

Pertanggungjawaban Hukum Pelaku Usaha *Skincare* Terhadap Kerugian Konsumen Akibat *Overclaim* Produk

Ni Kadek Vina Yuniardhi¹, Ni Luh Gede Yogi Arthani²

¹Fakultas Hukum Universitas Mahasaraswati Denpasar, E-mail: Vinayuniardhi2306@gmail.com

²Fakultas Hukum Universitas Mahasaraswati Denpasar, E-mail: yogiarthani@unmas.ac.id

<i>Info Artikel</i>	<i>Abstract</i>
<p><i>Legal Responsibility of Skincare Business Actors for Consumer Losses Due to Product Overclaims</i></p> <p><i>Keywords : Overclaim, Skincare, Consumer Protection, Business Actors, Legal Responsibility</i></p>	<p><i>The progress of the Indonesian skincare industry has brought constructive implications for the public community, but has also given rise to problems in the form of competition without integrity and excessive claims that lead to detriment for end users. Excessive claims are excessive statements about product efficacy that are not in line with empirical facts, so they can distort the perception of end users and cause financial and psychological losses, as well as potentially threatening health conditions. This scientific study aims to analytically examine the legal accountability of skincare business subjects for end-user losses as a consequence of product excessive claims, specifically within the realm of health and consumer protection legislation (UUPK). Through in-depth interviews with end users, business subjects, and legal experts, this empirical study collects factual empirical data at the research location. Next, the data is analyzed analytically to identify how the implementation of excessive claims and legal accountability is carried out. The study findings indicate that cosmetic businesses that make excessive claims can be subject to administrative and criminal sanctions based on Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection and the normative technical provisions of the Food and Drug Supervisory Agency (BPOM), and have potential implications for violating the provisions of the Health Law.</i></p>
<p>Pertanggungjawaban Hukum Pelaku Usaha Skincare Terhadap Kerugian Konsumen Akibat Overclaim Produk</p>	<p>Abstrak</p> <p>A Progresi ranah industri perawatan kulit di Indonesia telah menghadirkan implikasi konstruktif bagi komunitas publik, namun juga memunculkan problematika berupa kompetisi tidak berintegritas serta tindakan klaim berlebih yang menimbulkan detrimen bagi pengguna akhir. Klaim berlebih merupakan pernyataan ekseusif mengenai khasiat produk yang tidak selaras dengan fakta empiris, sehingga dapat mendistorsikan persepsi pengguna akhir dan menyebabkan kerugian finansial maupun psikis, serta berimplikasi potensial mengancam kondisi kesehatan. Kajian ilmiah ini ditujukan untuk mengkaji secara analitis akuntabilitas yuridis subjek usaha perawatan kulit terhadap kerugian pengguna akhir sebagai konsekuensi dari</p>

<p>Kata kunci: <i>Overclaim, Skincare, Perlindungan Konsumen, Pelaku Usaha, Pertanggungjawaban Hukum.</i></p>	<p>klaim berlebih produk, secara spesifik dalam ranah pengaturan peraturan perundang-undangan kesehatan dan perlindungan konsumen (UUPK). Melalui pelaksanaan interviu mendalam dengan pengguna akhir, subjek usaha, dan pakar yuridis, kajian empirikal ini menghimpun data empiris secara faktual di lokasi penelitian. Berikutnya, data tersebut ditelaah secara analitis untuk mengidentifikasi bagaimana implementasi klaim berlebih serta akuntabilitas yuridis dilaksanakan. Temuan kajian mengindikasikan bahwa usaha kosmetika yang melakukan klaim berlebih dapat dijatuhkan sanksi administratif dan sanksi pidana berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta ketentuan teknis normatif dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), serta berimplikasi potensial menyalahi ketentuan dalam Undang-Undang Kesehatan.</p>
--	---

I. Latar Belakang

Estetika diri dan kondisi dermal dewasa ini memiliki signifikansi tinggi di seluruh lapisan masyarakat, mencakup rentang usia dari remaja hingga lanjut usia, baik pria maupun wanita. Individu-individu tersebut berkompetisi untuk memperoleh estetika diri dan kondisi dermal yang optimal demi kepuasan batin serta kenikmatan personal. Lebih jauh lagi, sebagian individu bahkan memprioritaskan visual diri sebagai aspek utama dalam kehidupan mereka.

