

UNIVERSITAS BATANGHARI

FAKULTAS HUKUM



SKRIPSI

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP RELASI (*RESELLER*)

PELAKU USAHA PRODUK DAVIENA SKINCARE DI

KABUPATEN TANJUNG JABUNG TIMUR

Diajukan Untuk Mengikuti Ujian Skripsi Pada Program Studi Ilmu Hukum

Fakultas Hukum Universitas Batanghari Jambi

Oleh

DWI AMELIA SEPTI PUTRI

NIM. 2100874201186

Tahun Akademik

2024/2025

**UNIVERSITAS BATANGHARI
FAKULTAS HUKUM**

HALAMAN PERSETUJUAN

Nama Mahasiswa : Dwi Amelia Septi Putri

Nomor Induk Mahasiswa : 2100874201186

Program Studi / Strata : Ilmu Hukum / S1

Program Kekhususan : Hukum Bisnis

Judul Skripsi :

Perlindungan Hukum Terhadap Relasi (Reseller) Pelaku Usaha Produk

Daviena Skincare Di Kabupaten Tanjung Jabung Timur

Telah Disetujui Untuk Diuji Pada Sidang Skripsi Dihadapan Tim Penguji

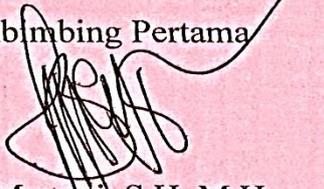
Fakultas Hukum Universitas Batanghari

Jambi,

Januari 2025

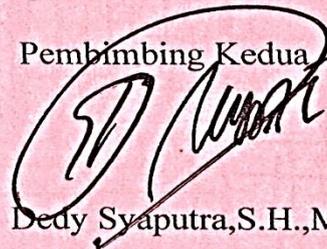
Menyetujui:

Pembimbing Pertama



Hj. Maryati, S.H., M.H

Pembimbing Kedua



Dedy Syaputra, S.H., M.H

Ketua Bagian Hukum Bisnis



H. Abdul Hariss, S.H., M.Hum.

UNIVERSITAS BATANGHARI
FAKULTAS HUKUM

HALAMAN PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Dwi Amelia Septi Putri

Nomor Induk Mahasiswa : 2100874201186

Program Studi / Strata : Ilmu Hukum / S1

Program Kekhususan : Hukum Bisnis

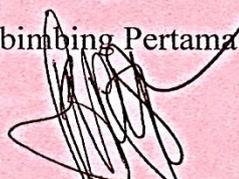
Judul Skripsi :

**Perlindungan Hukum Terhadap Relasi (Reseller) Pelaku Usaha Produk
Daviena Skincare Di Kabupaten Tanjung Jabung Timur**

Telah Berhasil Dipertahankan Dihadapan Sidang Skripsi Tim Penguji
Pada Hari Jumat Tanggal 31 Bulan Januari Tahun 2025 pukul 13.30 WIB
Di Ruang Ujian Skripsi Anwar Kertapati
Fakultas Hukum Universitas Batanghari

Disahkan oleh:

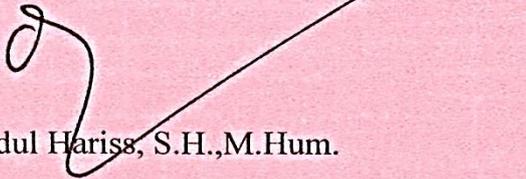
Pembimbing Pertama


Hj. Maryati, S.H.,M.H

Pembimbing Kedua


Dedy Syaputra, S.H.,M.H

Ketua Bagian Hukum Bisnis


H. Abdul Hariss, S.H.,M.Hum.

Jambi, Januari 2025

Dekan Fakultas Hukum
Universitas Batanghari


Dr. M. Muslih, SH.,M.Hum.

UNIVERSITAS BATANGHARI
FAKULTAS HUKUM

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Nama Mahasiswa : Dwi Amelia Septi Putri

Nomor Induk Mahasiswa : 2100874201186

Program Studi / Strata : Ilmu Hukum / S1

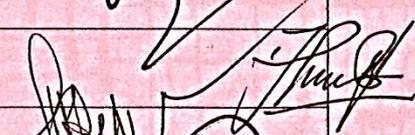
Program Kekhususan : Hukum Bisnis

Judul Skripsi :

**Perlindungan Hukum Terhadap Relasi (Reseller) Pelaku Usaha Produk Daviena
Skincare Di Kabupaten Tanjung Jabung Timur**

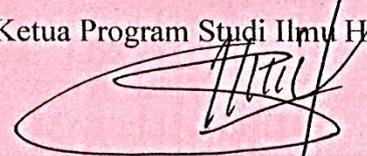
Skripsi ini Telah Diujikan dan Dinyatakan Lulus oleh Tim Penguji
Pada Hari Jumat Tanggal 31 Bulan Januari Tahun 2025 pukul 13.30 WIB
Di Ruang Ujian Skripsi Anwar Kertapati
Fakultas Hukum Universitas Batanghari

TIM PENGUJI

Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
H. Abdul Haris, S..H.,M.HUM	Ketua	
Ahmad Zulfikar, S.H., M.H.	Penguji Utama	
Hj. Maryati,S.H., M.H	Penguji Anggota	
Dedy Syaputra, S.H.,M.H	Penguji Anggota	

Jambi, Januari 2025

Ketua Program Studi Ilmu Hukum


Dr. S. Sahabuddin, SH/M.Hum

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Dwi Amelia Septi Putri

Nomor Induk Mahasiswa : 2100874201186

Program Studi / Strata : Ilmu Hukum / S1

Program Kekhususan : Hukum Bisnis

Judul Skripsi :

Perlindungan Hukum Terhadap Relasi (Reseller) Pelaku Usaha Produk Daviena Skincare Di Kabupaten Tanjung Jabung Timur

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan dalam skripsi ini, kecuali yang disebutkan sumbernya merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan, serta pemikiran saya dengan pengarahannya dari pada pembimbing yang ditetapkan;
2. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di Fakultas Hukum Universitas Batanghari maupun Fakultas Hukum Perguruan Tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan keaslian skripsi ini saya nyatakan dengan sebenarnya, dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti-bukti ketidakbenaran pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh berdasarkan perundang-undangan yang berlaku.

Jambi, Januari 2025

Mahasiswa yang bersangkutan



DWI AMELIA SEPTI PUTRI

ABSTRAK

**Dwi Amelia Septi Putri / 2100874201186 / Fakultas Ilmu Hukum / Hukum
Bisnis / Perlindungan Hukum Terhadap Relasi (Reseller) Pelaku Usaha
Produk Daviena Skincare Di Kabupaten Tanjung Jabung Timur /
Pembimbing 1 Hj. Maryati,S.H.,M.H. Pembimbing 2 Dedy Syaputra,
S.H.,M.H.**

Penelitian ini menyoroti pentingnya kepercayaan konsumen temuan menunjukkan bahwa kepercayaan memainkan peran penting dalam membina hubungan yang lebih kuat antara bisnis dan konsumen, meningkatkan loyalitas, dan mempromosikan kolaborasi. Selain itu, penelitian ini membahas perlindungan hukum yang tersedia bagi *reseller*, menekankan hak mereka atas informasi, keamanan, dan representasi yang jelas, sebagaimana diuraikan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Indonesia. Sirkulasi cepat produk yang tidak sesuai dengan peraturan, seperti yang dari BPOM, menimbulkan tantangan bagi kepercayaan konsumen, karena informasi yang salah dapat menyebabkan keyakinan yang salah tentang kualitas produk. Studi ini diakhiri dengan rekomendasi untuk meningkatkan kesadaran konsumen dan kepercayaan di pasar.

Kata kunci: Kepercayaan, Perlindungan Hukum Bagi *Reseller*, UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

ABSTRAK

**Dwi Amelia Septi Putri / 2100874201186 / Fakultas Ilmu Hukum / Hukum
Bisnis / Legal Protection for Relationships (Resellers) of Daviena Skincare
Product Business Actors in East Tanjung Jabung Regency / Supervisor 1 Hj.
Maryati, S.H., M.H. Supervisor 2 Dedy Syaputra, S.H., M.H.**

This research highlights the importance of consumer trust. Findings show that trust plays a critical role in fostering stronger relationships between businesses and consumers, increasing loyalty, and promoting collaboration. Additionally, this research discusses the legal protection available to resellers, emphasizing their rights to information, security and clear representation, as outlined in Law Number 8 of 1999 concerning Indonesian Consumer Protection. The rapid circulation of products that do not comply with regulations, such as those from BPOM, poses a challenge to consumer confidence, as misinformation can lead to false beliefs about product quality. The study concludes with recommendations for increasing consumer awareness and trust in the market.

Keywords: Trust, Legal Protection for Resellers, Law no. 8 of 1999 concerning Consumer Protection.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah S.W.T karena Berkat Rahmat dan Karunia-Nya Peneliti dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi yang berjudul **“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP RELASI (RESELLER) PELAKU USAHA PRODUK DAVIENA SKINCARE DI KABUPATEN TANJUNG JABUNG TIMUR”** dapat diselesaikan. Sholawat dan salam semoga tersampaikan kepada Nabi Muhammad S.A.W.

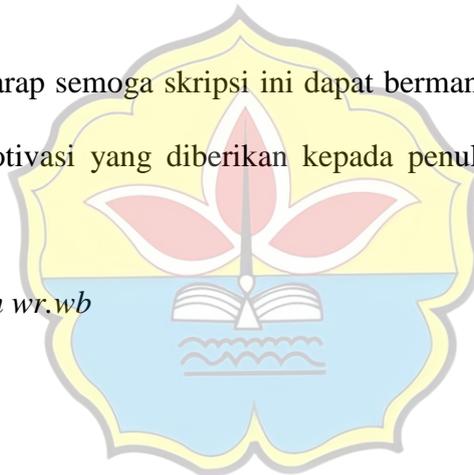
Pada penyusunan skripsi ini penulis menyadari banyak pihak yang telah membantu baik materil maupun moril dari berbagai pihak. Selanjutnya dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada beberapa pihak terutama kepada:

1. Ibu Afdalisma, S.H.,M.Pd., Rektor Universitas Batanghari.
2. Bapak Dr. M. Muslih, S.H., M.Hum., Dekan Fakultas Hukum Universitas Batanghari.
3. Bapak Dr. S. Sahabuddin, S.H.,M.Hum., Ketua Program Studi Ilmu Hukum Universitas Batanghari.
4. Bapak H. Abdul Hariss, S.H., M.Hum., Ketua Bagian Kekhususan Hukum Bisnis Fakultas Hukum Universitas Batanghari Jambi.
5. Ibu Hj. Maryati, S.H., M.H., Pembimbing Pertama pada penulisan skripsi ini.
6. Bapak Dedy Syaputra, S.H., M.H, Pembimbing Kedua pada penulisan skripsi ini

7. Dosen dan Staf Fakultas Hukum Universitas Batanghari Jambi yang selama ini membantu penulis dalam perkuliahan.
8. Kedua orangtua penulis yang tercinta, Ayahanda Widodo. S dan Ibunda Asih Subakti yang selalu mendoakan dan memberikan dukungannya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang terlibat dalam membantu penulis selama proses penyelesaian proposal skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua serta bimbingan dan motivasi yang diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT.

Wassalamualaikum wr.wb



Jambi, Januari 2025

Hormat Penulis

DWI AMELIA SEPTI PUTRI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian dan Penulisan.....	7
D. Kerangka Konseptual.....	7
E. Landasan Teoritis	11
F. Metodologi Penelitian	15
G. Sistematika Penulisan	17
BAB II : TINJAUAN UMUM TENTANG TENTANG PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP RELASI (RESELLER) PELAKU USAHA	
A. Perlindungan Hukum	19
1. Perlindungan Hukum	19

2. Perlindungan hukum Dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999	23
3. Perlindungan hukum Dalam Undang-undang Informasi Dan Transaksi Elektronik Nomor 11 Tahun 2008	24
B. Relasi (Reseller) Pelaku Usaha	26
1. Reseller	26
2. Pelaku Usaha	30
C. Overclaim.....	33

**BAB III : TINJAUAN UMUM TENTANG PRODUK DAVIENA
SKINCARE**

A. Pengertian Skincare dan Daviena	36
1. Skincare.....	36
2. Daviena.....	38
B. Macam-macam Produk Daviena Skincare.	41
C. Pemasaran Produk	45

BAB IV : PEMBAHASAN

A. Perlindungan Hukum Terhadap Relasi (Reseller) Pelaku Usaha Dalam Kasus Overclaim Pada Produk Daviena Skincare Di Kabupaten Tanjung Jabung Timur.....	48
---	----

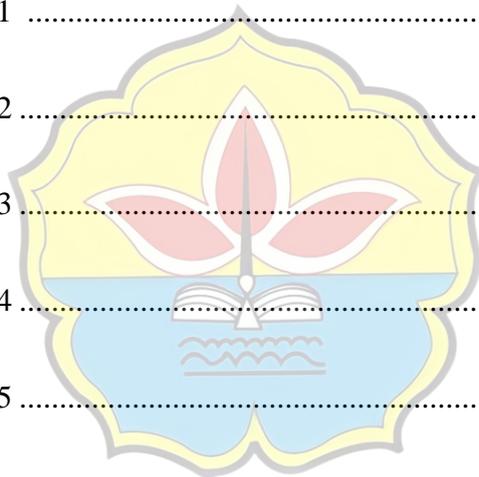
B. Penyelesaian Atau Solusi Dari Pelindungan Hukum Mengenai Kasus Overclaim Pada Relasi (Reseller) Pelaku Usaha Di Kabupaten Tanjung Jabung Timur	58
---	----

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	64
B. Saran	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	42
Gambar 2	42
Gambar 3	43
Gambar 4	43
Gambar 5	44
Gambar 6	49
Gambar 7	51
Gambar 8	61



DAFTAR PUSTAKA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perdagangan, niaga, dan perusahaan sangat penting bagi sistem ekonomi dan aktivitas komersial yang kuat, itulah sebabnya masyarakat memerlukan peraturan yang jelas dan mengikat untuk mendorong perkembangannya. Singkatnya, hukum bisnis adalah sekumpulan peraturan yang mengatur proses perdagangan, industri, dan keuangan yang berkaitan dengan penciptaan, penjualan, dan pertukaran barang dan jasa melalui pengambilan risiko modal oleh perusahaan tertentu dengan tujuan menghasilkan laba.¹

Eksekusi, yang didefinisikan sebagai "proses di mana suatu rencana dijalankan untuk mencapai tujuan tertentu," merupakan bagian yang tak terelakkan dari menjalankan perusahaan. Setelah semuanya direncanakan dengan cermat, langkah selanjutnya adalah menjalankannya. Aktivitas yang dilakukan dengan hati-hati sesuai dengan referensi yang dimaksudkan adalah apa yang kita maksud ketika kita mengatakan bahwa sesuatu sedang dilaksanakan, seperti yang kita lihat dalam definisi istilah sebelumnya. Dengan demikian, objek berikut yaitu eksekusi suatu program yang mempengaruhi implementasi dan tidak ada secara independen darinya.²

¹ <https://repository.uir.ac.id/5665/1/15.%20HUKUM%20BISNIS>, diakses tanggal 21 September 2024

² Guntur Setiawan, Implementasi dalam Birokrasi Pembangunan (Jakarta: Balai Pustaka, 2004)

Di antara implementasi yang mungkin adalah hubungan hukum. Pelaku usaha telah menyetujui klaim yang dibuat dalam iklan, selebaran, atau brosur, dan janji-janji ini akan berlaku sebagai hukum bagi para pihak yang membuatnya, berdasarkan Pasal 1320 dan Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Perdagangan barang atau jasa merupakan peristiwa hukum yang terjadi antara pelaku usaha dengan konsumen.

