PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS PRODUK LOKAL UMKM KOTA MEDAN MEREK KING POMADE MENURUT UU NOMOR 8 TAHUN 1999

Oleh
Nadya Kanaya Suhendro[1], J.E. Melky Purba[2], Asman Siagian[3]
[1,2,3] Universitas Pembangunan Panca Budi Medan
E-mail: [1]kanayanadya21@gmail.com, [2]jemelky_purba@dosen.pancabudi.ac.id, [3]siagian_asman@yahoo.com

Article History:
Received: 16-06-2025
Revised: 24-06-2025
Accepted: 19-07-2025

Keywords:
UMKM, Perlindungan Konsumen, BPOM, BPSK

Abstract: *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama perekonomian Indonesia, dengan kontribusi lebih dari 99% terhadap total pelaku usaha dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional. Salah satu sektor UMKM yang berkembang pesat adalah industri kreatif, termasuk produk kosmetik seperti pomade. Penelitian ini mengkaji perlindungan hukum terhadap konsumen produk kosmetik lokal melalui studi kasus King Pomade di Kota Medan. Meskipun memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal, banyak pelaku usaha di sektor ini belum mematuhi standar hukum dan regulasi seperti nomor notifikasi Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), pencantuman komposisi bahan, dan informasi kedaluwarsa. Ketidaksesuaian ini berpotensi menimbulkan risiko kesehatan bagi konsumen serta melanggar hak-hak mereka sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dan empiris untuk menganalisis tingkat kepatuhan pelaku usaha serta hambatan dalam implementasi regulasi, termasuk peran dan efektivitas lembaga seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan kajian hukum perlindungan konsumen, serta menawarkan rekomendasi edukatif dan korektif bagi UMKM dan pemerintah daerah dalam membangun ekosistem usaha yang aman, legal, dan berkelanjutan. Penelitian ini juga mendorong peningkatan literasi hukum baik di kalangan pelaku usaha maupun konsumen sebagai langkah strategis dalam mewujudkan keadilan sosial dan perlindungan konsumen yang menyeluruh.*

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia telah menjadikannya sebagai tulang punggung perekonomian nasional. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, lebih dari 99% pelaku usaha di Indonesia berasal dari kategori UMKM dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional. Salah satu sektor yang menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam konteks ini adalah industri kreatif, khususnya kosmetik dan perawatan pribadi. Produk seperti pomade (minyak rambut pria) telah menjadi bagian dari gaya hidup urban anak muda, mendorong munculnya pelaku usaha lokal yang memproduksi dan memasarkan produk tersebut.

Di Kota Medan, Sumatera Utara, fenomena ini juga berkembang pesat. Berbagai merek lokal mulai bermunculan dan mampu bersaing di pasaran, salah satunya adalah King Pomade, sebuah produk berbasis rumahan yang menargetkan konsumen pria muda dengan gaya klasik-modern. Produk ini menjadi alternatif dari produk luar negeri dengan harga yang lebih terjangkau serta desain kemasan yang menarik. Selain berdampak pada perekonomian daerah melalui penciptaan lapangan kerja dan penguatan identitas produk lokal, keberadaan King Pomade mencerminkan potensi besar UMKM dalam sektor kosmetik.

Namun demikian, pertumbuhan pesat produk lokal ini belum sepenuhnya diiringi oleh kepatuhan terhadap regulasi hukum yang berlaku. Banyak pelaku UMKM belum memahami atau belum mampu memenuhi ketentuan hukum terkait produk kosmetik, seperti izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), pencantuman komposisi bahan, nomor batch produksi, dan tanggal kedaluwarsa. Ketidaksesuaian ini tidak hanya merupakan persoalan administratif, melainkan berpotensi menimbulkan risiko kesehatan bagi konsumen, serta melanggar hak-hak dasar konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-undang tersebut memberikan hak kepada konsumen untuk memperoleh kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi produk, serta informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai produk yang dikonsumsi. Sebaliknya, pelaku usaha diwajibkan memberikan informasi yang tidak menyesatkan serta menjamin mutu barang dan/atau jasa yang ditawarkan. Namun, implementasi norma hukum ini dalam praktik UMKM masih jauh dari optimal. Rendahnya literasi hukum di kalangan pelaku usaha, terbatasnya pengawasan dari pemerintah daerah, serta lemahnya peran lembaga perlindungan konsumen menyebabkan banyaknya produk yang beredar tanpa memenuhi standar hukum yang ditetapkan.

