

STRICT LIABILITY DAN KEADILAN KOREKTIF: REKONSTRUKSI GANTI RUGI KONSUMEN DI ERA SOCIAL COMMERCE

Dewi Rahmawati¹, Kefi Miftachul Ulum², Fahmi Makraja³

Universitas Islam Negeri Salatiga¹, Institut Al-Fitrah (IAF) Surabaya², Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta³
dewirahmawati@uinsalatiga.ac.id

Abstrak

Perkembangan perdagangan digital dan social commerce meningkatkan risiko kerugian konsumen akibat produk cacat, informasi yang menyesatkan, maupun praktik usaha yang merugikan. Di sisi lain, pengaturan ganti rugi dalam hukum perlindungan konsumen masih menghadapi persoalan dalam menjamin pemulihan kerugian yang proporsional dengan kerugian aktual yang dialami konsumen. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana mekanisme ganti rugi yang berlaku telah mencerminkan prinsip keadilan korektif. Penelitian ini bertujuan menganalisis kelemahan pengaturan ganti rugi melalui penguatan prinsip strict liability. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pekonseptual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strict liability yang lebih tegas dan berorientasi pada pemulihan kerugian aktual konsumen dapat mewujudkan keadilan korektif, mengingat efektivitas perlindungan konsumen, serta memberikan kepastian hukum dalam penyelesaian sengketa konsumen di era perdagangan digital.

Kata Kunci: *Ganti rugi konsumen, keadilan korektif, strict liability, perlindungan konsumen, social commerce.*

Abstract

The growth of digital commerce and social commerce has increased the risk of consumer losses due to defective products, misleading information, and harmful business practices. On the other hand, the provisions for compensation under consumer protection law still face challenges in ensuring that the compensation awarded is proportional to the actual losses suffered by consumers. This situation raises questions regarding the extent to which existing compensation mechanisms reflect the principle of corrective justice. This study aims to analyze the weaknesses in compensation regulations by strengthening the principle of strict liability. The study employs a normative legal research method using legislative and conceptual approaches. The results of the study indicate that a more rigorous application of strict liability, oriented toward the recovery of consumers' actual losses, can realize corrective justice, given the effectiveness of consumer protection, and provide legal certainty in the resolution of consumer disputes in the era of digital commerce.

Keywords: *Consumer compensation, corrective justice, strict liability, consumer protection, social commerce.*

A. PENDAHULUAN

Social commerce di era revolusi industri 4.0 merupakan masa perkembangan teknologi digital yang sangat cepat, membuat segala sesuatu menjadi tidak terbatas ¹. Perkembangan

¹ Ajeng Safitri et al., "Analisis Peningkatan Layanan Era 4.0 Menuju Civil Society 5.0: Tinjauan Literatue Review," *Jurnal Media Akademik* 2, no. 6 (2024): 1–15.

teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Salah satu bentuk perubahan yang paling jelas ialah berpindahnya aktivitas perdagangan konvensional menuju ke perdagangan berbasis digital². Sosial media yang awalnya sebagai sarana hiburan semata sekarang bertransformasi menjadi platform multiguna yang memuat media sosial dan berbelanja bahkan menyelesaikan pembayaran (*payment*) yang sekarang disebut dengan *social commerce*³. Kemudahan akses, kecepatan transaksi dan luasnya jangkauan pasar menjadikan *social commerce* semakin diminati oleh masyarakat. Namun, di balik berbagai keuntungan tersebut, muncul pula berbagai permasalahan yang berpotensi merugikan konsumen, seperti produk yang tidak sesuai dengan deskripsi, barang cacat, informasi yang menyesatkan, hingga produk yang membahayakan Kesehatan dan keselamatan konsumen. Kondisi ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen menjadi semakin penting dalam menghadapi dinamika perdagangan digital.

Secara normatif, perlindungan konsumen di Indonesia diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen⁴ yang memberikan hak kepada konsumen untuk memperoleh kenyamanan, keamanan, keselamatan, serta ganti rugi atas kerugian yang dialaminya. Meskipun demikian, dalam praktiknya masih ditemukan berbagai kendala dalam pemenuhan hak konsumen, khususnya terkait mekanisme pertanggungjawaban pelaku usaha dan pemberian ganti rugi. Tidak jarang kerugian yang dialami konsumen jauh lebih besar dibandingkan nilai produk yang dibeli, terutama apabila kerugian tersebut menimbulkan dampak Kesehatan, kerugian ekonomi lanjutan atau kerugian immateriil.⁵

Permasalahan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara tujuan perlindungan konsumen dengan realitas pemulihan kerugian yang diterima konsumen. Dalam perspektif keadilan korektif, ganti rugi seharusnya berfungsi untuk memulihkan posisi pihak yang dirugikan secara proporsional terhadap kerugian yang dialaminya. Namun, mekanisme pertanggungjawaban yang masih menitikberatkan pada pembuktian kesalahan pelaku usaha sering kali menyulitkan konsumen untuk memperoleh pemulihan yang efektif. Akibatnya, konsumen sebagai pihak yang secara ekonomi dan informasi berada pada posisi yang lebih lemah berpotensi tidak mendapatkan perlindungan hukum yang optimal.

