

PERTANGGUNGJAWABAN PELAKU USAHA TERHADAP KONSUMEN PENGGUNA SKINCARE OVERCLAIM

Hening Rahayu Parasanti, Fakultas Hukum Universitas Udayana, email:

heningrahayu15@gmail.com

I Dewa Ayu Dwi Mayasari, Fakultas Hukum, Universitas Udayana, e-mail:

dewaayudwimayasari@gmail.com

DOI: KW.2026.v16.i1.p4

ABSTRAK

Tujuan dari penyusunan jurnal berikut guna menganalisis hingga menemukan jawaban atas pertanggungjawaban pengusaha terhadap konsumen. pengguna produk skincare overclaim mengandung zat berbahaya. Promosi skincare overclaim ini sudah menjadi kebiasaan para pengusaha agar produk laku terjual di masyarakat, yang mana sering kali menimbulkan kerugian terhadap konsumen. Dalam penyusunan penulis menggunakan metode penelitian yuridis normatif yang pendekatannya dengan undang-undang terkait. Penelitian ini merujuk pada pertanggungjawaban pengusaha dalam perspektif peraturan BPOM dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Serta guna menjawab permasalahan terkait perlindungan hukum kepada pengguna skincare overclaim. Seharusnya pengusaha wajib mengikuti standarisasi yang dibuat oleh BPOM guna menjaga keselamatan dan kesehatan konsumen. Pengusaha yang terbukti melakukan hal tersebut dapat dipidana penjara dan denda yang tercantum dalam pengaturan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Kata Kunci : Perlindungan Konsumen, Skincare, Overclaim, Pertanggungjawaban Hukum

ABSTRACT

The purpose of compiling the following journal is to analyze and find answers regarding the entrepreneur's accountability toward consumers, particularly regarding skincare products that overclaim to contain harmful substances. The promotion of these overclaim skincare products has become a common practice among entrepreneurs to make their products sell in the market, which often leads to consumer losses. In this writing, the author uses a normative legal research method, approaching relevant laws and regulations. This research refers to the accountability of entrepreneurs in the perspective of BPOM regulations and Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection. It also aims to address issues related to legal protection for users of overclaim skincare products. Entrepreneurs should comply with the standards set by BPOM to ensure consumer safety and health. Entrepreneurs proven to commit such acts may face imprisonment and fines as stipulated in Law Number 8.

Keywords: Consumer Protection, Skincare, Overclaim, Legal Liability

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

UUD NRI 1945 menyatakan dengan jelas dalam pada pasal 1 (1) yakni Negara Indonesia merupakan Negara Hukum, sehingga secara mutlak Indonesia merupakan negara hukum.¹ Hal ini sangat berkaitan erat dengan sistem hukum di Indonesia. Sistem hukum tersebut tentunya memiliki tujuan tersendiri yakni memberikan keadilan, kepastian dan kebermanfaatan bagi seluruh masyarakat, khususnya masyarakat Indonesia. Tujuan hukum ini dituangkan pula pasal 28D (1) yang menjelaskan terkait asas *Equality before the law*

¹ Pasal 1 Ayat (3) Undang-Undang Negara Republik Indonesia 1945.
Jurnal Kertha Wicara Vol. 16 No.1 Tahun 2026 hlm. 36-46

dimana asas inimenyatakan bahwa setiap orang diperlakukan sama dihadapan hukum.² Maka warga Indonesia memiliki hak mutlak dan pemerintah Indonesia wajib menjamin hal itu.

Seiring dengan perkembangan zaman, berkembang pula hukum di masyarakat. Perkembangan hukum di masyarakat ini dikarenakan semakin banyaknya peristiwa-peristiwa atau perbuatan-perbuatan diluar peraturan yang ada, sehingga perlu peraturan yang mengatur mengenai hal-hal tersebut, salah satunya yakni perlindungan konsumen. Perkembangan produk-produk di masyarakat semakin bervariasi dan inovatif menjadi fokus penting pemerintah untuk tetap menjaga produk-produk tersebut tidak merugikan masyarakat. Produk-produk yang beredar di masyarakat mulai dari pakaian dengan berbagai *brand fashion*, makanan baik frozen food maupun fresh food, hingga kosmetik dan skin care baik brand lokal maupun brand luar. Seringkali produk-produk ini menimbulkan kekecewaan pembeli karena kurang memuaskannya produk yang sampai di tangan pembeli. Untuk menghindari hal-hal tersebut, diaturlah peraturan yakni UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mengatur hak melindungi konsumen salah satunya pada pasal 4C menjelaskan mengenai hak mutlak dalam mendapatkan penjelasan yang sebenarnya terkait keadaan dan manfaat barang yang diperjualbelikan.³ Sehingga penjual diharuskan menyertakan segala informasi produk dalam kemasan produk maupun deskripsi barang, baik bahan-bahan yang digunakan sampai tanggal kadaluarsa produk.