Dalam konteks perlindungan konsumen, keberadaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) menjadi sangat penting. BPSK dibentuk berdasarkan Pasal 52 UndangUndang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan diatur lebih lanjut dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 72/MDAG/PER/12/2009 tentang BPSK. Fungsi utama BPSK adalah menangani dan menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha melalui proses mediasi, arbitrase, atau konsiliasi. Lembaga ini juga berwenang untuk memberikan rekomendasi kepada instansi pemerintah terkait serta memberikan perlindungan hukum langsung kepada konsumen.

Sayangnya, dalam praktiknya, peran BPSK masih belum optimal, terutama di daerahdaerah yang menjadi pusat produksi UMKM. Kurangnya akses, minimnya sosialisasi,

ISSN 2798-3471 (Cetak)
ISSN 2798-3641 (Online)

serta keterbatasan sumber daya manusia dan anggaran membuat lembaga ini belum mampu menjangkau persoalan hukum konsumen secara menyeluruh. Akibatnya, banyak konsumen yang tidak mengetahui keberadaan BPSK atau merasa kesulitan untuk mengakses mekanisme penyelesaian sengketa secara hukum. Di sisi lain, pelaku usaha pun jarang menjadikan BPSK sebagai mitra dalam proses pembinaan atau edukasi hukum.

Situasi ini diperparah oleh kebiasaan konsumsi masyarakat yang cenderung pragmatis, lebih mengutamakan harga murah dan daya tarik visual dibanding legalitas dan keamanan produk. Hal ini memperlihatkan bahwa perlindungan konsumen bukan hanya menjadi tanggung jawab produsen, tetapi juga memerlukan peningkatan kesadaran hukum di kalangan konsumen.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini penting untuk dilakukan dengan fokus pada King Pomade sebagai studi kasus. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum bagi konsumen produk kosmetik lokal di Kota Medan, menilai tingkat kepatuhan pelaku usaha terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen serta regulasi teknis kosmetik, mengidentifikasi peran dan efektivitas BPSK dalam menyelesaikan sengketa konsumen, serta mengungkap kendala yang dihadapi dalam pelaksanaannya.

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan normatif dan empiris untuk melihat kesenjangan antara teori hukum dan praktik di lapangan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam kajian hukum perlindungan konsumen serta menjadi rekomendasi praktis bagi UMKM lokal, lembaga perlindungan konsumen seperti BPSK, dan pemerintah daerah dalam meningkatkan tata kelola usaha dan perlindungan konsumen. Lebih jauh lagi, penelitian ini juga bertujuan mendorong terciptanya ekosistem usaha lokal yang adil, berdaya saing, dan berkelanjutan dengan menjadikan kepatuhan terhadap hukum sebagai standar minimum dalam pengembangan produk lokal.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen produk King Pomade di Medan berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
2. Apakah King Pomade sebagai produk lokal telah memenuhi kewajiban pelaku usaha sesuai dengan ketentuan perundang-undangan terkait perlindungan konsumen?
3. Apa saja kendala dan faktor penghambat dalam penerapan perlindungan hukum terhadap konsumen produk King Pomade?

