | MARCO |
| **249** | **PACO RABBANE** | **MARCO LUCKY** |
| **250** | PACO RABBANE | NELSON |
| **251** | PARFEX | 1 DIRECTION |
| **252** | PARFEX | AFRICA |
| **253** | **PARFEX** | **AMERICANO** |
| **254** | PARFEX | ANGELA |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **255** | PARFEX | BARCA |
| **256** | **PARFEX** | **BORJU** |
| **257** | PARFEX | CASA |
| **258** | PARFEX | CL |
| **259** | **PARFEX** | **COCONUT** |
| **260** | PARFEX | CR7 PLATINUM |
| **261** | PARFEX | EXTREME OUTDOOR |
| **262** | PARFEX | EMILIE |
| **263** | PARFEX | K-POP |
| **264** | PARFEX | MHZ |
| **265** | PARFEX | MANCHESTER |
| **266** | PARFEX | MHR |
| **267** | PARFEX | MESSY BALLON D'OR |
| **268** | **PARFEX** | **MARKLE** |
| **269** | **PARFEX** | **PRIMA DONNA** |
| **270** | PARFEX | SCARLETT AVENGER |
| **271** | PARFEX | COKLAT |
| **272** | PARFEX | SYH |
| **273** | PARFEX | VANILLA CAKE |
| **274** | PARIS HILTON | ARIELLE |
| **275** | PARIS HILTON | EIFFEL |
| **276** | PARIS HILTON | HILTON-W |
| **277** | PARIS HILTON | HOTEL |
| **278** | PARIS HILTON | KATHY |
| **279** | PARIS HILTON | MARISSA |
| **280** | PARIS HILTON | PARIS-W |
| **281** | PARIS HILTON | SATINE |
| **282** | PUMA | FELIN |
| **283** | QUICK SILVER | FRIENDLY |
| **284** | RALPH LAUREN | FOUGERE |
| **285** | RALPH LAUREN | MEL |
| **286** | RALPH LAUREN | SQUASH BLUE |
| **287** | REMY LATOUR | DJARUM |
| **288** | REVLON | CHAGOLD |
| **289** | REVLON | CHARLIE WHITE |
| **290** | REVLON | CHAVERT |
| **291** | SALVADOR DALI | POLAIRE |
| **292** | SALVATORE FERRAGAMO | ATHENA |
| **293** | SALVATORE FERRAGAMO | HUMPHREY |
| **294** | SALVATORE | SACHA |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | FERRAGAMO |  |
| **295** | SARAH JESICA PARKER | CARRIE |
| **296** | SARAH JESICA PARKER | LOVELY (C344/3) |
| **297** | SELENA GOMES | HEATHER |
| **298** | SPALDING | SPALDING |
| **299** | STELLA CLANDESTINE | POMEGRANATE |
| **300** | TAYLOR SWIFT | SWEET ALISON |
| **301** | **TAYLOR SWIFT** | **PURE ROSE** |
| **302** | TACHINI | STEEL DONNA |
| **303** | THIERRY MUGLER | PATCHOULY VANILLE |
| **304** | TOMMY HILFINGER | BEACH |
| **305** | TOMMY HILFINGER | TIMOTY |
| **306** | VERA WANG | BLACK LEIA |
| **307** | VERA WANG | LEIGHTON |
| **308** | VERSACE | DONATELLA |
| **309** | VERSACE | DONNA |
| **310** | VERSACE | TURQUOISE |
| **311** | VICTORIA SECRET | BLACKBERRY |
| **312** | VICTORIA SECRET | PINK DOG |
| **313** | VICTORIA SECRET | ROMANCE WISH |
| **314** | VICTORIA SECRET | SHELL |
| **315** | VICTORIA SECRET | VANILLA LACE |
| **316** | VICTORIA SECRET | SCANDALE VICTORIA |
| **317** | VICTORIA SECRET | SO SEXY |
| **318** | VICTORIA SECRET | WINGS |
| **319** | YSL | BLACKMATE |
| **320** | **YSL** | **DARK OPIAL** |
| **321** | ESCADA | CHERRY BLOOM |
| **322** | RAFFI AHMAD | RA |
| **323** |  | DEER MUSK |
|  |  |  |
| **324** |  | AJMAL |
| **325** |  | AL-KHANJAR |
| **326** |  | BAKHOOR |
| **327** |  | BUNGA |
| **328** |  | BUNGA 2 |
| **329** |  | BUNGA WALI |
| **330** |  | DALAL |
| **331** |  | FANCY BOUQUET |
| **332** |  | GOLDEN |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **333** |  | HAJAR SUPER |
| **334** |  | LIDOX |
| **335** |  | KASTURI KORMA |
| **336** |  | KERATON SUPER |
| **337** |  | LOKE |
| **338** |  | LORD |
| **339** |  | LOVLI ARH |
| **340** |  | MALAIKAT SABAH |
| **341** |  | MAN |
| **342** |  | MISIK PUTIH |
| **343** |  | MUSAFAR |
| **344** |  | MUSK JOVAN |
| **345** |  | NABAWI |
| **346** |  | NEBRAS |
| **347** |  | OUDH |
| **348** |  | SABAYA |
| **349** |  | SANDALROSE |
| **350** |  | SANDALWOOD |
| **351** |  | SERIBU BUNGA |
| **352** |  | SILVER |
| **353** |  | SOFT |
| **354** |  | SUBUH |
| **355** |  | SULTON |
| **356** |  | TEA ROSE |
| **357** |  | TOOTY MUSK |
| **358** |  | WARDA |
| **359** |  | ZAFRON MERAH |
| **360** |  | ZAFRON PUTIH |
| **361** |  | ZAHRAT ARH |
| **362** |  | APPLE |
| **363** |  | BABY SHOP |
| **364** |  | BLOSSOM |
| **365** |  | CHAMPACKA |
| **366** |  | CHAMPAKA |
| **367** |  | FRANGIPANIER |
| **368** |  | FRANGIPANIER (MAHAL) |
| **369** |  | KISPRAY |
| **370** |  | LAVENDER |
| **371** |  | LEMON LIME |
| **372** |  | MELON |
| **373** |  | ORANGE |
| **374** |  | STRAWBERRY |
| **375** |  | STRAWBERRY STRONG |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **376** |  | TUTTI FRUTTI |

