

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN TERKAIT
INFORMASI YANG TIDAK SESUAI PADA LABEL PRODUK
KOSMETIKA DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN
1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

Nama : Geofanny Ariesta Manalu
Jurusan/Program Studi : Hukum/Ilmu Hukum
Pembimbing : 1. Dr. Hwian Christianto, S.H., M.H.
2. Dr. Elly Hernawati, S.H., M.Hum.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan analisa terhadap perlindungan hukum bagi konsumen atas tindakan pelaku usaha yang memberikan informasi bohong pada label produk kosmetik. Metode penelitian yang digunakan adalah metode yuridis normatif, yaitu metode penelitian yang memecahkan masalah berdasarkan literatur berupa peraturan perundang-undangan dan literatur lainnya yang ada kaitannya dengan pokok bahasan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tindakan pelaku usaha melanggar ketentuan pada Pasal 4 huruf a dan c, Pasal 7 huruf a dan b serta Pasal 8 ayat (1) huruf a dan i UU Perlindungan Konsumen serta Pasal Pasar 8 huruf a Peraturan BPOM Nomor 17 Tahun 2022, Pasal 4 huruf a dan Peraturan BPOM Nomor 30 Tahun 2020. Oleh karena itu, pelaku usaha bertanggung jawab sesuai Pasal 19 UU Perlindungan Konsumen, maka tanggung gugat pelaku usaha terhadap kerugian konsumen dapat dimintakan atas perbuatan melawan hukum berdasarkan ketentuan Pasal 1365 KUHPerdara.

Kata Kunci : *Perlindungan Konsumen, Informasi Tidak Sesuai, Kosmetik*

***LEGAL PROTECTION OF CONSUMERS RELATED MISLEADING
INFORMATION ON COSMETIC PRODUCT LABELS REVIEWED FROM
ACT NUMBER 8 OF 1999 CONCERNING CONSUMER PROTECTION***

*Name : Geofanny Ariesta Manalu
Discipline/Study Programme : Law/Legal Science
Contributor : 1. Dr. Hwian Christianto, S.H., M.H.
2. Dr. Elly Hernawati, S.H., M.Hum.*

ABSTRACT

This research aims to outline an analysis of legal protection for consumers for the actions of business actors who provide false information on cosmetic product labels. The research method used is the normative juridical method, namely a research method that solves problems based on literature in the form of statutory regulations and other literature that is related to the subject matter. The results of this research show that the actions of business actors violate the provisions in Article 4 Letters A and c, Article 7 letters a and b, also Article 8 (1) Letters a and i of the Protection Law Consumers as well as Market Article 8 Letter A of BPOM Regulation Number 17 of 2022, Article 4 Letter A and BPOM Regulation Number 30 of 2020. Therefore, business actors are responsible by Article 19 of the Consumer Protection Law, so business actors can be held liable for consumer losses for unlawful acts based on the provisions of Article 1365 of the Civil Code.

Keywords : Consumer Protection, False Information, Cosmetics