Salah satu konsep yang dapat digunakan untuk memperkuat perlindungan konsumen adalah prinsip *strict liability* atau tanggung jawab mutlak. Prinsip ini membebaskan tanggung jawab kepada pelaku usaha atas kerugian yang ditimbulkan oleh produk yang diperdagangkannya tanpa mengharuskan konsumen membuktikan adanya unsur kesalahan. Dalam berbagai sistem hukum modern, *strict liability* telah berkembang sebagai instrumen penting dalam mewujudkan perlindungan konsumen yang lebih efektif, khususnya dalam kasus-kasus yang melibatkan produk cacat atau berbahaya. Oleh karena itu, penguatan

² Safira Khoirunnisa et al., "Perkembangan Social Commerce Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumen : Literature Review," *Kampus Akademik Publisher* 3, no. 1 (2026): 245–53.

³ Achmad Awaluddin M dan Kevin Laksamana Putra, "IMPLEMENTATION OF SOCIAL-COMMERCE AND PERSONAL DATA" 6, no. 4 (2025): 1–24, file:///C:/Users/USER/Downloads/999-File Utama Naskah-4211-1-10-20250526.pdf.

⁴ Peraturan Pemerintah RI, "Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Tentang Perlindungan Konsumen (PP Nomor 8 Tahun 1999)," *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia* 2003, no. 1 (1999): 1–46.

⁵ Sonya Agus Suryani, Syukran Harbelin, and Helfira Citra, "Upaya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Menuntut Ganti Rugi Atas Kerugian Akibat Produk Cacat," *Jurnal Kajian Hukum Dan Pendidikan Kewarganegaraan* | E-ISSN: 3089-7084 1, no. 4 (2025): 440–44, <https://jurnal.globalscients.com/index.php/jkhp/article/view/583>.

penerapan prinsip strict liability menjadi relevan untuk dikaji sebagai upaya merekonstruksi pengaturan ganti rugi konsumen yang lebih berkeadilan.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini berfokus pada dua rumusan masalah yaitu: 1) bagaimana pengaturan ganti rugi konsumen dalam hukum perlindungan konsumen di Indonesia saat ini ditinjau dari prinsip keadilan korektif? dan 2) bagaimana rekonstruksi pengaturan ganti rugi konsumen melalui penguatan prinsip strict liability guna mewujudkan perlindungan konsumen yang lebih adil dan efektif? Penelitian ini penting dilakukan mengingat semakin kompleksnya bentuk kerugian konsumen di era perdagangan digital yang menuntut adanya sistem pertanggungjawaban yang mampu menjamin pemulihan kerugian secara proporsional, memberikan kepastian hukum, dan mencerminkan nilai keadilan.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normative yang bertujuan untuk mengkaji pengaturan ganti rugi konsumen dalam hukum perlindungan konsumen Indonesia serta merekonstruksinya berdasarkan prinsip keadilan korektif melalui penguatan strict liability. Pendekatan yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan (statute approach), pendekatan konseptual (conceptual approach) dan pendekatan komperatif (comparative approach). Bahan hukum yang digunakan terdiri dari bahan hukum primer yaitu berupa peraturan perundang-undangan terkait perlindungan konsumen, bahan hukum sekunder berupa buku, jurnal ilmiah dan hasil penelitian yang relevan. Pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan, kemudian dianalisis secara kualitatif dengan metode deskriptif-analitis untuk mengidentifikasi kelemahan pengaturan yang berlaku dan merumuskan model rekonstruksi pengaturan ganti rugi yang lebih berkeadilan bagi konsumen.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kronologi dan Fakta Kerugian Konsumen Akibat Produk Kosmetik

Permasalahan mulai muncul dari produk kosmetik bernama pinkflash. Pinkflash merupakan brand kosmetik yang berasal dari Tiongkok yang menghadirkan berbagai jenis produk kecantikan dengan harga yang relatif terjangkau. Brand ini cukup populer dan banyak diminati karena mampu menggabungkan aspek harga yang ekonomis dengan kualitas produk yang dinilai sesuai dengan kalangan remaja maupun dewasa muda. Pinkflash menyediakan beragam produk kosmetik seperti lipstick, eyeshadow, foundation serta berbagai produk rias lainnya. Selain itu, pinkflash juga dikenal memiliki formulasi produk yang tahan lama dengan pigmentasi warna yang kuat, sehingga menjadi salah satu alternatif kosmetik yang diminati bagi konsumen yang menginginkan produk dengan kualitas baik namun tetap ekonomis.⁶

Beberapa konsumen mengalami masalah medis dari iritasi hingga ada yang perlu melakukan tindakan medis (operasi). Seperti yang dialami oleh:

1. Dilansir dari akun tiktok (@Tasya, <https://vt.tiktok.com/ZSC1JTWSF/>) yang mengalami mata bengkak saat bangun tidur. 2-3 hari tidak sembuh kemudian konsul ke dokter kemudian diresepkan obat, hingga 2 minggu benjolan di mata belum juga hilang.⁶

⁶ Henni Rahayu Handayani et al., "Penjualan Kosmetik Pinkflash Eyeshadow Yang Mengandung Bahan Berbahaya Ditinjau Dari Pasal (4) UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen" 10 (2026): 1568-74.