Pemeliharaan dermal, yang dikenal dengan istilah perawatan kulit, merupakan serangkaian prosedur yang dilaksanakan untuk memelihara epidermis wajah guna mempertahankan kondisi kesehatannya, meningkatkan aspek visualnya, serta mengatasi beragam permasalahan yang timbul pada kulit. Dalam kegiatan ini, beragam produk dimanfaatkan, di mana setiap produk memiliki tujuan spesifik yang berlandaskan komposisi zat aktif di dalamnya. Sebagian besar individu kini memaknai perawatan kulit sebagai komponen esensial dalam rutinitas sehari-hari. Pengguna akhir dapat menentukan pilihan dari beragam varian perawatan kulit untuk mengakomodasi kebutuhan mereka seiring dengan banyaknya produk yang beredar di pasar komersial. Mengamati tingginya minat terhadap perawatan kulit menciptakan prospek usaha bagi pihak yang ingin merintis usaha. Dengan demikian, produk perawatan kulit di Indonesia mengalami akselerasi pertumbuhan.

Kian pesatnya progresi sektor kosmetika dan pemeliharaan dermal di Indonesia telah mengakselerasi kian meningkatnya jumlah jenama global maupun domestik untuk merambah pasar komersial, tak terkecuali figur publik yang menginisiasi usaha di bidang perawatan kulit dengan meninjau prospek pasar yang signifikan di Indonesia.¹ Kendati demikian, di balik sisi lain prospek keberhasilan dan akselerasi pertumbuhan sektor perawatan kulit, terdapat problematika kompetisi yang mendorong subjek usaha kehilangan pertimbangan rasional dengan memanfaatkan celah untuk mendistorsikan pengguna akhir demi

¹ CNN Indoneisa. "Mengintip Guruhnya Perputaran Uang Bisnis Skincare di Indonesia" <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20250602145940-92-1235577/mengintip%20gurihnya%20perputaran-uang-bisnis-skincare-di-indonesia>, diakses pada tanggal 27 Agustus 2025.

meraih keuntungan individual melalui sarana pernyataan promosi yang tidak selaras dengan fakta empiris produk yang dipasarkan. Akhir-akhir ini, fenomena klaim yang tidak selaras tersebut mengalami peningkatan eksposur signifikan.

Dokter Detektif mengemukakan sejumlah jenama produk hidrasi kulit yang dipromosikan secara eksektif, di mana Produk X Sleeping Mask Retinol Booster dinyatakan memiliki kandungan 2% Actosome Retinol, namun temuan pengujian laboratoris mengindikasikan bahwa komposisi aktualnya sekadar 0,03% Pure Retinol atau ekuivalen dengan 1% Actosome Retinol. Walaupun dicantumkan bahwa produk X Beauty Glow Up Cream memiliki kandungan 10% niacinamide, temuan laboratoris hanya mengindikasikan sebesar 5,3%. Di samping itu, produk Azarine Niacinamide 10% + Dipotassium Glycyrrhizate Glorius Serum dinilai mengalami eksposur permintaan berlebih karena dalam pengujian laboratoris hanya teridentifikasi kandungan niacinamide sebesar 0,45%. Lebih lanjut, serum perawatan kulit X Retinol Smooth Glowing dinyatakan memiliki kandungan 1% retinol, namun temuan pengujian hanya menunjukkan sebesar 0,00096%. Serum X Gluta Bright B3 dinyatakan memiliki kandungan 10% niacinamide, namun temuan pengujian hanya mengindikasikan sebesar 4,97%. Serum X Retinol Serum dinyatakan memiliki kandungan 1% retinol, namun temuan pengujian hanya menunjukkan sebesar 0,00054 dari total komposisi yang dicantumkan.²

Pernyataan yang tidak selaras atau klaim berlebih terkait implikasi khasiat terhadap komposisi produk kerap kali belum terverifikasi secara komprehensif secara saintifik. Pelaku pemasaran produk perawatan kulit secara mudah mengakuisisi pengguna akhir karena kerap kali mereka tertarik secara persuasif oleh promosi instan, seperti mereduksi jerawat dalam kurun waktu satu minggu, mengeliminasi kondisi kulit kusam dalam hitungan hari, atau meningkatkan kecerahan kulit secara instan. Dalam praktik tersebut, pelaku pemasaran cenderung mengabaikan akurasi informasi yang disampaikan.

