SULTAN ADAM: JURNAL HUKUM DAN SOSIAL
DOI: https://doi.org/10.71456/sultan.v4i2.2999

TINJAUAN YURIDIS TERHADAP UPAYA PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN PRODUK *SKINCARE* AKIBAT *OVERCLAIM* PELAKU USAHA DITINJAU DARI UNDANG- UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

A Legal Review of Efforts to Provide Legal Protection for Consumers of Skincare Products in Response to Exaggerated Claims by Businesses, as Viewed Through the Lens of Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection

Maylin Angelica Peri[1*], Helsina Fransiska Pello[2], Chatryen Megawati Dju Bire[3]

[1-3]Fakultas Hukum Universitas Nusa Cendana Kupang

*email:
meylinperry21@gmail.com[1],
helsinafransiska@gmail.com[2],
chatryen.bire@staf.undana.ac.id[3]

Lisensi : CC-BY

Abstrak

Praktik *overclaim* pada produk *skincare* berpotensi menyesatkan konsumen karena klaim promosi tidak selalu sesuai dengan karakteristik dan bukti ilmiah produk. Penelitian ini bertujuan menganalisis perlindungan hukum bagi konsumen terhadap praktik *overclaim* produk *skincare* serta bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha berdasarkan peraturan perundang-undangan di Indonesia. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Populasi dan sampel tidak diterapkan sebagaimana penelitian empiris, sedangkan bahan hukum primer dan sekunder digunakan sebagai sumber data. Instrumen penelitian berupa studi dokumen, dengan analisis data kualitatif melalui penafsiran dan penalaran hukum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan konsumen terhadap praktik *overclaim* telah diatur melalui ketentuan perlindungan konsumen dan regulasi kosmetika, tetapi pelaksanaannya menghadapi tantangan dalam pengawasan pascapemasaran, verifikasi klaim, dan penegakan pertanggungjawaban. Kesimpulannya, efektivitas perlindungan hukum memerlukan penguatan pengawasan, transparansi informasi produk, dan koordinasi antara regulator, pelaku usaha, serta masyarakat.

Kata Kunci:
Hak Konsumen, Kosmetik, Perlindungan Konsumen, Produk Skincare, Tanggung Jawab Hukum

Keywords: *Consumer Protection, Consumer Rights, Cosmetic Regulation, Legal Liability, Skincare Products*

Abstract

Overclaim practices in skincare products may mislead consumers when promotional claims are inconsistent with product characteristics and scientific evidence. This study aims to analyze legal protection for consumers against skincare product overclaims and examine business actors' liability under Indonesian legislation. It employs normative legal research using statutory and conceptual approaches. Population and sample are not applicable in the same manner as in empirical research. Instead, primary and secondary legal materials serve as data sources. Document analysis is used as the research instrument, while qualitative legal analysis is conducted through legal interpretation and reasoning. The findings indicate that consumer protection against skincare product overclaims is regulated through consumer protection legislation and cosmetic regulations. However, implementation remains challenged by post-market surveillance, claim verification, and consistent enforcement of liability. In conclusion, effective legal protection requires stronger regulatory oversight, transparent product information, and improved coordination among regulators, business actors, and the public.

Submit Tgl.: 15-Oktober-2026	Diterima Tgl.: 18-Oktober-2026	Diterbitkan Tgl.: 05-November-2026

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kecantikan di era globalisasi mendorong peningkatan kebutuhan masyarakat, khususnya perempuan dari kalangan remaja hingga dewasa, terhadap produk perawatan kulit (*skincare*). Meningkatnya kesadaran konsumen akan pentingnya perawatan kulit turut mendorong permintaan produk yang menawarkan beragam manfaat

melalui informasi dan promosi di media sosial maupun platform *e-commerce*. Namun, perkembangan tersebut juga diiringi oleh praktik *overclaim*, yaitu penyampaian klaim berlebihan mengenai kandungan, manfaat, atau hasil penggunaan produk yang tidak didukung oleh fakta dan bukti ilmiah yang memadai (Santika et al., 2024). Praktik ini berpotensi merugikan konsumen karena informasi yang disampaikan oleh pelaku usaha maupun *influencer* dapat menimbulkan persepsi yang tidak sesuai dengan kondisi produk sebenarnya (Manik et al., 2024). Salah satu contohnya adalah promosi produk *Acne Skin Repair Serum* merek Focalskin yang mencantumkan kandungan 3% *Centella Asiatica Extract*, 1% *Camellia Sinensis Leaf Extract*, dan 3% *Niacinamide*. Namun, berdasarkan urutan komposisi yang dicantumkan, *Centella Asiatica Extract* berada setelah *phenoxyethanol*, sehingga menimbulkan dugaan ketidaksesuaian antara persentase kandungan yang diklaim dan komposisi produk sebenarnya (Kuncoro, 2024, hlm. 74). Kondisi ini menunjukkan pentingnya transparansi informasi produk agar konsumen dapat memperoleh keterangan yang benar dan akurat sebelum melakukan pembelian.

Dalam konteks regulasi, ketentuan mengenai informasi dan klaim produk kosmetika telah diatur melalui Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika. Peraturan tersebut mengatur penandaan kosmetika sebagai informasi berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada kemasan maupun produk. Pencantuman komposisi pada umumnya mengikuti urutan kadar bahan dari terbesar hingga terkecil, dengan pengecualian untuk bahan berkadar kurang dari 1% dan/atau bahan pewarna (BPOM, 2022). Selain itu, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan dasar perlindungan melalui Pasal 4 mengenai hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur serta Pasal 8 yang melarang pelaku usaha memperdagangkan barang dengan informasi yang tidak benar atau menyesatkan. Meskipun demikian, praktik *overclaim* masih menjadi perhatian, sebagaimana terlihat dalam kasus dugaan ketidaksesuaian klaim produk kecantikan yang melibatkan Dr. Richard Lee dan produk *Daviena Sleeping Mask Retinol Booster* milik Daviena Skincare. Kasus-kasus tersebut memperlihatkan adanya persoalan mengenai kesesuaian klaim pada kemasan atau iklan dengan kandungan produk sebenarnya, sekaligus menunjukkan pentingnya perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi produk perawatan kulit (Jati, 2026; Adiguna et al., 2025).

Permasalahan pertama terletak pada belum jelasnya standar pembuktian klaim produk dalam kerangka Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 8 mengatur larangan terhadap peredaran barang yang tidak sesuai dengan standar, keterangan, atau janji yang dicantumkan, tetapi belum menjelaskan secara terperinci standar bukti ilmiah yang harus dipenuhi untuk memvalidasi klaim produk perawatan kulit. Akibatnya, penentuan suatu klaim sebagai *overclaim* berpotensi menghadapi ambiguitas, terutama ketika klaim tersebut berkaitan dengan manfaat atau kandungan yang memerlukan pembuktian ilmiah. Istilah tidak benar dan menyesatkan dalam ketentuan tersebut masih bersifat umum sehingga dapat menimbulkan perbedaan pemahaman dalam praktik penegakan hukum (Kuncoro, 2024, hlm. 112). Di sisi lain, Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 telah mengatur persyaratan teknis klaim kosmetika secara lebih spesifik, tetapi hubungan penerapannya dengan mekanisme perlindungan konsumen dalam undang-undang tersebut masih memerlukan kajian. Perbedaan ruang lingkup penanganan, termasuk pengawasan administratif oleh BPOM dan penyelesaian gugatan perdata, berpotensi menimbulkan persoalan koordinasi dalam penanganan kasus *overclaim*.

Permasalahan kedua berkaitan dengan tanggung jawab pelaku usaha dan keterbatasan konsumen dalam membuktikan kerugian akibat praktik *overclaim*. Dalam proses penyelesaian sengketa, konsumen dapat menghadapi kesulitan untuk membuktikan bahwa klaim produk tidak sesuai dengan fakta atau tidak didukung bukti ilmiah yang

memadai. Kesulitan tersebut muncul karena adanya ketimpangan akses informasi antara pelaku usaha yang menguasai data teknis dan formulasi produk dengan konsumen yang umumnya hanya mengandalkan informasi pada label dan iklan. Kondisi ini menjadikan mekanisme pembuktian sebagai salah satu aspek penting dalam upaya memperoleh perlindungan dan ganti rugi yang adil bagi konsumen . Selain itu, perkembangan promosi melalui platform digital menimbulkan persoalan mengenai kejelasan tanggung jawab marketplace dalam memverifikasi klaim produk dan menangani informasi yang berpotensi menyesatkan. Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa perlindungan konsumen tidak hanya berkaitan dengan larangan terhadap informasi yang tidak benar, tetapi juga dengan efektivitas penerapan ketentuan hukum dan pertanggungjawaban pelaku usaha atas kerugian yang ditimbulkan. Oleh karena itu, diperlukan penelaahan terhadap ketentuan yang berlaku untuk memahami bentuk perlindungan hukum dan dasar pertanggungjawaban yang dapat diterapkan terhadap praktik *overclaim* pada produk *skincare*.