METODE PENELITIAN

Adapun jenis penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penyusunan artikel yang berkaitan dengan keabsahan Perlindungan Konsumen Atas Produk Lokal UMKM Kota Medan Merek King Pomade Menurut UU Nomor 8 Tahun 1999 ini adalah penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif dimaknai sebagai suatu penelitian yang pelaksanaannya dengan cara meneliti atau menelaah bahan pustaka (disebut juga dengan data sekunder). Pada penelitian ini, adapun pendekatan yang digunakan ialah pendekatan perundang-undangan serta pendekatan konsep dengan memperoleh sumber bahan hukum dari sumber kepustakaan (data sekunder, yang mana data sekunder tersebut terdiri atas bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Adapun teknik pengumpulan bahan hukum yang

digunakan adalah teknik studi dokumen, yakni menelaah peraturan-peraturan hukum, buku-buku, dan juga artikel -artikel yang berkaitan dengan jual beli tanah pada tanah yang belum bersertifikat. Bahan hukum tersebut kemudian dilakulkan interpretasi, argumentasi dan selanjutnya dibahas secara deskriptif pada artikel ini

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk yang menonjol adalah King Pomade, sebuah merek dagang lokal yang memproduksi minyak rambut pria dengan gaya klasik modern. Produk ini tidak hanya populer di kalangan anak muda urban, tetapi juga menjadi bagian dari semangat wirausaha lokal yang mengedepankan kreativitas, Kota Medan, sebagai pusat ekonomi dan kebudayaan di wilayah Sumatera Utara, menyimpan potensi besar dalam pengembangan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu sektor unggulan yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah industri kreatif, khususnya bidang kosmetik pria. King Pomade merupakan salah satu contoh produk lokal yang menonjol dalam kategori ini. Sebagai minyak rambut dengan gaya klasik modern, King Pomade tidak hanya dikenal di kalangan anak muda urban, tetapi juga menjadi simbol semangat wirausaha lokal yang mengandalkan kreativitas, cita rasa khas lokal, serta pemanfaatan strategi pemasaran digital. Keberadaan King Pomade mencerminkan kekuatan komunitas UMKM Medan yang mampu menembus pasar regional bahkan nasional, melalui pemanfaatan platform digital seperti marketplace dan media sosial. Namun di balik kesuksesan ini, terdapat persoalan hukum dan regulasi yang belum sepenuhnya dijalankan oleh para pelaku usaha, yang berpotensi menimbulkan dampak negatif baik bagi konsumen maupun keberlanjutan usaha itu sendiri.

Dalam kerangka hukum yang berlaku, produk seperti King Pomade dikategorikan sebagai produk kosmetik yang wajib memenuhi standar keamanan, mutu, dan kemanfaatan sebagaimana diatur oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Berdasarkan Peraturan BPOM Nomor 12 Tahun 2020 tentang Tata Cara Notifikasi Kosmetik, setiap produk kosmetik yang akan diedarkan di Indonesia harus memiliki nomor notifikasi sebagai bukti bahwa produk tersebut telah melewati proses penilaian keamanan. Nomor ini menjadi bentuk legitimasi dan perlindungan konsumen dari produk yang berisiko membahayakan kesehatan. Namun, dalam kenyataannya, masih banyak pelaku UMKM di Medan yang belum mematuhi ketentuan ini. Dari hasil penelusuran di berbagai platform e-commerce, ditemukan banyak produk pomade lokal yang tidak memiliki nomor notifikasi, tidak mencantumkan komposisi bahan secara jelas, serta tidak menyertakan identitas produsen. Fenomena ini mengindikasikan masih rendahnya kesadaran hukum dan lemahnya penegakan regulasi terhadap pelaku usaha di sektor ini. Dampak dari ketidakpatuhan tersebut tidak dapat dipandang remeh. Konsumen dapat mengalami efek samping seperti iritasi kulit kepala, alergi, bahkan kerontokan rambut akibat penggunaan bahan aktif yang tidak sesuai atau tanpa uji keamanan. Ketika informasi dalam label produk tidak akurat atau menyesatkan, hal ini melanggar Pasal 4 dan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menjamin hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, keamanan, dan kenyamanan dalam menggunakan suatu produk.