Parameter suatu produk diklasifikasikan sebagai klaim berlebih ditandai oleh adanya disparitas antara pernyataan produk dan komposisinya, pemanfaatan diksi yang mendistorsikan, serta ketidaksesuaian dengan norma yuridis terkait periklanan komersial dan informasi produk.³ Intensi dari praktik klaim berlebih adalah untuk menarik perhatian secara persuasif pengguna akhir terhadap produk yang ditawarkan serta mendorong mereka memiliki keinginan untuk mengakuisisinya.⁴

Melalui mekanisme pemasaran yang kerap berlangsung sebagaimana tercermin dalam fenomena ini, pengguna akhir mengalami detrimen signifikan. Praktik tersebut tidak semata-mata mendistorsikan persepsi pengguna akhir, tetapi juga memicu problematika yuridis dan etik, serta detrimen finansial maupun psikis bagi pengguna produk. Mengingat hak pengguna akhir untuk memperoleh

² Disway.id, 2024, 5 Merek Diduga Skincare *Overclaim* yang Dibongkar Dokter Detektif, <https://disway.id/read/830922/5-merek-diduga-skincare-overclaim-yang-dibongkar-dokter-detektif-ada-brand-ternama>, diakses tanggal 25 Oktober 2024, pukul 13.27 WIB.

³ Lailatul Fitria, 2021, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Promosi Produk Kosmetik yang Mengandung Unsur Penipuan (Studi Kasus di Kota Surabaya), *Jurnal Al-Mashlahah* 13, Nomor 1, hlm. 45-58.

⁴ Kuncoro dan Adinda Ayu Puspita, 2024, Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Penggunaan Kata *Overclaim* pada Iklan Produk Skincare, Universitas Islam Indonesia.

informasi yang presisi, promosi yang berintegritas seyogianya memuat informasi yang presisi.⁵

Klaim berlebih tergolong sebagai infraksi terhadap hak pengguna akhir yang dijamin secara normatif dalam ketentuan pasal peraturan perundang-undangan Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), antara lain:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang dan/atau jasa;
- b. hak untuk menentukan pilihan atas barang dan/atau jasa serta memperoleh barang dan/atau jasa tersebut secara selaras dengan nilai ekonomis, kondisi faktual yang dijanjikan, serta garansi yang diberikan;
- c. hak untuk memperoleh informasi yang akurat, transparan, dan beritikad baik mengenai kondisi dan garansi barang dan/atau jasa;
- d. hak untuk didengarkan aspirasi dan aduan terkait barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk memperoleh pendampingan hukum, proteksi, serta mekanisme yang layak dalam proses penyelesaian sengketa perlindungan konsumen.
- f. hak untuk diberikan edukasi dan pembinaan sebagai pengguna akhir;
- g. hak untuk diperlakukan secara beritikad baik, proporsional, dan tanpa perlakuan diskriminatif;
- h. hak untuk memperoleh kompensasi, restitusi, atau substitusi apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak selaras dengan kesepakatan atau tidak sebagaimana seharusnya;
- i. hak lainnya yang ditetapkan dalam ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pengguna akhir memiliki hak untuk memperoleh informasi yang beritikad baik. Tahapan pengembangan produk perawatan kulit dapat dikategorikan berdaya guna dan efektif apabila pengguna akhir mengalami khasiat dari komposisi zat aktifnya yang menghasilkan hasil konkret. Kendati demikian, apabila pengguna akhir tidak mengalami khasiat tersebut atau bahkan apabila yang dipromosikan tidak selaras dengan hasil yang diperoleh, maka pengguna akhir akan mengalami detrimen. Dengan demikian, subjek usaha seyogianya melaksanakan upaya preventif dengan memprioritaskan keselamatan, kenyamanan, dan keamanan.