2. Dari akun (@elgavrcha, <https://vt.tiktok.com/ZSC1eFEhD/>) mengalami mata bengkak dan muncul benjolan (bintitan). Sudah berobat kedokter tetapi benjolan belum kempes sepenuhnya.
3. Dari akun (@Hello_Hana <https://vt.tiktok.com/ZSC1Jw7Vb/>) mengalami mata bengkak dan muncul benjolan. Berobat ke dokter dan belum sembuh. Di postingannya terdapat komentar dari (@Rnna, <https://vt.tiktok.com/ZS9611Lynwedr-0bNBt/>) yang merupakan korban juga, dan sudah melakukan operasi, namun harus menunggu selama 10 bulan tapi benjolannya tak kunjung pecah
4. Selain akun-akun diatas, terdapat akun (@romeesaabeauty, <https://vt.tiktok.com/ZSC1J3hpy/>) yang merupakan Kumpulan korban-korban dari eyeshadow pinkflash. Di dalam akun tersebut terdapat foto-foto dari korban yang menunjukkan benjolan pada bagian mata.

Pada tahun yang sama yaitu di tahun 2025, ditemukan bahwa produk eyeshadow Pinkflash mengandung sejumlah zat yang berbahaya bagi Kesehatan berdasarkan hasil pengawasan yang dilakukan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Bahan-bahan tersebut meliputi merkuri, asam retinoate, hidrokuinon, pewarna merah K3 dan K10, serta pewarna acid orange, yang penggunaannya dalam produk kosmetik dibatasi atau dilarang karena berpotensi menimbulkan resiko bagi koinsumen.⁷

Menanggapi hal tersebut pihak Pinkflash mengeluarkan pernyataan yang berisikan:

1. Sehubungan dengan Keputusan BPOM RI mengenai pencabutan izin edar serta perintah penarikan dan pemusnahan terhadap produk PINKFLASH 3 Pan Eyeshadow PF-E23, BR02. Dan PINKFLASH 3 Pan Eyeshadow PF-E23 BR04. Per tanggal surat BPOM diterbitkan, pihak Pinkflash telah menghentikan distribusi dan penjualan produk warna tersbut di offline store / distributor maupun marketplace resmi.
2. Pihak Pinkflash memastikan proses pemusnahan produk dilakukan sesuai prosedur dan standar keamanan yan berlaku
3. Pihak Pinkflash menyampaikan permohonan maaf yang sebesar-besarnya kepada konsumen, mitra retail, distributor, dan public atas ketidaknyamanan yang ditimbulkan.
4. Sebagai bentuk komitmen PINKFLASH terhadap keamanan konsumen dan kepatuhan terhadap regulasi BPOM RI, kami menetapkan kebijakan ganti rugi bagi konsumen yang telah membeli produk PINKFLASH 3 Pan Eyeshadow PF-E23, BR0 dan PINKFLASH 3 Pan Eyeshadow PF-E23 BR04. Kompensasi akan diberikan sebesar dua kali (2x) dari harga pembelian produk.

Ketidakseimbangan antara Ganti Rugi dan Kerugian Aktual

Berdasarkan fakta yang ditemukan, terdapat ketidakseimbangan yang signifikan antara bentuk ganti rugi yang diberikan oleh Pinkflash dan kerugian aktual yang dialami konsumen. Sebagai bentuk pertanggungjawaban, Pinkflash memberikan kompensasi senilai dua kali harga produk (2x refund) kepada konsumen yang membeli produk eyeshadow PINKFLASH 3 Pan Eyeshadow PF-E23, BR0 dan PINKFLASH 3 Pan Eyeshadow PF-E23 BR04, yang mana harga produk tersebut sekitar Rp. 30.000 – Rp. 50.000, sehingga 2x harga produk hanya sebesar Rp. 100.000 (harga tertinggi). Meskipun Langkah tersebut menunjukkan adanya itikad

⁷ Handayani et al.

baik dari pelaku usaha untuk menindaklanjuti temuan BPOM, nilai kompensasi yang diberikan belum mencerminkan pemulihan kerugian yang menyeluruh.⁸