Permasalahan tersebut memperlihatkan pentingnya penelitian mengenai perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan akibat praktik *overclaim* produk *skincare*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan hukum terhadap konsumen berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta mengkaji bentuk dan dasar pertanggungjawaban hukum pelaku usaha berdasarkan undang-undang tersebut dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Urgensi penelitian terletak pada kebutuhan untuk memahami kecukupan kerangka hukum yang berlaku dalam menghadapi ketidaksesuaian klaim produk, kesulitan pembuktian, dan persoalan pertanggungjawaban atas kerugian konsumen. Adapun kebaruan penelitian ini terletak pada fokus kajian yang secara khusus menempatkan *overclaim* sebagai tindakan pelaku usaha dalam perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen, sekaligus menghubungkan analisis perlindungan konsumen dengan bentuk dan dasar pertanggungjawaban hukum berdasarkan KUH Perdata. Fokus tersebut membedakan penelitian ini dari penelitian Ni Komang Ari Mastrini (2023) yang membahas perlindungan konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha terkait *overclaim* secara umum serta penelitian Syofiaya Sutia Nabilah (2024) yang secara khusus menitikberatkan pada promosi *overclaim* oleh *influencer*. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian hukum perlindungan konsumen dan menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah, pelaku usaha, serta masyarakat dalam mendorong penyampaian informasi produk yang benar, akurat, dan transparan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum normatif, yaitu penelitian yang bertujuan mengkaji aturan hukum, prinsip hukum, dan doktrin untuk menjawab permasalahan hukum (Marzuki, 2011, hlm. 35). Pendekatan yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan (statute approach) dan pendekatan konseptual (conceptual approach). Penelitian berfokus pada perlindungan hukum konsumen akibat overclaim produk skincare berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan pertanggungjawaban pelaku usaha berdasarkan KUH Perdata.

Instrumen penelitian berupa bahan hukum primer dan sekunder. Bahan hukum primer meliputi peraturan perundang-undangan dan putusan pengadilan yang relevan, sedangkan bahan hukum sekunder meliputi buku, jurnal, artikel ilmiah, hasil penelitian terdahulu, serta literatur yang berkaitan dengan perlindungan konsumen (Marzuki, 2011,

hlm. 142). Bahan hukum dianalisis menggunakan teknik analisis yuridis normatif melalui penelaahan dan interpretasi norma hukum, asas, prinsip, serta doktrin yang relevan untuk memperoleh kesimpulan penelitian (Muhaimin, 2020).

Penelitian hukum normatif ini tidak menggunakan populasi dan sampel dalam pengertian penelitian empiris. Fokus penelitian diarahkan pada bahan hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen akibat overclaim produk skincare, khususnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, KUH Perdata, dan Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika.

Prosedur penelitian dilakukan melalui studi kepustakaan (library research) dengan menginventarisasi dan mengumpulkan peraturan perundang-undangan, buku, jurnal, artikel ilmiah, serta penelitian terdahulu yang relevan. Selanjutnya, bahan hukum diklasifikasikan berdasarkan rumusan masalah, kemudian dianalisis secara sistematis melalui pendekatan perundang-undangan dan konseptual untuk mengkaji bentuk perlindungan hukum konsumen serta pertanggungjawaban pelaku usaha atas praktik overclaim produk skincare (Marzuki, 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Produk *Skincare* Akibat Overclaim Pelaku Usaha dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

1. Analisis Komparatif atas Kasus Modus *Overclaim*

Praktik overclaim pada produk skincare pada dasarnya tidak dapat dipahami sebagai satu bentuk pelanggaran yang seragam. Perbedaan bentuk klaim, jenis informasi yang disampaikan kepada konsumen, serta cara membuktikan ketidaksesuaian antara klaim dan kondisi produk menyebabkan setiap kasus memiliki karakter yuridis yang berbeda. Dalam penelitian ini, persoalan tersebut dapat dilihat melalui perbandingan antara kasus Daviena Sleeping Mask Retinol Booster dan Focalskin Acne Skin Repair Serum.

Kedua kasus tersebut memiliki persamaan karena sama-sama mempersoalkan klaim persentase kandungan bahan aktif dalam materi promosi produk, tetapi berbeda dari segi bentuk bukti yang tersedia dan cara menilai dugaan pelanggarannya. Perbedaan tersebut penting karena overclaim yang disampaikan melalui iklan bukan hanya berkaitan dengan persoalan teknis kandungan kosmetika, tetapi juga menyangkut hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur sebelum melakukan transaksi.

Kasus Daviena Sleeping Mask Retinol Booster menunjukkan bentuk overclaim kandungan yang dikaitkan dengan hasil pengujian laboratorium. Produk tersebut dipasarkan dengan klaim mengandung 2% Actosome Retinol (bahan aktif turunan Vitamin A (retinol) yang diproduksi menggunakan teknologi enkapsulasi liposom atau nanoteknologi (nano-encapsulation)). Klaim tersebut kemudian menjadi perhatian setelah dilakukan pengujian terhadap produk yang hasilnya dipublikasikan melalui media sosial yang dikenal sebagai Dokter Detektif atau Doktif, pengujian produk skincare tersebut dilakukan oleh doktif pada SIG Laboratory, yaitu PT Saraswanti Indo Genetech, yang beralamat di Graha SIG, jalan Rasamala No 20, Taman Yasmin, Bogor, Jawa Barat (Pratiwi et al., 2024). Dengan nomor registrasi atau akreditasi laboraturium LP-184-IDN (Komite Akreditasi Nasional [KAN], n.d.).



Gambar 1. Pengujian Produk Skincare oleh Dokter Detektif Tahun 2024

Berdasarkan hasil pengujian yang dipublikasikan, produk Daviena disebut memiliki kandungan sekitar 0,03% *pure retinol* yang dikaitkan dengan sekitar 1% Actosome Retinol, sedangkan klaim pada produk mencantumkan 2% Actosome Retinol (Dokter Detektif, 2024). Perbedaan tersebut berpotensi menyesatkan apabila persentase bahan aktif digunakan sebagai daya tarik utama promosi karena dapat memengaruhi persepsi konsumen mengenai kualitas dan efektivitas produk.

Sementara itu, kasus Focalskin Acne Skin Repair Serum menunjukkan dugaan *overclaim* melalui klaim 3% *Centella Asiatica Extract*, 1% *Camelia Senesis Leaf Extract*, dan 3% Niacinamide. Dalam daftar komposisi, *Centella Asiatica Extract* tercantum setelah Phenoxyethanol, yang memiliki batas maksimum penggunaan 1% berdasarkan ketentuan BPOM (BPOM, n.d.). Ketidaksesuaian antara klaim promosi dan informasi pada kemasan dapat menjadi objek pemeriksaan administratif. Namun, untuk memastikan bahwa kadar bahan tersebut tidak sesuai dengan klaim, tetap diperlukan bukti teknis berupa dokumen formula, data notifikasi, atau hasil pengujian laboratorium yang valid.



Gambar 2. Klaim Produk Acne Skin Repair Serum



Gambar 3. Kandungan Produk Acne Skin Repair Serum

Kasus dugaan overclaim pada produk Daviena Sleeping Mask Retinol Booster dan Focalskin Acne Skin Repair Serum memperlihatkan adanya perbedaan yang nyata antara apa yang dipromosikan pelaku usaha atau label di kemasan dengan kandungan asli produk tersebut di lapangan. Pada kasus Daviena, pelanggaran berpusat pada perbedaan mencolok antara persentase bahan aktif Actosome Retinol sebesar 2% yang diiklankan sebagai daya tarik utama dengan hasil pengujian laboratorium independen (PT Saraswanti Indo Genetech/SIG Laboratory) yang menunjukkan kadar *pure retinol* jauh di bawah angka klaim. Sementara itu, kasus Focalskin merepresentasikan bentuk penyimpangan struktural pada daftar komposisi (*ingredients list*) kemasan dan klaim promosi, di mana ekstrak Centella Asiatica yang diunggulkan dengan kadar 3% justru diletakkan pada urutan setelah bahan pengawet Phenoxyethanol yang berdasarkan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (PerBPOM) Nomor 17 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetik memiliki batas kadar maksimum legal sebesar 1,0% (BPOM, n.d.). Dari sudut pandang hukum, kedua kasus ini bukan sekadar masalah kesalahan teknis pada kemasan produk, tindakan tersebut secara sah telah melanggar hak dasar konsumen untuk mendapatkan informasi yang jujur dan benar, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan serta Peraturan BPOM Nomor 18 Tahun 2024 tentang Penandaan, Promosi, dan Iklan Kosmetik, dimana menentukan komposisi pada penandaan harus sesuai formula yang tercantum dalam notifikasi dan menggunakan nama bahan kosmetik sesuai nomenklatur yang berlaku.

Berdasarkan kedua kasus tersebut, dapat diketahui bahwa overclaim produk skincare mempunyai karakter yang tidak seragam, karena setiap kasus memiliki karakteristik pembuktian dan modus informasi yang berbeda. Untuk memahami perbedaan bentuk penyimpangan informasi tersebut, berikut adalah tabel perbandingan antara kasus Daviena Sleeping Mask Retinol Booster dan Focalskin Acne Skin Repair Serum yang mencakup aspek klaim promosi, metode pengujian atau analisis, hingga temuan faktual di lapangan.

