

BAB IV

PROSES ADVOKASI GERAKAN *NO ANIMAL TESTING* DALAM MEMPENGARUHI KEBIJAKAN LARANGAN UJI COBA HEWAN UNTUK INDUSTRI KOSMETIK DI UNI EROPA

Di dalam *Article 26 Council Directive 86/609/EC*, Negara-Negara Anggota Uni Eropa wajib menyerahkan laporan statistik hewan percobaan kepada Komisi Uni Eropa setiap tiga tahun. Laporan tersebut dikumpulkan dan dijadikan laporan keseluruhan untuk selanjutnya diserahkan kepada Parlemen dan Dewan Uni Eropa. Laporan ini lalu dipublikasikan agar dapat diakses oleh seluruh masyarakat Uni Eropa. Pada tahun 1994 dan 1999, Uni Eropa merilis laporan data statistik penggunaan hewan uji coba di Uni Eropa. Berikut ini tabel yang ada dalam *EU First and Second Report on the Number of Animals used for Experimental and other Scientific Purposes in the Member States of the European Union in 1994 and 1999*:

Tabel 1 Jumlah hewan uji coba di Negara-Negara Anggota Uni Eropa

1991 First report, publish in 1994	1996 Second report, published in 1999	
France	(based on 1990) 3,645,708	(based on 1997) 2,609,322
Great Britain Northern Ireland	3,181.768	2,646,026 13,342
Germany	2,402.710	1,509.619

Netherlands	876058	652300
Italy	683293	1,094.185
Spain	558823	506837
Denmark	304370	350226
Portugal	(based on 1992) 87,117	49520
Greece	25439	19280
Ireland	25199	77107
Belgium	no data submitted	1,515.867
Luxembourg	no data submitted	1003
Finland	(not yet with the EU)	110659
Austria	(not yet with the EU)	204825
Sweden	(not yet with the EU)	286012
TOTAL	11,790.485	11,646.130

Sumber: www.tierversuchsgegner.at

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa jumlah hewan uji coba yang di Negara-Negara Anggota Uni Eropa cukup banyak. Ketiga Negara Anggota yang paling banyak menggunakan hewan uji coba adalah Prancis, Inggris, dan Jerman. Ini disebabkan oleh tingginya tingkat teknologi ilmu pengetahuan ketiga Negara Anggota tersebut. Jumlah diatas sebenarnya terus meningkat dari tahun ke tahun, yang terus menimbulkan kecaman dari berbagai kalangan yang memperjuangkan hak hewan.

Pihak-pihak yang memperjuangkan hak hewan terus melakukan upaya berkelanjutan dalam mengadvokasikan penghentian uji coba hewan, seperti Cruelty Free International, ECEAE, dan *The Body Shop*. Meski memakan waktu yang

cukup panjang, namun ketiga aktor ini terus mengadvokasikan larangan uji coba hewan di seluruh penjuru kawasan Uni Eropa. Upaya yang dilakukan secara sistematis ini pada akhirnya membuahkan hasil, dimana Uni Eropa secara bertahap menerapkan aturan-aturan baru terkait uji coba hewan untuk industri kosmetik. Hingga akhirnya pada tahun 2013, Uni Eropa menerapkan aturan penuh larangan uji coba hewan untuk industri kosmetik beserta larangan memasarkan produk kosmetik hasil uji coba hewan di kawasan regional Uni Eropa. Pada bab ini, penulis akan memberikan penjabaran tentang proses advokasi yang dilakukan oleh *Cruelty Free International*, ECEAE, dan *The Body Shop* dalam mempengaruhi kebijakan larangan uji coba hewan untuk industri kosmetik di Uni Eropa. Namun sebelum memberikan penjabaran, demi menghindari kebingungan bagi para pembaca, maka pada bab ini penulis akan menuliskan nama *British Union for the Abolition of Vivisection* (BUAV) dengan nama baru mereka yaitu *Cruelty Free International* (CFI). Berikut ini adalah proses advokasi tersebut:

A. ADVOKASI GERAKAN NO ANIMAL TESTING MELALUI KERJA PENDUKUNG

Langkah pertama yang harus dilakukan dalam melancarkan kerja pendukung yaitu mengumpulkan data-data terkait isu yang akan diangkat. Untuk lebih akurat dalam mendapatkan data dan informasi terkait uji coba hewan untuk kosmetik, *Cruelty Free International* (CFI) memiliki anak organisasi bernama *Cruelty Free International Trust* yang bekerja untuk mengumpulkan data dan CFI juga bekerjasama dengan lembaga penelitian di berbagai universitas. Data yang didapatkan oleh CFI yaitu bahwa sebanyak 11.5 juta hewan digunakan untuk dijadikan objek uji coba penelitian di seluruh Eropa selama setahun (*International C. F., Facts and Figures on Animal Testing*, 2018).