Kerugian yang dialami konsumen dalam kasus ini tidak hanya terbatas pada nilai ekonomis produk yang dibeli, melainkan mencakup kerugian fisik, medis, ekonomi dan immateriil. Sejumlah konsumen mengalami iritasi mata, pembengkakan, muncul benjolan pada kelopak mata, hingga harus menjalani pemeriksaan dan perawatan medis. Bahkan terdapat konsumen yang harus menjalani tindakan operasi setelah mengalami gangguan Kesehatan yang berkepanjangan. Dengan demikian, kerugian yang timbul telah melampaui nilai produk yang pada dasarnya hanya berkisar puluhan ribu rupiah.⁹

Apabila dibandingkan dengan biaya yang harus dikeluarkan konsumen untuk konsultasi dokter, pembelian obat, pemeriksaan lanjutan, tindakan operasi, biaya transportasi menuju fasilitas Kesehatan serta potensi kehilangan waktu dan produktivitas, maka kompensasi sebesar dua kali harga produk jelas tidak proporsional. Selain itu, terdapat pula kerugian immateriil berupa rasa sakit, ketidaknyamanan, kecemasan, trauma, serta terganggunya aktivitas sehari-hari yang tidak dapat dinilai hanya berdasarkan harga produk yang dibeli.

Dalam perspektif prinsip keadilan korektif yang dikemukakan Aristoteles, tujuan pemberian ganti rugi adalah memulihkan keseimbangan yang terganggu akibat suatu perbuatan yang menimbulkan kerugian. Oleh karena itu, kompensasi seharusnya tidak hanya berorientasi pada pengembalian nilai barang, tetapi juga mencakup seluruh kerugian nyata yang secara langsung ditimbulkan oleh penggunaan produk tersebut. Dalam kasus eyeshadow pinkflash, pemberian ganti rugi sebesar dua kali harga produk belum mampu mengembalikan posisi konsumen pada keadaan sebelum terjadi kerugian, sehingga tujuan keadilan korektif belum tercapai secara optimal.

Kasus ini menunjukkan adanya kelemahan dalam mekanisme pertanggungjawaban pelaku usaha yang masih berorientasi pada nilai produk, bukan pada tingkat kerugian yang sesungguhnya dialami konsumen. Padahal berdasarkan prinsip perlindungan konsumen, pelaku usaha seharusnya bertanggung jawab atas seluruh dampak yang ditimbulkan oleh produk yang diperdagangkan. Oleh karena itu, diperlukan penguatan prinsip strict liability dalam hukum perlindungan konsumen agar konsumen dapat memperoleh pemulihan kerugian yang lebih adil, proporsional, dan efektif, khususnya dalam kasus produk cacat atau produk yang mengandung bahan berbahaya yang mengancam Kesehatan dan keselamatan konsumen.¹⁰

Analisis Pengaturan Ganti Rugi Konsumen dalam Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia

Pengaturan mengenai ganti rugi konsumen dalam hukum Indonesia pada dasarnya bertujuan untuk memberikan perlindungan terhadap hak-hak konsumen yang dirugikan akibat penggunaan barang dan/atau jasa. Dalam undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) pasal 19 ayat (1) menyatakan pelaku usaha diwajibkan untuk bertanggungjawab atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian yang dialami konsumen akibat mengonsumsi barang/jasa yang diperdagangkan. Ayat (2) Bentuk ganti rugi

⁸ Amanda Zafira Wijaya et al., "ANALISIS MANAJEMEN KRISIS BRAND PINK FLASH DALAM," 2022, 49–54.

⁹ Otoritas Jasa Keuangan, "Modul Perlindungan Konsumen: Workshop Perlindungan Konsumen Di Sektor Jasa Keuangan," 2019, 16.

¹⁰ Suryani, Harbelin, and Citra, "Upaya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Menuntut Ganti Rugi Atas Kerugian Akibat Produk Cacat."

yang dapat diberikan meliputi pengembalian uang, penggantian barang dan/atau pemberian santunan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.¹¹

Secara normatif, ketentuan tersebut menunjukkan bahwa UUPK tidak membatasi ganti rugi hanya pada nilai produk yang dibeli oleh konsumen. Sebaliknya, UUPK memberikan ruang bagi konsumen untuk memperoleh pemulihan atas kerugian yang lebih luas, termasuk biaya perawatan kesehatan apabila kerugian yang ditimbulkan berdampak pada kondisi fisik konsumen. Dengan demikian, orientasi perlindungan konsumen dalam UUPK sesungguhnya tidak hanya berfokus pada penggantian barang yang cacat atau bermasalah, tetapi juga pada pemulihan kerugian yang secara nyata dialami oleh konsumen.