Tabel 1. Perbandingan Kasus Daviena Sleeping Mask Retinol Booster dan Focalskin Acne Skin Repair Serum

Aspek	Daviena Sleeping Mask Retinol Booster	Focalskin Acne Skin Repair Serum
Bentuk dugaan *overclaim*	Persentase Actosome Retinol	Persentase Centella Asiatica Extract
Klaim yang dipersoalkan	Ketidaksesuaian antara klaim persentase bahan aktif pada iklan/promosi 2% Actosome Retinol dengan hasil uji laboratorium, 0,03% *pure retinol* yang dikaitkan dengan sekitar 1% *Actosome Retinol*	tercantum pada urutan setelah bahan pengawet *Phenoxyethanol* (yang batas maksimumnya 1%), menunjukkan kadarnya berada di bawah 1%.
Bukti yang dipublikasikan	Hasil uji laboratorium	Label/komposisi dan materi promosi
Laboratorium	SIG Laboratory/PT Saraswanti Indo Genetech	Tidak ditemukan laporan laboratorium publik yang teridentifikasi
Metode pembuktian	Pengujian kadar bahan	Analisis penandaan dan urutan komposisi
Persoalan utama	Perbedaan klaim dan hasil uji	Perbedaan klaim dan urutan komposisi
Regulasi teknis	PerBPOM No. 3 Tahun 2022 dan PerBPOM No. 18 Tahun 2024	PerBPOM No. 18 Tahun 2024

Aspek	Daviena Sleeping Mask Retinol Booster	Focalskin Acne Skin Repair Serum
Relevansi Undang- Undang Perlindungan Konsumen	Pasal 8, 9, 10 dan 19	Pasal 8, 9, 10 dan 19

Perbandingan tersebut menunjukkan bahwa overclaim dapat dibuktikan dengan membandingkan klaim pelaku usaha dengan kadar bahan yang diperoleh melalui pengujian. Serta membandingkan klaim promosi dengan penandaan, formula yang dinotifikasikan dan ketentuan mengenai tata cara pencantuman komposisi.

Berdasarkan analisis terhadap kasus Daviena Sleeping Mask Retinol Booster dan Focalskin Acne Skin Repair Serum, penelitian ini menemukan beberapa hal.

Pertama, praktik overclaim pada produk skincare mempunyai beberapa bentuk dan tidak seluruhnya mempunyai karakter pembuktian yang sama. Kasus Daviena menunjukkan pola overclaim yang berkaitan dengan ketidaksesuaian klaim persentase bahan aktif dengan hasil pengujian laboratorium, sedangkan Focalskin menunjukkan dugaan ketidaksesuaian yang dapat dianalisis melalui perbandingan antara klaim promosi dan tata urutan komposisi pada penandaan.

Kedua, PerBPOM No. 3 Tahun 2022 tetap relevan sebagai dasar hukum mengenai persyaratan teknis klaim kosmetika, khususnya mengenai keharusan klaim untuk memenuhi prinsip kebenaran, kejujuran, kejelasan dan dapat dibuktikan. Namun, untuk persoalan tata cara pencantuman komposisi, dasar regulasi yang digunakan harus dibedakan. PerBPOM No. 30 Tahun 2020 dahulu mengatur persyaratan teknis penandaan kosmetika, tetapi telah dicabut dan digantikan oleh PerBPOM No. 18 Tahun 2024 tentang Penandaan, Promosi, dan Iklan Kosmetika.

Ketiga, Pasal 8, Pasal 9 dan Pasal 10 Undang-Undang Perlindungan Konsumen merupakan ketentuan yang relevan untuk menilai praktik overclaim karena ketentuan tersebut berkaitan dengan kesesuaian barang dengan komposisi, keterangan, iklan dan promosi serta larangan memberikan informasi yang tidak benar atau menyesatkan.

Keempat, status akreditasi laboratorium harus diperiksa secara spesifik. SIG Laboratory merupakan laboratorium terakreditasi KAN dengan nomor LP-184-IDN dan memiliki ruang lingkup pengujian kosmetika (KAN, n.d.). Namun, untuk menentukan kekuatan pembuktian laporan uji tertentu, perlu dilihat apakah parameter, matriks dan metode pengujian tersebut termasuk ruang lingkup akreditasi pada tanggal pengujian. Dengan demikian, klaim bahwa suatu hasil laboratorium "sah" tidak cukup hanya berdasarkan fakta bahwa laboratoriumnya memiliki sertifikat ISO/IEC 17025.

Kelima, konsumen memperoleh perlindungan hukum tidak hanya melalui mekanisme pengawasan BPOM, tetapi juga melalui hak atas informasi dan hak memperoleh ganti rugi berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Oleh karena itu, perlindungan terhadap konsumen akibat overclaim harus ditempatkan dalam hubungan antara hukum perlindungan konsumen, regulasi teknis kosmetika, pengawasan BPOM dan pembuktian ilmiah mengenai kandungan produk.

2. **Bentuk Perlindungan Hukum Preventif Bagi Konsumen Skincare**

Perlindungan hukum preventif merupakan sarana pencegahan ex-ante (perkiraan sebelum suatu peristiwa atau data aktual diketahui) yang krusial guna mencegah timbulnya kerugian konkret bagi konsumen akibat praktik overclaim pelaku usaha produk skincare. Ditinjau dari kerangka hukum normatif Indonesia, perlindungan preventif bertumpu pada penjaminan hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf (c) Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Hak ini diperkuat secara tegas melalui larangan bagi pelaku usaha untuk membuat pernyataan atau promosi yang tidak benar dan menyesatkan berdasarkan Pasal 8 dan Pasal 9 Undang-Undang Perlindungan Konsumen

(Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999). Ditinjau dari fakta kasus Focalskin, larangan tersebut secara tekstual telah dilanggar karena penandaan komposisi tidak disusun berdasarkan urutan kadar dari yang terbesar hingga terkecil sebagaimana diwajibkan dalam Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika (Badan Pengawas Obat dan Makanan [BPOM], 2022).

Perlindungan hukum preventif terhadap peredaran produk skincare melalui dua mekanisme utama yang saling terintegrasi, yaitu regulasi normatif serta pengawasan kelembagaan:

A. Pada Peraturan BPOM Nomor 21 Tahun 2022 tentang Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika menjelaskan bahwa, setiap produk skincare (kosmetika) yang akan diedarkan di Indonesia wajib memiliki izin edar berupa nomor notifikasi BPOM. Dalam proses evaluasi pra-pemasran (*Pre-Marker Assessment*) ini, pelaku usaha diwajibkan menyerahkan dokumen teknis, analisis keselamatan bahan, serta bukti ilmiah pendukung klaim (*claim substantiation*) (BPOM, 2022a). Pada pasal 27 Per BPOM No 21 Tahun 2022 tentang Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika, Pelaku usaha/industri kosmetik mendaftarkan akun pemohon notifikasi melalui sistem e-Notification BPOM. Pemohon harus menyertakan kelengkapan izin usaha (NIB) dan Sertifikat Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik (CPKB) atau Surat Keterangan Pemenuhan Aspek CPKB, setelah melakukan pembuatan akun dan verivikasi pelaku usaha mengunggah formula rinci (persentase tiap bahan aktif dan kualitatif/kuantitatif baku), nama bahan kimia/INCI (*International Nomenclature of Cosmetic Ingredients*), tujuan penggunaan, dan rancangan kemasan (penandaan/label), pelaku usaha juga wajib menguasai dan menyimpan DIP (data informasi produk) yang berupa data keamanan bahan kimia dan produk jadi (termasuk *Safety Data Sheet*/*SDS* dan *Safety Assessment* oleh pakar kualifikasi toksikologi), data mutu kosmetika, dan bukti ilmiah pendukung klaim tersebut. Mekanisme ini berfungsi sebagai filter awal BPOM untuk memverifikasi keabsahan produk sebelum dikonsumsi publik.