Sebuah kontrak perdagangan dianggap sah secara hukum jika memenuhi persyaratan secara subyektif dan obyektif. Jika salah satu syarat tidak dapat dipenuhi maka kontrak perdagangan tersebut dapat dimintakan pembatalan (syarat subyektif tidak terpenuhi) atau dapat batal demi hukum (syarat obyektif tidak terpenuhi). Ketentuan tersebut secara jelas tertuang dalam Pasal 1320 Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPerdata), dimana pasal tersebut mensyaratkan 4 hal agar perjanjian dianggap sah secara hukum yaitu sepakat, cakap hukum, kausa yang halal, dan adanya objek tertentu.³

Implementasi dari teorisasi dan ketentuan KUHPerdata tersebut di atas, akan lebih mudah mendeteksi adanya ketidakterpenuhan persyaratan pada sistem perjanjian atau kontrak perdagangan yang dibuat secara konvensional dibandingkan mendeteksi tidak dipenuhinya persyaratan pada perjanjian atau kontrak elektronik. Hal ini dikarenakan dalam proses pembuatan kontrak perdagangan konvensional para pihak dimungkinkan sudah saling mengenal, saling bertatap muka atau setidaknya sudah sama tahu kecakapan hukum

³ Imam anugrah dan Ichwan Setiawan "perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dan Pelaku Usaha Dalam Transaksi Jual Beli Barang Secara *Online*" Jurnal Kewarganegaraan, Vol. 6, No. 2, DKI Jakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Hukum IBLAM

masing-masing pihak. Hal ini berbeda dengan proses pembuatan kontrak perdagangan secara elektronik, dalam hal ini para pihak sangat dimungkinkan tidak bertemu atau bahkan tidak mengenal satu sama lain.⁴

Kebiasaan masyarakat yang sebelumnya melakukan transaksi jual beli secara langsung atau dengan tatap muka, kini perlahan berubah menjadi sebuah gaya baru yaitu transaksi jual beli melalui internet atau transaksi online.⁵ Transaksi *online* merupakan cara baru dalam melakukan kegiatan jual beli dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi.⁶ Data Kemeninfo menunjukkan pertumbuhan nilai perdagangan elektronik (*e-commerce*) di Indonesia mencapai 78 persen, tertinggi di dunia. Indonesia merupakan negara 10 terbesar pertumbuhan '*e-commerce*' dengan pertumbuhan 78 persen dan berada di peringkat ke-1. Sementara Meksiko berada di peringkat kedua, dengan nilai pertumbuhan 59 persen.⁷

Sebagai bagian dari hukum konsumen, perlindungan hukum konsumen mencakup konsep pengaturan dan prosedur yang berfungsi untuk melindungi kepentingan konsumen, yang keduanya dapat berfungsi untuk melindungi pelaku usaha dari tindakan hukum. Meskipun makna yang tepat dari "Hukum Perlindungan Konsumen" tidak didefinisikan dalam Undang-Undang Nomor 8

⁴ Nurgiansah, T. H. (2022). Pendidikan Pancasila Sebagai Upaya Membentuk Karakter Religius. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 7310–7316.

⁵ Ester Dwi Magfirah, *Perlindungan Konsumen Dalam E-Commerce*. (Jakarta: grafikatama jaya, 2009), hlm. 17

⁶ Rifan Adi Nugraha, Jamaluddin Mukhtar, and Hardika Fajar Ardianto, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online," *Jurnal Serambi Hukum* 01, no. 02 (2015): 29.

⁷ <https://kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfoptumbuhan-e-commerce-indonesia>

Tahun 1999, namun Undang-Undang tersebut memberikan definisi yang mencakup semua inisiatif yang bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan kepada konsumen. Kita harus mengkaji asal usul peraturan perundang-undangan perlindungan konsumen dalam kerangka undang-undang perlindungan konsumen yang lebih luas, daripada hanya berfokus pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen.⁸

Jika menilik Pasal 4 huruf b dan c UU Perlindungan Konsumen, jelas bahwa konsumen berhak atas segala informasi yang berkaitan dengan barang dan jasa, serta berhak atas segala janji yang dibuat oleh pelaku usaha saat memasarkan barang dan jasa tersebut.

Merek adalah yang memberi kehidupan dan jiwa pada suatu barang; produsen melihat produk sebagai benda mati, dan merek menentukan hidup atau matinya suatu produk. Menurut Insan Budi Maulana, merek ibarat "roh" bagi suatu perusahaan atau produk.

Reseller sangat penting dalam strategi pemasaran pemilik merek. Reseller adalah orang atau Perusahaan yang membeli sebuah produk dari supplier, distributor atau Perusahaan, serta menjualnya Kembali untuk mendapatkan keuntungan. Dalam hal ini barang yang dipromosikan atau dijual adalah sebuah skincare.

Istilah "perawatan kulit" mengacu pada kategori produk yang, jika dioleskan ke kulit, akan memicu reaksi kimia. Rambut, wajah, dan tubuh seseorang dapat memperoleh manfaat dari produk perawatan kulit untuk menjaga kesehatan kulit.

⁸ Farida Hasyim, *Hukum Dagang*, Jakarta : Sinar Grafika, 2009 hlm. 184

Karena posisinya yang menonjol dan persepsi yang meluas tentang wajah sebagai simbol identitas universal, kulit wajah merupakan komponen penting dalam menjaga penampilan yang menyenangkan. Merawat wajah melibatkan tindakan internal dan eksternal, termasuk penggunaan kosmetik. Berbagai produk kecantikan, seperti perawatan kulit Daviena, menyasar pasar yang terus berkembang, khususnya bagi mereka yang tertarik dengan perawatan wajah. Hal ini kemudian menciptakan peluang baru bagi para pengusaha di industri kecantikan.

Daviena Skincare, merek perawatan kulit lokal yang telah menarik perhatian para pencinta kecantikan di kalangan remaja dan dewasa di Indonesia, telah berkembang dari modal awal sebesar 3,5 juta rupiah menjadi omzet tahunan lebih dari ratusan juta rupiah. Merek ini memiliki 22 distributor dan 129 agen yang tersebar di seluruh negeri. Pasalnya, pemilik Daviena Skincare kerap mempromosikan produk perawatan kulit ini di platform media sosial seperti TikTok.⁹

Dalam penjualan tidak dapat berjalan dengan baik, pada kasus ini terjadi pada reseller yang berada di Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Reseller mengalami kerugian akibat kasus overclaim yang beredar di sosial media pada produk Daviena. Berdasarkan wawancara pada bulan Oktober reseller mengalami kerugian 50% karena penjualan Skincare Daviena menurun yang disebabkan dari kasus overclaim tersebut.

⁹ Alvin Julian Herlambang Jurnal Ekonomi dan Manajemen Vol.3, No.4 Desember 2023, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT Surabaya

Setelah adanya kasus overclaim tersebut pihak-pihak yang menjadi reseller ataupun distributor mengalami kerugian yang signifikan sehingga mempengaruhi penjualan pada produk Daviena Skincare. Konsumen banyak meragukan kualitas produk yang beredar karena adanya kasus overclaim tersebut.

Hal tersebut menarik perhatian penulis untuk meneliti tentang keadaan penyelesaian atau penyelesaian perlindungan hukum bagi pelaku usaha (reseller) di Kabupaten Tanjung Jabung Timur sebagai berikut: “***PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP RELASI (RESELLER) PELAKU USAHA PRODUK DAVIENA SKINCARE DI KABUPATEN TANJUNG JABUNG TIMUR***”

B. Perumusan masalah

Penulis akan membahas beberapa hal dalam skripsi ini berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan:

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap relasi (reseller) pelaku usaha dalam kasus overclaim pada produk Daviena Skincare di Kabupaten Tanjung Jabung Timur ?
2. Bagaimana penyelesaian atau solusi dari perlindungan hukum mengenai kasus overclaim pada pelaku usaha (reseller) di Kabupaten Tanjung Jabung Timur ?

C. Tujuan Penelitian dan penulisan

Tujuan dari penelitian dan penulisan ini adalah:

1. Tujuan penelitian

- a. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap relasi (reseller) pelaku usaha dalam kasus *overclaim* pada produk Daviena Skincare di Kabupaten Tanjung Jabung Timur
- b. Untuk mengetahui penyelesaian atau solusi dari perlindungan hukum mengenai kasus *overclaim* pada pelaku usaha (reseller) di Kabupaten Tanjung Jabung Timur.

2. Tujuan penulisan

- a. Untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum dari Fakultas Hukum Universitas Batanghari Jambi, maka hal ini merupakan syarat mutlak.
- b. Tujuan dari proposal skripsi ini adalah untuk membantu penulis memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang teori dan praktik hukum umum dan terapan, dengan fokus pada subjek perlindungan hukum bagi relasi (reseller) peserta bisnis produk Daviena Skincare di Kabupaten Tanjung Jabung Timur.

D. Kerangka Konseptual

Judul skripsi ini dimaksudkan untuk dijelaskan menggunakan kerangka konseptual ini. Dengan demikian, penulis menjelaskan setiap judul artikelnya

secara bergiliran dalam kerangka konseptual ini. Berikut ini adalah uraian tentang batasan yang diberlakukan oleh penggunaan terminologi oleh penulis:

1. Bisnis

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan bisnis sebagai "usaha dagang" atau perusahaan komersial dalam dunia perdagangan. Seseorang atau organisasi dianggap menjalankan bisnis jika mereka terlibat dalam penyediaan barang atau jasa, atau penyewaan fasilitas, dengan tujuan menghasilkan laba secara teratur dan berkelanjutan.¹⁰

Istilah "bisnis" mencakup lebih dari sekadar "perdagangan" karena mengacu pada berbagai kegiatan di luar perdagangan barang dan jasa. Ini termasuk manufaktur, pemrosesan, distribusi, pemasaran, ekspor, impor, pengadaan, konsultasi, pembiayaan, asuransi, media massa, properti, dan banyak lagi. Istilah "e-bisnis" menggambarkan praktik melakukan operasi bisnis melalui Internet, sedangkan "e-commerce" menggambarkan praktik melakukan perdagangan melalui Internet.¹¹ Istilah "bisnis online" mengacu pada semua jenis aktivitas komersial yang berlangsung di internet dan merupakan salah satu contoh perdagangan elektronik yang paling umum dan meluas.

¹⁰ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/> diakses tanggal 21 september 2024

¹¹ Cita Yustisia Serfiyani, R. Serfianto D. Purnomo dan Iswi Hariyani, "*Bisnis Online dan Transaksi Elektronik*", PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta, 2013

2. Perlindungan Hukum

Salah satu definisi hukum adalah pedoman atau kebiasaan yang secara hukum dianggap mengikat dan dikukuhkan oleh penguasa atau pemerintah. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menyatakan bahwa perlindungan adalah segala sesuatu atau tindakan yang melindungi. Upaya pemerintah atau penguasa untuk melindungi rakyatnya melalui sistem peraturan yang sudah ada sebelumnya dicirikan oleh pengertian ini sebagai perlindungan hukum. Singkatnya, hakikat hukum memastikan bahwa warga negaranya aman dari bahaya. Dalam banyak kasus, kita juga dapat mengamati kualitas hidup yang sangat layak.¹²

3. Relasi Pelaku Usaha (Relasi Bisnis)

Istilah "relasi bisnis" menggambarkan ikatan atau kerja sama antara perusahaan. Para pihak dalam hubungan bisnis terlibat dalam hal ini ketika mereka bertukar komoditas, layanan, informasi, atau semuanya. Perusahaan dapat terlibat dalam hubungan bisnis dengan satu sama lain, dengan konsumen mereka, atau dengan pemasok mereka.¹³

4. Reseller

Penjual kembali adalah seseorang yang membeli barang dari pemasok dan kemudian menjualnya kembali, baik dengan atau tanpa

¹² <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/>

¹³ Intan Kumalasari dkk, *Implementasi UU No. 8 tahun 199 Tentang Perlindungan Konsumen : Relasi Produk Perawatan Kecantikan Dikota Parepare*, Vol. 1, No. 1, Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, IAIN Parepare, 2022

stok, untuk mendapatkan komisi yang disepakati antara kedua belah pihak. Untuk memfasilitasi persahabatan dan hubungan virtual, platform media sosial memungkinkan pengguna untuk terhubung satu sama lain melalui berbagi informasi, percakapan, dan bentuk konten buatan pengguna lainnya.¹⁴ Periklanan adalah proses menyebarkan berita tentang suatu produk atau layanan dengan harapan lebih banyak orang akan tertarik pada produk atau layanan tersebut dan mungkin melakukan pembelian.¹⁵

5. Skincare

Dalam hal merawat kulit seseorang, perawatan kulit adalah produk multiguna. Berbagai macam produk perawatan kulit tersedia, masing-masing dengan serangkaian manfaat uniknya sendiri untuk kulit, termasuk tetapi tidak terbatas pada perlindungan, pemulihan, dan penenang.¹⁶

6. Daviena

Daviena merupakan merek pada produk Skincare perawatan kulit dari luar. PT Daviena Skincare sudah beroperasi dari tahun 2019 dengan nama PT daviena skincare.