Kosmetik adalah salah satu produk yang perkembangannya sangat pesat dan beredar luas di masyarakat hal ini pun dipengaruhi oleh meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya merawat kulit wajah maupun kulit tubuh.⁴ Karena peningkatan kesadaran ini berbagai perusahaan kosmetik membuat produk yang dapat memenuhi permintaan masyarakat tersebut. Tahun 2024 Terdapat 1.010 lebih perusahaan kosmetik di Indonesia, perusahaan kosmetik tersebut mengalami pertumbuhan sebanyak 21,9% dari 931 perusahaan pada tahun 2022.⁵ Hal ini menunjukkan bahwa permintaan masyarakat akan perawatan kulit yang semakin meningkat. Berbagai teknologi yang ditawarkan oleh brand-brand kosmetik demi mendapat hasil yang diinginkan seperti kulit yang cerah, wajah yang lembut, kenyal serta mulus tanpa tekstur dan lain sebagainya.⁶

Demi memenuhi permintaan tersebut, perusahaan kosmetik berlomba-lomba dalam menemukan zat-zat yang dapat memenuhi keinginan-keinginan masyarakat. Adapun zat-zat yang biasa ditemukan dalam produk perawatan kulit seperti *vitamin C* yang memiliki manfaat untuk meningkatkan produksi kolagen dan melawan radikal bebas. Zat selanjutnya yang sering ditemui yakni *Retinol* yang sangat bermanfaat untuk menyamarkan kerutan, menstimulasi pertumbuhan sel, meratakan warna kulit dan tekstur. *Niacinamide* memiliki manfaat untuk mengatasi peradangan sekaligus melindungi kulit dari polusi dan kotoran.

Salah satu zat yang masih menjadi perdebatan sampai saat ini akan efek sampingnya yakni Zat Hidroquinon. Zat Hidroquinon merupakan zat yang sering digunakan untuk mencerahkan dan meratakan warna kulit, hiperpigmentasi akibat proses penuaan, atau hiperpigmentasi pada bekas luka. Zat ini seringkali digunakan untuk memutihkan kulit

² Ibid, Pasal 28D Ayat 1

³ Panjaitan, Hulman. "Hukum Perlindungan Konsumen." (2021).

⁴ Iswara, Retno dan Latifa, Fatma. *Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik* (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2007) hlm 7

⁵ Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, "Hasil Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan

Blue Economy", (Tangerang : Februari 2024), (<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/has-ilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung->) diakses pada tanggal 14 juli 2024

⁶ Putri, Amelia. "Perkembangan penggunaan produk kosmetik di Indonesia." *Ekonomi dan Bisnis: Berkala Publikasi Gagasan Konseptual, Hasil Penelitian, Kajian, dan Terapan Teori* 21, no. 2 (2017): 59-64.

Jurnal Kertha Wicara Vol. 16 No.1 Tahun 2026 hlm. 36-46

dalam waktu yang singkat.⁷ Selain zat Hidroquinon terdapat zat berbahaya lainnya yang terkadang digunakan oleh penjual-penjual nakal yakni zat merkuri. Salah satu bahan kimia yang kerap dipakai dalam pembuatan sabun dan produk pemutih kulit. Merkuri kerap digunakan dalam kosmetik seperti maskara dan pembersih mata dan sebagai pengawet dalam produk tersebut. Sama seperti Hidroquinon, merkuri kerap dijadikan sebagai bahan untuk pemutih kulit karena dapat menghambat pembentukan melanin kulit sehingga dapat tampak lebih cerah.⁸

Dunia kecantikan memiliki standar yang menjadi tolak ukur bahwa wanita atau pria tersebut dikatakan memiliki paras yang menawan. Adapun standar kecantikan yang beredar di Indonesia yakni sebagai wanita haruslah putih, memiliki tubuh ramping, hidung yang proporsional, dan berpenampilan feminim. karena adanya standar ini menjadikan banyaknya perempuan di Indonesia rela menggunakan cara apapun untuk dapat memenuhi standar tersebut.⁹ Dari sini banyak akhirnya produk *skincare* yang menawarkan kulit wajah maupun kulit tubuh cerah seketika dengan waktu yang singkat. Produsen-produsen nakal sering tidak menghiraukan bahaya zat hydroquinone dan merkuri saat pemakaian jangka panjang. Maraknya *skincare* abal-abal ini menjebak banyak orang yang hasil dari *skincare* ini bukannya kulit semakin sehat namun kulit timbul stretch mark, menggelap seperti terbakar dan efek samping lainnya akibat penggunaan produk tersebut. Peristiwa tersebut pastinya memberi rasa kecewa terhadap pembeli karena telah menimbulkan dampak negatif bagi tubuhnya. Maka dari itu perlu penerapan perlindungan konsumen terkait peredaran penjualan *skincare* abal-abal yang menimbulkan efek negatif.¹⁰ Semakin hari korban dari *skincare* abal-abal semakin meningkat. hal ini dapat di faktori oleh ketidaksesuaian informasi produk yang diberikan pengusaha hingga konsumen sangat dirugikan karena kandungan zat berbahaya dalam *skincare* tersebut.

Pada saat ini dikatakan bahwa dunia *skincare* sedang tidak baik-baik saja dikarenakan banyaknya terungkap bahwa para penguasa *skincare* yang tidak jujur terhadap konsumen terkait informasi produk yang diedarkan oleh suatu brand tersebut. Kasus yang telah terkuak saat ini adalah kasus Mira Hayati. Dikutip dari artikel Detik sulawesi selatan bahwa Mira Hayati dan rekan-rekannya telah dinyatakan sebagai tersangka karena telah melakukan produksi dan pengedaran kosmetik dengan merek MH Cosmetic Night Cream Glowing dan Lightening Skin Mira Hayati Cosmetic yang mengandung merkuri. Mira Hayati dapat dijerat pasal 435 junto pasal 138 (2) UU RI No.17 Tahun 2023 Tentang Kesehatan.¹¹ Pelaku mendapat diancam dengan hukuman pidana penjara maksimal 12 tahun dengan pidana denda yang dikenakan sebesar 5 miliar. Masyarakat pula dikagetkan dengan adanya *skincare* overclaim yang mana pengusaha tersebut tidak jujur dengan informasi isi kandungan *skincare* yang diperjualbelikan. Overclaim yang dimaksud yakni, jika dalam label informasi produk tertulis

⁷ Harimurti, Sabtanti, Ika Sevi Deriyanti, Hari Widada, and Pinasti Utami. "Identifikasi Kandungan Hidroquinon pada Krim Pemutih yang Beredar di Pasar Tradisional Wilayah Kabupaten Banjarnegara." *Pharmakon: Jurnal Farmasi Indonesia* 18, no. 1 (2021): 1-8.