Namun demikian, dalam praktiknya masih ditemukan ketidaksesuaian antara ketentuan normatif dan pelaksanaannya. Kasus eyeshadow Pinkflash menjadi salah satu contoh yang menunjukkan adanya kesenjangan tersebut. Meskipun sejumlah konsumen mengalami kerugian kesehatan berupa iritasi mata, pembengkakan, hingga tindakan operasi akibat penggunaan produk yang kemudian diketahui mengandung bahan berbahaya, bentuk kompensasi yang diberikan oleh pelaku usaha hanya berupa penggantian sebesar dua kali harga produk. Kompensasi tersebut tidak mencerminkan keseluruhan kerugian yang dialami konsumen, terutama biaya pengobatan, biaya tindakan medis, serta kerugian immateriil berupa penderitaan dan ketidaknyamanan yang timbul akibat gangguan kesehatan.

Dari perspektif hukum perlindungan konsumen, praktik pemberian ganti rugi yang hanya didasarkan pada nilai produk menunjukkan adanya kecenderungan reduksi makna tanggung jawab pelaku usaha. Padahal, hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen tidak hanya berkaitan dengan nilai ekonomis barang yang diperjualbelikan, tetapi juga menyangkut jaminan keamanan dan keselamatan konsumen dalam menggunakan produk tersebut. Apabila suatu produk terbukti menimbulkan kerugian kesehatan, maka tanggung jawab pelaku usaha seharusnya mencakup seluruh akibat yang ditimbulkan oleh penggunaan produk tersebut.¹²

Permasalahan tersebut semakin kompleks karena dalam banyak kasus konsumen masih menghadapi kesulitan dalam menuntut pemulihan kerugian yang lebih besar. Proses pembuktian hubungan antara produk dan kerugian yang dialami sering kali menjadi hambatan utama, terutama ketika pelaku usaha memiliki sumber daya yang lebih besar dibandingkan konsumen. Akibatnya, meskipun secara normatif hak konsumen telah diakui oleh UUPK, realisasi hak tersebut belum selalu dapat diwujudkan secara efektif dalam praktik.¹³

Oleh karena itu, pengaturan ganti rugi dalam hukum perlindungan konsumen Indonesia perlu ditafsirkan dan diterapkan secara lebih progresif dengan menempatkan kepentingan konsumen sebagai prioritas utama. Ganti rugi tidak seharusnya dipahami sebatas pengembalian harga barang atau penggantian produk, melainkan sebagai instrumen pemulihan yang mampu mengembalikan posisi konsumen sedekat mungkin dengan keadaan sebelum terjadinya kerugian. Dengan pendekatan tersebut, tujuan perlindungan konsumen untuk mewujudkan keadilan, kepastian hukum, dan kemanfaatan dapat tercapai secara lebih optimal.

Analisis Ketidakseimbangan Ganti Rugi Berdasarkan Teori Keadilan Korektif

Teori keadilan korektif yang dikemukakan oleh Aristoteles berangkat dari gagasan bahwa hukum harus berfungsi untuk memulihkan keseimbangan yang terganggu akibat adanya

¹¹ Peraturan Pemerintah RI, "Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Tentang Perlindungan Konsumen (PP Nomor 8 Tahun 1999)."

¹² Jennita Tesa, Christ Shellyn, and Program Studi, "Jurnal Hukum Hak Konsumen Atas Ganti Rugi Pelaku Usaha Yang Wanprestasi Dalam Kontrak Online Indonesia," 2016.

¹³ Suryani, Harbelin, and Citra, "Upaya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Menuntut Ganti Rugi Atas Kerugian Akibat Produk Cacat."

kerugian yang diderita oleh seseorang. Dalam konsep ini pihak yang menyebabkan kerugian memiliki kewajiban untuk mengembalikan posisi pihak yang dirugikan sedekat mungkin dengan keadaan sebelum kerugian tersebut terjadi. Dengan demikian, ukuran keadilan tidak terletak pada besarnya nilai barang yang menjadi objek transaksi, melainkan pada sejauh mana kerugian yang dialami korban dapat dipulihkan secara proporsional.¹⁴

Apabila teori tersebut diterapkan pada kasus eyeshadow Pinkflash, terlihat adanya ketidakseimbangan antara kerugian aktual yang dialami konsumen dan bentuk ganti rugi yang diberikan oleh pelaku usaha. Berdasarkan berbagai pengakuan konsumen yang tersebar di media sosial, penggunaan produk tersebut mengakibatkan iritasi mata, pembengkakan, munculnya benjolan pada kelopak mata, hingga tindakan operasi. Kerugian yang dialami konsumen tidak hanya berupa hilangnya nilai ekonomis produk, tetapi juga mencakup biaya konsultasi dokter, pembelian obat, tindakan medis, biaya transportasi, kehilangan waktu produktif, serta penderitaan fisik dan psikologis akibat gangguan kesehatan yang dialami.