Ditinjau dari perspektif yuridis, peraturan perundang-undangan Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), secara spesifik pada Pasal 7 huruf b, Pasal 8 huruf f, serta Pasal 9 huruf j dan huruf k, secara eksplisit melarang praktik klaim berlebih. Dikarenakan menyalahi ketentuan Pasal 8, Pasal 9, dan Pasal 10 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, entitas usaha yang melakukan promosi terhadap produk yang dipasarkan melalui media periklanan dengan melampaui pernyataan klaim dapat dijatuhi sanksi pidana. Di samping itu, pelanggaran terhadap Pasal 62 ayat (1) dan (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga dapat berimplikasi pada dijatuhinya sanksi administratif sebagaimana ditetapkan dalam Pasal 60 ayat (1) dan (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Di samping peraturan perundang-undangan Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan, Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 juga

⁵ Janus Sidabalok, 2006, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm.425.

mengakomodasi pengaturan terkait penerapan klaim berlebih. Kendati terdapat ketentuan normatif yang eksplisit mengenai prohibisi klaim berlebih dan proteksi pengguna akhir, entitas usaha masih tetap mengimplementasikannya.

Berlandaskan paparan tersebut, hal ini melatarbelakangi penulis untuk melaksanakan kajian ilmiah dengan judul "*Pertanggungjawaban Hukum Pelaku Usaha Skincare Terhadap Kerugian Konsumen Akibat Overclaim Produk.*" Adapun intensi dari kajian ini adalah untuk mengidentifikasi bagaimana pelaku usaha skincare memikul akuntabilitas yuridis terhadap detrimen pengguna akhir yang diakibatkan oleh klaim berlebih pada produk perawatan kulit.

II. Metode Penelitian

Metodologi penelitian dapat dimanfaatkan untuk menghimpun data empiris serta mengkorelasikannya dengan parameter baku yang telah ditentukan sebelumnya.⁶ Kajian yuridis, menurut pandangan Soerjono Soekanto, merupakan aktivitas ilmiah yang berlandaskan metodologi, struktur sistematis, serta kerangka pemikiran tertentu. Adapun intensi dari kajian ini adalah untuk mengkaji satu maupun keseluruhan aspek hukum tertentu dengan menelaahnya secara analitis secara komprehensif.⁷

Guna merealisasikan intensi penelitian, metodologi penelitian seyogianya dilaksanakan secara terstruktur dan konsisten serta ditopang oleh data komprehensif. Metodologi tersebut merupakan elemen esensial dalam penyusunan karya ilmiah skripsi.

III. PEMBAHASAN

1. Bentuk Kerugian yang Dialami Konsumen sebagai Akibat dari Klaim yang Berlebihan (*Overclaim*) Produk *Skincare*

Guna memfasilitasi pembahasan mengenai proteksi pengguna akhir, terminologi "konsumen" perlu diberikan delimitasi karena kerap digunakan dalam komunikasi sehari-hari.⁸ Terminologi "konsumen" merupakan istilah yang lazim digunakan dalam kalangan publik untuk merujuk pada individu yang menggunakan atau memanfaatkan barang dan/atau jasa. Di samping itu, sebagian pihak juga menggunakan terminologi "konsumen" untuk merujuk kepada individu yang memiliki relasi langsung antara subjek usaha dan konsumen.

Berdasarkan definisi tersebut, setiap individu yang memanfaatkan layanan atau menggunakan barang dapat diklasifikasikan sebagai pengguna akhir, tanpa memperhatikan apakah subjek usaha memiliki relasi langsung dengan pengguna akhir atau sekadar menggunakan. Berdasarkan ketentuan Pasal 1 Ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pengguna akhir adalah individu yang memanfaatkan barang atau layanan yang beredar dalam masyarakat guna kepentingan pribadi, keluarga, maupun pihak lain.

⁶ Suharsimi Arikunto, 2002, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta, Rineka Cipta, h. 126 127.

⁷ Soerjono Soekanto, 1981, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta, UI Press, h. 43.

⁸ Ahmadi Miru, 2013, *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, Rajawali Pers, Jakarta, hlm. 31.

Pengguna akhir diklasifikasikan menjadi beberapa kategori, yaitu:

1. pengguna bersifat komersial, yakni setiap individu yang memperoleh barang dan/atau jasa untuk dimanfaatkan dalam menghasilkan barang dan/atau jasa lain dengan intensi memperoleh keuntungan ekonomis;
2. pengguna perantara, yakni setiap individu yang memperoleh barang dan/atau jasa untuk diperdagangkan ulang dengan intensi memperoleh keuntungan ekonomis;
3. pengguna akhir murni, yakni individu yang mengakuisisi serta memanfaatkan barang dan/atau jasa untuk kepentingan personal tanpa intensi untuk diperjualbelikan kembali atau diproduksi ulang.⁹

