BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa praktik *mislabeleding* pada produk kosmetik di Indonesia merupakan perbuatan melanggar hukum yang dapat merugikan konsumen baik secara material maupun immaterial. *Mislabeleding* terjadi ketika informasi yang tercantum pada label produk tidak sesuai dengan kondisi yang sebenarnya, penghilangan informasi yang wajib, atau kesalahan dalam mencantumkan komposisi bahan. Berdasarkan hukum perdata, hal ini melanggar kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang jujur dan akurat kepada konsumen, yang merupakan hak konsumen yang dijamin oleh undang-undang. Dengan demikian, tindakan tersebut dapat dikualifikasikan sebagai perbuatan melanggar hukum sesuai dengan Pasal 1365 KUHPerdata yang mengharuskan pelaku usaha bertanggung jawab atas kerugian yang timbul akibat *mislabeleding* tersebut.

Tanggung gugat pelaku usaha terhadap *mislabeleding* ini tidak hanya didasarkan pada kesalahan yang disengaja, tetapi juga kelalaian dalam menjalankan kewajiban hukum untuk memberikan informasi yang tepat. Prinsip *liability based on fault* (tanggung gugat berdasarkan kesalahan) mengharuskan pelaku usaha untuk bertanggung jawab apabila terbukti ada kelalaian dalam memastikan kebenaran informasi produk. Hal ini sesuai dengan asas kehati-hatian dalam hukum perdata yang menuntut pelaku usaha untuk lebih berhati-hati dalam memberikan informasi yang dapat memengaruhi keputusan konsumen. Selain itu,

apabila perbuatan *mislabeling* ini dilakukan tanpa adanya kesalahan yang disengaja, maka pelaku usaha tetap dapat dimintai pertanggungjawaban atas dasar tanggung gugat risiko, mengingat produk yang dikeluarkan memiliki potensi risiko yang membahayakan konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha dalam industri kosmetik perlu lebih meningkatkan pengawasan terhadap seluruh proses produksi dan distribusi produk agar sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

4.2 Saran

Pelaku usaha di industri kosmetik harus lebih teliti dan bertanggung jawab dalam mencantumkan informasi pada kemasan produk, baik mengenai komposisi, klaim, maupun tanggal kedaluwarsa, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Indonesia. Pelaku usaha perlu meningkatkan kontrol kualitas dan memastikan bahwa produk yang dipasarkan tidak hanya aman digunakan, tetapi juga informasi yang tertera pada label mencerminkan kondisi sebenarnya. Selain itu, pelaku usaha perlu memahami betul kewajiban mereka dalam hal transparansi informasi, agar tidak menyesatkan konsumen dan menghindari kemungkinan tuntutan hukum yang dapat merusak reputasi merek dan menimbulkan kerugian. Pemerintah, dalam hal ini BPOM, juga diharapkan untuk memperkuat pengawasan terhadap praktik pelabelan produk kosmetik dan memberikan sanksi yang lebih berat terhadap pelanggaran yang dilakukan, terutama yang berkaitan dengan klaim palsu dan penyembunyian informasi penting yang seharusnya dicantumkan pada produk.

Selain pengawasan yang ketat, pemerintah sebaiknya terus memperbarui regulasi yang mengatur pelabelan kosmetik, dengan mempertimbangkan perkembangan industri yang pesat dan kebutuhan konsumen terhadap informasi

yang akurat. Untuk mendukung hal ini, pelaku usaha juga harus diberi pelatihan atau edukasi terkait pentingnya standar kualitas dan etik dalam pemasaran produk kosmetik. Konsumen pun perlu diberikan pemahaman lebih dalam mengenai pentingnya memeriksa label dan klaim produk sebelum membeli, serta bagaimana cara melaporkan pelanggaran yang ditemukan. Upaya ini akan meningkatkan perlindungan konsumen dan mencegah terjadinya kerugian lebih lanjut akibat praktik *mislabeled* yang merugikan.