## Gambaran Umum Tentang Undang-Undang

## Pengertian Undang-Undang

Undang-undang adalah peraturan perundang-undangan yang dibentuk oleh [Dewan Perwakilan Rakyat](https://id.wikipedia.org/wiki/Dewan_Perwakilan_Rakyat) atau dengan sebutan lain DPR dengan persetujuan bersama [Presiden](https://id.wikipedia.org/wiki/Presiden)[[1]](https://id.wikipedia.org/wiki/Undang-undang#cite_note-1). legislasi ialah proses pembuatan Undang-undang atau

penyempurnaan perangkat [hukum](https://id.wikipedia.org/wiki/Hukum) yang telah disahkan oleh badan [legislatif](https://id.wikipedia.org/wiki/Legislatif) dan

unsur [pemerintahan](https://id.wikipedia.org/wiki/Pemerintahan) eksekutif[61](#_bookmark60)

Sebelum disahkan, Undang-Undang disebut sebagai [rancangan Undang-](https://id.wikipedia.org/wiki/Rancangan_Undang-Undang)

[Undang.](https://id.wikipedia.org/wiki/Rancangan_Undang-Undang) Undang-Undang berfungsi untuk digunakan sebagai otoritas, untuk

mengatur, untuk menganjurkan, untuk menyediakan (dana), untuk menghukum, untuk memberikan, untuk mendeklarasikan, atau untuk membatasi sesuatu.

Suatu undang-undang biasanya diusulkan oleh anggota badan [legislatif](https://id.wikipedia.org/wiki/Legislatif) (misalnya anggota [DPR](https://id.wikipedia.org/wiki/DPR)), [eksekutif](https://id.wikipedia.org/wiki/Eksekutif) (misalnya [presiden](https://id.wikipedia.org/wiki/Presiden)), dan

selanjutnya dibahas di antara anggota [legislatif](https://id.wikipedia.org/wiki/Legislatif). Undang-undang sering kali

diamendemen (diubah) sebelum akhirnya disahkan atau mungkin juga ditolak.

Undang-undang dipandang sebagai salah satu dari tiga fungsi utama [pemerintahan](https://id.wikipedia.org/wiki/Pemerintahan) yang berasal dari doktrin [pemisahan kekuasaan.](https://id.wikipedia.org/wiki/Pemisahan_kekuasaan) Kelompok

61 [https://id.wikipedia.org/wiki/Undang-undang.](https://id.wikipedia.org/wiki/Undang-undang) diakses pada hari senin tanggal 23 september 2023 pukul 19.00 wib

yang memiliki kekuasaan formal untuk membuat legislasi disebut sebagai legislator (pembuat undang-undang), sedangkan badan [yudikatif](https://id.wikipedia.org/wiki/Yudikatif) pemerintah memiliki

kekuasaan formal untuk menafsirkan legislasi, dan badan [eksekutif](https://id.wikipedia.org/wiki/Eksekutif) pemerintahan

hanya dapat bertindak dalam batas-batas kekuasaan yang telah ditetapkan oleh hukum perundang-undangan.

## Dasar Hukum Tentang Perlindungan Hukum

Kehadiran hukum dalam masyarakat adalah untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan kepentingan-kepentingan yang biasa bertentangan antara satu sama lain. Maka dari itu, hukum harus bisa mengintegrasikannya sehingga benturan-benturan kepentingan itu dapat ditekan seminimal mungkin. Istilah “hukum” dalam bahasa Inggris dapat disebut sebagai law atau legal. Dalam subbab ini akan dibahas pengertian hukum ditinjau dari sisi terminologi kebahasaan yang merujuk pada pengertian dalam beberapa kamus serta pengertian hukum yang merujuk pada beberapa pendapat ataupun teori yang disampaikan oleh pakar. Pembahasan mengenai hukum disini tidak bermaksud untuk membuat suatu batasan yang pasti mengenai arti hukum karena menurut Immanuel Kant pengertian atau arti hukum adalah hal yang masih sulit dicari karena luasnya ruang lingkup dan berbagai macam bidang yang dijadikan sumber ditemukannya hukum. Pengertian terminologi hukum dalam Bahasa Indonesia menurut KBBI adalah peraturan atau adat yang secara resmi dianggap mengikat, yang dikukuhkan oleh penguasa ataupun pemerintah, undang-undang, peraturan, dan sebagainya untuk mengatur pergaulan hidup masyarakat, patokan atau kaidah tentang peristiwa alam tertentu, keputusan atau pertimbangan yang ditetapkan oleh hakim dalam pengadilan, atau

vonis[.62](#_bookmark61)

Pengertian perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan terhadap subyek hukun dalam bentuk perangkat hukum baik yang bersifat preventif maupun yang bersifat represif, baik yang tertulis maupun tidak tertulis. Dengan kata lain perlindungan hukum sebagai suatu gambaran dari fungsi hukum, yaitu konsep dimana hukum dapat memberikan suatu keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan dan kedamaian.[63](#_bookmark62)

## Perlindungan Hukum Bagi Konsumen

Berbicara tentang perlindungan konsumen *(consumer protection)*, berarti berbicara tentang salah satu sisi dari korelasi antara lapangan perekonomian dengan lapangan etika. Dalam kegiatan bisnis terdapat hubungan yang saling membutuhkan antara pelaku usaha dan konsumen. Kepentingan pelaku usaha adalah memperoleh laba (profit) dari transaksi dengan konsumen, sedangkan kepentingan konsumen adalah memperoleh kepuasan melalui pemenuhan kebutuhannya terhadap produk tertentu. Dalam hubungan yang demikian seringkali terdapat ketidaksetaraan antara keduanya. Konsumen biasanya berada dalam posisi yang lemah dan karenanya dapat menjadi sasaran eksploitasi dari pelaku usaha yang secara sosial dan ekonomi mempunyai posisi yang kuat. Oleh karena itu, diperlukan seperangkat aturan hukum yang dapat melindungi atau memberdayakan konsumen.

62Soedjono Dirdjosisworo, Pengantar Ilmu Hukum, ( Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008 ), h. 25-43.