¹⁴ Nasrullah, 2015

¹⁵ Brahim, 2021

¹⁶ <https://www.alodokter.com/>

7. Kabupaten Tanjung Jabung Timur

Provinsi Jambi di Indonesia adalah rumah bagi Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Luas wilayah Provinsi Jambi adalah 10,86% atau 5.445 km² dan jumlah penduduk 205.272 jiwa pada tahun 2010. Ibu kotanya adalah Kota Muara Sabak.¹⁷

E. Landasan Teori

Landasan teoritis adalah sekumpulan teori yang menjadi dasar setiap pembahasan. Terkait dengan penelitian tersebut di atas, penulis memberikan landasan teoritis sebagai berikut:

Teori Kepercayaan

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan kepercayaan sebagai keadaan memiliki keyakinan terhadap kebenaran atau keaslian sesuatu."¹⁸

Ketika memercayai orang lain, maka menaruh keyakinan pada kemampuan mereka untuk bertindak sesuai dengan yang Anda kira. Istilah "kepercayaan konsumen" mengacu pada situasi di mana satu pihak siap mengambil risiko atas perilaku pihak lain karena mereka percaya pihak lain akan melakukan hal-hal penting atas nama mereka, bahkan ketika pihak pertama tidak memiliki kewenangan untuk mengawasi dan mengatur kegiatan pihak lain. Tidak adanya

¹⁷ <https://tanjabtimkab.go.id/> (diakses tanggal 22 Oktober 2024)

¹⁸ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/>

tenaga penjual manusia dan jarak fisik yang nyata antara konsumen dan barang merupakan perbedaan utama antara kepercayaan daring dan luring. Kepercayaan konsumen terhadap situs web sebagian besar didasarkan pada keyakinan mereka terhadap penanganan informasi pribadi mereka oleh situs tersebut dan undang-undang yang berlaku untuk melindungi informasi tersebut.

Informasi yang dimiliki pelanggan dan penilaian yang telah mereka bentuk terhadap produk, kualitas, dan keunggulan merupakan apa yang dikenal sebagai kepercayaan (Mowen dan Minor dalam Donni Juni, 2017, hlm.116).

Penerimaan atas apa yang didasarkan pada harapan akan perilaku baik dari orang lain merupakan fokus kepercayaan, sebagaimana dinyatakan oleh Rousseau dkk dalam Donni Juni (2017, hlm. 116).

Ketika salah satu mitra dalam suatu hubungan memiliki keyakinan pada kejujuran, keberlangsungan, dan keandalan pihak lain, dan berpikir bahwa aktivitas pihak lain akan menguntungkan mereka, itulah kepercayaan (Maharani, 2010). Kepercayaan, di sisi lain, didefinisikan oleh Pavlo dalam Donni Juni (2017, hlm. 116) sebagai evaluasi individu terhadap keandalan pihak lain dalam menyelesaikan transaksi yang diharapkan dalam konteks yang tidak dapat diprediksi.

Kemampuan, kebaikan, dan niat baik merupakan tiga komponen yang membentuk kepercayaan, sebagaimana dinyatakan oleh Mayer dkk. (1995).¹⁹

- **Kemampuan:** Keyakinan bahwa pihak lain memiliki keterampilan atau kapasitas yang diperlukan untuk memenuhi janji atau komitmen.
- **Kebaikan:** Keyakinan bahwa pihak lain memiliki niat baik dan tidak akan mengeksploitasi situasi.
- **Niat Baik:** Keyakinan bahwa pihak lain akan bertindak dengan integritas dan menghormati nilai-nilai bersama.

Sedangkan McAllister membagi kepercayaan menjadi dua jenis: kepercayaan kognitif (berdasarkan penilaian terhadap kemampuan) dan kepercayaan afektif (berdasarkan hubungan emosional dan rasa saling memahami).

Salah satu definisi kepercayaan dalam dunia bisnis adalah pandangan optimis terhadap hubungan seseorang dengan klien, vendor, dan pemangku kepentingan lainnya. Kepercayaan memainkan peran penting dalam membangun hubungan yang langgeng dan saling menguntungkan. Berikut adalah beberapa aspek penting mengenai kepercayaan dalam bisnis:

1. **Dasar Hubungan Bisnis:**

¹⁹ Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). *An Integrative Model of Organizational Trust*. *Academy of Management Review*, 20(3), 709-734., (McAllister, D. J. (1995). *Affect- and Cognition-Based Trust as Foundations for Interpersonal Cooperation in Organizations*. *Academy of Management Journal*, 38(1), 24-59.)

- Kepercayaan menciptakan ikatan yang lebih kuat antara pelaku usaha dan konsumen, meningkatkan loyalitas, dan mendorong kolaborasi.

2. Mengurangi Ketidakpastian:

- Dalam situasi dimana informasi tidak sempurna, kepercayaan dapat mengurangi ketidakpastian dan risiko dalam pengambilan keputusan.

3. Meningkatkan Efisiensi:

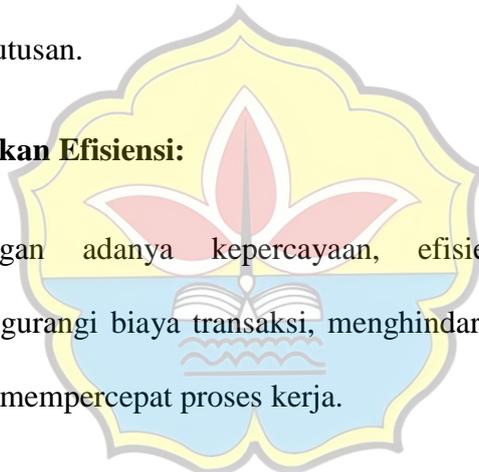
- Dengan adanya kepercayaan, efisiensi perusahaan dapat mengurangi biaya transaksi, menghindari pengawasan berlebihan, dan mempercepat proses kerja.

4. Membangun Reputasi:

- Kepercayaan yang tinggi dapat meningkatkan reputasi perusahaan di pasar, yang pada dasarnya menarik lebih banyak pelanggan dan mitra atau konsumen.

5. Kepercayaan antara Karyawan dan Manajemen:

- Kepercayaan internal juga penting. Ketika karyawan percaya pada manajemen, karyawan cenderung lebih termotivasi dan produktif dalam melakukan kegiatannya.



Berdasarkan definisi yang diberikan oleh para ahli, kita dapat menyimpulkan bahwa kepercayaan juga dapat digambarkan sebagai keyakinan atau harapan seseorang terhadap perilaku orang lain, khususnya dalam interaksi sosial, atau sebagai sikap positif dan niat baik terhadap pembentukan hubungan antara pelaku bisnis dan konsumen mereka. Ketika orang percaya bahwa orang atau kelompok lain dapat menindaklanjuti pernyataan lisan atau tertulis, komitmen, atau ekspresi niat lainnya, mereka menunjukkan kepercayaan. Untuk mengikat pelaku bisnis dan konsumen, kepercayaan sangat penting saat menjalankan bisnis.

F. Metodologi Penelitian

Pengetahuan tentang pendekatan penelitian memerlukan kemampuan. Artinya, pendekatan tersebut dapat dipelajari dan diperoleh pengetahuannya melalui membaca buku. Namun, memiliki informasi tidak menjamin bahwa siapa pun yang terlibat akan benar-benar menggunakannya dalam proyek penelitian. Lebih banyak waktu yang dihabiskan untuk meneliti dan menerapkan metode yang mereka ketahui menghasilkan penguasaan dalam praktik. Agar penulisan tesis ini sesuai dengan topik yang telah disebutkan sebelumnya dan agar tesis ini mengandung kebenaran objektif yang memenuhi kriteria karya ilmiah, maka penulis menggunakan metode-metode sebagai berikut:²⁰

²⁰ Soejono, Abdurrahman, *Metode penelitian hukum*, Rineka Cipta: Jakarta, 1977

1. Tipe Penelitian

Penulis menggunakan metode penelitian empiris sosiologis untuk penelitian ini, yaitu metode pengumpulan data deskriptif secara lisan atau tertulis dari pelaku dan orang yang dapat diamati. Metode kualitatif ini bertujuan untuk memberikan pencerahan dan analisis terhadap dinamika sosial, peristiwa, sikap, keyakinan, persepsi, dan perilaku pada tingkat individu atau kelompok. Penelitian ini akan menggambarkan hubungan kepercayaan antar pelaku usaha di Kabupaten Tanjung Jabung Timur terhadap produk perawatan kulit *daviena*.

2. Pendekatan Penelitian

Untuk mengetahui sasaran penelitian, peneliti menggunakan pendekatan penelitian, yaitu metode sudut pandang. Penulis menggunakan metode pendekatan empiris (wawancara) dalam penelitian ini. Sesi tanya jawab langsung antara pengumpul informasi dan mereka yang memiliki pengetahuan atau pengalaman langsung terhadap suatu topik dikenal dengan wawancara. Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metodologi wawancara kualitatif, khususnya jenis penelitian hukum lapangan yang mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dan pengamatan langsung terhadap objek penelitian.

3. Sumber Data

a. Data Primer

Penelitian empiris ini mengandalkan data primer yang diperoleh dari penelitian lapangan yang sebenarnya. Untuk mendapatkan informasi spesifik mengenai bahan-bahan yang diperlukan, wawancara dilakukan dengan keluarga pelaku usaha yang terlibat dalam sektor produk perawatan kulit di Kabupaten Tanjung Jabung Timur.

b. Data sekunder

Buku, makalah, jurnal, hasil penelitian, dan bahan pustaka yang berkaitan dengan pelaksanaan penelitian merupakan contoh bahan hukum primer yang dapat diakses dan digunakan untuk tujuan analisis atau pemahaman.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pelaksanaan mengumpulkan data ini didasarkan dalam wawancara, studi dokumen serta metode online, yang dilaksanakan dengan melakukan pengumpulan data yang berkaitan pada skripsi ini.

5. Analisa Data

Setelah data diperoleh, data tersebut dianalisis secara kualitatif. Jenis penelitian ini berfokus pada pencarian data yang menekankan kualitas informasi objek. Oleh karena itu, penulis penelitian ini menarik kesimpulan dari data yang dikumpulkan melalui wawancara dengan anggota keluarga pelaku usaha Kabupaten Tanjung Jabung Timur yang terlibat dalam industri produk perawatan kulit Daviena.

G. Sistematika Penulisan

Agar lebih memahami topik yang dibahas dalam skripsi ini, penulis telah menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab Kesatu Pendahuluan merupakan pendahuluan yang membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka konseptual, landasan teori, teknik penelitian, sistematika penulisan, dan metode penelitian. Bab ini juga membahas penelitian dan metodologinya.

Bab Kedua Perlindungan hukum bagi hubungan pelaku usaha (reseller), klaim berlebih, pelaku usaha, dan pengertian perlindungan hukum dibahas dalam Bab 2.

Bab Ketiga Tinjauan Umum Produk Perawatan Kulit Davison Bab ini memberikan tinjauan umum tentang Perawatan Kulit Davison, termasuk sejarah perusahaan, berbagai produk, dan pemasaran produk tersebut.

Bab Keempat Pembahasan Pembahasan Bab ini membahas pokok bahasan utama proposal tesis, yaitu penyelesaian atau penyelesaian perlindungan hukum bagi relasi pelaku usaha (reseller) dalam kasus klaim berlebih atas produk perawatan kulit Daviena di Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Bab ini juga membahas perlindungan hukum atas kasus tersebut.

Bab Kelima Penutup Bagian terakhir dari proposal skripsi ini, yaitu bagian 5, memaparkan kesimpulan dan saran yang diambil dari bab-bab sebelumnya.

BAB II
TINJAUAN UMUM
TENTANG PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP RELASI
(RESELLER) PELAKU USAHA

A. Perlindungan Hukum

1. Perlindungan Hukum

Perlindungan Hukum merupakan memberikan perlindungan kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum atau dengan kata lain perlindungan hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa amandan nyaman, baik secara pikiran maupun fisik dari berbagai gangguan dan ancaman dari pihak manapun.

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia Perlindungan berasal dari kata lindung yang memiliki arti mengayomi, mencegah, mempertahankan, dan membentengi. Sedangkan Perlindungan berarti konservasi, pemeliharaan, penjagaan, asilun, dan bunker. Secara umum, perlindungan yaitu mengayomi sesuatu dari hal-hal yang berbahaya, sesuatu itu bisa saja berupa kepentingan, benda atau barang. Selain itu perlindungan juga mengandung makna perlindungan yang diberikan oleh seseorang terhadap orang yang lebih lemah.

Sehingga dengan demikian, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan perlindungan hukum adalah tempat berlindung, perbuatan

(hal dan sebagainya) melindungi.²¹ Pemaknaan kata perlindungan secara tata bahasa tersebut memiliki kemiripan unsur-unsur, yaitu unsur tindakan melindungi, unsur cara-cara melindungi. Dengan demikian, kata melindungi dari pihak-pihak tertentu dengan menggunakan cara tertentu.²²

Pengertian umum mengenai perlindungan hukum atau *legal protection* menurut *Law Dictionary, Baron Legal Guides Steven H. Gift 1975* yaitu *defending by law against all sides concerned*, atau dengan kata lain mempertahankan suatu hak atau keadaan dari gangguan semua pihak dengan menggunakan hukum yang berlaku.