⁸ Nugraha, Ni Kadek Mita Pratiwi, and Dyah Angraeni. "Analisa Kualitatif Kandungan Merkuri dalam Sediaan Pemutih Kulit yang Dijual di Online Shop." *Surya Medika: Jurnal Ilmiah Ilmu Keperawatan dan Ilmu Kesehatan Masyarakat* 14, no. 2 (2019): 86-89.

⁹ Wiharsari, Julinar Cherish. "Konsep Kecantikan dan Pemanfaatan Produk Kosmetik Wajah pada Mahasiswi Surabaya." PhD diss., UNIVERSITAS AIRLANGGA, 2019.

¹⁰ Indriaty, Sulistiorini, Nur Rahmi Hidayati, and Arsyad Bachtiar. "Bahaya kosmetika pemutih yang mengandung merkuri dan hidroquinon serta pelatihan pengecekan registrasi kosmetika di Rumah Sakit Gunung Jati Cirebon". *Jurnal Surya Masyarakat* 1, no. 1 (2018): hlm 10-11

¹¹ Arsyad, Syachrul. "Sidang Perdana Kasus Owner Skincare Merkuri Mira Hayati Cs Digelar Besok". (Sulawesi Selatan : Februari 2025), (<https://www.detik.com/sulsel/makassar/d-7792745/sidang-perdana-kasus-owner-skincare-merkuri-mira-hayati-cs-digelar-besok>) diakses pada tanggal 24 Februari 2025

10% niacinamide namun pada kenyataannya kandungan yang sebenarnya hanya 2,5% saja.¹² Skincare over claim ini sering kali lolos karena telah mengantongi izin BPOM RI, sehingga masyarakat pun tertipu dengan hal tersebut.

Dalam jurnal yang berjudul "**Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Pada Konsumen Pengguna Produk Skincare Overclaim**" penulis membahas tentang permasalahan bagaimana pertanggungjawaban seorang pengusaha pada konsumen yang menggunakan produk skincare over claim mengandung zat berbahaya. Jurnal ini menganalisis terkait perlindungan konsumen dari perspektif hukum nasional dan perspektif peraturan BPOM sebagai badan pengawasan terkait peredaran produk *skincare*/kosmetik di Indonesia. Terkait penyelesaian kerugian konsumen telah diatur dalam UU No.8 Tahun 1999. Jurnal ini lebih merujuk pada bagaimana bentuk pertanggungjawaban pengusaha *skincare overclaim* terhadap eefek samping yang merugikan usai pemakaian *skincare overclaim* dan terbukti mengandung zat berbahaya.

Dalam menjamin hak konsumen pengguna produk skincare yang terbukti over claim bahkan mengandung zat berbahaya seperti hidroquinon dan merkuri, maka dalam jurnal ini penulis merekomendasikan kepada konsumen yang ingin membeli suatu produk dapat melakukan *research* atau mencari informasi yang cukup melalui platform-platform sosial media mengenai produk sebelum membeli. Dalam jurnal ini penulis merekomendasikan kepada pengusaha skincare seluruh Indonesia untuk memasarkan produk skincare dengan jujur dan sesuai dengan kandungan produk serta melampirkan informasi produk tersebut secara jelas serta memastikan dan bertanggung jawab terhadap barang yang dipasarkan memiliki tingkat keamanan dan kualitas sesuai dengan yang ditetapkan oleh BPOM Republik Indonesia.

Sebelum menyusun jurnal ini, penulis telah melakukan penelitian secara menyeluruh mengenai topik yang diangkat dan mendapatkan beberapa penelitian dengan topik dan tema sejenis. Dari hasil penelitian tersebut, penulis dapat menjadikan penelitian tersebut sebagai acuan serta perbandingan dalam penyusunan jurnal ini. Adapun dua jurnal penelitian sejenis yang penulis jadikan acuan untuk penelitian ini.

Pertama, pada platform jurnal online yang dimuat dalam *Law Development & Justice Review* yang ditulis oleh Rafyanka Ivana Putri Ngabito yang berjudul "**Analisis Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Penedaran Produk Skincare yang Terbukti Overclaim**"¹³ yang membahas mengenai pertanggungjawaban hukum terkait kegiatan-kegiatan overclaim pada skincare. Tujuan dari jurnal tersebut adalah melakukan pengkajian terkait bagaimana pertanggungjawaban hukum seorang pengusaha sebagai akibat dari perbuatan yang dilakukan yakni memproduksi dan mengedarkan produk yang terbukti overclaim. Tentunya penelitian yang dibuat penulis akan berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya, dikarenakan penelitian ini merujuk pada pertanggungjawaban pengusaha terkait barang yang terbukti overclaim dan mengandung zat berbahaya serta bentuk perlindungan konsumen pengguna produk tersebut dalam kacamata hukum. Acuan penelitian ini terdapat dalam UU No.17 Tahun 2023 Tentang Kesehatan dan UU No.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

Kedua, jurnal penelitian selanjutnya yang penulis jadikan sebagai acuan dalam penyusunan jurnal ini yakni jurnal yang dimuat dalam *Marwah Hukum* yang ditulis oleh Heni Marlina dkk yang berjudul "**Perlindungan Hukum bagi Konsumen atas Overclaim**

¹² Kuncoro, Adinda Ayu Puspita. "Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Penggunaan Kata Overclaim Pada Iklan Produk Skincare." PhD diss., Universitas Islam Indonesia, 2024.