63Rahayu, 2009, Pengangkutan Orang, etd.eprints.ums.ac.id. Peraturan Pemerintah RI, Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Tatacara Perlindungan Korban dan Saksi Dalam Pelanggaran Hak Asasi Manusia Yang Berat Undang-Undang RI, Nomor 23 Tahun 2004 Tentang Penghapusan Kekerasan Dalam Rumah Tangga

Perlindungan konsumen merupakan hak warga negara yang pada sisi lain merupakan kewajiban negara untuk melindungi warga negaranya, khusunya atas produk yang halal dan baik. Sehingga dalam menentukan aturan hukum tersebut diperlukan adanya campur tangan negara melalui penetapan sistem perlindungan hukum terhadap konsumen. Berkaitan dengan hal tersebut telah disahkan Undang-

Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.[64](#_bookmark63)

1. Perlidungan Konsumen di Indonesia

Masalah perlindungan konsumen di Indonesia baru mulai terjadi pada dekade 1970-an. Hal ini ditandai dengan berdirinya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada bulan Mei 1973. Ketika itu, gagasan perlindungan konsumen disampaikan secara luas kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan advokasi konsumen, seperti pendidikan, penelitian, pengujian, pengaduan, dan publikasi media konsumen. Ketika YLKI berdiri, kondisi politik bangsa Indonesia saat itu masih dibayang-bayangi dengan kampanye penggunaan produk dalam negeri. Namun, seiring perkembangan waktu, gerakan perlindungan konsumen dilakukan melalui koridor hukum yang resmi, yaitu bagaimana memberikan bantuan kepada masyarakat atau konsumen. [65](#_bookmark64)

Setelah itu, sejak dekade 1980-an, gerakan atau perjuangan untuk mewujudkan sebuah undang-undang tentang perlindungan konsumen dilakukan selama bertahun-tahun. Pada masa Orde Baru, Pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) tidak memiliki greget besar untuk mewujudkannya karena terbukti

64 Yessy Kusumadewi, SH., MH. Grace Sharon, SH., MH. 2022. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Lembaga Fatimah Azzahrah, hal.9-10

65 *Ibid, hal. 13-14*

pengesahan Rancangan Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen (RUUPK) selalu ditunda.

Baru pada era reformasi, keinginan terwujudnya UUPK bisa terpenuhi. Pada masa pemerintahan BJ Habibie, tepatnya tanggal 20 April 1999, RUUPK secara resmi disahkan sebagai UUPK. Dengan adanya UUPK, jaminan atas perlindungan hak-hak konsumen di Indonesia diharapkan bisa terpenuhi dengan baik. Masalah perlindungan konsumen kemudian ditempatkan kedalam koridor suatu sistem hukum perlindungan konsumen, yang merupakan bagian dari sistem hukum nasional.

1. Lahirnya UU tentang Perlindungan Konsumen

Pada tanggal 20 April 1999 Pemerintah Indonesia telah mensahkan dan mengundangkan Undangundang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang Perlindungan Konsumen ini diharapkan dapat mendidik masyarakat Indonesia untuk lebih menyadari akan segala hak-hak dan kewajiban-kewajibannya yang dimiliki terhadap pelaku usaha. Sebagaimana tertera dalam konsiderans Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang menyatakan bahwa untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya, serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggungjawab.[66](#_bookmark65)

Urusan perlindungan konsumen ternyata sangat beragam dan begitu pelik. Konsumen tidak hanya dihadapkan pada suatu keadaan untuk memilih yang terbaik

66 *Ibid, hal. 15-17*

bagi dirinya, melainkan juga pada keadaan tidak dapat memilih karena adanya praktek “monopoli” oleh satu atau lebih pelaku usaha atas kebutuhan utama/vital konsumen dalam menjalani kehidupannya sehari-hari. Berbagai penguasaan atau monopoli atas kepentingan-kepentingan yang meliputi hajat hidup orang banyak oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN) maupun Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) sedikit banyak turut memperburuk pengetahuan hak-hak konsumen dalam praktek.

Konsumen sering kali dihadapkan pada persoalan ketidak-mengertian dirinya ataupun ketidak-jelasan akan pemanfaatan, penggunaan maupun pemakaian barang dan/atau jasa yang disediakan oleh pelaku usaha, karena kurang atau terbatasnya informasi yang disediakan. Selain itu, konsumen juga seringkali dihadapkan pada bargaining position yang sangat tidak seimbang (posisi konsumen sangat lemah dibanding pelaku usaha). Hal tersebut tercermin dalam perjanjian baku yang sudah disiapkan secara sepihak oleh pelaku usaha dan konsumen harus menerima serta menandatanganinya tanpa bisa ditawar-tawar lagi atau *“Take it or leave it”*

Berdasarkan kondisi tersebut, upaya pemberdayaan konsumen menjadi sangat penting. Namun, pemberdayaan konsumen akan sulit terwujud jika kita mengharapkan kesadaran pelaku usaha terlebih dahulu. Hal tersebut dikarenakan pelaku usaha dalam menjalankan usahanya menggunakan prinsip ekonomi, yaitu mendapatkan keuntungan sebesarbesarnya dengan modal sekecil-kecilnya. Artinya, dengan pemikiran umum seperti itu sangat mingkin konsumen akan dirugikan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Adanya UUPK yang mengatur perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha. UUPK justru bisa mendorong iklim usaha yang sehat serta mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan yang ada dengan menyediakan barang/jasa yang berkualitas. Dalam penjelasan umum UUPK disebutkan bahwa dalam pelaksanaannya akan tetap memberikan perhatian khusus kepada pelaku usaha kecil dan menengah.

1. Pengertian Perlindungan Hukum Konsumen

Perlindungan Hukum ialah memberikan perlindungan terhadap masyarakat dan juga pengayoman atas hak-hak masyarakat, agar tidak dirugikan oleh orang lain, dan masyarakat dapat menikmati juga merasakan semua hak yang diberikan oleh hukum itu sendiri. Perlindungan hukum dalam kata lain merupakan suatu upaya yang diberikan oleh pemerintah atau penegak hukum untuk mengasihi rasa aman secara fisik maupun secara gangguan dari segala ancaman pihak lain. 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. [67](#_bookmark66)

Menurut Muchsin, perlindungan hukum ialah suatu kegiatan yang dikhususkan untuk melindungi individual dengan memadankan kaidah-kaidah atau nilai-nilai dalam menciptakan suatu tindakan dan juga sikap pergaulan sesama

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

manusia.[68](#_bookmark67) Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, (KBBI) kata pengamanan berasal dari kata “lindung” yang artinya melindungi, mencegah atau melindungi dan menguatkan. Arti dari kata perlindungan itu sendiri memiliki unsur-unsur yaitu, unsur dalam melindungi, unsur tindakan.