Ketika produsen tidak mencantumkan komposisi, izin edar, dan informasi yang sah, maka pelaku usaha secara langsung telah melanggar prinsip perlindungan konsumen dan mengabaikan kewajiban hukum yang melekat pada setiap kegiatan usaha. Hal ini tidak hanya

ISSN 2798-3471 (Cetak)
ISSN 2798-3641 (Online)

berisiko terhadap konsumen secara individu, tetapi juga dapat merusak citra keseluruhan ekosistem UMKM lokal. Melalui wawancara yang dilakukan dengan perwakilan instansi pengawas, diperoleh gambaran bahwa praktik manipulasi informasi lokasi dan kategori produk marak terjadi di dunia e-commerce. Sekitar 80% pelaku usaha mencantumkan alamat domisili fiktif, seperti Medan, padahal produk mereka dikirim dari daerah lain. Penggunaan identitas lokasi yang tidak sesuai ini bertujuan untuk menciptakan kesan kredibilitas geografis tertentu, yang dianggap lebih meyakinkan di mata konsumen.

Selain itu, banyak produk yang didaftarkan dengan kategori yang tidak sesuai, seperti kosmetik yang dikategorikan sebagai herbal, jamur, atau bahkan tisu, agar dapat lolos dari sistem verifikasi yang sangat minim dari pihak e-commerce. Hal ini terjadi karena mayoritas platform digital hanya melakukan verifikasi pada aspek visual, seperti perbedaan foto produk, tanpa memeriksa legalitas izin edar atau keaslian identitas produsen. Akibatnya, pelaku usaha yang memalsukan informasi masih bisa dengan mudah memasarkan produknya secara daring tanpa hambatan berarti.

Lebih jauh lagi, minimnya pengawasan terhadap distribusi produk kosmetik lokal di Medan juga dipengaruhi oleh lemahnya peran lembaga penyelesaian sengketa seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Meskipun berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 72 Tahun 2020, BPSK memiliki wewenang untuk menyelesaikan sengketa konsumen melalui mediasi, arbitrase, dan ajudikasi, faktanya keberadaan lembaga ini masih kurang dikenal oleh masyarakat luas, termasuk pelaku UMKM dan konsumen sektor informal. Literasi hukum yang rendah, minimnya sosialisasi, serta belum tersedianya sistem pengaduan yang efektif membuat konsumen enggan melaporkan kasus kerugian yang mereka alami. Di sisi lain, pelaku usaha cenderung melihat proses perizinan dan kepatuhan sebagai beban administratif, bukan sebagai kewajiban hukum yang harus dijalankan untuk melindungi konsumen dan kelangsungan usaha mereka.

Jika pelaku usaha tidak mau memberikan ganti rugi kepada konsumen yang dirugikan, maka konsumen dapat mengajukan keluhan atau tuntutan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Namun, dalam kenyataannya banyak hambatan yang dihadapi oleh konsumen maupun BPSK dalam menyelesaikan masalah ini. Salah satu hambatan utama adalah kurangnya sosialisasi tentang keberadaan dan fungsi BPSK. Banyak konsumen dan pelaku usaha, khususnya di sektor UMKM, yang tidak mengetahui bahwa BPSK dapat menjadi jalur alternatif untuk penyelesaian sengketa secara cepat dan murah tanpa melalui jalur pengadilan. Hal ini disebabkan oleh rendahnya literasi hukum di kalangan masyarakat dan pelaku usaha. Selain itu, permasalahan pendanaan juga menjadi faktor penghambat. Proses mediasi atau penyelesaian sengketa di BPSK dapat terkendala oleh keterbatasan dana dan sumber daya manusia yang dimiliki oleh lembaga tersebut. BPSK di beberapa daerah, termasuk di Kota Medan, sering kali kekurangan anggaran untuk menjalankan tugasnya dengan efektif.