B. Pada Peraturan BPOM Nomor 18 Tahun 2024 tentang Penandaan Promosi Dan Iklan Kosmetik, lembaga ini wajib secara berkelanjutan melakukan pengawasan pascapemasaran (*post-market surveillance*) melalui pengujian sampel produk di lapangan, petugas UPT BPOM secara berkala mengambil sampel produk yang telah beredar di pasaran untuk diuji di laboratorium rujukan nasional guna memverifikasi apakah kandungan riil sesuai dengan formula terdaftar. Petugas BPOM juga melakukan audit atau pemeriksaan DIP mendadak (audit DIP) ke sarana produksi/distribusi untuk memeriksa dokumen *claim substantiation* (bukti uji klinis/laboratorium pendukung klaim). Serta pengawasan konten promosi di media cetak, elektronik, dan platform digital atau media sosial. Jika ditemukan ketidaksesuaian klaim (overclaim) atau ketidaksesuaian kadar bahan aktif, BPOM membatalkan nomor notifikasi dan menarik produk dari peredaran (recall) (BPOM, 2024). Fakta kasus pada produk Daviena dipasarkan dengan klaim promosi memuat 2% Actosome Retinol. Namun, ketika dilakukan pengujian laboratorium independen (PT Saraswanti Indo Genetech / SIG Laboratory, terakreditasi KAN LP-184-IDN), ditemukan bahwa kadar *pure retinol* hanya sekitar 0,03% (yang secara teknis formulasi setara dengan 1% Actosome Retinol), dalam PerBPOM no 18 tahun 2024 tentang Penandaan Promosi Dan Iklan Kosmetik, kadar bahan aktif dari hasil sampling dan uji laboratorium ini menjadi dasar pembuktian objektif bahwa pelaku usaha melakukan klaim menyesatkan (overclaim). Ketidaksesuaian persentase bahan aktif riil dibanding klaim promosi mewajibkan BPOM membatalkan nomor notifikasi dan memerintahkan penarikan produk (*product recall*) dari

pasaran. Dan pada Kasus Focalskin Acne Skin Repair Serum, Focalskin mencantumkan klaim bahan utama pada deskripsi/iklan berupa 3% Centella Asiatica Extract. Akan tetapi, pada daftar komposisi (*full ingredients*) pada label kemasan, Centella Asiatica Extract dicantumkan setelah bahan pengawet Phenoxyethanol. Berdasarkan regulasi teknis, Phenoxyethanol memiliki batas penggunaan maksimal 1,0%. Karena urutan komposisi kosmetika wajib disusun dari kadar terbesar ke terkecil, pencantuman setelah Phenoxyethanol mengindikasikan kadar Centella Asiatica Extract riil berada di bawah 1%. Melalui instrumen Audit DIP, petugas BPOM tidak perlu menunggu uji laboratorium kuantitatif untuk menemukan indikasi overclaim awal. Petugas BPOM cukup mencocokkan dokumen formula terdaftar (*Notified Formula*) dengan klaim promosi 3%. Apabila dokumen teknis *claim substantiation* dalam DIP produsen Focalskin tidak memuat bukti pengujian yang mendukung klaim 3%, maka pencantuman deskripsi promosi tersebut secara hukum dikategorikan sebagai pelanggaran tata cara penandaan dan periklanan.

C. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) beserta Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) berperan aktif memberikan edukasi, pengawasan independen, serta pengujian berkala terhadap produk skincare guna mempublikasikan indikasi kecurangan klaim kepada publik (Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Pasal 44 ayat (3)). Berdasarkan bunyi pasal 44 ayat (3) fungsi utama Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) meliputi kegiatan:

   a. Menyebarkan Informasi, dengan tujuan mengedukasi konsumen agar lebih sadar hak, kewajiban, dan lebih hati-hati dalam memilih produk atau jasa. LPKSM membuat konten pada platform Instagram atau tiktok tentang cara memverivikasi nomor notifikassi BPOM sebelum membeli skincare.
   b. Memberikan Nasihat, bertujuan menjadi pusat konsultasi bagi konsumen yang mengalami masalah atau kebingungan terkait hak mereka terkait sengketa dengan pelaku usaha.
   c. Menerima Keluhan (*complaint handling*), menjadi saluran resmi bagi konsumen untuk melaporkan kerugian yang dialami.
   d. Bekerjasama, LPKSM bekerjasama dengan BPOM dan Dinas Perdagangan Provinsi untuk melakukan pengawsan Bersama terhadap produk kosmetik di marketplace, termasuk memverivikasi klaim kandungan retinol.
   e. Membantu Konsumen, LPKSM memberikan pendampingan mandiri, advokasi, dan edukasi kepada masyarakat ketika mengalami kerugian akibat barang/jasa yang tidak sesuai standar. Seperti menerima pengaduan masyarakat, memberikan konsultasi hukum, memfasilitasi negosiasi/mediasi dengan pelaku usaha, hingga mendampingi konsumen mengajukan gugatan melalui BPKN/BPSK atau jalur peradilan umum.
   f. Melakukan Pengawasan Bersama, LPKSM memberikan kewenangan kolektif kepada LPKSM untuk aktif memantau peredaran barang/jasa di pasar bersama pemerintah dan masyarakat. Yang berupa penelusuran independen terhadap klaim produk, uji laboratorium secara mandiri, serta melaporkan temuan pelanggaran kepada BPOM, Kementerian Perdagangan, atau instansi berwenang lainnya.

Kasus Daviena dan Focalskin menunjukkan bahwa pengungkapan dugaan overclaim masih bergantung pada investigasi independen, sementara pengawasan BPOM memiliki keterbatasan dalam memastikan kesesuaian klaim produk yang beredar. Bhagaskara dan Tarina (2024) serta Sumintardirja dan Muliya (n.d.) menyoroti asimetri informasi yang

membuat konsumen bergantung pada reputasi dan ulasan produk. Akibatnya, hak atas informasi dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen belum sepenuhnya menjamin pemahaman konsumen terhadap kebenaran klaim bahan aktif.

Oleh karena itu, perlindungan preventif perlu dikembangkan dari prinsip right to know menjadi right to be understood, yaitu hak konsumen memperoleh informasi yang jujur, mudah dipahami, dan dapat diverifikasi. Salah satu solusi yang diusulkan ialah penerapan QR Code Verifikasi Klaim yang terintegrasi dengan sistem BPOM untuk menyediakan informasi resmi mengenai kandungan bahan aktif dan bukti pengujian produk. Langkah ini diharapkan mengurangi asimetri informasi, mencegah overclaim, dan memperkuat perlindungan hukum konsumen kosmetik.

3. **Bentuk Perlindungan Hukum Represif Bagi Konsumen *Skincare***

Selain perlindungan preventif, Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyediakan perlindungan represif guna memulihkan hak-hak konsumen yang terlanggar serta mengganti kerugian materiil maupun immateriil akibat praktik overclaim pelaku usaha. Ditinjau dari kerangka hukum normatif Indonesia, mekanisme represif ini ditempuh melalui jalur non-litigasi, litigasi perdata, serta penegakan pidana:

A. Pasal 49 ayat (1)-ayat (5) Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur tentang pembentukan BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen), syarat menjadi anggota BPSK, hingga pada pihak yang berwenang memberhentikan keanggotan dari BPSK, lalu pada pasal 52 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur tentang BPSK berwenang menyelesaikan sengketa konsumen melalui cara 3 cara:

   a. Konsiliasi, BPSK mempertemukan konsumen dan pelaku usaha untuk berunding secara langsung. BPSK hanya memfasilitasi tempat dan jalannya persidangan tanpa memberikan masukan, saran, atau usulan bentuk ganti rugi atau solusi, kesepakatan murni lahir dari hasil musyawarah kedua belah pihak yang bersengketa.

   b. Mediasi, BPSK memimpin jalannya perundingan dan berhak memberikan masukan, nasihat, serta usulan opsi penyelesaian ganti rugi kepada para pihak, putusan merupakan kesepakatan akhir yang disetujui bersama oleh konsumen dan pelaku usaha berdasarkan masukan BPSK.

   c. Arbitrase, para pihak menyerahkan sepenuhnya kewenangan penjatuhan keputusan kepada BPSK. BPSK akan memeriksa bukti-bukti, mendengar keterangan saksi, lalu membuat keputusan hukum secara independent, putusan BPSK bersifat final dan mengikat (*binding*) bagi kedua belah pihak tanpa memerlukan persetujuan kesepakatan ulang di akhir persidangan.

BPSK menyediakan penyelesaian sengketa konsumen yang relatif cepat, maksimal 21 hari kerja, dan bebas biaya perkara setelah musyawarah antara konsumen dan pelaku usaha gagal. Pengaduan dapat diajukan oleh konsumen akhir yang dirugikan, baik secara perorangan maupun kelompok, atau melalui kuasa LPKSM. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, kewenangan BPSK terbatas pada sengketa perdata yang berkaitan dengan kerugian konsumen.

Dalam kasus *overclaim* kosmetik atau *skincare*, BPSK dapat menangani tuntutan ganti rugi materiil, seperti pengembalian uang pembelian atau biaya pengobatan akibat ketidaksesuaian produk dengan klaim promosi sebagaimana diatur dalam Pasal 8 ayat (1) huruf f. Namun, kasus yang berdampak luas, menuntut ganti rugi imateriil, atau memerlukan sanksi pidana dan administratif harus ditempuh melalui jalur hukum lain, seperti *class action* di Pengadilan Negeri atau penindakan oleh BPOM dan kepolisian. Batasan ini sejalan dengan Putusan BPSK Padang

Nomor 03/PTS/BPSK-PDG-SBR/II/2019, yang menegaskan bahwa ganti rugi berfokus pada kerugian materiil yang dapat dibuktikan secara langsung.