Data-data yang didapat kemudian dikumpulkan untuk selanjutnya dikeluarkan dalam bentuk laporan tahunan oleh

CFI. Laporan tahunan tersebut dapat diakses oleh masyarakat luas melalui *website* resmi milik CFI, seperti salah satunya ialah laporan yang dirilis oleh CFI bersama dengan *Compassion in World Farming* di tahun 1998 berjudul “*Animal Organs in Humans : Uncalculated Risks and Unanswered Questions*” berisi tentang efek bahan-bahan kimia pada tubuh beberapa spesies hewan. Laporan-laporan yang dirilis ini berguna bagi masyarakat umum untuk memperoleh informasi berkaitan dengan isu uji coba hewan untuk kosmetik. Di samping itu, CFI bekerjasama dengan CCIC untuk meninjau produk-produk kosmetik mana saja yang cruelty free maupun *non-cruelty free*. CFI merilis data yang berisi produk-produk kosmetik berlogo Leaping Bunny atau telah terbukti cruelty free oleh CCIC sebagai lembaga yang berwenang memberikan label *Leaping Bunny*. Data ini dirilis CFI melalui *website* mereka untuk memudahkan masyarakat dalam memilih produk-produk kosmetik cruelty free.

The Body Shop juga turut aktif dalam memberikan informasi mengenai uji coba hewan melalui *website* resmi milik mereka. Tidak hanya itu, TBS sebagai sebuah perusahaan kosmetik vegan juga aktif memberikan informasi terkait dengan bahan-bahan alami yang mereka gunakan sebagai bahan dasar pembuatan produk-produk mereka. Konsumen mereka maupun masyarakat umum yang mengakses *website* TBS dapat memperoleh informasi seputar produk kosmetik vegan, jenis bahan-bahan alami yang terkandung dalam produk TBS, manfaat serta keunggulan produk kosmetik vegan. Informasi-informasi tersebut merupakan informasi penunjang untuk mengedukasi masyarakat bahwa produk vegan lebih manusiawi daripada produk-produk kosmetik yang mengandung bahan hewani. Sehingga secara tidak langsung, informasi yang diberikan TBS sekaligus untuk mengajak konsumen mereka dan masyarakat umum untuk mengentikan praktik uji coba hewan dengan menggunakan produk-produk vegan milik TBS.

Untuk dapat menjalani kegiatan operasionalnya, CFI membuka peluang bagi siapa saja yang ingin menjadi donatur. Melalui *website* milik CFI, masyarakat umum dapat mengetahui bagaimana caranya agar dapat memberikan donasi untuk CFI dan untuk apa dana tersebut digunakan oleh CFI. Terdapat beragam cara bagi masyarakat yang ingin memberikan donasi mereka, yaitu transfer melalui kartu debit elektronik atau bekerjasama mengadakan acara penggalangan dana. CFI juga bekerjasama dengan berbagai pihak untuk dapat memperoleh donasi dari masyarakat. Salah satunya CFI bekerjasama dengan mesin pencari “*EveryClick*” untuk memberikan sebagian dana keuntungan yang diperoleh dari masyarakat pengguna mesin pencari ini. *Amazon Smile* juga menjadi salah satu yang bekerjasama dengan CFI. *Amazon Smile* memberikan 0.5% dana keuntungan hasil penjualan produk-produk tertentu kepada CFI (International C. F., Give As Your Browse, 2019). Selain itu CFI juga bekerjasama dengan *Farewill*, sebuah perusahaan jasa konsultasi pembuatan surat wasiat di Inggris. CFI menyediakan potongan harga bagi donatur yang ingin membuat surat wasiat dan menyumbangkan sebagian dana milik mereka untuk diberikan kepada CFI (International C. F., Leave A Legacy, 2019).

Sementara itu, TBS juga turut berkontribusi dalam memberikan dana demi kelancaran kegiatan advokasi gerakan no animal testing. Ini sesuai dengan salah satu nilai yang dimiliki oleh TBS, yaitu melawan praktik uji coba hewan dengan memastikan semua produk mereka bebas dari segala bentuk penyiksaan terhadap hewan. Oleh karena itu, salah satu program CSR yang dijalani oleh TBS ialah berkampanye melawan uji coba hewan dalam pembuatan kosmetik. TBS memberikan dana CSR mereka untuk keberlangsungan kampanye ini.

B. ADVOKASI GERAKAN NO ANIMAL TESTING MELALUI KERJA BASIS

Bentuk kerja basis yang dilakukan oleh advokasi gerakan no animal testing ditujukan untuk mensosialisasikan isu mengenai kejamnya praktik uji coba hewan dalam pembuatan kosmetik. Berikut ini beberapa program kerja basis yang dilakukan oleh advokasi gerakan *no animal testing*:

1. *Forever Against Animal Testing*



Gambar 1. Kampanye Forever Against Animal Testing

Sumber: www.thebodyshop.co.id

The Body Shop merupakan perusahaan kosmetik pertama di dunia yang berkampanye melawan uji coba hewan dalam pembuatan kosmetik sejak tahun 1989. Program melawan uji coba hewan sebenarnya merupakan bentuk implementasi dari salah satu nilai yang dimiliki oleh TBS. Program ini bahkan dimasukkan sebagai salah satu program CSR perusahaan TBS yang dinamai “*Forever Against Animal Testing*”. Tujuan program kampanye ini untuk mengajak konsumen TBS dan masyarakat umum untuk bersama-sama melawan uji coba hewan dalam pembuatan kosmetik. Cara

yang dilakukan TBS ialah dengan memberikan pamflet kepada para konsumen yang berbelanja di gerai TBS yang berisi informasi tentang kejarnya uji coba hewan dalam industri kosmetik. Poster-poster tulisan ajakan melawan uji coba hewan dipajang di dinding-dinding gerai milik TBS. Selain itu, TBS juga memberikan informasi singkat yang ditulis pada kemasan produk-produk TBS. Informasi ini berisi tentang kejarnya uji coba hewan dan bahwa semua produk TBS aman dari kejarnya tersebut (Burlingham, 1990).