Kurangnya dana ini menghambat pelaksanaan sosialisasi yang memadai kepada masyarakat, serta mengurangi kemampuan BPSK dalam melakukan pengawasan dan memberikan solusi secara optimal. Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan kolaborasi antara pemerintah daerah, BPOM, dan lembaga perlindungan konsumen untuk meningkatkan kapasitas BPSK, baik dari sisi pendanaan maupun infrastruktur. Pemerintah daerah perlu memberikan anggaran khusus untuk BPSK agar dapat lebih intensif melakukan

sosialisasi dan memperluas jangkauan pengaduan. Selain itu, perlu dibentuk sistem pengaduan daring yang mudah diakses dan terintegrasi dengan lembaga-lembaga lain yang berkaitan, seperti BPOM dan Dinas Kesehatan. Dengan langkah ini, diharapkan konsumen dapat lebih mudah mengajukan keluhan dan mendapatkan ganti rugi yang sah jika pelaku usaha tidak memenuhi tanggung jawab mereka.

Pemasaran produk seperti King Pomade yang sangat bergantung pada media sosial dan marketplace seperti Instagram, TikTok, Shopee, dan Tokopedia, justru memperburuk situasi karena lemahnya sistem regulasi digital. Banyak pelaku usaha menggunakan strategi promosi hiperbolik dan manipulatif untuk menarik perhatian konsumen, dengan informasi produk yang tidak didukung oleh data valid atau izin resmi. Praktik seperti ini melanggar Pasal 9 UU Perlindungan Konsumen yang secara tegas melarang penyampaian informasi palsu atau menyesatkan mengenai produk. Namun, lemahnya sistem pengawasan digital, baik oleh platform e-commerce maupun pemerintah, membuka celah besar bagi penyebaran produk ilegal yang berisiko membahayakan konsumen. Hal ini menjadi tantangan serius yang harus diatasi dengan pendekatan regulatif dan kolaboratif yang lebih kuat.

Pemerintah daerah, khususnya Kota Medan, juga belum memberikan intervensi yang cukup dalam mendampingi dan mengawasi UMKM di sektor kosmetik. Meskipun Dinas Kesehatan memiliki kewenangan untuk melakukan inspeksi dan pembinaan, keterbatasan anggaran dan sumber daya manusia membuat fungsi tersebut belum berjalan optimal. Banyak UMKM kosmetik seperti King Pomade berjalan tanpa pendampingan dan tanpa informasi yang memadai mengenai proses legalisasi produk. Di sisi lain, konsumen juga belum memiliki pemahaman yang cukup untuk menilai legalitas suatu produk, baik dari segi label, komposisi, maupun izin edar. Situasi ini memperkuat posisi pelaku usaha yang cenderung mengabaikan aturan, karena tahu bahwa risiko pengawasan sangat rendah dan pengaduan konsumen jarang terjadi. Untuk itu, diperlukan strategi pemecahan yang bersifat integratif, mencakup aspek edukatif, regulatif, dan partisipatif. BPOM perlu memperluas program edukasi kepada pelaku UMKM kosmetik, seperti melalui skema "UMKM Naik Kelas" yang mempermudah proses notifikasi kolektif dan memberikan subsidi biaya izin edar.

Pemerintah daerah juga perlu memperkuat peran BPSK dengan membangun sistem pengaduan daring yang mudah diakses, serta menjalin kerja sama dengan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) untuk menjangkau komunitas dan pelaku usaha mikro. Selain itu, dibutuhkan kebijakan daerah dalam bentuk Peraturan Wali Kota atau Peraturan Daerah yang mengatur secara khusus tata kelola dan pengawasan produk kosmetik lokal, termasuk pemberian insentif bagi pelaku usaha yang patuh hukum dan sanksi administratif bagi pelaku usaha yang melanggar. Tidak kalah penting, peningkatan literasi konsumen melalui kampanye publik, edukasi sekolah, dan kolaborasi dengan influencer media sosial juga menjadi bagian penting dalam menciptakan kesadaran hukum di tengah masyarakat.