Dengan itu kata melindungi yang dari pihak tertentu dan menggunakan cara tertentu juga.[69](#_bookmark68) Menurut (Siddharth, 2004) hukum perlindungan konsumen itu selalu berperoses atau membaur juga selalu terhubung dengan berbagai macam bidang ataupun cabang hukum yang lainnya, karena setiap para cabang hukum atau bidang Hukum akan memiliki aspek yang biasa disebut dengan (konsumen)'[.70](#_bookmark69) Manfaat dari menerapkannya sebuah undang-undang perlindungan konsumen ialah untuk memberikan keamanan dan juga kenyamanan agar terhindar dari hal yang tidak di inginkan oleh masyarakat atau disebut juga dengan (konsumen).

1. Asas Perlindungan Hukum Konsumen

Upaya perlindungan konsumen di tanah air didasarkan pada sejumlah asas dan tujuan yang telah diyakini bisa memberikan arahan dalam implementasinya di tingkatan praktis. Dengan adanya asas dan tujuan yang jelas, hukum perlindungan konsumen memiliki dasar pijakan yang benar-benar kuat.[71](#_bookmark70)

* 1. Asas Perlindungan Konsumen

Berdasarkan UUPK pasal 2, perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dengan

68 Muchsin, Perlindungan hukum, Jakarta: Diadit Media , 2010

69 Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Edisi Kelima, Cet. 1, (Jakarta: Balai Pustaka), 595.

70 Siddharth, Perlindungan Konsumen, Jakarta: Diadit Media, 2014

71 *Ibid, hal. 17-*

pembangunan nasional.

## Asas Manfaat

Maksud asas ini adalah untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar- besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

## Asas Keadilan

Asas ini dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat bisa diwujudkan secara maksimal dan memberi kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

## Asas Keseimbangan

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti material dan spiritual.

## Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang/jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

## Asas Kepastian Hukum

Asas ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

* 1. Tujuan Perlindungan Konsumen

Dalam UUPK pasal 3, disebutkan bahwa tujuan perlindungan konsumen

adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang/jasa;
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha;
6. Meningkatkan kualitas barang/jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Sudikno Mertokusumo memandang asas hukum sebagai berikut: “Asas hukum secara umum merupakan asas dasar atau norma dasar yang diuraikan dari hukum positif sedangan ilmu hukum tidak dipandang dari putusan-putusan yang sifatnya lebih umum. Asas hukum umum itu merupakan pengendapan hukum positif dalam suatu masyarakat. Asas hukum bukanlah asas hukum yang konkrit, melainkan asas dasar yang bersifat umum dan juga abstrak atau asas yang konkrit

dan menjadi sebuah landasan bagi setiap hukum atau undang-undang dan peraturan serta putusan-putusan dalam peradilan yang bersifat positif dan juga dapat ditemukan. Karakteristik dan fitur atu ciri-ciri yang umum dalam aturan konkret.”[72](#_bookmark71) Asas-asas hukum itu meliputi nilai-nilai moral yang berfungsi untuk menetralkan dan juga mentiadakan terjadinya konflik dalam hukum dengan sistem yang ada. Karena asas hukum adalah tanda yang logis dari kaidah hukum itu sendiri, maka asas hukum harus selalu ada agar dapat terus membentuk kaidah hukum sesuai kebutuhan masyarakat. Dalam rangka mengoptimalisasikan perlindungan hukum bagi konsumen, terdapat beberapa asas yang menjadi pegangan atu pedoman terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Menurut Az. Nasution dalam berpendapat bahwa hukum konsumen ialah asas-asas atau aturan hukum yang mengatur antara hubungan dan masalah semua pihak, yang terkait

dengan barang atau jasa konsumen dalam kehidupan masyarakat.[73](#_bookmark72)

Menurut Abdul Halim Barkatullah, sistem perlindungan konsumen adalah sebagai berikut.[74](#_bookmark73)

1. Membentuk suatu sistem yang mengandung kepastian hukum serta informasi terhadap perlindungan konsumen.
2. Memberikan keamanan atas kepentingan konsumen dan para pelaku usaha yang khusus pada umumnya
3. Mengoptimalkan pelayanan jasa dan juga meningkatkan kualitas barang tersebut.

72 Sudikno Mertokusumo, Penemuan Hukum Sebuah Pengantar (Yogyakarta: Liberty, 2007), 15 73Az. Nasution, Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2009, Hukum perlindungan konsumen , Jakarta:Sinar Grafika, hlm.25

74Abdul Halim, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia (Jakarta: Akademia, 2012)

1. Memberi keaman atau perlindungan untuk konsumen dari segala praktih jual beli yang dapat menyesatkan atau merugikan (penipuan).
2. Membuat perkembangan atau penyelenggaraan konsumen dengan bidang yang lain.
3. Macam-macam perlindungan hukum

Menurut Hadjod Perlindungan Hukum itu sendiri terdiri dari dua hal, yang pertama pencegahan (Hukum Preventif) dan yang kedua pemaksaan (Represif).[75](#_bookmark74)

1. Perlindungan Hukum Preventif Pencegahan atau hukum Peventif merupakan suatu bentuk dari perlindungan hukum, sebagaimana yang telah kita ketahui bawsannya perlindungan hukum tersebut memberi kesempatan kepada masyarakat agar mengajukan pendapatnya jika ada yang merasa keberatan atas suatu putusan yang ditetapkan oleh pemerintah, sebelum putusan itu didefinitifkan.
2. Perlindungan Hukum Represif Pemaksaan atau Hukum Represif adalah perlindungan hukum yang lebih difokuskan untuk penyelesaian dalam sengketa. Dengan pengertian, perlindungan hukum merupakan suatu gambaran dimana didalamya berisi suatu fungsi dari hukum itu sendiri, memiliki tujuan dan juga konsep jika hukum itu akan memberikan suatu keadilan juga kemanfaatan, kepastian, dan kedamaian.[76](#_bookmark75)

75 Philip Kotler dan Armstrong terjemahan Alexander Sindoro, 2000, Dasar-dasar Pemasaran, bagian 1 dan 2, Jakarta: Prenhallindo, hlm.7

76 Soerjono Soekanto, Pengantar Penelitian Hukum (Jakarta: UI Press, 1984), 135

## Perlindungan Hukum Dalam Undang-Undang Perlindungen Konsumen

1. Pengrtian perlindungan konsumen dalam undang-undang perlindungan konsumen

Perlindungan konsumen adalah sebuah upaya untuk memberi keamana atau perlindungan dan juga kepastian hukum kepada para konsumen sebagai mana yang telah disebutkan dalam Undang-Undang Nomer 8 Tahun 1999, Pasal 1 Ayat

(1) tentang perlindungan konsumen.[77](#_bookmark76) Perlindungan konsumen memang menjadi kebutuhan karena ada kaitannya dengan peningkatan masyarakat dan kesejahteraan masyarakat dalam dunia perdagangan atau bisnis dan perusahaan saat ini.