Menurut Satjipto Rahardjo, perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.²³ Sedangkan menurut C.S.T. Kansil perlindungan hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.²⁴

Menurut Wirjono Prodjodikoro, perlindungan hukum adalah suatu upaya perlindungan yang diberikan kepada subyek hukum, tentang apa apa yang dapat dilakukannya untuk melindungi kepentingan dan hak subyek hukum tersebut.

Perlindungan hukum menurut Philipus M. Hadjon yaitu suatu kondisi subjektif yang menyatakan hadirnya kewajiban pada diri sejumlah subjek hukum

²¹ *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, Edisi Kedua, Cetakan 1, Jakarta: Balai Pustaka,

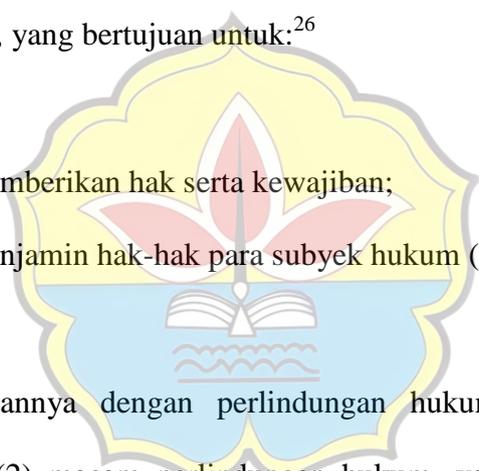
²² *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, Edisi Kedua, Cetakan 1, Jakarta: Balai Pustaka, .

²³ Satjipto Rahardjo, , *Ilmu Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000

²⁴ C.S.T. Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1989

untuk segera mendapatkan sejumlah sumber daya guna kelangsungan eksistensi subjek hukum yang dijamin dan dilindungi oleh hukum agar kekuatannya dapat terorganisir dalam proses pengambilan keputusan politik maupun ekonomi khususnya pada distribusi sumber daya baik pada perangkat individu maupun structural.²⁵

Perlindungan hukum dapat dijelaskan sebagai perlindungan oleh hukum atau perlindungan menggunakan pranata dan sarana hukum. Hukum dalam memberikan perlindungan dapat melalui berbagai cara, antara lain yaitu dengan membuat peraturan, yang bertujuan untuk:²⁶

- 
- a) Memberikan hak serta kewajiban;
 - b) Menjamin hak-hak para subyek hukum (pelaku usaha).

Dalam kaitannya dengan perlindungan hukum bagi rakyat, Hadjon membedakan dua (2) macam perlindungan hukum, yaitu perlindungan hukum yang bersifat preventif dan perlindungan hukum yang bersifat represif.²⁷

Perlindungan hukum merupakan suatu hal yang melindungi subyek-subyek hukum melalui peraturan perundang-undangan yang berlaku dan

²⁵ Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia Sebuah Studi Tentang Prinsip-Prinsipnya, Penanganannya Oleh Pengadilan Dalam Lingkungan Peradilan Umum dan Pembentukan Administrasi Negara*, Surabaya : Bina Ilmu, 1987, hal 2.

²⁶ Wahyu Sasongko, *Ketentuan-ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandar Lampung : Universitas Lampung, 2007, hal. 30.

²⁷ *Ibid*, hal. 39.

diwajibkan pelaksanaannya dengan suatu sanksi.²⁸ Menurut Satjipto Rahardjo dalam bukunya yang berjudul *Ilmu Hukum* menyatakan bahwa perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia (HAM) yang dirugikan oleh orang lain dan perlindungan hukum itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.²⁹

Perlindungan hukum adalah segala upaya untuk pemenuhan hak dan pemberian bantuan dalam memberikan rasa aman kepada saksi dan/atau korban. Munculnya teori perlindungan hukum ini bersumber dari teori hukum alam atau aliran hukum alam. Pada aliran hukum alam menyebutkan bahwa hukum itu bersumber dari Tuhan yang memiliki sifat universal dan abadi, serta antara hukum dan moral tidak dapat dipisahkan. Para penganut aliran ini memandang bahwa hukum dan moral adalah cerminan dan aturan internal serta eksternal dari kehidupan manusia yang diwujudkan melalui hukum dan moral.³⁰

Sesuai pada fungsi hukum, menurut Theo Huijbers bahwa fungsi hukum yaitu memelihara kepentingan umum dalam masyarakat, menjaga hak-hak manusia, mewujudkan keadilan dalam hidup bersama.³¹

Perlindungan hukum dapat dibedakan menjadi dua bentuk, yaitu:

1. Perlindungan Hukum Preventif

²⁸ Pradana, Muhammad Rifqi, *Perlindungan Hukum terhadap Investor dalam Transaksi Saham di Pasar Modal*, Jurnal Hukum Bisnis, 3, no. 2 (2023): 47.

²⁹ Edi Setiadi dan Kristian, *Sistem Peradilan Pidana Terpadu dan Sistem Penegakan Hukum di Indonesia*, Kencana, Jakarta, 2017, Hal. 277.

³⁰ Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, Hal. 53.

³¹ Ishaq, *Dasar-Dasar Ilmu Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, 2016, Hal.12.

Perlindungan hukum yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya sebuahnya pelanggaran. Hal ini terdapat dalam peraturan perundang-undangan dengan maksud untuk mencegah suatu pelanggaran serta memberikan peringatan atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban.³²

2. Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum represif yaitu perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran³³.

2. Perlindungan Hukum Dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999

Perlindungan Hukum konsumen bertujuan memberikan perlindungan terhadap konsumen dan pelaku usaha di Indonesia. Konflik antara konsumen didasarkan kepada hal yang tak terduga oleh pelaku usaha sebelumnya. Lemahnya kedudukan pelaku usaha dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, yang dimana dalam Undang-undang tersebut hanya terdapat hak dan kewajiban pelaku usaha.

Perlindungan konsumen

³² Sutedi, Adrian, *Aspek Hukum Otoritas Jasa Keuangan*, Raih Asa Sukses, Jakarta, 2020,.

³³ Nasarudin, M. Irsan, *Aspek Hukum Pasar Modal Indonesia*, Kencana, Jakarta, 2019, Hal. 89.

Perlindungan konsumen berkaitan erat dengan perlindungan hukum. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan kesehatan dan keamanan, hak kepentingan ekonomi, hak mendapat ganti rugi, hak atas penerangan, dan hak untuk didengar.

Perlindungan hukum bagi pelaku usaha dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) adalah perlindungan dari tindakan konsumen yang tidak bertanggung jawab.

Hak pelaku usaha

- Mendapatkan pembayaran sesuai kesepakatan
- Mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang tidak bertanggung jawab

Sanksi bagi konsumen Membayar kerugian yang diderita oleh pelaku usaha, Membayar biaya perkara jika diperkarakan di pengadilan, Pembatalan perjanjian, Peralihan resiko.

3. Perlindungan Hukum Dalam Undang-undang Informasi Dan Transaksi Elektronik Nomor 11 Tahun 2008

Perlindungan hukum bagi pelaku usaha dalam transaksi elektronik diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE) dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

UUITE

- Pasal 9 UUIITE mengatur tanggung jawab pelaku usaha dalam memberikan informasi yang lengkap dan benar kepada konsumen.
- UUIITE juga mengatur sanksi pidana bagi pihak yang melanggar ketentuan dalam e-commerce.

UUPK

- Pasal 4 UUPK mengatur hak-hak konsumen.
- Pasal 18 UUPK melarang pencantuman klausula baku yang tidak sesuai.
- Pelaku usaha yang melanggar pasal-pasal ini dapat melakukan penyalahgunaan keadaan yang merugikan konsumen dan menyebabkan wanprestasi.

Perlindungan hukum bagi pelaku usaha

- Pelaku usaha harus beritikad baik untuk menjalankan hak dan kewajibannya.
- Pelaku usaha harus memberikan informasi yang detail, transparan, dan jelas pada produk yang ditawarkan.
- Pelaku usaha harus meminimalisir tindakan wanprestasi.

Perlindungan hukum bagi konsumen

- Konsumen harus berhati-hati dalam melakukan transaksi elektronik.
- Konsumen harus cermat dan teliti membaca formulir yang ditawarkan dalam web store.

B. Relasi (Reseller) Pelaku Usaha

1. Reseller

Reselling yaitu definisi dari kata *reseller*. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang penjual membeli dari penjual lain, penjual tersebut melakukan aktivitas menjual suatu barang. Persepsi yang tidak benar di masyarakat yaitu *reseller* yang sebenarnya lebih tepat disebut *affiliate* hanya diperbolehkan melakukan kegiatan promosi *website* suatu produk atau mempromosikan barang secara online dengan imbalan komisi dari setiap penjualan. Kemungkinan *reseller* terlibat dalam aktivitas penjualan lebih tinggi. Lebih banyak *afiliasi* mengambil promosi pada sebuah produk. Walaupun *afiliasi* tidak selalu disebut sebagai *reseller*, *reseller* juga bisa disebut *afiliasi*. Sebagai perpanjangan dari bisnis pemilik produk, pengecer, seperti halnya agen, tunduk pada berbagai kewajiban. Prosedur operasi standar yang harus diikuti sebagai perwakilan perusahaan untuk mengantisipasi munculnya ketidaknormalan di luar kondisi kerja yang telah ditetapkan yang dapat merusak reputasi perusahaan atau pemilik produk.

Reseller berfungsi sebagai perantara antara vendor dan pelanggan atau pembeli untuk memfasilitasi perdagangan, reseller memainkan peran penting pada distribusi komoditas. Pengecer memiliki keunggulan dibandingkan agen karena mereka tidak menerima penggantian dari mereka yang dibayar melalui pemasok tertentu yang digunakan oleh pengecer, yang memungkinkan mereka menerima gaji di bawah tarif yang berlaku untuk produk mereka. Akibatnya, pengecer dan

pemasok memperoleh keuntungan, terlepas dari kenyataan bahwa mereka tidak diwajibkan secara formal oleh salah satu pihak.³⁴

Resellerr diartikan bahasa Indonesia dikenal dengan perantara di dalam perdagangan yang berfungsi sebagai penghubung antara penjual dan pembeli, terkait dengan relasi perdagangan antara pedagang kolektif dan pedagang individual, sehingga *reseller* dalam hal ini memiliki peran yang sangat signifikan. Seorang *reseller* sebagai penghubung antara kedua belah pihak yang saling berkepentingan pada praktiknya lebih dominan daripada para pihak yang akan melakukan jual beli.

Reseller memiliki keunggulan khusus dari agen atau makelar, keunggulannya yaitu *reseller* tidak mendapatkan pengganti dari yang menerima upah melalui *supplier* khusus yang diterapkan untuk *reseller*, sehingga *reseller* akan mendapatkan upah dengan harga lebih rendah dari harga pasaran. Baik *supplier* maupun *reseller* akan mendapatkan keuntungan yang sama, walaupun tidak ada ikatan atau perjanjian resmi yang ada dari kedua belah pihak.³⁵

Sesuai dengan pengakuan akan fungsi krusial yang dimainkan oleh promosi dalam dunia korporat, kegiatan pemasaran saat ini telah bermunculan melalui individu lain yang disebut juga dengan *reseller* atau *resale*. Untuk mengiklankan sebuah produk, salah satu cara pemasarannya adalah dengan mengajak para reseller untuk bergabung. Dapat menjual kembali produk yang

³⁴ Muhamad Ali Sodek dan Lik Anah, 2023 "Peran *Reseller* Dalam Meningkatkan Penjualan Di Toko "Gudang Keramik" Surabaya " *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 1, No. 2, Surabaya : Universitas Hasyim Asy'ari

³⁵ Nur Hasanah, *op. cit.*

telah dibeli dari produsen diartikan sebagai reseller dalam bahasa inggrisnya Re artinya mengembalikan dan seller artinya menjual.³⁶

Reseller menerima harga yang lebih rendah saat mereka membeli barang dari produsen sehingga mereka dapat membebaskan biaya premium untuk barang tersebut. Strategi reseller yang digunakan salah satu tekniknya yaitu pemasaran. Pemilik bisnis sering melibatkan pihak ketiga disebut sebagai pengecer untuk memasarkan barang mereka karena pengecer memiliki lebih banyak pengikut media sosial atau koneksi menguntungkan lainnya. Pengikut ini adalah orang-orang yang lebih suka memperhatikan beberapa aspek kehidupan *influencer*, mulai dari gaya hidupnya hingga apa pun yang dia kenakan, karena reseller dapat dipahami sebagai seseorang yang memiliki banyak hubungan.³⁷

Dalam kesepakatan pada perjanjian, maka seharusnya *reseller* harus memerhatikan secara cermat bentuk perjanjian dengan pelaku usaha utama. Apabila tidak ada perjanjian terkait dengan penggantian barang yang cacat atau rusak sesampainya di konsumen akhir, maka menjadi tanggung jawab dari *reseller* untuk mengganti barang cacat atau rusak tersebut. *Reseller* harus memarhatikan bentuk perjanjian yang dikhawatirkan akan merugikan dirinya.

Pada dasarnya terkait dengan *e-commerce* jika dilihat dari perspektif keperdataan, secara singkat dapat ditafsirkan sebagai bentuk dari hukum

³⁶ Yanti, E. D., Putri, N. J., Pertiwi, S., Sandi, H., Epty, D., Fakultas Ekonomoni, H., Bisnis, D., Perjuangan, B., & Abstrak, K. (2023). Jurnal Pijar Studi Manajemen Dan Bisnis Strategi Positioning Produk Untuk Meningkatkan Penjualan Melalui Reseller Oleh Umkm Elibed. 1(3). <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb>

³⁷ Muhamad Ali Sodek dan Lik Anah, 2023 "Peran *Reseller* Dalam Meningkatkan Penjualan Di Toko "Gudang Keramik" Surabaya " *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 1, No. 2, Surabaya : Universitas Hasyim Asy'ari

perjanjian dan berlaku Pasal 1320 KUH Perdata didalamnya. Perjanjian jual beli antara pelaku usaha utama dengan *reseller* merupakan proses perikatan antara dua pihak atau lebih melalui penyerahan suatu kebendaan. Berkaitan dengan hal itu, maka aktivitas *e-commerce* biasanya diterapkan melalui *online shop* yang menentukan bahwa pihak *merchant* harus menyediakan informasi mengenai syarat kontrak, produsen serta produk secara lengkap dan benar sesuai dengan ketentuan yang termaktub dalam Pasal 17 ayat (2) UU ITE.

