

## **BAB III**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Upaya pencegahan iklan yang menyesatkan berdasarkan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 32 Tahun 2021 Tentang Pengawasan Periklanan Kosmetika dengan cara mewajibkan pelaku usaha memiliki izin edar berupa notifikasi apabila ingin mengiklankan produk kosmetika yang diperdagangkan. Selain itu, pelaku usaha yang ingin mengiklankan produk kosmetika yang diperdagangkan wajib memenuhi kriteria informasi seperti objektif, tidak menyesatkan dan tidak menyatakan seolah-olah sebagai obat. Selain itu, pelaku usaha yang ingin mengiklankan produk kosmetika yang diperdagangkan wajib menggunakan Bahasa Indonesia, namun terdapat pengecualian yaitu diperbolehkan menggunakan Bahasa Daerah dan Bahasa Inggris. Pengawasan iklan kosmetika dilakukan oleh pengawas, selain itu iklan juga dapat diawasi oleh masyarakat dengan memberikan informasi atau laporan atas dugaan pelanggaran periklanan kosmetika. Terdapat sanksi administratif yang diberikan kepada pelaku usaha apabila mengiklankan produk kosmetika yang tidak sesuai dengan persyaratan yang sudah ditentukan. Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 32 Tahun 2021 Tentang Pengawasan Periklanan Kosmetika diharapkan agar pelaku usaha yang ingin mengiklankan produk kosmetikanya agar memperhatikan syarat dan ketentuan yang berlaku.

Iklan melalui media elektronik memberikan kemudahan kepada konsumen dalam mendapatkan informasi akan suatu barang yang mereka butuhkan. Periklanan yang dilakukan melalui media elektronik memiliki cakupan yang sangat luas, sehingga apabila terjadi iklan yang menyesatkan pada media elektronik maka akan banyak sekali korban yang terjerumus pada iklan yang menyesatkan tersebut. Terdapat syarat yang wajib dipenuhi oleh pelaku usaha apabila ingin melakukan penayangan iklan elektronik yang diatur didalam Pasal 28 Ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Pelaku usaha juga wajib bertanggung jawab atas materi iklan yang mereka tayangkan dan segala akibat yang ditimbulkan dari iklan tersebut.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian di atas, penulis menyarankan hal-hal sebagai berikut :

1. Pelaku usaha yang ingin mengiklankan produk kosmetika yang diperdagangkan wajib memenuhi syarat dan ketentuan yang berlaku, pelaku usaha juga harus lebih cermat dalam memproduksi iklan yang dibuat agar tidak terjadi kerugian.
2. Konsumen agar lebih hati-hati untuk memilih produk kosmetika yang dibutuhkan.

3. Pemerintah harus melakukan pengawasan yang lebih terhadap kegiatan pelaku usaha dalam mempromosikan produk kosmetiknya kepada konsumen agar tidak terjadi kecurangan yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam mengiklankan produk kosmetika yang diperdagangkan.
4. Masyarakat harus turut dalam melakukan pengawasan terhadap iklan produk kosmetika agar tidak adanya penyimpangan yang dilakukan oleh pelaku usaha.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abdul Halim Barkatullah., 2019, *Hak-Hak Konsumen*, Nusa Media, Bandung.
- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo., 2004, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT Raja Grafindi Persada, Jakarta.
- Celine Tri Siwi Kristiyanti., 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Dedi Harianto., 2010, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan Yang Menyesatkan*, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Elia Wuria Dewi., 2015, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Monle Lee dan Carla Johnson., 2007, *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*, Kencana, Jakarta.
- Morissan, M.A, 2010., *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Kencana Prenada Media Grup, Jakarta.
- Rhenald Kasali., 2007, *Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Pustaka Utama Grafika, Jakarta.
- Siswanto Sutojo., 2000, *Strategi Manajemen Pemasaran*, PT. Dammar Mulia Pustaka, Jakarta.
- Taufik H. Simatupang., 2004, *Aspek Hukum Periklanan dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.

### Jurnal

- Armina Arofah dan Hidayatullah, 2023, “*Peran BPOM Dalam Menanggulangi Beredarnya Kosmetik yang Tidak Berizin Di Kab. Semarang*”, Jurnal Hukum, Volume 12 Nomor 2, Februari 2023, FH Universitas Muria Kudus.
- Desiana Ahmad dan Mutia Ch. Thalib, 2019, “*Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Terhadap Peredaran Kosmetik Yang Tidak Memiliki Izin Edar*”, Jurnal Legalitas, Volume 12 Nomor. 2, 2019, Fakultas Hukum Universitas Gorontalo.
- Dian Sera Fauzela, Miraya Dardanila, Tabrani, 2023, “*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Yang mengandung Bahan berbahaya Dalam Jual Beli Online ( E-Commerce )*”, Jurnal balitbangda Lampung, Volume 11 Nomor 1, Lampung.

Firman, Asep Iqbal, Ali Sunarno, dan Ali Sunarno, 2023, “ *Perlindungan Konsumen Terhadap Iklan Yang Menyesatkan Dari Perspektif Hukum Perdata Dan Kode Etik Periklanan Indonesia* “, Jurnal Paris Langkis - Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Volume 3 Nomor. 2, Maret 2023, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Palangka Raya.

Gusti Ayu Karolina, I Made Dedy Priyanto dan I Putu Sudarma Sumadi, 2021, “ *Perlindungan Hukum Terhadap konsumen Pengguna Kosmetik Berbahaya* “, Jurnal Kertha Semaya, Volume 9 Nomor. 12 Tahun 2021, Kertha Semaya.

Nur Kharismayati dan RR Dewi Anggraeni, 2023, “ *Perlindungan Konsumen Dari Peredaran Cream Kosmetik Berbahaya Yang Mengandung Merkuri Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Peraturan BPOM Nomor 23 Tahun 2019 Tentang Bahan Kosmetik ( Studi Kasus Putusan No. 1087/Pid.Sus/2020/PN.Jkt.Pst )* “, 2023, Universitas Pamulang.

Putri Utami Dian Safitri, 2021, *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Atas Iklan Produk Kosmetik Yang Menyesatkan*, Jurnal Hukum, Volume 18 Nomor 4, Desember, Tahun 2021, Universitas Jember.

Raharni, Sudibyo Supardi, Max J Herman, Rini Sasanti, dan Andy Leny Susyanti, 2014, “*Kajian Kebijakan Periklanan Kosmetik Di Indonesia: “Kewenangan Pemerintah Pusat Dan Daerah”*”, Jurnal Peneliti Kesehatan, Volume 42, Nomor 2, Juni, Tahun 2014

### **Skripsi**

Adde Riyatna Harahap, 2019, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Akibat Iklan Yang Menyesatkan*, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Sumatera Utara.

Harish Wien Sapiutra, 2018, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan Yang Menyesatkan ( Studi Kasus Pada Produk Kangen Water )*, Skripsi, Universitas Islam Indonesia, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Rizky Amalia Ananda, Skripsi : “ *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Tentang Iklan Produk Di Media Sosial Yang Tidak Sesuai Kriteria Oleh Pelaku Usaha* “ ( Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah, 2021 ).

### **Peraturan PerUndang-Undangan**

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 32 Tahun 2021 Tentang Pengawasan Periklanan Kosmetika

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, Dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 23 Tahun 2019 Tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika.

**Internet**

Vanya Karunia Mulia Putri, 2021, *8 Pengertian Periklanan Menurut Para Ahli*, HUKUMONLINE.COM.