Pada akhirnya, King Pomade menjadi cerminan dari dualitas antara potensi ekonomi lokal yang besar dan tantangan legalitas yang masih menghambat pertumbuhan usaha secara berkelanjutan. Produk ini memiliki peluang untuk menjadi ikon industri kosmetik lokal yang berkualitas jika pelaku usahanya mampu menjalankan kewajiban hukum dan menjaga kepercayaan konsumen. Namun, jika aspek legalitas terus diabaikan, bukan tidak mungkin produk ini akan menghadapi risiko hukum yang merugikan, baik dari sisi reputasi maupun

ISSN 2798-3471 (Cetak)
ISSN 2798-3641 (Online)

keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, perlindungan konsumen bukan hanya merupakan kewajiban negara, tetapi juga merupakan tanggung jawab moral dan hukum bersama antara pelaku usaha, regulator, dan konsumen itu sendiri. Hanya melalui kolaborasi dan komitmen yang kuat dari semua pihak, ekosistem UMKM yang adil, aman, dan berkelanjutan di Kota Medan dapat terwujud.

Penting untuk dipahami bahwa keberhasilan ekonomi suatu produk UMKM tidak dapat hanya diukur dari popularitas dan daya jangkau pasarnya saja, tetapi juga dari sejauh mana produk tersebut memenuhi kewajiban hukumnya dan berkontribusi terhadap perlindungan konsumen. Dalam konteks ini, King Pomade sebagai produk yang telah dikenal luas secara nasional dapat menjadi contoh yang baik apabila mampu menjalankan kewajiban legalitasnya secara penuh. Legalitas produk bukan sekadar formalitas administratif, tetapi merupakan bentuk tanggung jawab terhadap keselamatan konsumen serta pembuktian bahwa produk tersebut layak untuk dipasarkan secara luas.

Apabila aspek legalitas ini diabaikan, maka seberapapun kuatnya promosi dan sepopuler apapun produk tersebut di pasar, akan tetap memiliki titik rawan yang dapat meruntuhkan reputasi secara instan ketika muncul aduan atau kasus yang merugikan konsumen. Kasuskasus seperti reaksi alergi, iritasi berat, atau penggunaan bahan berbahaya yang tidak sesuai standar bukan hanya akan merugikan konsumen secara fisik, tetapi juga dapat membuka jalan bagi tuntutan hukum dan penghapusan produk dari peredaran secara paksa. Selain itu, ketidakjelasan dalam pencantuman identitas produsen maupun lokasi produksi yang sesungguhnya menyulitkan proses pelacakan apabila terjadi sengketa. Praktik penyamaran identitas pelaku usaha dengan mencantumkan domisili palsu seperti Medan, padahal barang dikirim dari wilayah lain, memperlihatkan bahwa sistem ecommerce kita masih lemah dalam melakukan verifikasi identitas yang valid. Hal ini tidak hanya menyesatkan konsumen, tetapi juga menyulitkan pihak pengawas dalam menindak pelanggaran yang terjadi.

Pelaku usaha yang menggunakan taktik ini sering kali luput dari pengawasan langsung karena sistem marketplace tidak memfasilitasi kerja sama yang optimal dengan pihak regulator seperti BPOM atau Kominfo. Bahkan, asosiasi ecommerce seperti IDEA hanya memiliki kewenangan merekomendasikan penghapusan produk (takedown), dan bukan melakukan penindakan hukum secara langsung, sehingga banyak pelaku usaha ilegal tetap bisa kembali dengan identitas berbeda atau membuka toko baru tanpa hambatan berarti. Masalah lain yang juga mendesak untuk dibenahi adalah kurangnya kesadaran dari pelaku usaha UMKM bahwa perizinan dan legalitas adalah bagian dari daya saing jangka panjang. Masih banyak pelaku usaha yang berpikir bahwa proses perizinan hanya memperlambat distribusi dan menambah beban biaya, padahal justru dengan legalitas yang jelas, produk mereka memiliki peluang lebih besar untuk menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk pasar ekspor. Legalitas seperti notifikasi BPOM menjadi syarat mutlak untuk bisa mengikuti pameran resmi, menerima bantuan pemerintah, atau menjalin kerja sama dengan distributor besar.