Reseller juga harus berhati-hati ketika bermitra dengan dari pelaku usaha utama. Pasal 9 UU ITE mewajibkan seseorang untuk menjelaskan identitasnya secara jelas sebagai pelaku usaha; sedangkan Pasal 10 ayat (1) UU ITE bahwa pelaku usaha harus sah dengan bukti sertifikasi lembaga keandalan serta pelaku usaha harus mempertanggungjawabkan segala kerugian akibat transaksi sesuai rumusan Pasal 12 ayat (3) UU ITE.

Berdasarkan pernyataan di atas, maka pihak *reseller* wajib untuk memeriksa segala kelengkapan yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha sebagaimana diatur dalam UU ITE terkait dengan kelaikan pelaku usaha. Ketentuan tersebut sebenarnya bagian dari upaya perlindungan terhadap *reseller*.³⁸

Didalam perdagangan yakni melalui Pasal 9 UU ITE yang mewajibkan seseorang untuk menjelaskan identitasnya secara jelas sebagai pelaku usaha, Pasal 10 ayat (1) UU ITE, bahwa pelaku usaha harus sah dengan bukti sertifikasi

³⁸ Yolanda Pernando, 2022 "Pertanggungjawaban Penjual Dan Reseller Terkait Kerusakan Barang Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik", *Jurnal Notarius*, Vol. , No. 2, Sumatra Utara : Program Studi Kenotariatan Pascasarjana UMSU

lembaga keandalan serta pelaku usaha harus mempertanggungjawabkan segala kerugian akibat transaksi sesuai rumusan Pasal 12 ayat (3) UU ITE.³⁹ Sebelumnya, melalui Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut dengan UU PK), pemerintah Indonesia telah menegaskan pentingnya proteksi hukum terhadap hak-hak dari konsumen yang diantaranya ialah mendapatkan produk sebagaimana yang ditawarkan.

2. Pelaku Usaha

Pelaku bisnis atau pelaku usaha dapat disebut juga dengan subjek hukum (orang atau manusia maupun badan hukum).⁴⁰

Pengertian umum pelaku usaha yaitu adalah orang atau badan hukum yang menghasilkan barang-barang dan atau jasa dengan memproduksi barang dan atau jasa tersebut untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atau konsumen dengan mencari keuntungan dari barang-barang dan atau jasa tersebut. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) tampaknya berusaha menghindari penggunaan kata “produsen” sebagai lawan dari kata “konsumen”. Sebagai gantinya digunakan dengan kata “pelaku usaha” yang mempunyai makna lebih luas, dimana istilah pelaku usaha ini dapat berarti juga kreditur (penyedia dana), produsen, penyalur, penjual dan terminologi lain yang lazim diberikan.⁴¹

³⁹ Shohib Muslim dan Farida Akbarina, 2016, “Kajian Tentang Aspek Hukum Bisnis dan Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce”, *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, Vol. 10, No. 1, Malang,: Politeknik Negeri Malang

⁴⁰ Dr. H. Indira Muchlis Adnan, S.H.,M.H.,M.M.,Ph.D. dkk, *Hukum Bisnis*, Trussmedia Grafika : Daerah Istimewa Yogyakarta(DIY), 2016

⁴¹ Shidarta,Op.Cit, hlm. 5

Menurut pasal 1 angka (3) UUPK, yang terdapat pada pelaku usaha yaitu “pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian ini adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lainlain. Secara lebih jelas dalam Pasal 1 angka (3) UUPK, yang dimaksud pelaku usaha yaitu setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Kemudian dijelaskan dalam PP Nomor 80 pasal 50 Tahun 2019 tentang kontrak elektronik, “PMSE dapat menggunakan mekanisme Kontrak Elektronik atau mekanisme kontraktual lainnya sebagai perwujudan kesepakatan para pihak.”

Pelaku usaha memiliki kewajiban berkaitan dalam pemberian informasi dan klaim terkait produk yang dijual pada iklan, khususnya produk *skincare*. Transparansi informasi serta klaim *skincare* dirasa sangat penting dikarenakan dalam menggunakan produk *skincare* harus disesuaikan dengan kebutuhan dan jenis kulit, hal ini agar kulit dapat terhindar dari ketidakcocokan pada produk yang dapat mengakibatkan iritasi, *breakout*, dan lain-lain. Namun, masih banyaknya pelaku usaha mengesampingkan hak konsumen tersebut dengan menggunakan kalimat *overclaim* atau klaim secara berlebihan dalam pengiklanan produk *skincare*. Pelaksanaan *overclaim* pada produk *skincare* ditujukan agar

konsumen lebih tertarik dengan produk yang ditawarkan dan memikat hati konsumen sehingga merasa berkeinginan dalam memiliki produk tersebut.⁴²

Memberikan nilai dan kepuasan pada pelanggan melalui barang dan jasa yang semakin berkualitas menjadi semakin kompetitif di sektor bisnis. Pelaku usaha harus memenuhi persyaratan tertentu, yaitu harus memperoleh keunggulan yang kompetitif dalam mengembangkan barang atau jasa yang sangat diinginkan oleh konsumen. Pelaku bisnis harus mampu mengelola operasinya secara efektif untuk mencegah pelanggan beralih ke merek pesaing yang lain. Pelaku usaha harus mengetahui semua keinginan, kebutuhan dan preferensi konsumen.

Kepuasan pelanggan merupakan taktik pemasaran untuk bisnis. Bisnis perlu lebih fokus pada kebahagiaan konsumen atau pelanggan dalam sebuah produk yang dibelinya. Konsumen sering mempertimbangkan harga sebuah produk. Konsumen biasanya disebut sebagai faktor kunci yang harus diperhitungkan oleh pasar. Kegiatan pemasaran produk atau layanan konsumen menjadi sangat penting bagi bisnis. Secara alami, operasi bisnis dapat berfungsi dengan baik ketika ada barang atau jasa yang dapat dipasarkan.

Setiap pelaku usaha harus bertanggung jawab pada produk yang dihasilkan atau diperdagangkan. Tanggung jawab produk timbul dikarenakan kerugian yang dialami konsumen sebagai akibat dari “produk barang cacat”, bisa dikarenakan kurang cermatan dalam memproduksi, tidak sesuai dengan yang diperjanjikan

⁴² Dedi Harianto, *Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Iklan yang Menesatkan*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010

atau jaminan atau kesalahan yang dilakukan oleh pelaku usaha. Dengan kata lain, pelaku usaha ingkar janji atau melakukan perbuatan melawan yang hukum.⁴³

C. Overclaim

Overclaim termasuk pada kosa kata bahasa Inggris. Dikutip dari kamus bahasa Inggris Merriam Webster, arti *overclaim* yaitu sebuah klaim atau pernyataan yang berlebihan. Pengertian *overclaim* bisa juga merupakan klaim yang dibuat-buat. Selain itu, arti dari *overclaim* adalah pernyataan yang dilebih-lebihkan sehingga terkesan tidak sesuai fakta atau salah. *Overclaim* biasa dipakai untuk menyebut sebuah pernyataan yang terkesan dilebih-lebihkan. Pernyataan yang dinilai *overclaim* biasanya juga dianggap sebagai sebuah pernyataan yang tidak sesuai pada fakta. Dari arti *overclaim* tersebut, tak heran jika warganet ramai memakai kata ini buat menyebut pernyataan yang dibuat-buat. Jika menjumpai warganet yang memakai kata *overclaim* pada media sosial, kemungkinan besar ingin menyebut terdapat sesuatu atau pernyataan yang dibuat-buat atau dilebih-lebihkan sehingga kurang sesuai dengan fakta.⁴⁴

kalimat *overclaim* hanya ditujukan pada penggunaan klaim yang tidak diizinkan oleh BPOM yang telah diterangkan dalam pernyataan lampiran Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika, serta penggunaan kalimat *overclaim* atas persentase kandungan produk *skincare*. Informasi kandungan produk perawatan kulit atau *skincare* yang

⁴³ Endang Purwaningsih, *Hukum Bisnis*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010

⁴⁴ <https://tekno.kompas.com/read/2024/10/23/11350097/> (akses tanggal 7 Desember

dinyatakan pada kemasan produk yang ditulis berdasarkan urutan dari kadar terbesar hingga kadar terkecil, kecuali bahan kosmetika dengan kadar kurang dari 1% dan atau bahan pewarna dapat ditulis tidak berurutan. Kadar bahan yang ditulis dalam persentase dengan jumlah total semua bahan harus 100%.

Konsumen dapat melakukan pengecekan secara mandiri dengan menjadikan bahan *phenoxyethanol* (bahan kandungan yang berfungsi sebagai pengawet atau penyeimbang dalam produk kecantikan) sebagai acuan, kandungan *phenoxyethanol* hanya diperbolehkan maksimal 1%.

Otoritas yang berwenang seperti BPOM memiliki peraturan terkait dengan iklan serta klaim yang digunakan oleh pelaku usaha dalam pengiklanan produknya, dalam Pasal 3 Peraturan BPOM Nomor 32 Tahun 2021 tentang Pengawasan Periklanan Kosmetika menerangkan bahwa informasi yang terdapat dalam Iklan wajib memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Objektif : memberikan informasi yang sesuai kenyataan yang ada dan tidak boleh menyimpang dari sifat kemanfaatan, cara penggunaan, dan keamanan kosmetika;
- b. Tidak menyesatkan : yaitu wajib memberikan informasi yang jujur, akurat, dan bertanggung jawab, dan tidak memanfaatkan kekhawatiran masyarakat,
- c. Tidak menyatakan seolah-olah sebagai obat atau bertujuan untuk mencegah suatu penyakit.

Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika merupakan landasan yuridis yang dapat dijadikan pedoman bagi pelaku usaha berkaitan dengan pencantuman klaim kosmetika, seperti penentuan klaim (klaim yang diizinkan dan yang tidak diizinkan) sesuai dengan kandungan bahan dalam kosmetika atau data uji yang dilakukan terhadap formula. Dalam Pasal 3 ayat (2) Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika menerangkan bahwa klaim pada penandaan dan klaim pada iklan sebagaimana dimaksud pada Ayat (1) harus memenuhi kriteria :

- a. Kepatuhan hukum;
- b. Kebenaran;
- c. Kejujuran;
- d. Keadilan;
- e. Dapat dibuktikan;
- f. Jelas dan mudah dimengerti; dan
- g. Tidak boleh menyatakan seolah-olah sebagai obat atau bertujuan untuk mencegah suatu penyakit.⁴⁵



⁴⁵ Peraturan BPOM Nomor 23 Tahun 2019 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika lampiran III Daftar Bahan Pengawet yang Diizinkan dalam Kosmetika,

BAB III
TINJAUAN UMUM
TENTANG PRODUK DAVIENA SKINCARE

A. PENGERTIAN SKINCARE DAN DAVIENA

1. SKINCARE

Skincare merupakan produk perawatan kulit yang tujuannya bermacam-macam mulai dari menenangkan, memulihkan, memperbaiki, hingga melindungi kulit kita. *skincare* mempunyai berbagai macam dan fungsi. *Skincare* yang tidak boleh dilupakan untuk dipakai menurutnya adalah *basic skincare* sederhana yaitu pembersih wajah (*cleanser*), pelembab dan tabir surya (*sunscreen*) tentunya dengan tipe kulit masing-masing serta produk yang cocok pada kulitnya.

Skincare adalah serangkaian kegiatan perawatan kulit wajah untuk menjaga kesehatan dan tampilan kulit, sekaligus mengatasi berbagai masalah pada kulit wajah. Kegiatan ini terdiri dari penggunaan beberapa macam produk yang masing-masing produknya memiliki fungsi yang berbeda sesuai dengan kandungan di dalamnya.⁴⁶

Produk *skincare* merupakan produk yang berfungsi untuk merawat kesehatan dan mengatasi berbagai masalah kulit. Pada umumnya *skincare* berupa krim, losion, serum, toner, masker, pelembab, pembersih, dan masih banyak

⁴⁶ <https://www.alodokter.com/>

lagi.⁴⁷ Penggunaan produk *skincare* bervariasi tergantung pada [jenis kulit](#), masalah kulit yang ingin diatasi, dan preferensi seseorang.

Perawatan kulit atau *skincare* juga merupakan rangkaian aktivitas untuk merawat kulit wajah guna menjaga kesehatannya dan memperbaiki penampilan, sekaligus menangani berbagai masalah yang timbul pada kulit wajah seseorang.

Aktivitas ini telah melibatkan beragam produk yang masing-masing memiliki fungsi spesifik, tergantung dari kandungan yang ada di dalamnya. Skincare kini menjadi bagian yang tak terpisahkan untuk banyak orang sebagai perawatan kulit sehari-hari.⁴⁸ Banyaknya produk yang beredar di pasaran membuatmu dapat memilih beragam jenis *skincare* sesuai dengan kebutuhan kulit kamu. Bagi kamu yang masih pemula menggunakan *skincare*, kamu perlu mengetahui fungsi dari setiap jenis produk. Ketika kamu sudah lebih memahaminya, kamu bisa memilih produk yang tepat sesuai dengan tipe serta kondisi kulitmu.