2. *Leaping Bunny Program*



Gambar 2. Leaping Bunny Logo
Sumber: www.eceae.org

Sejak tahun 1996, ECEAE bekerjasama dengan CCIC (*Coalition for Consumer Information on Cosmetics*) untuk membuat program “*Leaping Bunny*”. Alasan pembuatan program *Leaping Bunny* ialah karena pada tahun 1996, banyak perusahaan kosmetik yang membuat sendiri logo kelinci dalam kemasan produk mereka tanpa adanya partisipasi dari organisasi perlindungan hewan sehingga menimbulkan kebingungan di kalangan konsumen. Untuk membantu para konsumen, ECEAE dan CCIC membuat standar umum mengenai produk dari perusahaan mana saja yang berhak dikategorikan sebagai produk-produk yang bebas uji coba

hewan. Produk-produk yang telah memenuhi standar tersebut kemudian berhak ditempelkan logo *Leaping Bunny* pada kemasannya (Program, 2019).

3. Membuat video dan film pendek tentang uji coba hewan dalam industri kosmetik.

Memasuki tahun 1980-an, perkembangan teknologi di Eropa semakin pesat mendorong semakin maraknya penggunaan media informasi. *Cruelty Free International* memanfaatkan ini untuk mengencarkan kampanye melawan uji coba hewan. CFI membuat video iklan pendek yang ditayangkan di bioskop-bioskop di Inggris untuk kampanye “*Choose Cruelty Free*” pada tahun 1989 dengan menjadikan seorang model terkenal sebagai model iklan tersebut. Iklan tersebut menggambarkan manusia yang wajahnya menjadi rusak setelah menggunakan make up, dimana manusia tersebut mencerminkan hewan yang rusak wajahnya setelah diberikan berbagai bahan kimia dalam eksperimen laboratorium (Hub, 2019). CFI pun membuat *channel* BUAV TV di dalam website lama mereka. Channel milik CFI tersebut mempublikasikan video-video yang menggambarkan hasil investigasi rahasia mereka berkaitan dengan uji coba hewan. Di salah satu video yang dipublikasikan pada tahun 2012, CFI berhasil merekam penyiksaan terhadap tikus-tikus putih yang dijadikan objek uji coba bahan-bahan kimia pembuatan botox. Di dalam keterangannya, CFI menuliskan bahwa investigasi rahasia ini dilakukan di laboratorium hewan utama di Inggris. Sejumlah sekitar 74,000 tikus putih mengalami keracunan setelah secara kejam diberikan bahan-bahan botox (BUAV, Botox Testing on Aimals (BUAV - Investigation), 2012).



Gambar 3. Video iklan uji coba hewan oleh CFI
 Sumber: www.youtube.com

4. Mengajak tokoh-tokoh masyarakat dalam berkampanye melawan uji coba hewan.

Kemungkinan keberhasilan suatu kegiatan advokasi menjadi lebih besar apabila lebih banyak pihak yang terlibat atau bergabung di dalamnya. Kegiatan kampanye sebagai bagian dari proses advokasi pun akan lebih diperhatikan oleh masyarakat luas apabila melibatkan tokoh-tokoh masyarakat yang sudah dikenali oleh masyarakat seperti para selebriti. Selama melakukan kampanye melawan uji coba hewan dalam pembuatan kosmetik, banyak para selebriti bergabung dengan CFI diantaranya Kimberly Wyatt, Jodie Kidd, Jenny Seagrove, Meg Matthews, dan Paul Mc Cartney. Para selebriti tersebut ikut berkomitmen melawan uji coba hewan dan mengajak masyarakat Eropa untuk bergabung bersama mereka dalam melawan uji coba hewan (Stars, 2011). Bahkan CFI juga menjadikan seorang komedian ternama asal Inggris, Ricky Gervais sebagai Duta Besar global untuk CFI untuk turut mengkampanyekan penolakan terhadap uji coba hewan.



Gambar 4. Ricky Gervais sebagai Duta Besar global CFI

Sumber: www.youtube.com

5. Memobilisasi massa dalam melaksanakan demonstrasi.



Gambar 5. Kampanye penolakan terhadap uji coba hewan di Brussels

Sumber: www.prijatelj-zivotinja.hr

Pada tahun 1991, CFI memobilisasi para simpatisan mereka untuk mengadakan pawai dengan membawa spanduk-spanduk yang bertuliskan penolakan terhadap uji coba hewan. Pawai ini dilaksanakan di Brussels, Belgia, yaitu di depan gedung Parlemen Uni Eropa (BUAV, History of our campaign to end animal testing for cosmetics in the EU!, 2015).

Selanjutnya di pada tahun 2008, CFI bersama dengan ECEAE memobilisasi simpatisan mereka untuk mengadakan demonstrasi di depan Ban Jelacic Square, Kroasia. Demonstrasi dilakukan dengan cara mengadakan pertunjukan yang menampilkan kejamnya eksperimen terhadap primata. Tujuan dari demonstrasi ini yaitu untuk mendesak Pemerintah Uni Eropa dan Pemerintah Kroasia untuk melarang praktik uji coba pada primata (Croatia, 2008).