Keinginan yang ingin diwujudkan dan dibentuk dalam perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen untuk bisa memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999, undang-undang tersebut bukan hanya membahas perlindungan masyarat tetapi juga mengatur tentang hal-hal hukum ada ada kaitannya juga dengan usaha atau produsen. karena kepastian hukum itu sangat penting dan harus dijujung tinggi oleh pemerintah setempat.

1. Asas dan tujuan perlindungan konseman dalam undang-undang perlindungan konsumen

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, mengingat Undang- Undang terebut sampai saat ini perlindungan konsumen belum banyak mendapat perhatian di Indonesia, kurangnya penanganan khusus dari pemerintah sendiri, maka Undang- Undang 8 Tahun 1999 diharapkan dapat lebih memberikan perlindungan lebih

77 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 angka 1.

kepada konsumen dan tindak lanjutan hukum apabila terjadi kerugian atau penipuan terhadap konsumen. Dalam rangka mengoptimalisasikan perlindungan hukum bagi konsumen, terdapat beberapa asas yang menjadi pegangan atu pedoman terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Asasasas tersebut dirumuskan dalam Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang meliputi “perlindungan konsumen berdasarkan manfaat, keadilan, keseimbangan, keselamatan dan keamanan konsumen serta kepastian hukum”.[78](#_bookmark77) Ditegaskan untuk perlindungan konsumen agar dapat diselenggarakan atau dimunculkan sebagai usaha bersama. Berdasarkan pembangunan Nasional dalam asas yang relevan.

Berdasarkan 5 asas yaitu sebagai berikut:

* 1. Asas manfaat: berupaya untuk mengotimalkan dalam perlindungan konsumen supaya dapat memberikan penyelenggaraan dan manfaat yang besar secara menyeluruh untuk konsumen dan para pelaku usaha.
  2. Asas keadilan: dimaksudkan untuk seluruh masyarakat supaya dapat memberikan kemaksimalan dalam mewujutkan dan memperoleh hak-hak dari konsumen dan juga pelaku usaha agar mendapat kedudukan yang adil.
  3. Asas keseimbangan: yang mana dalam asa ini menjelaskan tentang arti materiil agar mendapat keseimbangan antara konsumen dan pelaku usaha dalam pemerintah dengan artian spiritual.
  4. Asas kemanan dan keselamatan konsumen: dimana asa tersebut memberi segala kemanan dan juga keselamatan dalam rangka pemanfaatan barang atau jasa yang digunakan oleh konsumen atau pelaku usaha.

78Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 2

* 1. Asas kepastian hukum: agar para konsumen dan pelaku usaha dapat memperoleh haknya yang berupa keadilan dan kepastian hukum atas terselenggaranya perlindungan konsumen dan para pelaku usaha dan konsumen dapat mentaati agar mendapat kepastian atau perlindungan dalam hukum.[79](#_bookmark78)

Sebagai mana yang telah diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mempunyai tujuan sebagai berikut.[80](#_bookmark79)

1. Mengoptimalkan kemampuan dan juga kesadaran terhadap konsumen agar ada rasa kemandirian untuk bisa melindungi diri.
2. Menjujung tinggi kewibawaan atas konsumen agar dapat menjauh dari hal- hal yang bersifat negatif terhadap barang atau jasa
3. Mengoptimalkan terhadap hak-hak konsumen agar dapat menentukan atau memilih sebagaimana hak konsumen.
4. Membentuk suatu sistem agar konsumen terlindungi dalam kepastian hukum dan juga mengandung unsur keterbukaan terhadap berbagai informasi.
5. Meningkatkan kesadaran dan tanggung jawab terhadap perlindungan konsumen sebagai pelaku usaha juga dituntut agar bersikap adil dan juga jujur dalam perniaganan.

79 Sutarman Yodo, 2004, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta:Rajawali Pers, hlm. 25- 26

80Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 3

1. Meningkatkan keamanan dan juga kenyamanan atas kualitas atau kuantitas barang atau jasa agar mendapatkan menjamin keselamatan konsumen.
2. Pengertian konsumen dan pelaku usaha
   1. Pengertian Konsumen

Konsumen secara umum didefinisikan sebagai pengguna bisa juga sebagai pembeli, pengguna dan pemakai barang atau jasa untuk tujuan tertentu. Pengertan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mejelaskan bahwa konsuman atau setiap pengguna barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat ialah ditunjukan untuk kepentingan atau kebutuhan dirinya sendiri, keluarganya ataupun orang lain dan “bukan untuk diperjual belikan”. Berdasarkan pemaparan di atas yang menjelakan ciri-ciri dari konsumen itu sendiri, maka dikenal sebagai “tidak untuk diperdagangkan” atau *“End Customer”*.

Di dunia perniagaan ada orang yang membeli barang atau jasa dan nantinya akan dijual kembali, biasanya pedagang sembako atau kebutuhan pokok yang menjual kembali ditoko pedesaan. menurut Pasal 1 UndangUndang Nomor. 5 Tahun 1999 mengulas bagaimana konsep konsumen yang menjelaskan tentang politik monopoli dan pencegahan persaingan atas kecurangan dagang. Dan menjelaskan tentang definisi konsumen yang berarti “konsumen" adalah setiap pengguna atau pembeli barang atau jasa untuk kepentingannya sendiri atau untuk kepentingan orang lain.[81](#_bookmark80) Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 menyatakan bahwa semua barang atau jasa yang disediakan khusus untuk konsumen dalam masyarakat adalah untuk dirinya sendiri, keluarganya,

81 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang politik monopoli dan persaingan tidak sehat Pasal 1

orang lain dan tidak untuk diperniagakan.[82](#_bookmark81) Sebagaimana yang telah dinyatak oleh Celina, Az. Nasution menyebutkan dan mempertegas beberapa batasan-batasan tentang konsumen, yaitu: [83](#_bookmark82)

1. Konsumen komensal ialah orang yang memperoleh barang atau jasa yang dapat ditujukan untuk kebutuhan tertentu
2. Konsumen antara setiap orang yang telah mendapatkan barang atau jasa dan barang tersebut bisa diperjual belikan atau diperdagangkan sesuai dengan tujuan konsumen tersebut
3. Konsumen akhir adalah jika seseorang telah mendapatkan barang atau jasa yang dapat memenuhi kebutuha rumah tangga atau kebutuha pribadinya dan barang tersebut tidak untuk diperniagakan.