Skincare atau Kosmetik merupakan salah satu produk yang ditawarkan untuk bisa memenuhi kebutuhan sekunder para konsumen, serta keinginan agar dapat tampil dengan cantik dan menarik. Mulai dari ujung rambut sampai ujung kaki. Biasanya produk kosmetik ini menggunakan bahan-bahan yang aman untuk tubuh luar (kulit) manusia. Dalam kegunaannya, produk kosmetik terbagi menjadi dua bagian, yaitu kosmetik untuk perawatan kulit (*skincare*), serta kosmetik untuk riasan wajah. Saat ini banyak sekali orang yang tidak

⁴⁷ <https://hellosehat.com/>

⁴⁸ <https://www.halodoc.com/>

bisa lepas dari kosmetik, mulai dari pagi sampai malam hari.⁴⁹ Banyak sekali produk kosmetik bermunculan di Indonesia. Hal ini menandakan bahwa masyarakat sudah sadar bahwa produk kecantikan tidak hanya dapat digunakan untuk kecantikan kulit saja. Melainkan juga mesti memperhatikan setiap bahan –bahan yang aman bagi kesehatan kulit itu sendiri.

Hal ini telah memunculkan trend produk kosmetik halal mulai dikenal oleh pasar nasional serta memiliki permintaan tinggi dari para konsumen. Kementerian Perindustrian sudah menargetkan bahwa pertumbuhan industry kosmetik di Indonesia tahun 2019 mencapai 9% sedangkan pada tahun 2018 yang hanya mencapai sekitar 7,3%. Salah satu cara untuk mengetahui bahwa produk kosmetik tidak memiliki kandungan berbahaya dalam bahan –bahannya, maka dapat dilihat dari informasi yang ada pada atribut produk tersebut. Atribut produk merupakan suatu unsur yang penting bagi konsumen dan bisa di jadikan sebagai dasar pengambilan keputusan pembelian.⁵⁰

2. DAVIENA

Daviena Skincare menjadi satu di antara banyak brand lokal skincare yang populer di Indonesia saat ini. Daviena Skincare menawarkan banyak produk perawatan kulit dan wajah, mulai dari pembersih wajah, toner, serum, pelembap,

⁴⁹ BSN,2016

⁵⁰ <https://www.halodoc.com/>

masker wajah, hingga sabun mandi. Owner adalah sepasang suami istri bernama Melvina Husyanti dan Dadang Mudung.

Saat ini, Melvina dan Dadang memiliki beberapa bisnis. Berikut daftar bisnis keduanya:

- Daviena Skincare
- Daviena Clinic
- Daviena Collaglow
- Daviena Slim Beauty
- Vinada Official
- Daviena Racing Team.⁵¹



Di kalangan masyarakat Indonesia, khususnya kaum wanita, banyak yang menyukai kosmetik brand lokal salah satunya daviena skincare. Mulai dari skincare seperti toner, facial wash, sampai perawatan tubuh seperti sabun pencuci muka, night cream, serum wajah, dan sebagainya. Hal itu dikarenakan kandungannya yang sudah bersertifikasi halal serta lulus uji laboratorium BPOM, sehingga terjamin aman untuk kulit wanita.

Peminat Daviena Skincare bukan Cuma dari kalangan muslimah, namun juga universal dan di pilih mereka berdasar unsur kebaikan atau kesehatannya pada kulit. Daviena skincare merupakan salah satu brand local keluaran

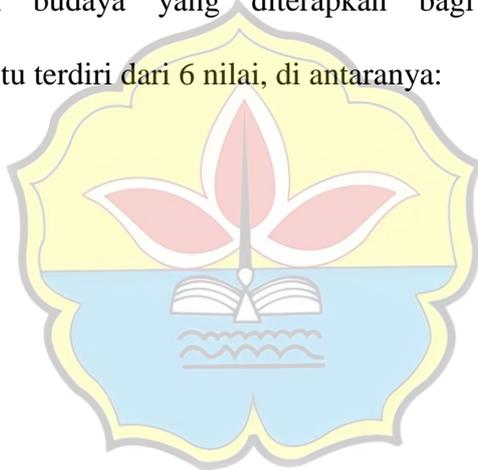
⁵¹ <https://www.idntimes.com/>

daviena skincare, yang mana masih satu produksi dengan brand lainnya yang tak kalah terkenal seperti emina, dan makeover, kedas beauty.

PT Daviena *Skincare* sudah beroperasi dari tahun 2019 dengan nama PT daviena *skincare*, perusahaan ini mengeluarkan produk baru seperti kosmetik baru mereka dengan merek daviaena skincare.

Pada tahun 2019, PT. Daviena *Skincare* akhirnya mendapat sertifikasi halal dari LPPOM MUI, dengan skincare yang menjadi pionir merk halal di Indonesia. Adapun budaya yang diterapkan bagi seluruh karyawan di perusahaan ini, yaitu terdiri dari 6 nilai, di antaranya:

- a)Ketuhanan
- b)Fokus
- c)Keteladanan
- d)Inovasi
- e)Kekeluargaan
- f)Tanggungjawab



Visi perusahaan adalah untuk menjadi perusahaan yang berkomitmen sehingga berkembang terus –menerus dan memiliki pengelolaan terbaik secara bersama –sama melalui produk yang berkualitas ini, menjadikan hari ini lebih baik dari hari di belakang serta memberikan manfaat untuk masyarakat, mitra, para pekerja, sampai lingkungan luas.

Misi mengembangkan setiap pegawai, menciptakan kebaikan untuk pelanggan, memelihara bumi, perbaikan berkesinambungan, dan dapat mengembangkan bisnis (daviena Skincare).⁵²

B. MACAM-MACAM PRODUK DAVIENA SKINCARE

Daviena *Skincare* merupakan salah satu produk kecantikan yang hadir untuk memberikan perlindungan masalah kulit yang sering dialami kaum wanita. Produk Daviena ini hadir dikhususkan untuk jenis kulit normal, kulit berjerawat, berminyak, mengalami beruntus, flek hitam, kulit belang, bahkan komedo yang dialami pada kulit wajah yang terpapar debu ataupun sinar matahari (UV) disetiap aktifitas kegiatan diluar rumah.⁵³

Daviena *skincare* juga dapat digunakan oleh pria, serta produk Daviena Skincare tidak hanya untuk kulit wajah saja seperti, Daviena skincare memiliki sabun tubuh, Body Scrub, Hanbady atau Body Lotion, Daviena Clay Mask dan yang terakhir Clooaglow Daviena Skincera.

Daviena *Skincare* memiliki beberapa produk, seperti *Glowing Seris, Gold Series, Acne Series* yang terdiri dari *Facial Wash, Toner, Serum, Day Cream, dan Night Cream dan Grape Glowing Boster*. Produk ini memiliki manfaat untuk mencerahkan wajah, membuat kulit tampak lebih *glowing* atau cerah,

⁵² Bella Rahmaniah dkk, *Pengaruh Citra Merek Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Daviena Skincare (Studi Kasus Daviena Skincare Store Palembang)*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah, Mandiri, Vol.4, No.1, Sekolah Tinggi Ekonomi Dan Bisnis Syariah Indo Global, 2023

⁵³ <https://www.kompasiana.com/> (akses tanggal 7 Desember 2024)

menyamarkan bekas jerawat, menghilangkan komedo, serta mengecilkan pori-pori, menghilangkan atau memudahkan Flak hitam.



Gambar 1. Produk Daviena *Skincare*

Untuk kemasannya, *Facial Wash* ini dikemas dalam bentuk botol ukuran 100 ml yang memiliki pump untuk memudahkan isi produk keluar. Selain itu, dilengkapi *sticker* yang berisi nama brand serta nama produk yang berwarna pink. Jika dilihat dari luar, *face wash* ini memiliki warna pink dengan tekstur yang hampir sama dengan *face wash* pada umumnya.



Gambar 2. *Face Wash* Daviena *Skincare*

Untuk kemasan *tonernya* juga berbentuk botol ukuran 100 ml dengan tutup *flip top* yang sangat rapat sehingga menjaga kualitas isi dari produk tersebut agar tidak mudah tumpah. Warna botolnya sendiri transparan dengan dilengkapi sticker yang sama seperti *face wash*. *Toner* ini bertekstur cair dan bening, memiliki aroma yang cenderung segar dan menenangkan, namun tidak menyengat.



Gambar 3. Toner Daviena Skincare

Kemasan Serum sendiri sama seperti toner pada umumnya juga, tetapi memiliki ukuran yang cenderung kecil hanya 20 ml disertai dengan pipet yang menyatu dengan tutup serum. Memiliki tekstur gel bening yang tidak lengket.



Gambar 4. Serum Daviena Skincare

Sedangkan untuk *Day Cream* dan *Night Cream*nya dikemas dalam bentuk jar dengan tutup ulir yang berwarna cantik dan mewah. Kemasannya layaknya kaca putih yang transparan sehingga dapat melihat isi produk dari luar. Teksturnya seperti cream yang tidak terlalu padat.



Gambar 5. *Day Cream* dan *Night Cream* Davienna Skincare

Meskipun memiliki warna, bukan berarti akan memberikan efek warna pada wajah. Kalau untuk *Night Cream*nya juga sama seperti *Day Cream*, hanya saja yang membedakan dari segi warnanya. *Night cream* memiliki warna yang putih dan tentunya berbeda dengan *Day Cream*.

Cara pakainya sendiri dapat digunakan secara berurutan, mulai dari *Facial Wash* - *Toner* - *Serum* - *Day Cream* untuk siang hari, dan *Night Cream* untuk malam hari. Penggunaan *Toner* cukup diaplikasikan dengan kapas dan untuk *Serum* bisa diaplikasikan dengan tangan atau ke wajah langsung. Hindari pipet serum menyentuh kulit agar tidak terkontaminasi.

Biasanya untuk terlihat hasil dari Skincare secara bertahap dan memiliki hasil sudah terlihat dalam 7 - 14 hari. tentu saja jika ingin mempertahankan hasil yang memuaskan terus menggunakannya secara teratur.⁵⁴

C. PEMASARAN PRODUK

Pada pemasar produk kecantikan di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan, dengan marketplace seperti Tiktok yang memiliki peran penting dalam strategi penjualan. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Daviena Skincare di Tiktok untuk meningkatkan penjualan di Jakarta jadi menganalisis berbagai teknik promosi, praktik keterlibatan pelanggan, dan posisi kompetitif. Menunjukkan bahwa kombinasi promosi yang ditargetkan, kolaborasi dengan influencer, dan integrasi umpan balik pelanggan berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan penjualan.⁵⁵

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas. Dengan demikian setiap perusahaan baik yang bergerak di bidang dagang maupun jasa mempunyai tujuan untuk terus berkembang dengan banyaknya perusahaan yang tumbuh dengan produk yang sejenis sehingga banyaknya terjadi persaingan yang sejenis yang

⁵⁴ <https://www.kompasiana.com/> (akses tanggal 7 Desember 2024)

⁵⁵ <https://ejournal.nusantaraglobal.or.id/index.php/sentri/article/view/3087> (akses tanggal 7 Desember 2024)

memperebutkan pangsa pasar. Setiap perusahaan juga harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya. Melalui pemahaman perilaku konsumen, pihak manajemen perusahaan dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli para pesaingnya. Setiap produsen selalu berusaha menghasilkan produk yang terbaik. Produk yang dihasilkannya dapat terjual atau dibeli oleh konsumen akhir dengan tingkat harga yang memberikan keuntungan perusahaan jangka panjang. Melalui produk yang dapat dijualnya, perusahaan dapat menjamin kehidupannya atau menjaga kestabilan usahanya dan berkembang.

Daviena *Skincare* merupakan *brand skincare* lokal skala Provinsi di Palembang, Sumatera Selatan yang berdiri pada tahun 2018. Daviena *Skincare* menyediakan produk kecantikan untuk perawatan wajah, tubuh, *collagen*, obat diet, pemutih serta produk lainnya. Daviena *Skincare* menjadi viral karena pada media sosialnya (@melvhinahusyanti, 2023) mengatakan bahwa *brand* tersebut mampu mendapatkan omzet sebesar Rp 3 Miliar dalam satu hari.

Sesuai dengan data penjualan dari Daviena di Tiktok *shop* (2023) yang saat ini penjualannya sebanyak 39,400 sedangkan data penjualan di Shopee lebih dari 100,000 paket penjualan produk. Dalam satu paket Daviena *Skincare* memiliki harga Rp 275,000 – Rp 300,000. Hal ini didukung dengan unggahan Daviena *Skincare* yang menunjukkan banyaknya pesanan yang harus dikemas hingga 206,273 pesanan dengan total pengunjung sebanyak 687,298 orang.

Kemudian *Daviena Skincare* juga memiliki 22 distributor dan 129 agen yang tersebar di seluruh Indonesia.⁵⁶

Melalui data Instagram (2024) banyak pengguna Instagram mengatakan *Daviena Skincare* menjadi pesaing pada brand *MS Glow*. *Daviena Skincare* menjelaskan bahwa akan siap menjadi pesaing bagi brand lokal di Indonesia dengan produk-produk miliknya (Instagram @melvhinahusyanti, 2023), serta *influencer* di Instagram yang membuat video singkat mengenai keunggulan produk *Daviena Skincare* untuk menarik para konsumen baru atau mempertahankan konsumen. Dari laman Instagram *Daviena Skincare* menunjukkan bahwa banyak yang menjadi konsumen setia *Daviena Skincare* di era persaingan ketat pasar skincare di Indonesia.

Untuk harga rangkaian *Daviena Skincare* ini adalah Rp 300.000 tapi akan lebih jelas bisa langsung cek di akun Instagram (IG) yaitu dengan nama akun *davienaskincareofficial* atau bisa juga masuk ke laman deskripsi yang tertera di Instagram atau masuk toko online melalui deskripsi atau aplikasi *Shopee.co.id* dengan nama akun dalam pencarian *DAVIENASKINCARE.OFFICIAL*.

Pembayaran pada pemesanan produk *Daviena Skincare* dapat dilakukan melalui transfer atau COD (berbayar ditempat),⁵⁷ serta dapat melakukan pembayaran juga melalui *Virtual Account (BRIVA)* pada akun Bank BRI salah satunya dalam pembelian produk tersebut.