Gambar 6. Demonstrasi masyarakat menolak uji coba hewan yang di inisiasi oleh CFI

Sumber: www.youtube.com

6. Melakukan debat terbuka dengan pihak-pihak yang pro dengan uji coba hewan.

Seperti yang telah dibahas pada bab sebelumnya, masyarakat internasional pada umumnya terbagi ke dalam dua golongan memandang isu uji coba hewan. CFI tentu saja termasuk ke dalam golongan yang kontra dengan uji coba hewan. Dalam proses advokasi melawan uji coba hewan, CFI mendapatkan pertentangan dari pihak-pihak yang pro terhadap uji coba hewan. Namun demi mencapai keberhasilan dalam advokasi melawan uji coba hewan, CFI bersedia untuk melakukan debat dengan pihak-pihak yang pro terhadap uji coba hewan. Dalam beberapa wawancara, perwakilan CFI beradu argumen dengan pihak yang pro terhadap uji coba hewan. Misalnya saja debat yang dilakukan oleh Michelle Thew sebagai CEO dari CFI dengan Tom Holder sebagai

pendiri NGO *Speaking of Research*, yaitu NGO yang mendukung uji coba hewan. Dalam debat tersebut keduanya beradu argumen mengenai pandangan pro dan kontra terhadap isu uji coba hewan. Wawancara keduanya dirangkum dan dipublikasikan di dalam website milik NGO *Speakers' Corner Trust* (Trust, 2012).

7. Membuat petisi terbuka untuk menolak uji coba hewan dalam pembuatan kosmetik.

Dalam sebuah kegiatan advokasi, NGO maupun aktor pelaksana advokasi sangatlah membutuhkan dukungan dari masyarakat untuk semakin mendesak pemerintah dalam mewujudkan perubahan kebijakan. Dalam kegiatan advokasi gerakan *no animal testing* di Uni Eropa, CFI dan TBS membuat petisi dalam rangka mengumpulkan suara dari masyarakat Eropa agar segera dibuat aturan pelarangan praktik uji coba hewan dalam pembuatan kosmetik. CFI maupun TBS membuat petisi di dalam situs mereka masing-masing. Petisi yang dibuat oleh CFI dinamakan petisi “*Say No To Cruel Cosmetics*”, sementara petisi TBS dinamakan petisi “*Forever Against Animal Testing*”. Selain itu, organisasi-organisasi yang tergabung di dalam ECEAE juga membuat petisi terbuka bagi masyarakat di masing-masing negara mereka melalui situs resmi milik mereka maupun situs *platform* pembuat petisi *online* seperti situs *change.org*. Pada tahun 1996, petisi yang dibuat oleh CFI bersama dengan TBS memperoleh keberhasilan dengan menghasilkan 4 juta suara. Petisi ini kemudian diajukan keduanya ke Komisi Uni Eropa.



Gambar 7. BUAV dan The Body Shop merayakan keberhasilan petisi penolakan terhadap uji coba hewan untuk kosmetik

Sumber: www.youtube.com

8. *Pink Campaign Bus Tour*

Para pelajar juga menjadi salah satu sasaran CFI dalam mengkampanyekan larangan uji coba hewan dalam pembuatan kosmetik. Pada tahun 1982, CFI meluncurkan program “*Pink Campaign Bus Tour*”. CFI mengirimkan bus-bus berwarna merah muda ke sekolah-sekolah di London dan bagian tenggara Inggris. Bus-bus ini membawa staf utusan CFI yang ditugaskan untuk menjadi memberikan informasi kepada para pelajar mengenai kekejaman uji coba hewan yang dilakukan di laboratorium di Inggris (Hub, 2019).



Gambar 8. Bus pink milik BUAV berkampanye mesosialisasikan bahaya uji coba hewan

Sumber: www.youtube.com

C. ADVOKASI GERAKAN NO ANIMAL TESTING MELALUI KERJA GARIS DEPAN

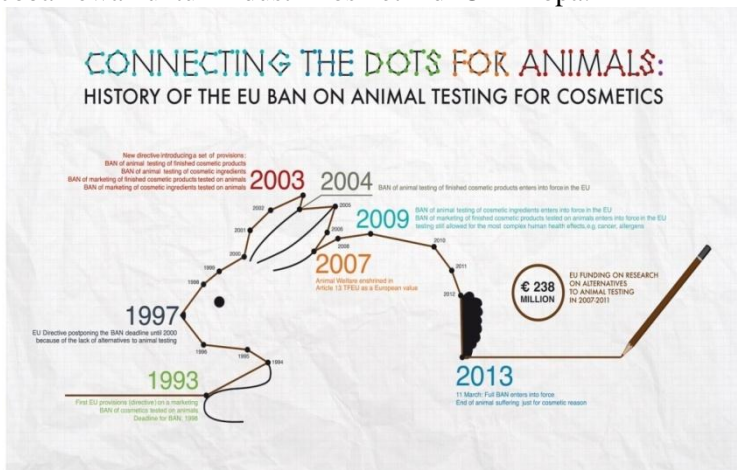
Advokasi gerakan *no animal testing* melakukan Kerja Garis Depan dengan cara melobi Pemerintah Uni Eropa. ECEAE berhasil membangun lobi dengan Pemerintah Uni Eropa melalui pembentukan kerjasama dengan Komisi Uni Eropa dan MEPs (*Member of European Parliament*). Tidak hanya itu, ECEAE pun berhasil menjadi salah satu mitra bagi salah satu agen Komisi Uni Eropa, yaitu ECHA (*European Chemical Agency*). ECEAE diberikan posisi sebagai salah satu pemangku kepentingan yang telah terakreditasi oleh ECHA. Posisi ini memberikan ECEAE kesempatan untuk mengikuti forum diskusi yang diadakan oleh ECHA dan ikut berpartisipasi untuk saling berbagi rencana serta membahas solusi atas suatu isu (ECHA, *Cooperation with accredited stakeholders*, 2019). Dengan demikian maka ECEAE memiliki peluang melobi Pemerintah Uni Eropa dalam mengadvokasikan larangan uji coba hewan dalam pembuatan kosmetik.