B. Berdasarkan Pasal 45 Undang-Undang Perlindungan Konsumen jo. Pasal 1365 KUHPerdata, konsumen dapat mengajukan gugatan Perbuatan Melanggar Hukum (PMH) ke Pengadilan Negeri. Mekanisme peradilan umum ini dapat digunakan ketika upaya penyelesaian sengketa secara damai atau musyawarah maupun melalui BPSK mengalami jalan buntu atau sejak awal kasus tersebut menuntut ganti rugi imateriil dan berdampak sistemik pada banyak korban. Pihak yang dapat mengajukan gugatan mencakup konsumen individu yang dirugikan, sekelompok konsumen (*Class Action*), LPKSM yang memenuhi syarat *legal standing* (hak gugatan) (Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Pasal 46 ayat (1) huruf c), atau pemerintah/instansi terkait. Jenis sengketa yang diperiksa dalam jalur ini adalah sengketa perdata atas tindakan wanprestasi maupun PMH yang dilakukan oleh pelaku usaha. Meskipun peradilan umum terbuka untuk segala tingkatan nilai sengketa, mekanisme ini sangat ideal untuk kasus dengan skala nilai kerugian materiil yang besar serta menuntut ganti rugi imateriil (seperti kerugian psikologis, penderitaan fisik, atau cacat permanen).

Dalam kasus overclaim, penyelesaian melalui peradilan umum dilakukan ketika tindakan overclaim produsen telah terbukti memenuhi unsur PMH dalam Pasal 1365 KUHPerdata yaitu adanya perbuatan melawan hukum (melanggar Pasal 8 ayat (1) huruf f Undang-Undang Perlindungan Konsumen tentang larangan memperdagangkan barang yang tidak sesuai janji atau label), adanya kesalahan, adanya kerugian nyata pada konsumen, serta adanya hubungan kausalitas antara overclaim tersebut dengan kerugian yang dialami. Jalur Pengadilan Negeri menjadi pilihan utama ketika dampak overclaim meluas secara kolektif sehingga menuntut penarikan produk, penghentian produksi, dan akumulasi ganti rugi materiil (harga produk & biaya medis) serta imateriil secara komprehensif bagi seluruh korban melalui gugatan perwakilan kelompok (*class action*). Meski demikian, mekanisme ini menuntut waktu, biaya, dan beban pembuktian hukum acara yang tinggi bagi konsumen perorangan.

C. Penegakan Hukum Pidana Konsumen, berbeda dengan penegakan hukum perdata atau penyelesaian di BPSK yang mensyaratkan aduan korban individual, penegakan pidana konsumen memiliki karakteristik khusus. Pelanggaran atas larangan promosi dan penandaan menyesatkan pada Pasal 8 ayat (1) huruf f dan Pasal 9 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen merupakan delik biasa proses hukum pidana tidak perlu menunggu aduan/laporan dari korban konsumen secara individual. Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS) BPOM maupun Kepolisian berwenang melakukan penindakan langsung atas dasar temuan patroli siber atau laporan dari pihak ketiga atau masyarakat umum. Dalam proses penyidikan pidana, penyidik berwenang menyita produk overclaim, menyegel fasilitas produksi, serta menghentikan saluran promosi media sosial pelaku usaha. Berdasarkan Pasal 62 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelanggaran atas Pasal 8 dan Pasal 9 diancam sanksi pidana berupa pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) (Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999).

Dalam konteks overclaim skincare, nilai kerugian nominal per konsumen individual umumnya relatif kecil jika dibandingkan dengan estimasi biaya berperkara. Ketimpangan ini membuat jalur represif formal jarang ditempuh secara mandiri oleh konsumen, sehingga memicu pergeseran fungsi penegakan hukum dari yang idealnya digerakkan oleh konsumen menjadi penegakan yang digerakkan oleh pihak ketiga. Pola ini terbukti pada

kasus tahun 2024 yang bermula dari laporan pihak ketiga (seperti akun Dokter Detektif / Doktif), serta dikonfirmasi oleh data patroli siber BPOM tahun 2026 yang menunjukkan bahwa dari 9.042 tautan melanggar, mayoritas terungkap melalui pengawasan proaktif lembaga, bukan pengaduan konsumen perorangan.

Cakupan subjek pertanggungjawaban dalam jalur represif perlu diperluas hingga ke rantai pemasaran digital. Reseller dalam rantai distribusi kerap menyebarluaskan klaim overclaim produsen tanpa memverifikasi kebenarannya. Secara hukum, reseller memenuhi kualifikasi sebagai "Pelaku Usaha" berdasarkan Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen karena bertindak melakukan perdagangan barang untuk tujuan komersial (Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999). Namun, pertanggungjawaban pidana reseller tidak dapat digeneralisasi dan harus dinilai berdasarkan tingkat pengetahuan serta tindakan aktif yang dilakukannya:

a. Kedudukan reseller yang sekadar meneruskan barang, apabila reseller secara pasif hanya menyalurkan produk berizin edar BPOM dan meneruskan materi deskripsi resmi pabrik tanpa mengetahui adanya manipulasi kandungan, maka reseller beritikad baik dan tidak dapat dipidana karen aketiadaan unsur kesengsaraan atau kesalahan.
b. Kedudukan reseller yang tetap menjual meski tahu terjadi pelanggaran, apabila reseller tetap memperdagangkan produk yang tidak memiliki nomor BPOM, produk yang telah ditarik izin edarnya, atau secara kasat mata mengiklankan klaim yang tidak rasional (misalnya pemutih instan dalam kurun waktu singkat), reseller dianggap alpa atau secara sengaja menutup mata, sehingga dapat dijerat pasal penyertaan pidana.
c. Reseller yang membuat klaim sendiri, apabila reseller secara aktif membuat materi promosi, klaim khasiat, atau rekayasa narasi mandiri (*custom marketing*) yang melebihi informasi resmi produsen demi meningkatkan penjualan, maka kedudukan hukum reseller berubah menjadi pelaku utama pelanggaran Pasal 9 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dalam kondisi ini, reseller secara terpisah dapat dijerat Pasal 62 Undang-Undang Perlindungan Konsumen jo. Pasal 55 ayat (1) ke-1 KUHP atas tindakan manipulasi promosi yang dilakukannya sendiri (Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, Pasal 55 ayat (1) ke-1).

Perlindungan hukum terhadap konsumen produk *skincare* akibat praktik *overclaim* perlu diperkuat melalui pendekatan preventif dan represif. Secara preventif, pelaku usaha wajib menyampaikan informasi produk yang benar, jelas, dan mudah dipahami, sedangkan BPOM perlu mengoptimalkan pengawasan pra-pemasaran dan pascaperedaran. Kasus Daviena Sleeping Mask Retinol Booster dan Focalskin Acne Skin Repair Serum menunjukkan adanya dugaan ketidaksesuaian antara klaim promosi dan kandungan produk yang berpotensi merugikan konsumen. Kondisi ini memperlihatkan bahwa keterbatasan akses terhadap data formulasi dan hasil pengujian laboratorium menempatkan konsumen pada posisi yang lemah dalam membuktikan pelanggaran.

Secara represif, penyelesaian sengketa melalui BPSK dan peradilan umum perlu didukung oleh penegakan sanksi administratif dan pidana sesuai ketentuan yang berlaku. Mengingat kerugian akibat *overclaim* dapat dialami banyak konsumen, penegakan hukum tidak seharusnya hanya bergantung pada pengaduan individual, tetapi juga perlu dilakukan secara proaktif melalui pengawasan terhadap seluruh rantai pemasaran, termasuk produsen, distributor, reseller, afiliator, dan platform *e-commerce*. Penghentian promosi, penarikan produk, serta penyampaian informasi kepada masyarakat perlu dilakukan apabila pelanggaran terbukti.

Dengan demikian, efektivitas perlindungan hukum memerlukan penguatan pengawasan BPOM, penerapan sanksi yang proporsional, dan perluasan pertanggungjawaban pelaku usaha. Perlindungan konsumen juga perlu diarahkan dari sekadar pemenuhan hak atas informasi (*right to know*) menuju hak untuk memahami informasi produk (*right to be understood*), antara lain melalui transparansi klaim dan sistem verifikasi digital yang dapat diakses masyarakat. Upaya tersebut diharapkan mampu memulihkan hak konsumen, mencegah pengulangan pelanggaran, dan meningkatkan tanggung jawab pelaku usaha dalam pemasaran produk *skincare*.

Bentuk dan Dasar Pertanggungjawaban Hukum Pelaku Usaha atas Praktik *Overclaim* Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen dan KUHPerdata

Pertanggungjawaban hukum atas praktik *overclaim* produk *skincare* mencakup tiga ranah, yaitu perdata, administratif, dan pidana. Dalam ranah perdata, KUHPerdata menjadi landasan pertanggungjawaban atas wanprestasi dan perbuatan melawan hukum yang menimbulkan kerugian bagi konsumen. Selain itu, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjamin hak konsumen melalui Pasal 4 serta melarang pelaku usaha memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan janji dalam label, keterangan, iklan, atau promosi sebagaimana diatur dalam Pasal 8 ayat (1) huruf f.

Dalam ranah administratif, Pasal 60 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur kewenangan BPSK dalam menjatuhkan sanksi administratif sesuai ketentuan yang berlaku. Sementara itu, pertanggungjawaban pidana diatur melalui Pasal 61 dan Pasal 62 ayat (1) undang-undang tersebut, yang memungkinkan penuntutan terhadap pelaku usaha sesuai ketentuan hukum. Apabila *overclaim* berkaitan dengan pelanggaran ketentuan produk kosmetik dan menimbulkan dampak medis serius, penegakan hukum dapat dikaitkan dengan Pasal 435 jo. Pasal 138 Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan serta ketentuan pidana mengenai kelalaian yang mengakibatkan luka berat, sepanjang unsur-unsur tindak pidananya terpenuhi.