Dalam berteransaksi pastinya kita membutuhkan seserang yang mempunyai peranan penting seperti para konsumen. Yang mana mempunyai perjanjian yang mengikat antara pelaku usaha atau produsen. Peranan konsumen bukan hanya membeli barang yang telah disediakan para pelaku usaha atau produsen melainkan mengkonsumsi barang yang telah didapatkan sesuai dengan tujuan kebutuhan.

1. Hak konsumen

Setiap orang pasti mendapatkan hak dan kewajibannya masingmasing, termasuk hak dan kewajiban sebagai konsumen atau pengguna barang atau jasa.

82 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 angka 2

83 Az. Nasution, 2011, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta: Diadit Media, hlm. 5

Pejelasan mengenai hak-hak untuk para konsumen harus konkrit agar masyarakat dapat melakukan sebagai mana mestinya para konsumen yang mandiri. Konsumen dan pedagang harus selalu melakukan aktivitas perdagangan yang jujur dan sehat, tidak boleh ada kecurangan karna bisa merugikan salah satu pihak. sehingga perlu adanya regulasi yang dapat menyeimbangkan konsumen dan pedagang, seperti yang telah tertulis dalam UndangUndang Nomor. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mengatur terhadap hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha.[84](#_bookmark83)

Ada 4 (empat) hak dasar konsumen yang secara umum, yaitu:

* 1. Hak untuk mendapatkan keamana ( *the right to safety*)

Hak ini bertujuan agar konsemen dijauhkan dari pemasaran barang atau jasa yang dapat mengancam keamanannya, maka dari situ pemerintang bertanggung jawab dan juga menjamin keselaman para konsumen dari hal-hal yang tidak dinginkan. Keaman dan juga perlindungan konsumen sangat penting dan utama untuk diterapkan dimasyarakat.

* 1. Hak untuk mendapatkan informasi *(the right to be informed*)

Untuk para konsumen sangatah penting untuk mendapat informasi mengenaik hak prerogratif agar mengetahui konsumen tersebut bisa kembali atau tidak barang yang pernah didapatkan sesuai keinginan dan tujuannya tersebut, tanpa ditunjang dalam tingkat pendidikan atau penghasialanyang sangat memadai maka hak tersebut tidak ada artinya.

* 1. Hak untuk memilih*(the right to choose)*

84Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Hak tersebut sangat pinting karena para konsumen dapat memilih sesuai yang dibutuhkan dan setelah memilih maka harus dipersiapkan atau ditujukkan oleh pelaku usaha dengan cara baik penuh dengan kejujuran

* 1. Hak untuk didengar ( the right to be hear)

Dalam hak tersebut keluhan konsumen juga harus didengar dan harapan para konsumen dalam mengkonsumsi barang yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha atau produsen. Selain itu dalam kebijakan pemerintah menjamin kepentingan konsumen tersebut harus diperhatikan Sebagaimana pemaparan ke empat hak diatas menunjukkan bahwa bagian dari deklarasi atau mengumumkan bahwasannya hak asasi manusia telah ditetapkan dalam PBB(Permusyawaratan bangsa-bangsa) pada tanggal 10 Desember 1948, yang mana pada pasal 3,8,19,21,dan juga pada pasal 26 telah diorganisasikan persatuan konsumen sedunia. (*Organization of Consumer unionIOCU*) dan ada tambahan empat dasar mengenai hak konsumen yang lainnya:

* + 1. Hak agar mendapatkan perlengkapan yang sesuai kebutuhan. 2) Hak agar mendapatkan ganti rugi. 3) Hak agar mendapatkan pembelajaran atas konsumen. 4) Hak agar menadapatkan lingkungan yang bersih dan juga sehat. Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Konsumen menetapkan 9 (sembilan) hak konsumen yang tertuang dalam Pasal 452 yaitu:

1. Hak atas keamanan dan juga keselamatan dalam menggunakan barang atau jasa.
2. Hak untuk dapat memilih barang yang sesuai dengan apa yang ingin ditukarkan dan juga dapat menjamin atas barang atau jasa tersebut.
3. Hak atas informasi yang benar dan menjamin kualitas barang atau jasa tersebut.
4. Hak agar mendapat perlindungan sebagaimana mestinya.
5. Hak agar memperoleh pelatihan khusus terhadap konsumen
6. Hak agar mendapatkan perlakuan yang baik serta tidak mendapat perlakuan yang diskriminatif.
7. Hak agar memperoleh ganti rugi apabila ada ketidak larasan dengan perjanjian.
8. Hak agar memperoleh ketentuan yang sudah ditetapkan dalam perundang undangan.

Jika para konsumen telah mendapatkan hak-hak yang telah disebutkan diatas maka selaku konsumen dilarang untuk melakukan hal-hal yang tidak diinginkan. Setiap ada hak pasti selalu ada yang namanya kewajiban. Yang mana kewajiban tersebut juga harus dipenuhi sebagaimana kewajiban konsumen tersebut telah disebutkan atau telah dijelaskan dalam UndanUndang Nomor 8 Tahun 1999 dalam Pasal 5 tentang perlindungankondumen, sebagai berikut:[85](#_bookmark84)

1. Dapat mengetahui petunjuk atas pemakaiyan atau dapat membaca manfaat dari barang atau jasa demi mendapat keamanan.
2. Berprilaku baik saat berlangsungnya perniagaan atau pertukaran barang atau jasa
3. Membayar sesuai dengan kesepakatan.
4. Berupaya agar dapat menyelesaikan prosedur hukum sengkrta terhadap perlindungan konsumen dengan patuh.

85Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 5

Hak-hak konsumen tersebut sebenarnya bersumber dari hak-hak dasar umum yang diakui secara internasional. Hak dasar tersebut pertama kali dikemukakan oleh Presiden AS John F. Kennedy, di depan Konggres AS pada tanggal 15 Maret 1962 tentang *“A Special Message for the Protection of Consumer Interest”* atau yang lebih dikenal dengan istilah “Deklarasi Hak Konsumen” *(Declaration of Consumer Right)*. Deklarasi tersebut menghasilkan empat hak dasar konsumen (the four consumer basic right) yang meliputi hak-hak sebagai berikut:[86](#_bookmark85)

* 1. *The right to safe products: hak untuk mendapatkan produk yang aman;*
  2. *The right to be informed about products: hak untuk mendapatkan informasi tentang produk;*
  3. *The right to definite choices in selecting products: hak untuk memilih produk yang dikehendaki;*
  4. *To be heard regarding consumer interests: hak untuk didengar pendapat/ keluhannya.*

1. Kewajiban konsumen

Kewajiban Konsumen diatur dalam Pasal 5 UndangUndang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen antara lain :

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/ atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati; [87](#_bookmark86)

86 *Ibid, hal. 53*

87 *Ibid, hal. 54*

1. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Adanya kewajiban tersebut dimaksudkan agar konsumen sendiri dapat memperoleh hasil yang optimum atas perlindungan dan/atau kepastian hukum bagi dirinya.

1. Kedudukan Konsumen
2. *Let the buyer beware (caveat emptor)* Pelaku usaha dan konsumen seimbang sehingga tidak perlu perlindungan.
3. *The due care theory* Pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk melakukan prinsip kehati-hatian dalam memasyarakatkan produk (barang/ jasa).
4. *The privity of contract* Pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk melindungi konsumen, tetapi hal itu baru dapat dilakukan apabila di antara mereka terjalin suatu hubungan kontraktual.
5. Prinsip kontrak bukan merupakan syarat Kontrak bukan merupakan syarat untuk menetapkan eksistensi suatu hubungan hukum.

## Gambaran Umum Pelaku Usaha

## Pengertian Pelaku Usaha

Pembangunan ekonomi di Indonesia salah satunya adalah sektor perdagangan yang melibatkan konsumen dan pelaku usaha. Pelaku usaha sering diartikan oleh masyarakat sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan jasa. Sedangkan menurut Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang

Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut: “Pelaku Usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersamasama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”

Dalam mata rantai bisnis, suatu produk yang dihasilkan oleh pabrik akan menempuh proses dari pihak-pihak tertentu hingga sampai di pasar dan akhirnya jatuh ke tangan konsumen.

## Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Hak pelaku usaha menurut ketentuan Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen, adalah :[88](#_bookmark87)

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
3. Hak untuk melakukan pembelaan hukum sengketa konsumen;
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan,
5. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya

88 Elia Wuria, 2015, Hukum Perlindungan Konsumen, Yogyakarta: Graha Ilmu, hlm.61

## Kewajiban Pelaku Usaha

Kewajiban Pelaku Usaha dalam Pasal 7 UndangUndang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen antara lain meliputi:[89](#_bookmark88)

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
5. 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;
6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
7. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Kewajiban pelaku usaha merupakan konsekuensi dari hak-hak konsumen.

89 Yessy Kusumadewi, SH., MH. Grace Sharon, SH., MH, ibid, hal. 60-61

Jika disimak baik-baik, nampak bahwa kewajiban-kewajiban tersebut merupakan manifestasi hakhak konsumen dalam sisi lain untuk menciptakan “budaya” tanggungjawab pada diri para pelaku usaha.

## larangan Bagi Pelaku Usaha

Meskipun secara prinsip, kegiatan pelaku usaha pabrikan dengan pelaku usaha distributor berbeda, namun Undang-undang tidak membedakan kewajiban yang harus dipenuhi oleh kedua pelaku usaha tersebut, demikian juga berbagai larangan yang dikenakan untuk keduanya. Sedikit perbedaan tetapi cukup signifikan adalah sifat saat terbitnya pertanggungjawaban terhadap kegiatan usaha yang dilakukan oleh masing-masing pelaku usaha terhadap para konsumen yang mempergunakan barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diberikan.

Pertanggungjawaban berkaitan erat dengan macam dan jenis ganti rugi yang dapat dikenakan bagi pelaku usaha yang melanggar satu atau lebih ketentuan dalam Undangundang ini. Dalam hukum pembuktian, saat lahirnya atau hapusnya pertanggungjawaban dari satu pelaku usaha dan beralihnya pertanggungjawaban tersebut kepada pelaku usaha lainnya harus dibuktikan. Hal tersebut dimaksudkan, agar tidak merugikan konsumen maupun pelaku usaha lainnya, sehingga dapat tercipta asas kepatutan dan keadilan, serta kepastian hukum bagi semua pihak.[90](#_bookmark89)

Dalam Pasal 8 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan larangan bagi pelaku usaha, yaitu:

1. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang: [91](#_bookmark90)

90 Yessy Kusumadewi, SH., MH. Grace Sharon, SH., MH, ibid, hal. 65

91 Elia Wuria, 2015, Hukum Perlindungan Konsumen, ibid, hal. 65

* 1. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
  2. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
  3. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
  4. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
  5. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
  6. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
  7. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
  8. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label;
  9. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, naa dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
  10. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

1. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
2. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat, atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
3. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran..

Kegiatan yang dilarang bagi pelaku usaha diatur dalam Bab IV UUPK, yang terdiri dari 10 pasal (pasal 8 sampai dengan pasal 17). Dari keseluruhan pasal tersebut, terlihat bahwa pada dasarnya seluruh larangan yang berlaku bagi pelaku usaha pabrikan juga dikenakan bagi pelaku usaha distributor. Namun, tidak semua larangan yang dikenakan bagi pelaku usaha distributor (dan/atau jaringannya) dikenakan bagi pelaku usaha pabrikan.

Pada dasarnya UUPK tidak memberikan perlakuan yang berbeda kepada masing-masing pelaku usaha yang menyelenggarakan kegiatan usaha, sepanjang para pelaku usaha tersebut menjalankannya secara benar dan memberikan informasi yang cukup, relevan, dan dapat dipertanggungjawabkan, serta tidak menyesatkan konsumen yang akan mempergunakan atau memakai atau memanfaatkan barang

dan/atau jasa yang diberikan tersebut.