¹³ Ngabito, Rafyanka Ivana Putri. "Analisis Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Penedaran Produk Skincare yang Terbukti Overclaim." *Law, Development and Justice Review* 7, no. 3 (2025): 284-301.

Produk Skincare di Platform E-Commerce¹⁴ penelitian tersebut bertujuan guna identifikasi permasalahan mengenai perlindungan pada konsumen pemakai skincare overclaim, regulasi dan kurangnya pengawasan yang efektif dari pihak terkait, kalim yang benar dan tidak jujur, serta sulitnya akses dalam penyelesaian sengketa dan ganti rugi yang dirasakan oleh konsumen. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian ini akan membahas mengenai pertanggungjawaban pengusaha skincare yang terbukti melanggar regulasi yang berlaku di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang dibuatnya jurnal ini diatas, maka penulis melakukan sebuah penelitian yang berjudul **"PERTANGGUNGJAWABAN PELAKU USAHA PADA KONSUMEN PENGGUNA SKINCARE OVERCLAIM "**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana perspektif aturan BPOM terkait peredaran skincare overclaim di masyarakat?
2. Bagaimana bentuk Pertanggungjawaban pelaku usaha pada konsumen pengguna *skincare* yang terbukti *overclaim*, perspektif UU No.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen?

1.3 Tujuan Penulisan

Tujuan dari penyusunan jurnal ini yaitu :

1. Mengkaji perspektif aturan BPOM dan terkait peredaran skincare overclaim yang mengandung zat berbahaya.
2. Mengkaji dan mengevaluasi penerapan UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang dapat memfasilitasi hak mutlak yang dimiliki konsumen pengguna produk skincare overclaim yang mengandung zat berbahaya.

II. METODE PENELITIAN

Penyusunan jurnal berikut, penulis memakai metode penelitian yuridis normatif. Jurnal ini menganalisis suatu penelitian hukum yang sedang berlaku sebagai hukum positif Indonesia. Pendekatan yuridis normatif dilandasi dengan mengkaji bahan teori, konsep, dan asas hukum serta regulasi-regulasi terkait. Metode ini kerap di sebut dengan metode kepustakaan yang mana penelitian yang dibuat dengan mengkaji peraturan, undang-undang, dokumen, buku, dan lainnya yang berkaitan.¹⁵

Jurnal ini disusun dengan menggunakan metode komparatif yang berlandaskan pada peraturan perundang-undangan, serta dianalisis secara kualitatif melalui pengolahan data untuk merangkum suatu fenomena hukum. Proses analisis mencakup penilaian terhadap permasalahan yang dikaji dengan mengacu pada teori-teori hukum yang relevan dalam penulisan jurnal.¹⁶ Sumber hukum primer dijadikan sebagai bahan utama dalam analisis kualitatif, sementara sumber hukum sekunder digunakan sebagai pendukung berdasarkan norma-norma hukum. Penelitian ini memanfaatkan berbagai sumber hukum, antara lain, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, regulasi dari BPOM, dan undang-undang maupun peraturan yang berkaitan dan sejalan dengan topik jurnal yang diangkat oleh penulis.

¹⁴ Marlina, Heni, Desni Raspita, M. Novrianto, Chahaya Dewi Bidari, and Muhammad Ferdiansyah. "Perlindungan Hukum bagi Konsumen atas Overclaim Produk Skincare di Platform E-Commerce." *Marwah Hukum* 3, no. 1 (2025): 10-23.

¹⁵ Jonaedi Efendi, S. H. I., S. H. Johnny Ibrahim, and M. M. Se. *Metode penelitian hukum: normatif dan empiris*. Prenada Media, 2018. Hlm 21

¹⁶ Baro, R. "Penelitian Hukum Non-Doktrinal Trend Penggunaan Metode & Teknik Penelitian Sosial di Bidang Hukum" *Deepublish*, 2016, hlm 29.
Jurnal Kertha Wicara Vol. 16 No.1 Tahun 2026 hlm. 36-46

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Perspektif aturan BPOM terkait peredaran skincare overclaim yang mengandung zat berbahaya.

Aspek keamanan produk skincare merupakan hal krusial yang patut diperhatikan para pengusaha. Karena skincare digunakan secara rutin dan bersentuhan langsung dengan kulit, baik pada wajah maupun tubuh. Pengusaha biasanya mencari sumber atau informasi terkait makelar-makelar yang menyediakan produk-produk restoratif dengan biaya pokok rendah sehingga dapat diedarkan ke masyarakat dengan harga jual yang tinggi, tanpa menghiraukan produk tersebut *overclaim* ataupun tidak. Sering kali konsumen kurang memperhatikan atau tidak mencari informasi terlebih dahulu mengenai keamanan produk yang hendak mereka beli. Maka kepastian hukum yang dapat ditawarkan pemerintah yakni dengan mensyaratkan setiap produk baik kosmetik hingga panganan wajib memenuhi syarat-syarat yang tertuang dalam peraturan BPOM.