Di samping itu, para aktor yang terlibat dalam advokasi gerakan *no animal testing* melakukan Kerja Garis Depan dengan cara memberikan tuntutan-tuntutan kepada Komisi Uni Eropa terkait uji coba hewan dalam pembuatan kosmetik. Berikut adalah tuntutan-tuntutan yang diajukan oleh para aktor yang terlibat dalam advokasi gerakan *no animal testing*:

1. Mendesak Pemerintah Uni Eropa untuk melarang perusahaan-perusahaan kosmetik menggunakan metode uji coba hewan dalam pembuatan produk kosmetik jadi.
2. Mendesak Pemerintah Uni Eropa untuk melarang perusahaan-perusahaan kosmetik menggunakan metode uji coba hewan dalam pembuatan bahan-bahan kosmetik.
3. Mendesak Pemerintah Uni Eropa untuk melarang perusahaan-perusahaan kosmetik dalam menjual produk kosmetik jadi hasil uji coba hewan di kawasan Uni Eropa.

4. Mendesak Pemerintah Uni Eropa untuk melarang perusahaan-perusahaan kosmetik dalam menjual bahan-bahan kosmetik hasil uji coba hewan di kawasan Uni Eropa.
5. Mendesak Pemerintah Uni Eropa untuk segera mengembangkan metode uji coba alternatif non-hewani.

Cruelty Free International, *ECEAE*, maupun *The Body Shop*, tak henti menyuarakan tuntutan-tuntutan tersebut dalam berbagai kampanye yang mereka lakukan. Baik melalui media massa, situs resmi milik mereka, siaran pers yang mereka publikasikan, dan melalui aksi demonstrasi. Proses advokasi gerakan *no animal testing* di Uni Eropa ini merupakan salah satu proses advokasi berkelanjutan yang dilakukan dalam jangka waktu yang cukup panjang. Terhitung selama kurang lebih 20 tahun proses advokasi ini dilakukan. Tuntutan-tuntutan yang disampaikan oleh advokasi gerakan *no animal testing* ini berhasil dicapai satu per satu melalui berbagai tahapan panjang. Di bawah ini adalah gambar yang menggambarkan tahapan pembentukan regulasi larangan uji coba hewan untuk industri kosmetik di Uni Eropa.



Gambar 9. Timeline penerapan aturan larangan uji coba hewan di Uni Eropa

Sumber: www.ec.europa.eu

Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat bahwa regulasi mengenai uji coba hewan dalam pembuatan kosmetik di Uni Eropa dilakukan dalam beberapa tahap. Pada tahun 2003, Amandemen ke-7 dari *Directive 76/768 / EEC* dirumuskan dalam *7th Amendment of the European Cosmetics Directive (2003/15/EC)*. Amandemen ini menambahkan beberapa poin pada *Article 4a* berkaitan dengan uji coba hewan dalam industri kosmetik, di antaranya:

1. *Without prejudice to the general obligations deriving from Article 2, Member States shall prohibit:*
 - (a) *the marketing of cosmetic products where the final formulation, in order to meet the requirements of this Directive, has been the subject of animal testing using a method other than an alternative method after such alternative method has been validated and adopted at Community level with due regard to the development of validation within the OECD;*
 - (b) *the marketing of cosmetic products containing ingredients or combinations of ingredients which, in order to meet the requirements of this Directive, have been the subject of animal testing using a method other than an alternative method after such alternative method has been validated and adopted at Community level with due regard to the development of validation within the OECD;*
 - (c) *the performance on their territory of animal testing of finished cosmetic products in order to meet the requirements of this Directive;*
 - (d) *the performance on their territory of animal testing of ingredients or combinations of ingredients in order to meet the requirements of this Directive, no later than the date on which such tests are required to be replaced by one or more validated alternative methods listed in Annex V to Council Directive 67/548/EEC of 27 June 1967 on the approximation*

of laws, regulations and administrative provisions relating to the classification, packaging and labelling of dangerous substances () or in Annex IX to this Directive.*

No later than 11 September 2004 the Commission shall, in accordance with the procedure referred to in Article 10(2) and after consultation of the Scientific Committee on Cosmetic Products and Non-Food Products intended for consumers (SCCNFP) establish the contents of Annex IX.