Oleh karena itu, peran edukasi dari pemerintah sangat penting untuk membangun mindset pelaku usaha bahwa mematuhi regulasi bukanlah hambatan, melainkan bentuk investasi reputasi jangka panjang yang sangat berharga. Dalam hal ini, pemerintah daerah memiliki peluang strategis untuk berperan sebagai fasilitator sekaligus pengawas yang aktif.

Program pelatihan, klinik legalisasi produk, serta pembentukan posko advokasi UMKM di tiap kecamatan dapat membantu para pelaku usaha lokal memahami proses legalitas secara praktis. Tidak semua pelaku UMKM memiliki latar belakang pendidikan hukum atau pemahaman mendalam mengenai regulasi kosmetik, sehingga pendekatan edukatif harus bersifat langsung, mendalam, dan berkelanjutan. Apabila pemerintah daerah bersama BPOM, Dinas Kesehatan, dan lembaga perlindungan konsumen bersinergi, maka pengawasan terhadap produk kosmetik seperti King Pomade dapat lebih sistematis dan menyentuh akar permasalahan.

Dengan ekosistem regulasi yang kuat dan kesadaran hukum yang tumbuh di kalangan pelaku usaha dan masyarakat, maka Kota Medan dapat menjadi model pengembangan UMKM yang tidak hanya sukses secara ekonomi, tetapi juga berintegritas dan berkelanjutan. Lebih jauh, pemberdayaan konsumen juga menjadi aspek yang tidak boleh diabaikan. Konsumen yang sadar hukum akan menjadi barisan pertama dalam mendorong pelaku usaha untuk patuh terhadap regulasi. Kampanye literasi hukum dan kesehatan melalui media sosial, kerja sama dengan sekolah, komunitas pemuda, dan tokoh publik, sangat diperlukan untuk membangun budaya konsumtif yang cerdas. Ketika konsumen secara aktif menolak produk yang tidak memiliki izin edar, tidak mencantumkan komposisi bahan, atau mempromosikan informasi palsu, maka akan tercipta tekanan sosial yang memaksa pelaku usaha untuk memperbaiki tata kelola bisnisnya.

Oleh sebab itu, edukasi konsumen tidak kalah penting dibandingkan edukasi pelaku usaha. Tanpa adanya pemahaman konsumen mengenai hak-haknya, pengawasan akan selalu lemah, dan penyalahgunaan regulasi akan terus berlangsung. King Pomade sebagai entitas usaha lokal yang tumbuh dari komunitas seharusnya dapat menjadi pelopor dalam menaati hukum dan menjaga kualitas produk secara transparan. Justru karena produk ini telah dikenal dan dibanggakan sebagai hasil kreativitas anak Medan, maka sepatutnya menjadi contoh bagi pelaku usaha lainnya dalam menjalankan usaha yang legal, aman, dan etis. Jika King Pomade dapat menunjukkan kepatuhan terhadap seluruh ketentuan hukum yang berlaku, termasuk izin edar, komposisi yang jelas, pelabelan yang benar, serta etika pemasaran, maka kepercayaan konsumen akan semakin meningkat dan keberlangsungan usaha akan semakin kokoh. Hal ini akan membawa dampak positif bukan hanya bagi satu merek saja, tetapi juga menciptakan iklim usaha yang sehat, kompetitif, dan bertanggung jawab di seluruh sektor UMKM kosmetik di Kota Medan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen produk kosmetik lokal seperti King Pomade di Kota Medan masih menghadapi berbagai tantangan yang cukup kompleks. Produk kosmetik yang dihasilkan oleh pelaku UMKM memang memiliki potensi ekonomi dan kreativitas yang tinggi, namun belum seluruhnya memenuhi standar legalitas dan keamanan yang ditetapkan oleh peraturan perundang-undangan. Ketidaksesuaian ini ditunjukkan melalui rendahnya tingkat kepatuhan terhadap ketentuan BPOM, khususnya Peraturan BPOM Nomor 12 Tahun 2020 mengenai kewajiban notifikasi kosmetik, serta lemahnya informasi yang akurat dan jujur pada label produk sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Di sisi lain, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), yang