⁵⁶ Amienah Atthahirah dan Prima Mulyasari Agustini, *Kepuasan Dan Reputasi Merek Terhadap Brand Loyalty Daviena Skincare*, Vol. 5, No. 4, Universitas Bakrie, Indonesia, 2024

⁵⁷ <https://www.kompasiana.com/>

BAB IV

PEMBAHASAN

A. PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP RELASI (RESELLER) PELAKU USAHA DALAM KASUS *OVERCLAIM* PADA PRODUK DAVIENA SKINCARE DI KABUPATEN TANJUNG JABUNG TIMUR

Sejalan dengan perkembangan zaman, pelaku usaha wajib mengungkapkan fakta-fakta atas klaim yang dibuat tentang produk perawatan kulit dan produk lain yang dipasarkan dalam iklan. Produk perawatan kulit harus disesuaikan dengan kebutuhan dan jenis kulit masing-masing individu untuk mencegah iritasi, jerawat, dan masalah kulit lainnya yang disebabkan oleh ketidakcocokan produk, oleh karena itu penting untuk menyampaikan informasi dan klaim secara transparan. Namun, ada perusahaan yang mengabaikan hak-hak konsumen ini ketika mengiklankan produk perawatan kulit dengan menggunakan frasa klaim berlebih atau janji yang berlebihan.

Semua barang dan jasa yang diperjualbelikan haruslah terkini, artinya barang dan jasa tersebut sangat dicari dan populer di kalangan pembeli. sebagian besar karena konsumen memilih strategi pemasaran produk yang sudah dikenal.

Terkait persentase kandungan produk perawatan kulit dan penggunaan kalimat *overclaim*, penelitian ini hanya menyinggung klaim yang tidak diizinkan

oleh BPOM, sebagaimana dijelaskan dalam lampiran Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetik.

Produk Daviena skincare night cream ultimate adalah produk yang saya jadikan contoh; produk ini telah lolos semua uji yang diperlukan dan sama sekali tidak mengandung bahan berbahaya seperti merkuri, retinoid, hidrokuinon, dan steroid.

Pada produk Daviena diatas yaitu produk *Night Cream Ultimate* tersebut memberikan keterangan pada deskripsi produk bahwa kandungan yang terdapat pada skincare Daviena telah sesuai dengan uji laboratorium yang telah di edarkan di sosial media.



Gambar 6. Uji laboratorium Daviena Skincare

Pada gambar diatas merupakan hasil uji laboratorium yang telah dilakukan pada salah satu produk Daviena Skincare yang telah diperjual belikan pada konsumen.

Setidaknya 20 dan tidak lebih dari 40 partisipan disurvei untuk penelitian ini. Usia responden berkisar antara dua puluh lima hingga empat puluh lima tahun. Responden perempuan berjumlah 35 orang dan laki-laki berjumlah 5 orang, dengan mayoritas perempuan.

Adapun beberapa contoh dari produk yang overclaim dan menggunakan merkuri yang dosisnya dapat membahayakan pada Kesehatan kulit. Beberapa produk tersebutpun telah di uji lab oleh BPOM dan ada 13 produk yang terdaftar yang menggunakan merkuri, 13 produknya yaitu :

1. Temulawak New & Day Night
2. CAC Glow
3. Natural 99
4. HN (krim siang dan malam)
5. SP Special UV Whitening
6. Dr Original Pemutih
7. Super Dr Quality Gold SPF 30
8. Diamond Cream
9. Herbal Plus New Day & Night
10. Ling Zhi Day & Night
11. Sj Sin Jung
12. Tabita
13. Krim Labella.⁵⁸



⁵⁸ <https://www.kompas.tv/>

Merkuri, logam berat yang berwarna keperakan saat dicairkan, tidak akan menguap hingga suhu mencapai 375 derajat atau lebih tinggi. Kulit yang cepat memutih dapat terjadi karena kosmetik yang mengandung merkuri. Namun, kesehatan kulit akan terganggu setelah penggunaan berulang.

Penggunaan kosmetik yang mengandung merkuri dalam jangka panjang dapat menyebabkan kerusakan kulit, termasuk kemerahan, peradangan, dan bahkan menghitam.



Gambar 7. Efek pada penggunaan merkuri

Untuk *reseller* harus dapat memberikan informasi yang baik dan teliti pada konsumen agar tidak adanya kesalahpahaman terhadap produk yang di perjual belikan pada toko "online" tersebut serta tidak merugikan pihak-pihak yang bersangkutan lainnya.

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik ditetapkan oleh pemerintah untuk menjamin perlindungan hukum dan akuntabilitas bagi pedagang eceran yang bertransaksi

dengan pengecer "daring". Perdagangan yang dilakukan sepenuhnya melalui sarana elektronik didefinisikan sebagai "setiap kegiatan yang berkaitan dengan pertukaran barang dan jasa, baik di dalam maupun antarnegara, dengan tujuan mengalihkan hak atas barang dan jasa tersebut dengan imbalan uang atau imbalan berharga lainnya" (Pasal 1 angka 1 Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik).

Tjiptono dan Fandy (2019) menyatakan bahwa teori dan praktik pemasaran kontemporer berpusat pada pentingnya pelanggan yang bahagia. Memperoleh dan mempertahankan klien adalah kunci keberhasilan bagi bisnis. Menguasai seni penelitian perilaku konsumen dan menggunakan pengetahuan itu untuk strategi pemasaran, penyampaian pesan, dan pelaksanaan yang lebih baik memerlukan keterampilan tingkat tinggi.⁵⁹

Dalam strategi jual beli ini, reseller hanya membeli barang yang telah disetujui oleh pengelola. Setelah itu, mereka menjadi anggota dan memperoleh sejumlah keuntungan, termasuk kemampuan memanipulasi harga dan memperoleh potongan harga yang menggiurkan bagi pelanggan.⁶⁰ Salah satu tujuan sistem reseller adalah menjaga agar investasi awal tetap rendah. Pertama, siapa pun dapat menjadi reseller dengan investasi awal yang sangat kecil. Kedua, memudahkan penggunaan media elektronik yang kini marak untuk keperluan transaksi.⁶¹

⁵⁹ Fandy Tjiptono. Strategi Pemasaran. Edisi 4. Yogyakarta: CV Andi, 2019.

⁶⁰ Ahmad Syafi'i, 2003, Bisnis Dropshipping dan Reseller, Jakarta: PT Alex Media Komputindo, hlm. 7.

⁶¹ Misna, Op.Cit., hlm. 17.

Menurut Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen wajib membayar barang dan jasa pada saat terjadi jual beli. Apabila konsumen melakukan tindakan tabrak lari yang jelas-jelas melanggar perjanjian, maka konsumen telah melanggar hak pelaku usaha untuk menerima pembayaran sesuai dengan ketentuan dan nilai tukar barang dan jasa yang diperjualbelikan. Menurut Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa pembeli harus beritikad baik dalam melakukan pembelian dan wajib membayar sesuai nilai tukar yang telah disepakati, maka konsumen juga telah melanggar undang-undang ini. Bisnis yang berkecimpung dalam penjualan kembali atau industri kerajinan tangan dapat merugi karena hal ini. Bisnis penjualan kembali merugi saat mereka membeli barang.

Terkadang, ketika berhadapan dengan reseller, pengguna akhir mungkin menyatakan bahwa produk yang mereka beli dari reseller tersebut cacat. Keberatan dan keluhan yang diajukan konsumen tentu harus ditanggapi oleh reseller yang bertindak sebagai konsumen perantara. Salah satu kemungkinan masalahnya adalah reseller dapat memutuskan untuk mengajukan keluhan resmi kepada badan usaha utama.

Menurut Pasal 19 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha juga berkewajiban untuk mengganti kerugian kepada konsumen jika barang atau jasa yang diperdagangkan menimbulkan kerugian, pencemaran, atau kerusakan. Karena tanggung jawabnya

tidak hanya terbatas pada barang yang cacat, pelaku usaha juga harus mengganti kerugian yang mungkin dialami konsumen.

Karena pelaku usaha secara tradisional memiliki posisi yang lebih kuat daripada reseller, penerapan hak reseller merupakan salah satu cara untuk mencapai keseimbangan antara perlindungan pelaku usaha dan reseller. Dalam skala global, terdapat empat hak yang diakui secara umum, yaitu:⁶²

- a. Hak untuk memahami informasi secara akurat;
- b. Jaminan keamanan;
- c. Kebebasan memilih;
- d. Mampu mengekspresikan diri

Empat hak dasar yang disebutkan di atas diakui secara global. Setiap orang yang berperan sebagai konsumen atau subjek hukum memiliki hak-hak tersebut.

Sebagai pelaku utama dalam bisnis, ia memiliki tanggung jawab untuk memberikan informasi yang akurat dan lengkap kepada agen atau pengecernya. Hal ini karena kualitas informasi yang diberikan berdampak pada penjualan produk, karena konsumen cenderung lebih percaya pada barang yang dibelinya.

Pemberian informasi yang baik dan lengkap juga dapat menimbulkan keuntungan dari pihak-pihak yang melakukan penjualan produk Daviena Skincare tersebut sehingga tidak merugikan salah satu pelaku usaha yang telah menjalankan usaha penjualan pada produk Daviena Skincare tersebut.

⁶² M.ShidqonPrabowo, 2010, *PerlindunganHukum Jamaah Haji Indonesia*, Yogyakarta: Rangkang, hlm. 38.

Adapun kasus yang telah terjadi karena adanya kandungan yang berbahaya pada *skincare* yang di perjual belikan di media online, yaitu Kasus owner *skincare* berbahan merkuri Mira Hayati cs di Makassar memasuki babak baru setelah tersangka dan barang bukti dilimpahkan ke Kejaksaan Tinggi Sulawesi Selatan (Kejati Sulsel). Kini, tiga tersangka dalam perkara tersebut segera diadili. Diketahui, kasus peredaran *skincare* berbahan berbahaya menjerat 3 tersangka yang masing-masing merupakan pemilik atau owner merek kosmetik. Ketiga tersangka adalah Mira Hayati (MH), Agus Salim (AS) dan Mustadir Dg Sila (MS).

Proses penyerahan tiga tersangka kasus *skincare* bermerkuri berlangsung di kantor Kejari Makassar pada Senin (3/2). Pelimpahan tersangka dan barang bukti dilakukan penyidik Ditreskrimsus Polda Sulsel kepada Jaksa Penuntut Umum (JPU) Kejati Sulsel.

"JPU Kejati Sulsel menerima penyerahan 3 tersangka dan barang bukti perkara kasus *skincare* yang mengandung merkuri atau berbahaya," kata Kasi Penkum Kejati Sulsel Soetarmi dalam keterangannya, Senin (3/2/2025).

Sebagai informasi, Mira Hayati merupakan owner *skincare* merek *Lightening Skin Mira Hayati Cosmetic* dan *MH Cosmetic Night Cream Glowing*. Sementara Agus Salim mengedarkan produk merek *RG Raja Glow My Body Slim*.

Produk ketiga tersangka terbukti mengandung bahan berbahaya berdasarkan uji laboratorium BPOM Makassar. Atas perbuatannya, ketiga

tersangka dijerat pasal 435 juncto pasal 138 ayat 2 Undang-Undang (UU) RI Nomor 17 Tahun 2023 Tentang Kesehatan.

Soetarmi menjelaskan, ketiga tersangka menjalani pemeriksaan kesehatan saat pelimpahan berkas perkara. Mereka diperiksa tim dokter dari Dinas Kesehatan (Dinkes) Makassar.

"Hasil pemeriksaan menyatakan bahwa ketiga tersangka dalam keadaan sehat. Selanjutnya terhadap 3 tersangka dilakukan penahanan," papar Soetarmi.

3 Owner Skincare Merkuri Ditahan 20 Hari di Rutan Makassar Penahanan ketiga tersangka ditandai dengan pemakaian rompi berwarna merah bertuliskan 'Tahanan Kejari Makassar'. Tangan masing-masing tersangka juga diborgol sebelum digiring ke rutan.

"Masing-masing tersangka akan menjalani penahanan di Rutan Makassar selama 20 hari terhitung mulai 3 Februari 2025 hingga 22 Februari 2025," ungkapnya.

Soetarmi memastikan akan melimpahkan para tersangka ke Pengadilan Negeri (PN) Makassar dalam waktu dekat. Kasus tersebut akan memasuki tahapan persidangan.

"Jaksa Penuntut Umum akan segera melimpahkan perkara 3 tersangka skincare tersebut dijadwalkan pada minggu ini ke Pengadilan Negeri Makassar untuk disidangkan," tegas Soetarmi.

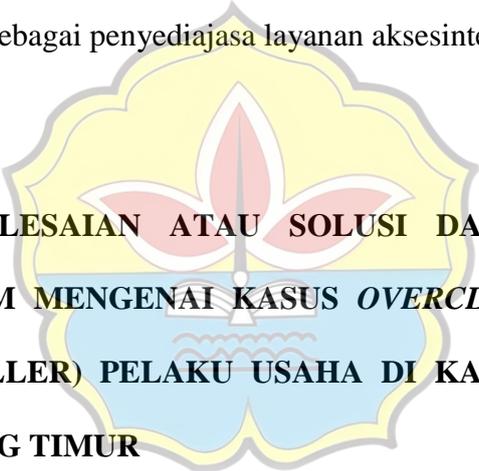
Sementara itu, Kepala Kejati Sulsel Agus Salim menegaskan pihaknya mengawal proses penahanan tersangka sampai tahap persidangan. Setiap orang yang ingin menemui para tersangka harus memperoleh izin dari JPU Kejati Sulsel dan JPU Kejari Makassar.

"Tim JPU tetap bekerja secara profesional, integritas dan akuntabel serta melaksanakan proses penuntutan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan," imbuh Agus Salim.