2. *The Commission, after consultation of the SCCNFP and of the European Centre for the Validation of Alternative Methods (ECVAM) and with due regard to the development of validation within the OECD, shall establish timetables for the implementation of the provisions under paragraph 1(a), (b) and (d), including deadlines for the phasing out of the various tests. The timetables shall be made available to the public not later than 11 September 2004 and be sent to the European Parliament and the Council. The period for implementation shall be limited to a maximum of six years after the entry into force of Directive 2003/15/EC in relation to paragraph 1(a), (b) and (d).*

(2.1) In relation to the tests concerning repeated-dose toxicity, reproductive toxicity and toxicokinetics, for which there are no alternatives yet under consideration, the period for implementation of paragraph 1(a) and (b) shall be limited to a maximum of 10 years after the entry into force of Directive 2003/15/EC.

(2.2) The Commission shall study possible technical difficulties in complying with the ban in relation to tests, in particular those concerning repeated-dose toxicity, reproductive toxicity and toxicokinetics, for which there are no alternatives yet under consideration. Information about the provisional and final results of these studies should form part

of the yearly reports presented pursuant to Article 9. On the basis of these annual reports, the timetables established in accordance with paragraph 2 may be adapted within a maximum time limit of six years as referred to in paragraph 2 or 10 years as referred to in paragraph 2.1 and after consultation of the entities referred to in paragraph 2.

(Union, Directive 2003/15/EC of the European Parliament and of the Council, 2003).

Proses advokasi gerakan *no animal testing* tidaklah berjalan mulus. Dalam prosesnya, advokasi ini diwarnai oleh pertentangan dari pihak-pihak berkepentingan. Pasca disahkannya *7th Amendment of the European Cosmetics Directive* (2003/15/EC), banyak pihak yang merasa dirugikan atas pemberlakuan aturan tersebut. Beberapa pihak yang berusaha menentang gerakan advokasi *no animal testing* ialah:

1. Prancis

Prancis merupakan salah satu Negara Anggota Uni Eropa yang menentang pemberlakuan larangan uji coba hewan untuk industri kosmetik di Uni Eropa. Sebagai salah satu negara yang terkenal memiliki perusahaan kosmetik ternama, Prancis merasa apabila aturan larangan uji coba kosmetik diberlakukan, maka pihak yang paling dirugikan ialah negara mereka. Setelah Parlemen Uni Eropa mengeluarkan *7th Amendment of the European Cosmetics Directive* (2003/15/EC) seperti yang dituliskan diatas, asosiasi industri kosmetik di Prancis melobi serta menekan Pemerintah Prancis untuk mengajukan pembatalan aturan larangan uji coba hewan untuk industri kosmetik di Uni Eropa. Pemerintah Prancis kemudian mengajukan kasus pengadilan yang menuntut dibatalkannya aturan larangan uji coba hewan ke pengadilan Eropa di Luksemburg. Prancis memberikan alasan hukum dan teknis sebagai alasan untuk membatalkan larangan uji coba

hewan tersebut. Berikut ini adalah alasan yang diberikan oleh Prancis sebagai landasan tuntutan mereka.

- a. Kata-kata yang tertulis didalam aturan larangan uji coba hewan yang termaktub dalam *7th Amendment of the European Cosmetics Directive* (2003/15/EC) dianggap tidak jelas, sehingga berpotensi akan merusak kepentingan bisnis Eropa yang selama ini telah diberlangsungkan. Selain itu, secara hukum aturan tersebut tidak sesuai dengan aturan perdagangan bebas dunia.
 - b. Secara teknis, akan sangat sulit untuk dapat meningkatkan metode alternatif dalam waktu singkat (sejak dikeluarkannya *7th Amendment of the European Cosmetics Directive* (2003/15/EC) pada tahun 2003, hingga 2009 saat diberlakukannya sebagian aturan larangan uji coba hewan). Dengan demikian, maka resiko bahaya bagi kesehatan manusia akan meningkat. Di samping itu, aturan ini juga hanya akan memberikan sedikit dampak bagi peningkatan kesejahteraan hewan (Gentlemen, 2003).
2. *European Federation for Cosmetics Ingredients*
Koalisi ini terdiri dari perusahaan-perusahaan yang memproduksi bahan-bahan kosmetik. Koalisi ini mewakili 70 perusahaan dari Swiss, Jerman, Belgia, Prancis, dan Italia. *European Federation for Cosmetics Ingredients* mengajukan penentangan pemberlakuan aturan larangan uji coba hewan secara rahasia ke Pengadilan Eropa. Alasan penentangan ini adalah karena aturan larangan uji coba hewan akan merugikan industri kosmetik di Uni Eropa yang selama ini memiliki total penjualan 44 miliar Euro per tahun atau setara dengan 39 miliar USD (Gentlemen, 2003).
 3. *Cosmetics, Toiletry, and Fragrance Association*
Asosiasi ini berpendapat bahwa dengan adanya aturan larangan uji coba hewan, maka akan mempengaruhi

penjualan kosmetik. Hal ini disebabkan oleh masih sedikitnya metode alternatif non hewani, sementara tenggat waktu yang diberikan oleh Parlemen terlalu singkat untuk mengembangkan metode alternatif. Selain itu, aturan ini juga akan mengakibatkan perselisihan perdagangan dengan Amerika Serikat dan Jepang sebagai dua negara yang paling banyak bekerjasama dengan Uni Eropa dalam bidang industri kosmetik (Kuehn, 2003).