1. Dasar Pertanggung Jawaban Hukum Perdata (KUHPerdata)

A. Pertanggungjawaban Atas Dasar Wanprestasi Dalam Pasal 1243 KUHPerdata

Transaksi pembelian produk *skincare*, baik secara langsung maupun *online*, merupakan hubungan hukum berdasarkan perjanjian jual beli sebagaimana diatur dalam Pasal 1457 KUHPerdata. Dalam transaksi tersebut, konsumen tidak hanya mempertimbangkan bentuk fisik produk, tetapi juga informasi mengenai kandungan, manfaat, keamanan, dan kualitas yang disampaikan melalui label, iklan, maupun deskripsi produk. Oleh karena itu, informasi yang spesifik mengenai karakteristik produk dapat menjadi dasar pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian.

Praktik *overclaim* dapat menimbulkan wanprestasi apabila produk yang diterima tidak sesuai dengan karakteristik yang telah dijanjikan. Meskipun pelaku usaha telah menyerahkan barang secara fisik, prestasi tersebut belum tentu terpenuhi apabila kandungan atau karakteristik produk berbeda dari klaim yang menjadi dasar transaksi. Klaim spesifik, seperti persentase kandungan bahan aktif, lebih mudah diverifikasi dan relevan dalam menilai kesesuaian antara produk yang dijanjikan dengan produk yang diterima.

Pasal 1243 KUHPerdata menjadi dasar tuntutan penggantian biaya, kerugian, dan bunga akibat tidak dipenuhinya perikatan sesuai persyaratan hukum. Untuk mengajukan gugatan wanprestasi, konsumen perlu membuktikan adanya

perjanjian, kewajiban pelaku usaha, ketidaksesuaian produk, serta kerugian yang ditimbulkan. Dalam transaksi *online*, pembuktian dapat didukung oleh tangkapan layar iklan, deskripsi produk, bukti pembayaran, percakapan dengan penjual, kemasan, dan hasil pengujian laboratorium.

Namun, tidak semua pernyataan iklan secara otomatis menjadi bagian dari perjanjian. Penilaiannya perlu mempertimbangkan kekhususan klaim, keterkaitannya dengan karakteristik produk, dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Selain itu, dalam transaksi yang melibatkan produsen, distributor, pemilik merek, *marketplace*, dan penjual, perlu diidentifikasi pihak yang memiliki hubungan kontraktual dengan konsumen. Terhadap pihak yang tidak terikat langsung dalam perjanjian, pertanggungjawaban dapat ditentukan berdasarkan dasar hukum lain yang relevan.

Dengan demikian, praktik *overclaim* produk *skincare* dapat menjadi dasar gugatan wanprestasi apabila terbukti terdapat ketidaksesuaian antara karakteristik produk yang dijanjikan dan yang diterima konsumen. Penentuan pertanggungjawaban tersebut memerlukan pembuktian mengenai isi klaim, hubungan klaim dengan transaksi, kondisi produk yang sebenarnya, dan kerugian yang dialami konsumen.

B. Pertanggungjawaban Atas Dasar Perbuatan Melawan Hukum (Pasal 1365, 1366, dan 1367 KUHPerdata)

Dalam praktik pemasaran *skincare*, konsumen sering membeli produk melalui distributor, agen, atau *reseller* tanpa memiliki hubungan kontraktual langsung dengan produsen atau *brand owner*. Dalam kondisi tersebut, gugatan perbuatan melawan hukum (PMH) berdasarkan Pasal 1365 KUHPerdata dapat digunakan apabila terpenuhi unsur perbuatan melawan hukum, kesalahan, kerugian, dan hubungan sebab akibat. Kerugian dapat berupa biaya pembelian produk, biaya pengobatan, maupun kerugian imateriil yang dapat dituntut sesuai dasar hukum dan ketentuan yang berlaku. Pasal 1366 KUHPerdata juga mengatur tanggung jawab atas kelalaian, sedangkan penerapan Pasal 1367 KUHPerdata perlu mempertimbangkan hubungan pertanggungjawaban antara pihak yang bersangkutan.

Namun, penerapan Pasal 1365 KUHPerdata dalam sengketa *overclaim* menghadapi kendala pembuktian karena konsumen umumnya memiliki keterbatasan pengetahuan mengenai formulasi kosmetik, konsentrasi bahan aktif, dan pengujian laboratorium. Untuk itu, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan dasar pertanggungjawaban yang lebih khusus. Pasal 19 mengatur kewajiban pelaku usaha memberikan ganti rugi atas kerugian konsumen akibat barang atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Sementara itu, Pasal 20 mengatur tanggung jawab pelaku usaha periklanan atas iklan yang diproduksi dan akibat yang ditimbulkannya.

Ketentuan tersebut relevan karena keputusan pembelian *skincare* sering dipengaruhi oleh klaim kandungan, manfaat, dan efektivitas yang disampaikan melalui iklan, media sosial, dan *marketplace*. Apabila klaim tersebut terbukti tidak sesuai dengan keadaan produk, pertanggungjawaban perlu dianalisis berdasarkan peran masing-masing pihak dalam produksi, distribusi, dan penyampaian iklan. Bukti berupa materi promosi, dokumen produk, hasil pengujian laboratorium, dan bukti kerugian dapat digunakan untuk memperkuat pembuktian.

Dengan demikian, penyelesaian sengketa *overclaim* tidak seharusnya hanya bertumpu pada Pasal 1365 KUHPerdata. Ketentuan KUHPerdata tetap relevan sebagai dasar umum, sedangkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan dasar khusus untuk menilai tanggung jawab pelaku usaha dan periklanan. Penerapan keduanya

secara proporsional diharapkan dapat memperkuat perlindungan konsumen, khususnya dalam menghadapi ketimpangan informasi dan keterbatasan pembuktian teknis.

2. Dasar Pertanggungjawaban Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen

A. Pertanggungjawaban Ganti Rugi Pelaku Usaha

Pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mewajibkan pelaku usaha memberikan ganti rugi atas kerugian konsumen akibat penggunaan barang atau jasa yang diperdagangkan. Dalam kasus *overclaim* produk *skincar*e, ketentuan ini berkaitan dengan larangan memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan janji dalam label, keterangan, atau promosi sebagaimana diatur dalam Pasal 8 ayat (1) huruf f. Bentuk ganti rugi berdasarkan Pasal 19 ayat (2) meliputi pengembalian uang, penggantian barang sejenis atau setara nilainya, perawatan kesehatan, dan pemberian santunan sesuai ketentuan yang berlaku. Ganti rugi tersebut wajib diberikan dalam waktu tujuh hari setelah tanggal transaksi sebagaimana diatur dalam Pasal 19 ayat (3).

Dalam praktiknya, kasus *overclaim* pada produk Focalskin Acne Skin Repair Serum dan Daviena Sleeping Mask Retinol Booster menunjukkan pentingnya klarifikasi klaim produk, pengembalian dana, penggantian produk, serta penarikan produk yang bermasalah apabila diperlukan. Namun, penerapan ganti rugi masih menghadapi kendala berupa verifikasi bukti pembelian, pengujian laboratorium, dan pembuktian biaya medis akibat kerusakan kulit. Oleh karena itu, pengawasan proaktif BPOM, penerapan sanksi administratif, dan pengumuman penarikan produk secara luas diperlukan untuk memperkuat perlindungan konsumen dan memastikan pemulihan kerugian secara efektif.

B. Pembuktian Terbalik

Pasal 28 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur bahwa pembuktian ada atau tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19, Pasal 22, dan Pasal 23 menjadi beban dan tanggung jawab pelaku usaha. Dalam sengketa *overclaim* produk *skincare*, ketentuan ini memberikan perlindungan kepada konsumen yang menghadapi keterbatasan akses terhadap informasi formulasi dan hasil pengujian laboratorium. Konsumen tetap perlu menunjukkan bukti awal, seperti bukti transaksi, produk yang dibeli, klaim promosi, dan kerugian yang dialami. Selanjutnya, pelaku usaha bertanggung jawab membuktikan ada atau tidaknya unsur kesalahan sesuai ketentuan tersebut.

Pembuktian dapat melibatkan dokumen komposisi, *Certificate of Analysis* (CoA), penilaian keamanan, serta hasil pengujian laboratorium yang relevan untuk memverifikasi klaim produk. Apabila ditemukan ketidaksesuaian antara klaim dan kondisi produk, bukti tersebut dapat digunakan dalam menilai pertanggungjawaban pelaku usaha. Namun, kegagalan menunjukkan dokumen pendukung tidak serta-merta membuktikan seluruh unsur gugatan atau secara otomatis menetapkan tanggung jawab mutlak (*strict liability*). Penilaian tetap harus memperhatikan bukti dan ketentuan hukum yang berlaku.