## Tanggungjawab Hukum Pelaku Usaha Dan Ganti Rugi Kepada Konsumen

Lahirnya tanggungjawab hukum bagi pelaku usaha kepada konsumen memberikan gambaran bahwa:[92](#_bookmark91)

1. Konsumen berada pada posisi yang secara ekonomis kurang diuntungkan;
2. Konsumen semata-mata bergantung pada informasi yang diberikan pelaku usaha;
3. Mayoritas penduduk masih berpendidikan rendah, sehingga bila informasi diberikan tanpa disertai edukasi akan kurang bermanfaat.

Sebagai konsekuensi hukum dari pelarangan yang diberikan oleh UUPK, dan sifat perdata dari hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen, maka demi hukum, setiap pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha yang merugikan konsumen, memberikan hak kepada konsumen yang dirugikan tersebut untuk meminta pertanggungjawaban dari pelaku usaha yang merugikannya, serta untuk menuntut ganti rugi atas kerugian yang diderita oleh konsumen tersebut. Tanggungjawab Pelaku Usaha menurut UUPK Diatur khusus dalam Bab VI, terdiri atas 10 pasal antara lain : [93](#_bookmark92)

* 1. Tujuh pasal mengatur pertanggung jawaban pelaku usaha (Pasal 19, Pasal 20, Pasal 21,Pasal 24, Pasal 25, Pasal 26 dan Pasal 27);
  2. Dua pasal mengatur pembuktian (Pasal 22 dan Pasal 28);
  3. Satu pasal mengatur penyelesaian sengketa (Pasal 23)

92 Yessy Kusumadewi, SH., MH. Grace Sharon, SH., MH, ibid, hal. 71

93 Yessy Kusumadewi, SH., MH. Grace Sharon, SH., MH, ibid, hal. 72

Berdasarkan ps 163 HIR dan ps 1865 KUH Perdata maka setiap pihak yang mendalilkan adanya sesuatu hak, maka pihak tersebut harus membuktikannya. Jadi bila konsumen menuntut haknya terhadap pelaku usaha yang merugikannya, maka konsumen tersebut yang harus membuktikan. Namun dalam UUPK (ps. 22 dan ps. 28), kewajiban pembuktian tersebut “dibalikkan” (pembuktian terbalik) menjadi beban dan tanggung jawab pelaku usaha sepenuhnya. Jadi ketentuan mengenai tanggungjawab dan ganti rugi dalam UUPK merupakan lex spesialis terhadap ketentuan umum yang ada dalam KUH Perdata.

Hal-hal yang harus diperhatikan bila konsumen mengajukan gugatan

hukum:

* + 1. Penentuan pelaku usaha yang akan digugat, produsen, distributor, importir, retail atau perusahaan periklanan;
    2. UUPK tidak mengenal konsep Product Liability;
    3. Jenis produk *(consumer goods)* yang secara hukum dapat dimintai pertanggungjawabannya.

Pelaku usaha (produsen) dalam pembuatan produk dapat dilakukan melalui beberapa tahap antara lain: tahap penyelidikan, perencanaan, pengelolaan, pengemasan dan pengepakan/ pembungkusan. Pada masing-masing tahap tersebut, produsenlah yang mengetahui persis apa yang telah dilakukan. Jika kemudian produk yang di pasarkan pelaku usaha sampai di tangan konsumen ternyata menimbulkan kerugian bagi konsumen, maka produsen tidak boleh mengelak dari tanggung jawab atas produk yang telah di buatnya tersebut, kecuali terjadi *sabotase*

dari pihak ketiga atau kesalahan terjadi pada konsumen itu sendiri.

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen diatur tentang hak dan kewajiban pelaku usaha atau produsen yang menyebutkan bahwa:[94](#_bookmark93)

Pasal 6 UU No.8 Th.1999 yang di maksud Hak Pelaku Usaha adalah:

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
5. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya

Hak-hak pelaku usaha barulah dapat dituntut oleh pelaku usaha sepanjang kewajiban-kewajiban pelaku usaha sudah dilaksanakan dengan baik. Jika belum maka pelaku usaha tidak layak menerima hak tersebut tetapi justru harus berhadapan dengan hukum untuk mempertanggung jawabkan kewajibankewajiban sebagai pelaku usaha.

94 Yessy Kusumadewi, SH., MH. Grace Sharon, SH., MH, ibid, hal. 73

Karena hak-hak yang di berikan Undangundang kepada pelaku usaha merupakan konsekuensi yang logis dari kewajiban yang dilakukan oleh pelaku uasaha yang merupakan wujud dari tanggung jawab pelaku usaha. Maka pelaku usaha dalam hal ini harus melakukan kewajibannya dengan baik, karena jika tidak maka layak untuk mendapatkan sanksi. Kewajibankewajiban pelaku usaha dalam UU No.8 Th 1999 dalam Pasal 7 adalah sebagai berikut: Kewajiban-Kewajiban Pelaku Usaha: [95](#_bookmark94)

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
2. Memberikan informasi yan benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
5. 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 diperdagangkan.
6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yangditerima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.

95 Yessy Kusumadewi, SH., MH. Grace Sharon, SH., MH, ibid, hal. 74-75

Maka dalam hal tersebut di atas pelaku usaha dapat dikenakan pertanggung jawaban apabila barangbarang yang dibeli oleh konsumen terdapat:

1. Konsumen menderita kerugian akibat mengkonsumsi barang/jasa yang diproduksi produsen.
2. Produk cacat dan berbahaya dalam pemakaian secara normal.
3. Bahaya terjadi tetapi tidak diketahui sebelumnya

Ada 3 (tiga) ciri-ciri dari pemasaran barangbarang produksi yang merupakan sifat melawan hukum yaitu:

1. Memasarkan barang-barang yang berbahaya atau tidak masuk akal (yang seharusnya tidak dipasarkan *( onredelijk)*
2. Keadaan dan proses yang melengkapi adanya perbuatan yang melawan hukum (misalnya kesalahan dalam konstruksi, pembuatan, pemasangan, pengawasan, instruksi, dll).
3. Pemakaian secara normal dari barang itu dan dipercaya betul dari keadaan yang baik dari barang itu.(Purwadi Patrik,1995)