Di sisi lain, bentuk kompensasi yang diberikan oleh Pinkflash hanya berupa penggantian sebesar dua kali harga pembelian produk. Secara nominal, kompensasi tersebut memang melebihi harga barang yang dibeli konsumen. Akan tetapi, apabila dibandingkan dengan keseluruhan kerugian yang timbul, nilai tersebut tidak memiliki hubungan yang proporsional dengan dampak yang dialami konsumen. Konsumen yang harus menjalani pengobatan bahkan operasi tentunya mengeluarkan biaya yang jauh lebih besar daripada nilai produk kosmetik yang dibelinya. Oleh karena itu, penggantian sebesar dua kali harga produk tidak dapat dikatakan sebagai bentuk pemulihan kerugian yang memadai.

Dalam perspektif keadilan korektif, tujuan ganti rugi adalah menghapus ketimpangan yang muncul akibat perbuatan yang merugikan pihak lain. Ketika konsumen menanggung beban biaya pengobatan dan penderitaan akibat penggunaan produk yang terbukti mengandung bahan berbahaya, sedangkan pelaku usaha hanya memberikan kompensasi yang terbatas pada nilai produk, maka keseimbangan yang menjadi tujuan keadilan korektif tidak tercapai. Dengan kata lain, kerugian yang ditanggung konsumen masih jauh lebih besar dibandingkan pemulihan yang diterimanya.¹⁵

Lebih lanjut, ketidakseimbangan tersebut menunjukkan bahwa pendekatan ganti rugi yang berorientasi pada nilai produk tidak selalu mampu menjawab kompleksitas kerugian yang timbul dalam kasus perlindungan konsumen, khususnya yang berkaitan dengan kesehatan dan keselamatan. Dalam kasus Pinkflash, kerugian utama justru terletak pada dampak kesehatan yang dialami konsumen, bukan pada kehilangan nilai ekonomis produk. Oleh karena itu, pemberian ganti rugi yang hanya dihitung berdasarkan harga barang berpotensi mengabaikan hak konsumen untuk memperoleh pemulihan yang adil dan menyeluruh.¹⁶

Berdasarkan analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa kompensasi sebesar dua kali harga produk yang diberikan dalam kasus eyeshadow Pinkflash belum memenuhi prinsip keadilan korektif karena tidak mampu memulihkan kerugian aktual yang dialami konsumen. Kondisi ini menunjukkan perlunya rekonstruksi pengaturan ganti rugi dalam hukum perlindungan konsumen yang tidak hanya berorientasi pada nilai produk, tetapi juga

¹⁴ Mohammad Alvi Pratama Febrian Duta Pratama, Rafly Pebriansya, "Konsep Keadilan Dalam Pemikiran Aristoteles," no. April (2024): 1–12, <https://doi.org/10.11111/praxis.xxxxxxx>.

¹⁵ Lisa Kristant et al., "Tuntutan Ganti Rugi Keluarga Korban Pembunuhan: Penerapan Onrechtmatige Daad Dan Keadilan Aristoteles Dalam Hukum Perdata Indonesia," *Hukum Dan Politik Dalam Berbagai Perspektif*, 2023, 55–78.

¹⁶ Febrian Duta Pratama, Rafly Pebriansya, "Konsep Keadilan Dalam Pemikiran Aristoteles."

mempertimbangkan seluruh kerugian yang secara nyata dialami konsumen. Dengan demikian, mekanisme ganti rugi dapat berfungsi sebagai instrumen pemulihan yang efektif sekaligus mewujudkan perlindungan konsumen yang lebih berkeadilan.

Analisis Rekonstruksi Pengaturan Ganti Rugi Berbasis Keadilan Korektif melalui Penguatan Strict Liability

Kasus eyeshadow Pinkflash ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kerugian aktual yang dialami konsumen dan ganti rugi yang diberikan oleh pelaku usaha. Meskipun pelaku usaha telah memberikan kompensasi sebesar dua kali harga produk, bentuk kompensasi tersebut belum mampu mengakomodasi keseluruhan kerugian yang dialami konsumen, terutama kerugian kesehatan yang memerlukan pemeriksaan medis, pengobatan, bahkan tindakan operasi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa mekanisme ganti rugi yang berorientasi pada nilai produk belum mampu memberikan pemulihan yang proporsional terhadap kerugian yang sesungguhnya dialami konsumen.

Dalam perspektif keadilan korektif, tujuan utama ganti rugi adalah mengembalikan keseimbangan yang terganggu akibat adanya kerugian yang ditimbulkan oleh pihak lain. Aristoteles berpendapat bahwa keadilan korektif berfungsi untuk memulihkan posisi pihak yang dirugikan melalui mekanisme kompensasi yang sebanding dengan kerugian yang dideritanya. Dengan demikian, ukuran keadilan tidak ditentukan oleh nilai barang yang menjadi objek transaksi, melainkan oleh kemampuan mekanisme hukum dalam memulihkan kerugian yang nyata dialami oleh korban. Apabila prinsip tersebut diterapkan pada kasus Pinkflash, maka ganti rugi yang hanya dihitung berdasarkan harga produk tidak dapat dikatakan memenuhi prinsip keadilan korektif karena tidak mampu memulihkan kerugian kesehatan, biaya medis, maupun kerugian immateriil yang dialami konsumen.