Menurut penulis, penerapan asas pembuktian terbalik penting untuk mengurangi ketimpangan informasi antara konsumen dan pelaku usaha. Penggabungan Pasal 28 dengan Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat memperkuat upaya pemulihan kerugian melalui pengembalian uang, penggantian produk, atau biaya perawatan medis apabila persyaratan hukumnya terpenuhi. Dengan demikian, mekanisme tersebut diharapkan dapat meningkatkan

efektivitas perlindungan konsumen dan mendorong pelaku usaha menyampaikan klaim produk *skincare* secara benar serta dapat dipertanggungjawabkan.

C. Doktrin Pertanggungjawaban Mutlak (*Strict Liability*)

Dalam hukum perlindungan konsumen, pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawaban atas kerugian akibat ketidaksesuaian informasi, manfaat, keamanan, atau klaim produk *skincare*. Apabila klaim pada label, kemasan, atau iklan terbukti tidak sesuai dengan kondisi produk dan menimbulkan kerugian, pertanggungjawaban dapat didasarkan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Namun, tidak setiap perbedaan klaim dan kondisi produk secara otomatis menimbulkan pertanggungjawaban tanpa mempertimbangkan bukti dan unsur hukum yang relevan.

Pasal 27 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur keadaan tertentu yang dapat membebaskan pelaku usaha dari tanggung jawab. Sementara itu, Pasal 28 mengatur bahwa pembuktian ada atau tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi berdasarkan Pasal 19, Pasal 22, dan Pasal 23 menjadi beban dan tanggung jawab pelaku usaha. Ketentuan ini memperkuat posisi konsumen dalam pembuktian, tetapi tidak berarti pelaku usaha otomatis bersalah setiap kali konsumen mengalami kerugian.

Dengan demikian, dalam sengketa *overclaim* produk *skincare*, Pasal 19 dapat digunakan sebagai dasar pertanggungjawaban ganti rugi, Pasal 27 sebagai dasar untuk menilai pengecualian tanggung jawab, dan Pasal 28 sebagai landasan pembuktian unsur kesalahan. Konsep *strict liability* perlu dipahami secara hati-hati dengan mempertimbangkan ketentuan tersebut, sehingga pertanggungjawaban tetap didasarkan pada fakta, bukti, dan persyaratan hukum yang berlaku.

3. Bentuk Pertanggungjawaban Administratif

Pertanggungjawaban administratif merupakan bentuk penegakan hukum yang dilaksanakan secara langsung oleh lembaga eksekutif atau instansi regulator penanggung jawab dalam hal ini Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) serta Kementerian Perdagangan tanpa harus melalui proses peradilan perdata maupun pidana yang memakan waktu lama. Penerapan sanksi administratif ini bertujuan untuk menghentikan seketika praktik pelanggaran di lapangan, mencegah timbulnya kerugian konsumen yang lebih luas, serta memulihkan ketertiban hukum dalam tata kelola peredaran kosmetika.

Ditinjau dari kerangka hukum normatif di Indonesia, sanksi administratif yang dapat dijatuhkan kepada pelaku usaha atas praktik *overclaim* pada produk skincare bersifat bertahap, akumulatif, dan proporsional sesuai tingkat pelanggarannya. Bentuk-bentuk pertanggungjawaban administratif tersebut meliputi:

A. Penerbitan Surat Peringatan Keras kepada pemilik merek, berupa teguran resmi yang diterbitkan oleh instansi regulator kepada pemilik merek atau penanggung jawab usaha kosmetika yang terbukti mencantumkan klaim tidak benar atau menyesatkan pada label maupun media promosi.
B. Perintah penghentian publikasi promosi dan penghentian penayangan iklan *overclaim* di seluruh media, perintah seketika untuk menghentikan penayangan iklan *overclaim* di seluruh media cetak, media elektronik, serta pemblokiran tautan (*take down*) konten promosi pada platform *e-commerce* dan media sosial.

C. Perintah penarikan produk (*product recall*) dari seluruh jaringan distribusi eceran dan platform digital, kewajiban hukum bagi pelaku usaha untuk menarik seluruh lot atau seri pembuatan produk skincare yang bermasalah dari seluruh jaringan distribusi eceran, agen, *reseller*, hingga platform digital atas beban biaya pelaku usaha sendiri.
D. Penghentian sementara kegiatan produksi dan/atau peredaran, penghentian sementara atas aktivitas produksi, importasi, distribusi, dan/atau penyerahan produk skincare dalam jangka waktu tertentu sampai pelaku usaha melakukan perbaikan formulasi, label, atau klaim sesuai ketentuan regulasi.
E. Pencabutan Nomor Notifikasi BPOM (pembekuan izin edar), sanksi pembatalan atau pencabutan izin edar atas produk skincare yang bersangkutan. Dengan dicabutnya nomor notifikasi, produk tersebut secara otomatis berstatus ilegal untuk diproduksi maupun dipasarkan di wilayah Indonesia.
F. Pencabutan Izin Usaha Perdagangan pelaku usaha, sanksi administratif tingkat akhir yang dikeluarkan oleh instansi penerbit izin (Kementerian Perdagangan/Pemda setempat) berupa penutupan operasional badan usaha atau pencabutan Nomor Induk Berusaha (NIB) pelaku usaha secara permanen.

Praktik *overclaim* produk *skincare* dapat menimbulkan pertanggungjawaban hukum apabila klaim mengenai kandungan, manfaat, keamanan, atau efektivitas produk terbukti tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya dan merugikan konsumen. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 19 mengatur kewajiban ganti rugi atas kerugian konsumen, sedangkan Pasal 20 mengatur tanggung jawab pelaku usaha periklanan atas iklan yang diproduksi dan akibat yang ditimbulkannya.

Dalam pembuktian, Pasal 28 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menetapkan bahwa pembuktian ada atau tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi berdasarkan Pasal 19, Pasal 22, dan Pasal 23 menjadi beban dan tanggung jawab pelaku usaha. Namun, ketentuan ini tidak berarti bahwa setiap kerugian otomatis membuktikan kesalahan pelaku usaha. Pasal 27 juga mengatur keadaan tertentu yang dapat membebaskan pelaku usaha dari tanggung jawab. Oleh karena itu, penerapan konsep *strict liability* perlu mempertimbangkan ketentuan hukum, bukti kerugian, hubungan sebab akibat, dan alasan pembebasan tanggung jawab yang relevan.

Selain pertanggungjawaban perdata, praktik *overclaim* dapat menimbulkan konsekuensi administratif dan pidana apabila memenuhi unsur pelanggaran yang diatur dalam peraturan perundang-undangan. BPOM berwenang melakukan pengawasan terhadap keamanan, mutu, penandaan, promosi, dan iklan kosmetik, sedangkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, ganti rugi, dan penyelesaian sengketa. BPSK juga berwenang menjatuhkan sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi sesuai Pasal 60 undang-undang tersebut.

Dengan demikian, pertanggungjawaban pelaku usaha atas *overclaim* produk *skincare* harus ditentukan berdasarkan bentuk pelanggaran, peran masing-masing pihak, kerugian konsumen, hubungan sebab akibat, dan bukti yang tersedia. Sinergi pengawasan BPOM dan penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen diperlukan untuk memastikan kepatuhan pelaku usaha, pemulihan hak konsumen, dan penegakan hukum yang proporsional.

4. Bentuk Pertanggungjawaban Pidana

Pertanggungjawaban pidana merupakan bentuk perlindungan hukum represif dalam UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Berbeda dengan pertanggungjawaban perdata yang bertujuan memulihkan kerugian

konsumen dan pertanggungjawaban administratif yang berorientasi pada pengawasan, pertanggungjawaban pidana dikenakan apabila pelanggaran telah memenuhi unsur tindak pidana menurut undang-undang.

Dalam UUPK, ketentuan pidana diatur dalam Pasal 61 sampai dengan Pasal 63. Pasal 61 menetapkan bahwa penuntutan pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya. Ketentuan ini penting dalam industri kosmetik karena praktik overclaim tidak selalu dilakukan langsung oleh pemilik usaha, tetapi dapat melibatkan pengurus, bagian produksi, pemasaran, pengembangan produk, atau pihak yang berwenang menyetujui informasi dan klaim produk. Oleh karena itu, penentuan subjek yang bertanggung jawab harus didasarkan pada kewenangan dan keterlibatan nyata dalam lahirnya klaim tersebut, bukan semata-mata pada pihak yang membuat unggahan promosi.

Pasal 62 ayat (1) UUPK mengancam pidana penjara paling lama lima tahun atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 bagi pelaku usaha yang melanggar, antara lain, Pasal 8, Pasal 9, dan Pasal 10 UUPK. Pasal 8 melarang produksi atau perdagangan barang yang tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran yang dinyatakan dalam label, iklan, atau promosi. Pasal 9 dan Pasal 10 melarang pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai barang dan/atau jasa. Dengan demikian, klaim kandungan bahan aktif atau manfaat skincare yang tidak sesuai dengan kondisi produk berpotensi memenuhi unsur pidana sepanjang dapat dibuktikan.