Pihak-pihak yang melakukan pertentangan tersebut berhasil mencapai kompromi dengan Parlemen Eropa. Parlemen Eropa sepakat untuk memberikan perpanjangan tenggat waktu pemberlakuan penuh larangan uji coba hewan dengan pertimbangan agar lebih banyak waktu dalam mengembangkan metode alternatif untuk uji coba hewan. Namun aturan larangan uji coba hewan tetap diberlakukan di Eropa atas pertimbangan bahwa aturan tersebut sudah sesuai dengan hukum yang berlaku.

Sesuai dengan ketentuan di dalam *7th Amendment of the European Cosmetics Directive* (2003/15/EC), larangan uji coba hewan dalam pembuatan kosmetik jadi mulai diberlakukan di Uni Eropa setelah mencapai target waktu yang ditentukan, yaitu setahun setelahnya atau pada tahun 2004. Ini diikuti dengan pemberlakuan larangan uji coba hewan dalam pembuatan bahan kosmetik di kawasan Uni Eropa dan larangan memasarkan produk kosmetik jadi yang merupakan hasil uji coba hewan di kawasan Uni Eropa pada tahun 2009. Di tahun yang sama, Uni Eropa mengesahkan *Regulation* (EC) No 1223/2009 yang kemudian menjadi aturan baru berkenaan dengan kosmetik sekaligus menggantikan aturan sebelumnya yaitu *Directive 76/768/EEC*. Di dalam Regulasi ini, seperangkat aturan baru mengenai larangan uji coba hewan tertulis di dalam Pasal 18. Berikut ini merupakan isi dari *Article 18* yang termaktub di dalam *Regulation* (EC) No 1223/2009:

1. *Without prejudice to the general obligations deriving from Article 3, the following shall be prohibited:*
 - (a) *the placing on the market of cosmetic products where the final formulation, in order to meet the requirements of this Regulation, has been the subject of animal testing using a method other than an alternative method after such alternative method has been validated and adopted at Community level with due regard to the development of validation within the OECD;*
 - (b) *the placing on the market of cosmetic products containing ingredients or combinations of ingredients which, in order to meet the requirements of this Regulation, have been the subject of animal testing using a method other than an alternative method after such alternative method has been validated and adopted at Community level with due regard to the development of validation within the OECD;*
 - (c) *the performance within the Community of animal testing of finished cosmetic products in order to meet the requirements of this Regulation;*
 - (d) *the performance within the Community of animal testing of ingredients or combinations of ingredients in order to meet the requirements of this Regulation, after the date on which such tests are required to be replaced by one or more validated alternative methods listed in Commission Regulation (EC) No 440/2008 of 30 May 2008 laying down test methods pursuant to Regulation (EC) No 1907/2006 of the European Parliament and of the Council on the Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals (REACH)⁽¹⁾ or in Annex VIII to this Regulation.*
2. *The Commission, after consulting the SCCS and the European Centre for the Validation of Alternative Methods (ECVAM) and with due regard to the*

development of validation within the OECD, has established timetables for the implementation of the provisions under points (a), (b) and (d) of paragraph 1, including deadlines for the phasing-out of the various tests. The timetables were made available to the public on 1 October 2004 and sent to the European Parliament and the Council. The period for implementation was limited to 11 March 2009 in relation to points (a), (b) and (d) of paragraph 1.

In relation to the tests concerning repeated-dose toxicity, reproductive toxicity and toxicokinetics, for which there are no alternatives yet under consideration, the period for implementation of paragraph 1(a) and (b) shall be limited to 11 March 2013.

The Commission shall study possible technical difficulties in complying with the ban in relation to tests, in particular those concerning repeated-dose toxicity, reproductive toxicity and toxicokinetics, for which there are no alternatives yet under consideration. Information about the provisional and final results of these studies forms part of the yearly reports presented pursuant to Article 35.

On the basis of these annual reports, the timetables established as referred to in the first subparagraph, could be adapted up to 11 March 2009 in relation to the first subparagraph and may be adapted up to 11 March 2013 in relation to the second subparagraph and after consultation of the entities referred to in the first subparagraph.

The Commission shall study progress and compliance with the deadlines as well as possible technical difficulties in complying with the ban. Information about the provisional and final results of

the Commission studies forms part of the yearly reports presented pursuant to Article 35. If these studies conclude, at the latest two years prior to the end of the maximum period referred to in the second subparagraph, that for technical reasons one or more tests referred to in that subparagraph will not be developed and validated before the expiry of the period referred to therein it shall inform the European Parliament and the Council and shall put forward a legislative proposal in accordance with Article 251 of the Treaty.

In exceptional circumstances, where serious concerns arise as regards the safety of an existing cosmetic ingredient, a Member State may request the Commission to grant a derogation from paragraph 1. The request shall contain an evaluation of the situation and indicate the measures necessary. On this basis, the Commission may, after consulting the SCCS and by means of a reasoned decision, authorise the derogation. That authorisation shall lay down the conditions associated with this derogation in terms of specific objectives, duration and reporting of the results.