Permasalahan tersebut menunjukkan perlunya rekonstruksi pengaturan ganti rugi dalam hukum perlindungan konsumen Indonesia. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah penguatan prinsip *strict liability* atau tanggung jawab mutlak. Dalam konsep *strict liability*, pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawaban tanpa perlu dibuktikan adanya unsur kesalahan, sepanjang terdapat hubungan kausalitas antara produk yang diperdagangkan dan kerugian yang dialami konsumen. Prinsip ini berkembang sebagai bentuk perlindungan terhadap konsumen yang pada umumnya berada dalam posisi yang lebih lemah dibandingkan pelaku usaha, baik dari aspek ekonomi, informasi, maupun kemampuan pembuktian.¹⁷

Penerapan *strict liability* menjadi relevan dalam kasus produk kosmetik yang mengandung bahan berbahaya. Konsumen pada dasarnya tidak memiliki kemampuan untuk mengetahui kandungan suatu produk secara mandiri dan harus bergantung pada informasi yang diberikan oleh pelaku usaha. Oleh karena itu, risiko yang timbul akibat penggunaan produk yang tidak aman seharusnya dibebankan kepada pihak yang memperoleh keuntungan dari peredaran produk tersebut, yaitu pelaku usaha.¹⁸ Pendekatan ini sejalan dengan tujuan hukum perlindungan konsumen untuk menjamin keamanan, keselamatan, dan kepastian hukum bagi konsumen.¹⁸

Rekonstruksi pengaturan ganti rugi juga perlu diarahkan pada pengakuan terhadap seluruh bentuk kerugian yang dialami konsumen. Ganti rugi tidak seharusnya dibatasi pada pengembalian harga produk atau penggantian barang yang sejenis, melainkan harus mencakup

¹⁷ Johannes Gunawan, "Kontroversi Strict Liability Dalam Hukum Perlindungan Konsumen," *Veritas et Justitia* 4, no. 2 (2018): 274–303, <https://doi.org/10.25123/vej.3082>.

¹⁸ Aryani Sinduningrum and Henny Marlyna, "Penerapan Strict Liability Dalam Hukum Pelindungan Konsumen Di Indonesia: Perbandingan Negara Lain," *Unes Law Review* 6, no. 2 (2023): 5021–30, <https://review-unes.com/https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.

biaya pengobatan, biaya rehabilitasi, kehilangan pendapatan, serta kerugian immateriil yang timbul akibat penggunaan produk yang cacat atau berbahaya. Dengan demikian, mekanisme ganti rugi dapat berfungsi sebagai instrumen pemulihan yang efektif sekaligus memberikan efek preventif bagi pelaku usaha agar lebih berhati-hati dalam memproduksi dan mendistribusikan produknya.

Sebagai bentuk rekonstruksi hukum, pengaturan ganti rugi dalam hukum perlindungan konsumen perlu diarahkan pada pemulihan kerugian aktual (*actual damages*) yang dialami konsumen, bukan semata-mata berdasarkan nilai produk yang dibeli. Rekonstruksi tersebut dapat dilakukan melalui penyempurnaan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dengan menegaskan bahwa pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi atas seluruh kerugian yang secara langsung maupun tidak langsung timbul akibat penggunaan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, termasuk biaya perawatan kesehatan, biaya rehabilitasi, kehilangan pendapatan, serta kerugian immateriil yang dapat dibuktikan. Selain itu, prinsip *strict liability* perlu ditegaskan sebagai dasar pertanggungjawaban dalam kasus produk cacat atau produk yang membahayakan kesehatan dan keselamatan konsumen, sehingga konsumen tidak lagi dibebani pembuktian unsur kesalahan pelaku usaha. Melalui rekonstruksi tersebut, sistem ganti rugi dalam hukum perlindungan konsumen akan lebih selaras dengan prinsip keadilan korektif karena berorientasi pada pemulihan kerugian secara proporsional, sekaligus memperkuat perlindungan konsumen di tengah pesatnya perkembangan perdagangan digital dan *social commerce*. Dengan demikian, kebaruan penelitian ini terletak pada usulan pergeseran paradigma ganti rugi dari *product-value based compensation* menuju *actual-loss based compensation* melalui penguatan prinsip *strict liability* yang berlandaskan keadilan korektif.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pengaturan ganti rugi dalam hukum perlindungan konsumen di Indonesia belum sepenuhnya mewujudkan prinsip keadilan korektif karena masih terdapat ketidakseimbangan antara ganti rugi yang diberikan dan kerugian aktual yang dialami konsumen. Kasus *eyeshadow* Pinkflash menunjukkan bahwa kompensasi sebesar dua kali harga produk tidak mampu mengakomodasi kerugian yang timbul, seperti biaya pengobatan, tindakan operasi, kehilangan produktivitas, serta penderitaan fisik dan psikologis yang dialami konsumen. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa mekanisme ganti rugi yang berorientasi pada nilai produk belum memberikan pemulihan yang proporsional terhadap kerugian nyata yang dialami korban. Oleh karena itu, diperlukan rekonstruksi pengaturan ganti rugi melalui penguatan prinsip *strict liability* yang menempatkan pelaku usaha sebagai pihak yang bertanggung jawab atas seluruh kerugian yang ditimbulkan oleh produknya tanpa mensyaratkan pembuktian kesalahan oleh konsumen. Rekonstruksi ini diharapkan mampu mewujudkan sistem perlindungan konsumen yang lebih adil, efektif, dan responsif terhadap perkembangan perdagangan digital serta memberikan jaminan pemulihan kerugian yang sejalan dengan prinsip keadilan korektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani Sinduningrum, and Henny Marlyna. "Penerapan Strict Liability Dalam Hukum Pelindungan Konsumen Di Indonesia: Perbandingan Negara Lain." *Unes Law Review* 6, no. 2 (2023): 5021–30. <https://review-unes.com/https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.
- Febrian Duta Pratama, Rafly Pebriansya, Mohammad Alvi Pratama. "Konsep Keadilan Dalam Pemikiran Aristoteles," no. April (2024): 1–12. <https://doi.org/10.11111/praxis.xxxxxxx>.