Namun, overclaim tidak otomatis merupakan tindak pidana. Perbedaan antara klaim pemasaran dan hasil pengujian harus dianalisis melalui dokumen formulasi, notifikasi BPOM, label, materi promosi, metode pengujian, serta bukti mengenai pihak yang menyetujui klaim tersebut. Aparat penegak hukum juga perlu membuktikan apakah ketidaksesuaian itu timbul karena kesalahan administratif, kesalahan produksi, atau kesengajaan untuk menarik konsumen. Pendekatan ini penting agar pertanggungjawaban pidana tidak dikenakan secara otomatis kepada seluruh pihak dalam perusahaan.

Pasal 63 UUPK memungkinkan dijatuhkannya pidana tambahan, seperti perampasan barang, pengumuman putusan hakim, pembayaran ganti rugi, penghentian kegiatan tertentu, penarikan barang dari peredaran, dan pencabutan izin usaha. Dalam kasus overclaim kosmetik, pidana tambahan ini berfungsi menghentikan peredaran produk bermasalah, memberikan pemulihan kepada konsumen, serta meningkatkan transparansi bagi masyarakat.

Apabila overclaim menimbulkan dampak medis yang serius, seperti luka berat, reaksi alergi kronis, atau kecacatan permanen, pelaku usaha dapat juga dijerat berdasarkan Pasal 360 KUHP mengenai kelalaian yang menyebabkan luka berat, serta Pasal 435 UU Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan jo. Pasal 138 mengenai peredaran kosmetika yang tidak memenuhi standar keamanan, khasiat, mutu, dan penandaan.

Dengan demikian, pertanggungjawaban pidana atas overclaim produk skincare harus dibangun melalui lima tahap pembuktian: adanya klaim produk, ketidaksesuaian klaim dengan keadaan produk, pelanggaran terhadap Pasal 8, 9, atau 10 UUPK, identifikasi pelaku usaha dan/atau pengurus berdasarkan Pasal 61 UUPK, serta pembuktian seluruh unsur tindak pidana dalam proses peradilan. Pertanggungjawaban pidana tidak dapat diterapkan hanya karena adanya tuduhan klaim berlebihan, melainkan harus didasarkan pada pembuktian konkret bahwa informasi produk tersebut tidak benar dan memenuhi unsur larangan yang diancam pidana.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa praktik overclaim pada produk skincare merupakan persoalan perlindungan konsumen yang berkaitan dengan ketidaksesuaian antara klaim promosi dan karakteristik produk yang sebenarnya. Praktik tersebut berpotensi menyesatkan konsumen, menimbulkan kerugian, serta melanggar hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa perlindungan konsumen tidak hanya bergantung pada ketentuan hukum yang mengatur tanggung jawab pelaku usaha, tetapi juga pada efektivitas pengawasan pascapemasaran, keterlibatan masyarakat, dan ketersediaan bukti yang dapat dipertanggungjawabkan untuk menguji kebenaran klaim produk. Meskipun kerangka regulasi telah menyediakan instrumen perlindungan melalui jalur administratif, perdata, dan pidana, pelaksanaannya masih menghadapi tantangan dalam mendeteksi klaim yang menyesatkan, memverifikasi informasi produk, dan menegakkan pertanggungjawaban secara konsisten. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan karena pembahasannya bertumpu pada analisis yuridis dan sumber dokumenter yang tersedia, sehingga belum sepenuhnya menggambarkan pengalaman konsumen, efektivitas pengawasan di lapangan, serta penerapan sanksi terhadap pelaku usaha dalam berbagai kasus.

Secara praktis, penelitian ini mengimplikasikan perlunya penguatan pengawasan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan, peningkatan transparansi informasi produk, serta pemeriksaan kesesuaian klaim promosi dengan bukti ilmiah dan hasil pengujian yang dapat dipertanggungjawabkan. Pelaku usaha perlu memastikan bahwa informasi pada label dan materi promosi tidak berlebihan atau menyesatkan, sedangkan konsumen perlu meningkatkan literasi dalam mengevaluasi klaim produk dan memanfaatkan saluran pengaduan resmi apabila menemukan dugaan pelanggaran. Kolaborasi antara regulator, lembaga perlindungan konsumen, laboratorium penguji, dan masyarakat juga diperlukan agar pengawasan tidak hanya bersifat reaktif, tetapi mampu mencegah peredaran produk dengan klaim yang tidak sesuai. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menggunakan pendekatan empiris melalui wawancara dengan regulator, pelaku usaha, dan konsumen, serta mengkaji putusan sengketa dan kasus penegakan hukum secara lebih luas. Penelitian lanjutan juga dapat mengevaluasi efektivitas pengawasan digital dan penerapan sanksi sehingga dapat menghasilkan rekomendasi yang lebih terukur untuk memperkuat kepastian hukum dan perlindungan konsumen terhadap praktik overclaim produk skincare.

DAFTAR PUSTAKA

Adiguna, A., et al. (2025). Perlindungan terhadap reseller terkait overclaim produk skincare ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Hukum to-Ra*, *11*(2), 115–128.

Agustina, R. (2003). *Perbuatan melawan hukum*. Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia.

Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (n.d.). *Daftar bahan pengawet yang diizinkan dalam kosmetik*. Standar OTSKK BPOM. https://standar-otskk.pom.go.id/otskk-db/kategori/daftar-bahan-pengawet-yang-diizinkan-dalam

Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2020). *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2020 tentang Persyaratan Teknis Penandaan Kosmetika*. BPOM RI.

Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2022a). *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika*. BPOM RI.

Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2022b). *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika*. BPOM RI.

Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2022c). *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2022 tentang Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika*. BPOM RI.

Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2024). *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2024 tentang Penandaan, Promosi, dan Iklan Kosmetika*. BPOM RI.

Bhagaskara, K. A., & Tarina, D. P. (2024). Perlindungan konsumen terhadap permasalahan transaksi online dalam platform marketplace tidak resmi. *Jurnal USM Law Review*, *7*(1), 393–395.

Dewi, W. (2015). *Hukum perlindungan konsumen*. Graha Ilmu.

Dokter Detektif. (2024). *Unggahan hasil uji laboratorium produk skincare Daviena Sleeping Mask Retinol Booster* [Unggahan media sosial]. TikTok / Instagram.

Harianto, D. (2010). *Perlindungan hukum bagi konsumen terhadap iklan yang menyesatkan*. Ghalia Indonesia.

Jati, R. P. (2026, 1 April). Diduga menjual produk kecantikan tidak sesuai label, Dr. Richard Lee ditahan. *Kompas.id*. https://www.kompas.id/artikel/diduga-menjual-produk-kecantikan-tidak-sesuai-label-dr-richard-lee-ditahan

Komite Akreditasi Nasional. (n.d.). *Daftar laboratorium penguji terakreditasi: PT Saraswanti Indo Genetech (LP-184-IDN)*. Badan Standardisasi Nasional.

Kristiyanti, C. T. S. (2017). *Hukum perlindungan konsumen*. Sinar Grafika.

Kuncoro, A. (2024). Perlindungan konsumen terhadap overclaim produk skincare. *Jurnal Hukum*, *1*(1), 45–58.

Kuncoro, P. (2024). *Perlindungan hukum konsumen terhadap penggunaan kata overclaim pada iklan produk skincare* [Skripsi/Tesis, Universitas Islam Indonesia].

Manik, M., et al. (2024). Tanggung jawab pelaku usaha atas overclaim produk skincare di media sosial. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *2*(10), 102–115. https://doi.org/10.5281/zenodo.14185002

Marzuki, P. M. (2011). *Penelitian hukum*. Kencana Prenada Media Group.

Mertokusumo, S. (2011). *Penemuan hukum*. Citra Aditya Bakti.

Muhaimin. (2020). *Metode penelitian hukum*. Mataram University Press.

Nugroho, S. A. (2011). *Proses penyelesaian sengketa konsumen ditinjau dari hukum acara serta kendala implementasinya*. Kencana.

Pratiwi, A. (2024). Analisis hukum perlindungan konsumen terhadap kasus overclaim kosmetika berdasarkan uji laboratorium independen. *Jurnal Hukum dan Kemasyarakatan*, *8*(2), 89–101.

Republik Indonesia. (n.d.a). *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek)*.

Republik Indonesia. (n.d.b). *Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (Wetboek van Strafrecht)*.

Republik Indonesia. (1999). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42. Sekretariat Negara.

Republik Indonesia. (2023). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 105. Sekretariat Negara.

Santika, L., et al. (2024). Perlindungan hukum konsumen terhadap overclaim pada produk skincare dalam transaksi online. *Jurnal Ilmu Hukum dan Politik*, *5*(2), 210–225. https://dinastirev.org/JIHHP

Sidabalok, J. (2014). *Hukum perlindungan konsumen di Indonesia*. Citra Aditya Bakti.

Yusuf, M. (n.d.). *Perlindungan hukum konsumen terhadap produk skincare overclaim berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Artikel Hukum. https://mypengacara.com/perlindungan-hukum-konsumen-terhadap-produk-skincare-overclaim-berdasarkan-undang-undang-nomor-8-tahun-1999-tentang-perlindungan-konsumen