BPOM sendiri memiliki beragam peraturan guna memberikan tolak ukur bagi produsen dalam memproduksi suatu produk yang diedarkan ke masyarakat. Definisi kosmetik, yang juga dikenal sebagai skincare yang dijelaskan pada No. 12 Tahun 2020 tentang Tata Cara Pengajuan Notifikasi yakni dalam Pasal 1 angka 1 UU dijelaskan terkait pengertian skincare yang merupakan sediaan dapat diapakai pada bagian luar tubuh. Tujuan penggunaannya yakni guna membersihkan, memberi aroma, merubah penampilan, penghilangan aroma tidak sedap, dan melindungi serta menjaga tubuh dalam kondisi yang baik.¹⁷ Dalam undang-undang yang sama Pasal 2 (1) menerangkan bahwa pengusaha memiliki wajib memastikan setiap pbarang yang diproduksi harus sesuai dengan standarisasi yang telah ditetapkan.¹⁸

Pengusaha *skincare* yang memproduksi maupun mengedarkan produk di wilayah indonesia wajib menjamin kosmetik yang diproduksi atau di impor untuk diedarkan memenuhi pendanaan, promosi/iklan yang objektif, lengkap, dan tidak menyesatkan konsumen, hal tersebut tercantum pada UU No.18 Tahun 2024 Tentang Penandaan, promosi dan iklan kosmetik pasal 2 (1). Sehingga setiap pengusaha khususnya *skincare* dilarang mencantumkan informasi yang tidak benar terkait kandungan produk tersebut yang seringkali disebut *overclaim*. Pemenuhan penandaan tertuang dalam pasal 2 (1) yakni :

- a. Objektif Dilaksanakan mencantumkan informasi yang tidak benar mengenai kandungan dari produk.
- b. Lengkap dilaksanakan dengan mencantumkan sesuai informasi yang dipersyaratkan.
- c. Tidak menyesatkan dengan cara menyampaikan informasi yang sesuai dan dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam pasal 3 undang-undang yang sama, memuat informasi paling sedikit :

- | | |
|---------------------------------------|--|
| a. Nama kosmetik | g. Nomor batch |
| b. Pemanfaatan atau kegunaan | h. Berat bersih, isi dan ukuran produk |
| c. Teknik penggunaan | i. Tanggal Expired |
| d. Kandungan | j. Nomor notifikasi |
| e. Negara yang memproduksi | k. 2D barcode |
| f. identitas pemilik nomor notifikasi | l. Larangan dan kegunaan |

Setiap produk yang mencantumkan penandaan sesuai dengan kandungan yang ada dan tidak diizinkan untuk melebih-lebihkan informasi yang dapat memberikan rasa kepercayaan kepada konsumen untuk menggunakan produk tersebut.¹⁹

¹⁷ pasal 1 angka 1 Undang - Undang Nomor 12 Tahun 2020 Tentang Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika

¹⁸ Ibid, pasal 2 ayat (1)

¹⁹ Tirtayasa, I. Gede, I. Nyoman Putu Budiarta, and Ni Made Puspasutari Ujianti. "Perlindungan Konsumen Terhadap Peredaran Kosmetik Yang Mengandung Zat Berbahaya Di Kota Denpasar." *Jurnal Konstruksi Hukum* 3, no. 1 (2022): 1-5.

Produk kosmetik yang diproduksi atau diimpor untuk diedarkan pastinya memerlukan promosi dan iklan untuk memasarkan produk kosmetik tersebut kepada masyarakat. Promosi dan iklan merupakan cara yang paling ampuh dalam pemasaran suatu produk kosmetik karena pada promosi dan iklan tersebut pastinya mendeskripsikan produk kosmetik yang dipasarkan baik dari kandungan, manfaat, maupun komposisi dalam produk tersebut. Informasi-informasi yang disampaikan ini dapat mempengaruhi untuk meyakinkan konsumen dalam pembelian suatu produk skincare. Dalam hal promosi dan iklan dijelaskan pula dalam UU No.18 Tahun 2024 Tentang penandaan, promosi dan Iklan Kosmetik pada pasal 13 ayat (1) menjelaskan mengenai promosi dan iklan hanya dapat dilakukan untuk produk yang telah mengantongi izin pengedaran dari kepala badan BPOM.²⁰ Promosi yang dimaksud yakni kegiatan yang dilakukan penjual untuk meningkatkan pembelian langsung maupun melalui teknologi komunikasi (e-commerce)(pasal 15 ayat (1) dan (2)). Promosi yang dimaksud berupa seminar, pertemuan terbatas, konferensi pers atau kegiatan lain yang sejenisnya. Saat ini kegiatan promosi sering dilakukan dengan cara "Live Streaming" menggunakan media sosial seperti Tiktok, Instagram, Shoppe, dan platform lainnya.²¹ Sedangkan undang-undang yang sama pada pasal 16, Iklan yang dimaksud meliputi komunikasi secara langsung, media sosial, media penyiaran, media cetak, media daring, serta media luar ruangan.