Dalam perjanjian sebuah perdagangan yang di anggap sah secara hukum jika telah memenuhi syarat secara subyektif dan obyektif, jika persyaratan tersebut tidak terpenuhi dapat di batalkan ketentuan tersebut diatur dalam pasal 1320 Kitab Undang-undang Perdata, Dimana diatur empat hal perjanjian agar dianggap sah secara hukum yaitu sepakat, cakap hukum, kausa yang halal, dan adanya obyek tertentu. Dalam ketentuan Kitab Undang-undang perdata lebih mudah mendeteksi adanya ketidakterpenuhan persyaratan pada sistem perjanjian atau kontrak perdagangan yang dibuat secara konvensional dibandingkan mendeteksi tidak dipenuhinya persyaratan pada perjanjian atau kontrak elektronik. Hal ini dikarenakan dalam proses pembuatan kontrak perdagangan konvensional para pihak dimungkinkan sudah saling mengenal, saling bertatap muka atau setidaknya sudah tahu sama tahu kecakapan hukum masing-masing pihak. Hal ini berbeda dengan proses pembuatan kontrak perdagangan secara elektronik, dalam hal ini para pihak sangat dimungkinkan tidak bertemu atau bahkan tidak mengenal satu sama lain.

Dalam transaksi jual beli melalui internet, pihak-pihak yang terkait antara lain:

- a. Penjual atau pelaku usaha
- b. Pembeli atau konsumen
- c. Bank sebagai pihak perantara atau penyalur dana dari pembeli atau konsumen kepada penjual, karena pada transaksi jual beli secara elektronik, penjual dan pembeli tidak berhadapan langsung
- d. Provider sebagai penyedia jasa layanan akses internet.



B. PENYELESAIAN ATAU SOLUSI DARI PERLINDUNGAN HUKUM MENGENAI KASUS *OVERCLAIM* PADA RELASI (RESELLER) PELAKU USAHA DI KABUPATEN TANJUNG JABUNG TIMUR

Sesuai dengan ketentuan yang berlaku saat ini di Indonesia, disebutkan dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen bahwa;

1. Perusahaan wajib mengganti kerugian, pencemaran, atau kerusakan yang dialami konsumen akibat penggunaan produk atau layanannya.
2. Sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat diberikan dalam bentuk pengembalian uang, penggantian produk dan/atau layanan yang sejenis atau bernilai sama, perawatan kesehatan, atau fasilitas.

3. Waktu yang diperlukan untuk memproses ganti rugi adalah tujuh hari sejak tanggal transaksi.
4. Tuntutan pidana yang timbul dari pembuktian tambahan unsur kesalahan tetap dapat diajukan, meskipun ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dan (2) telah dibayarkan.
5. Persyaratan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dan (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan tanggung jawab konsumen.⁶³

Pasal 6 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 mengatur hak-hak pelaku usaha, antara lain:

1. berhak atas pembayaran sesuai dengan ketentuan dan syarat perjanjian yang mengatur nilai dan pertukaran barang dan jasa yang dipertukarkan;
2. berhak atas perlindungan hukum terhadap tindakan konsumen yang merugikan;
3. berhak untuk melindungi diri sendiri secara memadai dalam proses penyelesaian masalah konsumen melalui jalur hukum;
4. konsumen berhak untuk memperoleh pemulihan nama baik apabila dapat dibuktikan di pengadilan bahwa barang dan jasa yang diperjualbelikan tidak mengakibatkan kerugian bagi mereka;

⁶³ *bid*, hlm 219.

5. hak istimewa yang diatur oleh peraturan perundang-undangan lainnya.

Pelaku usaha berisiko kehilangan pelanggan dan reputasinya tercoreng saat menggunakan kalimat klaim berlebihan yang pada akhirnya merugikan pelanggan. Namun, hingga saat ini pelaku usaha belum dimintai pertanggungjawaban kepada konsumen akibat promosi produk perawatan kulit yang menggunakan kalimat klaim berlebihan. Hal ini karena pelaku usaha telah menganggap kalimat klaim berlebihan sebagai taktik periklanan yang lazim.

Solusi atau penyelesaian yang diberikan oleh *owner* (pemilik) produk Daviena Skincare yaitu dengan melakukan uji laboratorium yang telah dipublikasikan pada sosial media “Tiktok” sebagai bukti telah dilakukannya pengujian laboratorium ulang pada produk Daviena Skincare. Pengujian ulang pada uji laboratorium dilakukan ulang karena untuk membuat konsumen percaya pada produk Daviena Skincare karena dengan adanya berita yang beredar belakangan telah terjadinya pengurangan penjualan atau kerugian dalam penjualan sebanyak 30-50%.⁶⁴

Klarifikasi dilakukan di sosial media atau *platform* media sosial seperti “Tiktok”, klarifikasi dilakukan karena berita *overclaim* pada produk Daviena Skincare sangat cepat menyebar luas karena banyaknya pendapat atau kritik dan saran dari pengguna media sosial. Maka dari itu karena berita yang tersebar secara cepat di media sosial maka klarifikasi dari *owner* (pemilik) Daviena Skincare dilakukan di media sosial pula salah satunya media sosial “Tiktok”.

⁶⁴ Wawancara terhadap reseller Daviena Skincare Di Kabupaten Tanjung Jabung Timur

Melakukan klarifikasi terkait produk Perawatan Kulit Daviena setelah perdebatan sengit di platform media sosial "TikTok" pada bulan Oktober tahun lalu.



Gambar 8. Klarifikasi *owner* (pemilik) Daviena Skincare.

Pada gambar diatas merupakan salah satu produk skincare yang di klarifikasi oleh owner (pemilik) Daviena Skincare. Klarifikasi ditujukan untuk pengguna produk Daviena Skincare agar tidak khawatir dalam menggunakan produknya karena telah dilakukannya uji laboratorium oleh owner (pemilik) Daviena Skincare.

Konsumen harus lebih berhati-hati saat menggunakan barang dan jasa serta menuntut informasi yang lebih lengkap dari perusahaan. Pelanggan akan dapat mengevaluasi kegunaan suatu produk setelah menerima informasi yang relevan dari perusahaan. Selain itu, pembeli yang cerdas akan menyuarakan pemikiran dan komentar yang membangun dengan cara yang tidak merugikan

berbagai pihak yang terlibat dalam transaksi bisnis (pemilik dan penjual barang dan jasa) dan pembeli itu sendiri.

Adapun opsi lain yang diakomodir dalam UU ITE khusus penyelesaian sengketa dalam transaksi e-commerce dijelaskan dalam “Pasal 38 dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan sistem elektronik dan/atau menggunakan teknologi informasi yang menimbulkan kerugian;

2. Masyarakat dapat mengajukan gugatan secara perwakilan terhadap pihak yang menyelenggarakan sistem elektronik dan/atau menggunakan teknologi informasi yang berakibat merugikan masyarakat, sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Adapun dalam penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi atau pengadilan, terdapat ketentuan yang diatur dalam Pasal 19 UU Perlindungan Konsumen bahwa kepentingan dari pihak konsumen tidak dapat diukur dari nilai kerugian. Dengan kata lain, tidak ada syarat minimal berapa nominal kerugian jika konsumen ingin menggugat pelaku usaha atau penjual. Dijelaskan lebih lanjut dalam Pasal 28 UU Perlindungan Konsumen bahwa beban pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha. Ketentuan ini menjadi teori terbalik sebagaimana diterapkan dalam sengketa perdata pada acara

biasa, dimana beban pembuktian menjadi tanggung jawab penggugat. Dalam gugatan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha, dikenal adanya asas product liability yaitu asas pertanggungjawaban atas produk yang disinyalir menyebabkan kerugian terhadap konsumen sehingga pelaku usaha wajib membuktikan klo produk mereka tidak bermasalah. Berdasarkan Pasal 5 UU ITE, alat bukti yang dapat digunakan oleh konsumen di pengadilan adalah: 1. Bukti transfer atau bukti pembayaran; 2. SMS atau e-mail yang menyatakan kesepakatan untuk melakukan pembelian; 3. Nama, alamatn nomor telepon, dan nomor rekening pelaku usaha. Adapun mengenai kompensasi/ganti rugi yang diajukan kepada peaku usaha, berdasarkan Pasal 19 ayat 2 UU Perlindungan Konsumen meliputi sejumlah uang, penggantian barang dan/atau jasa yang setara, perawatan kesehatan, dan pemberian santunan sesuai ketentuan perundang-undangan. Sedangkan sanksi pidana bagi pihak yang melanggar ketentuan dalam e-commercediatur dalam UU ITE, dimana pidana penjara dikumulasikan dengan pidana denda sebagaimana diatur dalam Pasal 45 ayat 2 yaitu pidana penjara paling lama 6 tahun dan/atau denda paling banyak satu milyar rupiah. Selain itu, bagi pelaku usaha dikenakan sanksi adminsitratif sebagaimana diatur pada Pasal 84 ayat 2 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik berupa teguran tertulis, denda administratif, penghentian sementara, sampai dikeluarkan dari daftar izin.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

1. Dalam Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 terlampir yang membahas tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetik dan penggunaan kalimat klaim berlebih pada persentase kandungan produk perawatan kulit, dijelaskan bahwa penggunaan klaim yang tidak diizinkan oleh BPOM merupakan satu-satunya tujuan klaim berlebih. Night Cream Ultimate, produk dari Daviena Skincare, telah diuji di laboratorium dan tidak ditemukan adanya klaim berlebih; hasil pengujian tersebut disertakan di samping pembahasan produk.
2. Hak pelaku usaha tercantum dalam Pasal 6 Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, yang menyatakan:
 1. berhak atas pembayaran sesuai dengan ketentuan dan syarat perjanjian yang mengatur nilai dan pertukaran barang dan jasa yang dipertukarkan;
 2. berhak atas perlindungan hukum terhadap tindakan konsumen yang merugikan;
 3. berhak untuk melindungi diri sendiri secara memadai dalam proses penyelesaian masalah konsumen melalui jalur hukum;

4. konsumen berhak untuk mendapatkan pemulihan nama baik jika dapat dibuktikan di pengadilan bahwa barang dan jasa yang dijual tidak mengakibatkan kerugian bagi mereka;
5. hak istimewa yang diatur oleh undang-undang lain.

Karena kabar tersebut juga beredar di media sosial, pemilik Daviena Skincare pun mengklarifikasi situasi yang melibatkan barang-barang yang dikirim ke reseller miliknya melalui akun media sosial miliknya "Tiktok".

B. SARAN

Berdasarkan pengetahuan yang ada saat ini, berikut ini beberapa saran:

1. Meskipun Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengatur tentang perlindungan konsumen, namun undang-undang tersebut hanya menguraikan hak dan tanggung jawab pelaku usaha tanpa menegaskan perlindungan terhadap mereka.
2. Akibat kurangnya pengetahuan dan pemahaman konsumen mengenai produk yang diperdagangkan, ulasan positif maupun negatif terhadap produk dapat menyebar dengan cepat, yang menyebabkan beredarnya produk yang tidak mematuhi peraturan BPOM dengan cepat.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku-Buku

Adnan, Indra Muchlis dkk, *Hukum Bisnis*, Trussmedia Grafika : Daerah Istimewa Yogyakarta(DIY), 2016

Fandy Tjiptono.Strategi Pemasaran. Edisi 4. Yogyakarta: CV Andi,2019

Hasyim Farida, *Hukum Dagang*, Sinar Grafika: Jakarta, 2009

Kansil, C.S.T., *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1989

Rahardjo, Satjipto, , *Ilmu Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000

Purwaningsih, Endang, *Hukum Bisnis*,Ghalia Indonesia : Bogor, 2010

Setiawan, Guntur, *Implementasi dalam Birokrasi Pembangunan*, Balai Pustaka: Jakarta, 2004

Serfiyani,Cita Yustisia, dkk “*Bisnis Online dan Transaksi Elektronik*”, PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta, 2013

Soejono, Abdurrahman, *Metode penelitian hukum*, Rineka Cipta: Jakarta,1977

B. Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Peraturan BPOM Nomor 23 Tahun 2019 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmtika lampiran III Daftar Bahan Pengawet yang Diizinkan dalam Kosmetika

C. Jurnal Ilmiah

Alvin Julian Herlambang Jurnal Ekonomi dan Manajemen Vol.3, No.4

Desember, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT Surabaya,2023

Ester Dwi Magfirah, Perlindungan Konsumen Dalam E-Commerce. (Jakarta: grafikatama jaya, 2009), hlm. 17

Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. Academy of Management Review, 20(3), 709-734., (McAllister, D. J. (1995). Affect- and Cognition-Based Trust as Foundations for Interpersonal Cooperation in Organizations. *Academy of Management Journal, 38(1), 24-59.*)

Muhamad Ali Sodek dan Lik Anah,2023 “Peran Reseller Dalam Meningkatkan Penjualan Di Toko ”Gudang Keramik” Surabaya ”
Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol. 1, No. 2, Surabaya : Universitas Hasyim Asy’ari

Nurgiansah, T. H. (2022). Pendidikan Pancasila Sebagai Upaya Membentuk Karakter Religius. *Jurnal Basicedu, 6(4), 7310–7316.*

Rifan Adi Nugraha, Jamaluddin Mukhtar, and Hardika Fajar Ardianto, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online,” *Jurnal Serambi Hukum 01, no. 02 (2015): 29.*

Yanti, E. D., Putri, N. J., Pertiwi, S., Sandi, H., Epty, D., Fakultas
Ekonomi, H., Bisnis, D., Perjuangan, B., & Abstrak, K. (2023).
Jurnal Pijar Studi Manajemen Dan Bisnis Strategi Positioning
Produk Untuk Meningkatkan Penjualan Melalui Reseller Oleh
Umkm Elibed. 1(3).

D. Website

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/>

<https://repository.uir.ac.id/5665/1/15.%20HUKUM%20BISNIS>

<https://tekno.kompas.com/read/2024/10/23/11350097/>

<https://www.rri.co.id/hiburan/1067619/>

<https://sumsel.tribunnews.com/2023/10/16/>

<https://www.alodokter.com/>

<https://www.kompasiana.com/>

<https://www.idntimes.com/>

<https://kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfoPertumbuhan-e-commerce-indonesi>