ISSN 2798-3471 (Cetak)
ISSN 2798-3641 (Online)

memiliki peran strategis dalam menyelesaikan sengketa dan memberikan perlindungan hukum bagi konsumen, belum berfungsi secara optimal di Kota Medan. Keterbatasan sosialisasi, literasi hukum yang rendah, dan belum terintegrasinya pengawasan terhadap UMKM berbasis digital menjadi hambatan utama dalam implementasi efektif perlindungan konsumen.

Saran

Solusi terhadap persoalan ini tidak dapat dilakukan secara parsial, melainkan membutuhkan pendekatan kolaboratif dan sistemik. Diperlukan peningkatan edukasi hukum kepada pelaku UMKM, penguatan kapasitas kelembagaan BPSK, serta perluasan pendampingan dan fasilitasi notifikasi oleh BPOM terhadap produk kosmetik lokal. Pemerintah daerah juga diharapkan berperan aktif dalam mengeluarkan regulasi turunan di tingkat lokal yang mendukung tata kelola industri kosmetik secara legal, aman, dan berkelanjutan. Dengan demikian, upaya perlindungan hukum terhadap konsumen tidak hanya berfungsi sebagai bentuk pengendalian risiko, tetapi juga sebagai strategi pembangunan ekonomi daerah yang sehat dan kompetitif. Keberhasilan King Pomade sebagai UMKM lokal akan bergantung pada sejauh mana pelaku usaha mampu menyeimbangkan aspek inovasi dengan kepatuhan terhadap hukum yang berlaku, sehingga produk yang dihasilkan tidak hanya bernilai ekonomi, tetapi juga menjamin keselamatan dan hak-hak konsumen secara menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
[2] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan
[3] Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen
[4] Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2021 tentang Pedoman Umum Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).
[5] Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2020 tentang Persyaratan Teknis Kosmetik.
[6] Sutedi, Ahmad. (2008). Perlindungan Konsumen dalam Hukum Indonesia. Jakarta: Sinar Grafika.
[7] Nasution, Bahder Johan. (2008). Metode Penelitian Ilmu Hukum. Bandung: Mandar Maju.
[8] Komisi Yudisial Republik Indonesia. (2022). Perlindungan Konsumen sebagai Amanat Konstitusi dan Implementasi Prinsip Keadilan. Jakarta: Komisi Yudisial RI.
[9] Afriani, Dwi. (2020). Literasi Konsumen dan Tantangan Penegakan UU Perlindungan Konsumen di Daerah. Jurnal Sosial Humaniora, 11(1), 45–57.
[10] Rahmawati, Leli & Siregar, Farida. (2022). Analisis Yuridis terhadap Produk Kosmetik Lokal dalam Perspektif Perlindungan Konsumen. Jurnal Hukum dan Keadilan, 7(2), 88–102.
[11] Kartikasari, Yunita. (2022). Peran Marketplace dalam Distribusi Produk Kosmetik Lokal: Tinjauan Perlindungan Konsumen. Jurnal Hukum dan Teknologi, 4(1), 12–25.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN

ISSN 2798-3471 (Cetak)
ISSN 2798-3641 (Online)