Dilihat dari perspektif aturan BPOM telah dijelaskan secara terang bahwa produksi maupun impor skincare untuk diedarkan di masyarakat diwajibkan untuk mengikuti standarisasi yang telah ditetapkan oleh BPOM melalui peraturan-peraturan BPOM. Pembentukan standarisasi oleh BPOM ini guna menjaga keselamatan masyarakat.²² peraturan yang tepat diimplementasikan dalam permasalahan ini yakni UU No.12 Tahun 2020 Tentang Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika, UU No.18 Tahun 2024 Tentang penandaan, promosi dan Iklan Kosmetik, dan undang-undang terkait lainnya.²³ Dijelaskan dalam undang-undang tersebut bahwa pengusaha dapat dikenakan berbagai sanksi, seperti peringatan tertulis, pencabutan notifikasi, penarikan produk kosmetik dari peredaran, pemusnahan, penghentian sementara kegiatan, serta pengumuman kepada publik. ²⁴Sanksi-sanksi ini diberlakukan untuk memberikan sanksi sebagai efek jera kepada para pengusaha yang terbukti melakukan klaim berlebihan.

3.2. Pertanggungjawaban pelaku usaha pada konsumen pengguna *skincare* yang terbukti *overclaim*, perspektif Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen

Hukum nasional Indonesia memiliki pengeturan terkait perlindungan khusus kepada konsumen, yang diimplementasikan oleh BPOM sebagai badan pengawas dalam menangani masalah terkait *overclaim* produk skincare, serta makanan dan kosmetika yang terbukti mengandung bahan berbahaya. Pasal 7 Peraturan Kepala BPOM Nomor 1 Tahun 2016 menetapkan terkait pemberian sanksi administratif kepada pengusaha yang melakukan

²⁰ pasal 13 ayat (1) Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2024 Tentang penandaan, promosi dan Iklan Kosmetik

²¹ Fauzan, Muhammad, and Siti Aisyah. "Strategi Pemasaran Digital pada Industri Skincare Melalui Platform Tiktok." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 1, no. 6 (2023): 977-982..

²² Sholehah, Nur Faizatus, and Mega Dewi Ambarwati. "Analisis Yudiris Penegak Hukum Terhadap Pemalsuan Nomor Registrasi BPOM Pada Produk Skincare Dalam Perspektif UU Perlindungan Konsumen". *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa* 2, no. 6 (2024): 388-396

²³ Azayaka, Atha Raihan, and Eko Wahyudi. "Perlindungan Hukum Kepada Konsumen Terhadap Produk Skincare Tanpa Izin Edar Yang Dijual Secara Online." *Jurnal Hukum, Politik Dan Ilmu Sosial* 2, no. 2 (2023): 41-49.

²⁴ Kuncoro, Galuh Mekar. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Peredaran Kosmetik Perawatan Wajah Tanpa Notifikasi." *Novum: Jurnal Hukum* 1, no. 3 (2014): 92-103.

promosi secara overclaim pada produk yang diproduksi. Hal yang sama pun di bahas dalam Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022.

Di sisi lain, pengaturan terkait Perlindungan Konsumen memuat larangan dan sanksi bagi pengusaha, dan tercantum pada Pasal 8 sampai 10 dan 17. Penggunaan klaim berlebihan pada produk dalam strategi pemasaran bertentangan dengan peraturan yang ada, sebagaimana dijelaskan pada Undang-Undang yang sama yakni pada Pasal 4 c dan Pasal 7 b mengatur terkait Hak konsumen mencakup akses terhadap penjelasan lebih rinci dan benar terkait mutu dan jaminan atas barang maupun jasa yang ditawarkan. Hal sama pun dijelaskan Mengacu pada Peraturan BPOM Nomor 32 Tahun 2021 Pasal 3 dan ketentuan teknis klaim produk sebagaimana dimuat dalam Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 Pasal 3 (2). Oleh karena itu, pemerintah berperan dalam mengawasi dan membimbing pengusaha untuk tidak melakukan kecurangan dan wajib melindungi konsumen. Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pemerintah diwajibkan untuk melakukan pembinaan serta pengawasan pada upaya perlindungan konsumen, lebih mejuruk pada aspek iklan barang sebagaimana diatur dalam Pasal 29 hingga 30. Peraturan ini juga mencakup ketentuan mengenai hak dan kewajiban konsumen, di mana konsumen wajib mendapat penjelasan terkait barang sebagai hak mutlak dan mudah dimengerti tentang kondisi produk sebagaimana tercantum dalam Pasal 4.²⁵ Hak-hak konsumen yang diakui di tingkat global meliputi hak atas perlindungan keamanan, hak memperoleh penjelasan, kebebasan dalam memilih, dan hak untuk didengarkan. Penggunaan klaim berlebihan dalam pemasaran dapat merugikan konsumen dan berdampak negatif pada reputasi produsen.²⁶

Tanggung jawab adalah tindakan seseorang sebagai bentuk kesadaran akan kewajiban akibat dari perbuatannya. Dalam dunia usaha, pengusaha harus siap untuk mengambil risiko dari tindakannya. Kerugian yang diderita konsumen akibat tindakan langsung dari pengusaha menjadi tanggung jawab pengusaha untuk menggantinya.²⁷ Pertanggungjawaban tersebut timbul dari efek samping sebagai kerugian dari informasi kandungan produk tidak benar maupun produk yang cacat produksi.

Dalam pasal 19 UUPK , yang menjelaskan mengenai pertanggungjawaban pelaku usaha, penjelasan sebagai berikut :

- a. Setiap pengusaha harus menanggung kerugian konsumen yang timbul dari penggunaan produk atau layanan yang diproduksi maupun dipasarkan olehnya.
- b. Bentuk kompensasi yang dimaksud yakni dengan pelaku usaha dapat mengajukan pengembalian uang, penggantian barang atau kompensasi dalam bentuk lain yang senilai serta dapat berupa layanan medis serta memberikan kompensasi lainnya yang disesuaikan dengan perundang-undangan yang berlaku.
- c. Pengusaha wajib memberikan kompensasi kepada konsumen yang mengalami kerugian dalam jangka waktu 1 minggu sejak transaksi.