- Gunawan, Johannes. "Kontroversi Strict Liability Dalam Hukum Perlindungan Konsumen." *Veritas et Justitia* 4, no. 2 (2018): 274–303. <https://doi.org/10.25123/vej.3082>.
- Handayani, Henni Rahayu, Roshinta Surya Ndadari, Anna Salshabilla Putri, Cahya Putri, Arif Luqman, and Al Hakiim. "Penjualan Kosmetik Pinkflash Eyeshadow Yang Mengandung Bahan Berbahaya Ditinjau Dari Pasal (4) UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen" 10 (2026): 1568–74.
- Khoirotunnisa, Safira, Manzilah Ar Rohmah, Balqis Fauziah, and Editra Rachma. "Perkembangan Social Commerce Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumen : Literature Review." *Kampus Akademik Publisher* 3, no. 1 (2026): 245–53.
- Kristant, Lisa, Fenty Nur Hidayah, Nafiza Salsabila Faliha, Dewi Sulistianingsih, and Martitah. "Tuntutan Ganti Rugi Keluarga Korban Pembunuhan: Penerapan Onrechtmatige Daad Dan Keadilan Aristoteles Dalam Hukum Perdata Indonesia." *Hukum Dan Politik Dalam Berbagai Perspektif*, 2023, 55–78.
- Otoritas Jasa Keuangan. "Modul Perlindungan Konsumen: Workshop Perlindungan Konsumen Di Sektor Jasa Keuangan," 2019, 16.
- Peraturan Pemerintah RI. "Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Tentang Perlindungan Konsumen (PP Nomor 8 Tahun 1999)." *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia* 2003, no. 1 (1999): 1–46.
- Putra, Achmad Awaluddin M dan Kevin Laksamana. "IMPLEMENTATION OF SOCIAL-COMMERCE AND PERSONAL DATA" 6, no. 4 (2025): 1–24. [file:///C:/Users/USER/Downloads/999-File Utama Naskah-4211-1-10-20250526.pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/999-File%20Utama%20Naskah-4211-1-10-20250526.pdf).
- Safitri, Ajeng, Afifah, Sanyningtyas Ananta, Alma Fitriyana, Dimas Nur Wahid, Emilia Novianti, Mat Kurniawan, and Mega Suci. "Analisis Peningkatan Layanan Era 4.0 Menuju Civil Society 5.0 : Tinjauan Literatue Review." *Jurnal Media Akademik* 2, no. 6 (2024): 1–15.
- Suryani, Sonya Agus, Syukran Harbelin, and Helfira Citra. "Upaya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Menuntut Ganti Rugi Atas Kerugian Akibat Produk Cacat." *Jurnal Kajian Hukum Dan Pendidikan Kewarganegaraan | E-ISSN: 3089-7084* 1, no. 4 (2025): 440–44. <https://jurnal.globalscients.com/index.php/jkhp/article/view/583>.
- Tesa, Jennita, Christ Shellyn, and Program Studi. "Jurnal Hukum Hak Konsumen Atas Ganti Rugi Pelaku Usaha Yang Wanprestasi Dalam Kontrak Online Indonesia," 2016.
- Wijaya, Amanda Zafira, Dinda Nuraini, Farhan Yut Wijaya, Lilik Sumarni, Program Studi, Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Manajemen Krisis, Pink Flash, and Public Relations. "ANALISIS MANAJEMEN KRISIS BRAND PINK FLASH DALAM," 2022, 49–54.