A derogation shall be granted only where:

- (a) the ingredient is in wide use and cannot be replaced by another ingredient capable of performing a similar function;*
- (b) the specific human health problem is substantiated and the need to conduct animal tests is justified and is supported by a detailed research protocol proposed as the basis for the evaluation.*

The decision on the authorisation, the conditions associated with it and the final result achieved shall be

part of the annual report presented by the Commission in accordance with Article 35.

The measures referred to in the sixth subparagraph, designed to amend non-essential elements of this Regulation, shall be adopted in accordance with the regulatory procedure with scrutiny referred to in Article 32(3).

3. *For the purposes of this Article and Article 20:*
 - (a) *'finished cosmetic product' means the cosmetic product in its final formulation, as placed on the market and made available to the end user, or its prototype;*
 - (b) *'prototype' means a first model or design that has not been produced in batches, and from which the finished cosmetic product is copied or finally developed.*

Sesuai dengan tenggat waktu yang ada dalam *7th Amendment of the European Cosmetics Directive (2003/15/EC)*, pada tahun 2013 Parlemen Eropa mengesahkan aturan larangan penjualan bahan kosmetik hasil uji coba hewan di kawasan Uni Eropa. Dengan demikian maka sejak 2013, di kawasan Uni Eropa telah berlaku aturan larangan uji coba hewan atau "*tested ban*" dan larangan penjualan produk maupun bahan kosmetik atau "*marketing ban*".

Di samping *Regulation (EC) No 1223/2009*, Komisi Uni Eropa juga menanggapi tuntutan lainnya dari advokasi gerakan *no animal testing*, yaitu untuk mengembangkan metode uji coba alternatif non-hewani. Pada tahun 2007, Parlemen dan Dewan Uni Eropa mengeluarkan *Regulation (EC) No 1907/2006*, yaitu aturan bagi terbentuknya REACH atau *Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals*. REACH merupakan peraturan Uni Eropa yang

bertujuan untuk meningkatkan perlindungan kesehatan manusia dan lingkungan dari resiko yang dapat ditimbulkan dari bahan kimia serta untuk meningkatkan daya saing industri bahan kimia Uni Eropa. Tujuan lain dari REACH yaitu untuk mempromosikan metode uji coba alternatif dalam menilai tingkat bahaya yang dapat ditimbulkan oleh bahan kimia agar dapat mengurangi jumlah tes pada hewan (ECHA, Understanding REACH, 2019). Implementasi REACH diawasi oleh ECHA (*European Chemical Agency*) bersama dengan para pemangku kepentingan, dimana salah satunya ialah ECEAE.

Implementasi aturan kosmetik yang baru atau *Regulation* (EC) No 1223/2009 sangat erat kaitannya dengan REACH. Kedua aturan tersebut bertujuan untuk menggantikan metode uji coba hewan dalam industri kosmetik. Apabila *Regulation* (EC) No 1223/2009 mengandung larangan untuk menggunakan metode uji coba hewan dalam industri kosmetik, maka REACH mendukung diakhirinya metode uji coba hewan dan mengganti metode tersebut dengan metode alternatif non hewani. Oleh sebab itu, *Regulation* (EC) No 1223/2009 hanya akan dapat berjalan secara efektif jika REACH juga berjalan dengan baik.

REACH ialah rezim yang menjadi dasar bagi para pelaku industri kosmetik untuk mendapatkan persetujuan atas keamanan produk-produk mereka, termasuk dalam metode pengujian produk-produk mereka. Perusahaan diwajibkan untuk mendaftarkan bahan-bahan kimia yang mereka gunakan, memberikan informasi terkait sifat dari bahan-bahan kimia tersebut serta harus memberikan alasan apabila ingin menggunakan metode uji coba hewan dalam menguji bahan-bahan kimia tersebut. Semua informasi harus diserahkan kepada ECHA. Selanjutnya ECHA yang berwenang memberikan persetujuan kepada perusahaan untuk menggunakan metode uji coba hewan (ECHA, Animal Testing under REACH, 2019).

Pada praktiknya, implementasi dari *Regulation* (EC) No 1223/2009 tidak dijalankan sepenuhnya. Komisi Eropa dan ECHA masih memperbolehkan perusahaan untuk menggunakan metode uji coba hewan dalam menguji keamanan suatu bahan kimia yang tidak dapat diketahui dengan metode *in vitro* yang ada saat ini. Namun ECHA memastikan bahwa metode uji coba hewan hanyalah merupakan upaya terakhir apabila sumber data terkait keamanan suatu bahan kimia belum tersedia dan atau tidak relevan (Commission, 2019).

Aturan larangan uji coba hewan seharusnya dapat menghentikan perusahaan-perusahaan kosmetik di Uni Eropa untuk melakukan uji coba hewan. Namun dikarenakan aturan larangan uji coba hewan hanya diberlakukan di kawasan Uni Eropa, membuat perusahaan-perusahaan kosmetik masih dapat menjual produk maupun bahan kosmetik hasil uji coba hewan di luar kawasan Uni Eropa. Kenyatannya perusahaan kosmetik seperti L'Oreal dan *Procter & Gamble* masih menggunakan metode uji coba hewan demi bisa menjual produk-produk mereka ke China. Sementara itu, perusahaan *Estee Lauder* pun masih menggunakan metode uji coba hewan apabila diperlukan untuk kepentingan keamanan atau hukum (Yan, In China, big cosmetics firms are selling products tested on animals, 2017).