²⁵ Rahul, Lucky. Febrinayanti. Ardhya, Ngurah. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Peredaran Kosmetik Berbahaya" (Studi Kasus Badan Pengawas Obat dan Makanan di Buleleng), *Jurnal Ilmu Hukum Sui Generis* 3 No. 4, Oktober 2023

²⁶ Isabella, Diandra Azzahra, Fazara Aspasari, and M. Abdilah Maghfiro. "Pengaruh Dokter Detektif (Doktif) Dalam Bisnis Skincare: Antara Kepercayaan Konsumen Dan Kepatuhan Hukum." *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi* 2, no. 3 (2025): 214-224..

²⁷ Saffanah, Syarifah, and Khairani Khairani. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penggunaan Kosmetik Krim Pemutih Berbahaya." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Bidang Hukum Keperdataan* 3, no. 3 (2019): 573-584.

- d. Dalam pemberian kompensasi tersebut, tidak menghilangkan kemungkinan pengusaha mendapat tuntutan pidana, apabila fakta menunjukkan bahwa terdapat unsur kealpaan yang lebih lanjut.

Menurut Pasal 20 dalam undang-undang ini, pengusaha yang mempromosikan produknya melalui iklan berkewajiban untuk bertanggung jawab atas isi iklan tersebut, termasuk segala konsekuensi yang mungkin terjadi akibat penyebarannya. Dalam undang-undang yang sama, yaitu UUPK. Pengusaha yang terbukti melakukan tindakan yang dilarang oleh ketentuan dalam Pasal 19 ayat (2) dan (3), Pasal 20, 25, dan 26 dapat dikenai sanksi administratif berupa denda hingga 200 juta, sesuai dengan ketentuan dalam Pasal 60. Pasal 61 juga mengatur kemungkinan dikenakan sanksi pidana terhadap pengusaha. Dalam Pasal 62 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dijelaskan adanya ancaman pidana yang dapat dikenakan berupa hukuman pidana penjara paling lama lima tahun dan denda hingga 500 juta. Selain itu, Menurut Pasal 63 UUPK, sanksi pidana dapat diperluas dengan hukuman tambahan berupa pembayaran kompensasi, publikasi putusan hakim, penyitaan barang, perintah penghentian aktivitas usaha, penarikan produk dari pasar, dan pencabutan izin operasional.²⁸

Tindakan pengusaha yang melakukan overclaim dapat merugikan berbagai pihak, Selain berdampak negatif bagi konsumen, hal ini juga dapat merugikan pengusaha itu sendiri. Dengan tetap melanjutkan praktik tersebut, pengusaha tidak hanya berisiko dikenakan sanksi administratif oleh BPOM, tetapi juga dapat dijatuhi hukuman pidana sesuai dengan perbuatannya. Meskipun menggunakan klaim berlebihan sebagai strategi promosi, tindakan tersebut tetap berpotensi menimbulkan masalah baru baik bagi konsumen maupun pengusaha.

IV. KESIMPULAN SEBAGAI PENUTUP

4. Kesimpulan

Kosmetik adalah produk yang perkembangannya sangat pesat dan beredar luas di masyarakat hal ini pun dipengaruhi oleh meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya merawat kulit wajah maupun kulit tubuh. Keamanan produk skincare adalah hal yang krusial dan patut diperhatikan oleh para pengusaha. Konsumen seringkali tidak memperhatikan dan tidak mencari tahu mengenai informasi terkait produk yang akan dibeli, maka pemerintah memberikan kepastian hukum melalui peraturan BPOM. Dilihat dari perspektif peraturan BPOM maka setiap pengusaha wajib mengikiti standarisasi yang telah di buat guna menjaga keselamatan masyarakat. Disamping pengaturan yang ditetapkan oleh BPOM terkait standarisasi produk, pemerintah juga membentuk Undang-Undang Perlindungan Konsumen untuk memberikan perlindungan masyarakat dari kerugian yang disebabkan oleh mengonsumsi produk yang melanggar peraturan BPOM atau peraturan lainnya. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) juga memuat ketentuan mengenai larangan dan sanksi kepada pengusaha yang terbukti melakukan pelanggaran ketentuan-ketentuan diatas. Apabila pengusaha terbukti melanggar, maka dapat dikenakan hukuman pidana berupa pidana penjara atau pidana denda sesuai dengan bentuk pelanggaran yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Iswara, Retno. Latifa, Fatma. *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*, (jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2007)
- Jonaedi Efendi, S. H. I., S. H. Johnny Ibrahim, and M. M. Se. *Metode penelitian hukum: normatif dan empiris*. (Depok : Prenada Media, 2018.)
- Muslim, Abar. *Merkuri dan Keberadaannya*, (Banda Aceh : syiah Kuala University Press, 2014)

²⁸ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, pasal 60-63
Jurnal Kertha Wicara Vol. 16 No.1 Tahun 2026 hlm. 36-46

Panjaitan, Hulman. *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta : Jala Permata Aksara, 2021).
Siwi, Celina Tri, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta : Sinar Grafika Offset, 2008)

Jurnal :

- Azayaka, Atha Raihan, and Eko Wahyudi. "Perlindungan Hukum Kepada Konsumen Terhadap Produk Skincare Tanpa Izin Edar Yang Dijual Secara Online." *Jurnal Hukum, Politik Dan Ilmu Sosial* 2, no. 2 (2023)
- Baro, R. "Penelitian Hukum Non-Doktrinal Trend Penggunaan Metode & Teknik Penelitian Sosial di Bidang Hukum" Deepublish, 2016, hlm 29.
- Cherish, Julinar. *Konsep Kecantikan Pemanfaatan Produk Kosmetik Wajah Pada Mahasiswa Surabaya*, (Surabaya : Universitas Airlangga, 2019)
- Fauzan, Muhammad, and Siti Aisyah. "Strategi Pemasaran Digital pada Industri Skincare Melalui Platform Tiktok." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 1, no. 6 (2023)
- Harimurti, Sabtanti, Ika Sevi Deriyanti, Hari Widada, and Pinasti Utami. "Identifikasi Kandungan Hidrokuinon pada Krim Pemutih yang Beredar di Pasar Tradisional Wilayah Kabupaten Banjarnegara." *Pharmakon: Jurnal Farmasi Indonesia* 18, no. 1 (2021)
- Indriaty, Sulistiorini, Nur Rahmi Hidayati, and Arsyad Bachtiar. "Bahaya kosmetika pemutih yang mengandung merkuri dan hidroquinon serta pelatihan pengecekan registrasi kosmetika di Rumah Sakit Gunung Jati Cirebon". *Jurnal Surya Masyarakat* 1, no. 1 (2018)
- Ivana, Rafyanka. Analisis Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Pengedaran Produk Skincare yang Terbukti Overclaim, (Gorontalo : Law Development & Justice Review, Vol.7, No.3, 2024)
- Isabella, Diandra Azzahra, Fazara Aspasari, and M. Abdilah Maghfiro. "Pengaruh Dokter Detektif (Doktif) Dalam Bisnis Skincare: Antara Kepercayaan Konsumen Dan Kepatuhan Hukum." *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi* 2, no. 3 (2025)
- Kuncoro, Ayu Puspita . Adinda. Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Penggunaan Kata Overclaim Pada Iklan Produk Skincare. PhD diss., Universitas Islam Indonesia, 2024.
- Kuncoro, Galuh Mekar. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Peredaran Kosmetik Perawatan Wajah Tanpa Notifikasi." *Novum: Jurnal Hukum* 1, no. 3 (2014)
- Marlina, Heni, Desni Raspita, M. Novrianto, Chahaya Dewi Bidari, and Muhammad Ferdiansyah. "Perlindungan Hukum bagi Konsumen atas Overclaim Produk Skincare di Platform E-Commerce." *Marwah Hukum* 3, no. 1 (2025)
- Nugraha, Ni Kadek Mita Pratiwi, and Dyah Angraeni. "Analisa Kualitatif Kandungan Merkuri dalam Sediaan Pemutih Kulit yang Dijual di Online Shop." *Surya Medika: Jurnal Ilmiah Ilmu Keperawatan dan Ilmu Kesehatan Masyarakat* 14, no. 2 (2019)
- Ngabito, Rafyanka Ivana Putri. "Analisis Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Pengedaran Produk Skincare yang Terbukti Overclaim." *Law, Development and Justice Review* 7, no. 3 (2025): 284-301.
- Putri, Amelia. "Perkembangan penggunaan produk kosmetik di Indonesia." *Ekonomi dan Bisnis: Berkala Publikasi Gagasan Konseptual, Hasil Penelitian, Kajian, dan Terapan Teori* 21, no. 2 (2017)
- Rahul, Lucky. Febrinayanti. Ardhya, Ngurah. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Peredaran Kosmetik Berbahaya" (Studi Kasus Badan Pengawas Obat dan Makanan di Buleleng), *Jurnal Ilmu Hukum Sui Generis* 3 No. 4, Oktober 2023
- Saffanah, Syarifah, and Khairani Khairani. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penggunaan Kosmetik Krim Pemutih Berbahaya." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Bidang Hukum Keperdataan* 3, no. 3 (2019)
- Sholehah, Nur Faizatus, and Mega Dewi Ambarwati. "Analisis Yudiris Penegak Hukum Terhadap Pemalsuan Nomor Registrasi BPOM Pada Produk Skincare Dalam *Jurnal Kertha Wicara* Vol. 16 No.1 Tahun 2026 hlm. 36-46

Perspektif UU Perlindungan Konsumen". *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa* 2, no. 6 (2024)

Tirtayasa, I. Gede, I. Nyoman Putu Budiarta, and Ni Made Puspasutari Ujianti. "Perlindungan Konsumen Terhadap Peredaran Kosmetik Yang Mengandung Zat Berbahaya Di Kota Denpasar." *Jurnal Konstruksi Hukum* 3, no. 1 (2022)

Undang-Undang :

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen

Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2020 Tentang Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika

Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2024 Tentang penandaan

Peraturan BPOM nomor 32 tahun 2021

Peraturan BPOM nomor 3 tahun 2022

Artikel :

Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, *Hail Produk Berdaya Saing Global. Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy*, (Tangerang : Februari 2024), (<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung->)

Arsyad, Syachrul. *Sidang Perdana Kasus Owner Skincare Merkuri Mira Hayati Cs Digelar Besok*. (Sulawesi Selatan : Februari 2025), (<https://www.detik.com/sulsel/makassar/d-7792745/sidang-perdana-kasus-owner-skincare-merkuri-mira-hayati-cs-digelar-besok>) diakses pada tanggal 24 Februari 2025