Subjek usaha dapat merancang strategi pemasaran yang lebih selaras dengan segmen pasar melalui kemampuan mengidentifikasi tipologi pengguna akhir. Dalam ranah bisnis yang mengalami akselerasi signifikan, usaha distribusi produk perawatan kulit menjadi kian kompetitif dalam mempertahankan keberlangsungan usaha serta menjadikan produk yang dipasarkan lebih dikenal luas oleh pengguna akhir sekaligus mengoptimalkan volume penjualan. Dalam memanfaatkan peluang tersebut, sebagian subjek usaha memanfaatkan formulasi pernyataan klaim berlebih untuk memperoleh keuntungan ekonomis yang lebih optimal tanpa mempertimbangkan secara komprehensif potensi menimbulkan detrimen bagi pihak lain.¹⁰

Dalam konteks perikatan jual beli, seluruh pihak yang terlibat memiliki hak dan obligasi, terutama bagi pengguna akhir. Entitas usaha berkewajiban menjamin bahwa pengguna akhir memperoleh informasi yang akurat, transparan, dan beritikad baik mengenai kondisi faktual serta garansi barang dan/atau jasa, termasuk uraian terkait pemanfaatan, perbaikan, dan pemeliharaan.

Memiliki urgensi tinggi untuk menjamin bahwa pengguna akhir memperoleh informasi yang akurat mengenai produk pemeliharaan dermal, karena produk tersebut seyogianya diselaraskan dengan tipologi serta kebutuhan dermal guna mencegah dampak negatif seperti iritasi dan reaksi jerawat. Kendati demikian, masih terdapat sejumlah entitas usaha yang mengesampingkan hak pengguna akhir dengan memanfaatkan formulasi pernyataan klaim yang eksestif atau klaim berlebih dalam periklanan komersial maupun informasi produk perawatan kulit. Hal ini dilakukan untuk menarik perhatian secara persuasif pengguna akhir serta mendorong mereka memiliki keinginan untuk mengakuisisi produk tersebut.¹¹ Pernyataan eksestif yang dilakukan oleh entitas usaha berpotensi menimbulkan detrimen bagi pengguna akhir karena haknya tidak terealisasi secara optimal. Pengguna akhir memiliki hak untuk merasakan kenyamanan, keamanan, serta mendapatkan proteksi dalam memanfaatkan barang dan/atau jasa.¹²

⁹ Ahmadi Miru, 2005, "Hukum Perlindungan Konsumen", Rineka Cipta, Jakarta, hlm. 28-30.

¹⁰ Adinda Ayu Puspita Kuncoro dan M. Syamsudin, 2024, Perlindungan Konsumen terhadap *Overclaim* Produk Skincare, Prosiding Seminar Hukum Aktual Climate Change and The Rule of Law, Volume 2 Nomor 3, hlm. 76.

¹¹ Dedi Harianto, 2010, Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Iklan yang Menesatkan, Bogor: Ghalia Indonesia, hlm. 102.

¹² Nabilla Dhinggar Arumbi, Spto Hermawan, dan Asianto Nugroho, *Loc. Cit.*

Pernyataan eksesif pada produk pemeliharaan dermal berpotensi memengaruhi pengguna akhir baik secara langsung maupun secara tidak langsung, dengan sejumlah implikasi yang dapat timbul sebagai berikut:¹³

1. Kehilangan Kepercayaan

Pengguna akhir dapat mengalami erosi kepercayaan terhadap jenama maupun sektor estetika secara menyeluruh akibat klaim berlebih. Apabila produk pemeliharaan dermal tidak menghasilkan luaran yang diharapkan, pengguna akhir cenderung mengembangkan sikap skeptisisme serta meragukan validitas pernyataan klaim terkait khasiat produk tersebut. Kondisi tersebut berpotensi menghambat relasi bisnis, karena pengguna akhir tidak lagi berkehendak untuk mengakuisisi produk yang tidak memberikan hasil yang diharapkan.

2. Kerugian Finansial

Klaim berlebih pada produk pemeliharaan dermal dapat menyebabkan pengguna akhir mengalami kerugian finansial. Apabila produk tersebut tidak menghasilkan luaran yang diharapkan, pengguna akhir cenderung merasakan bahwa biaya yang telah dikeluarkan terkesan tidak bernilai. Di samping itu, pengguna akhir juga dapat menanggung biaya tambahan untuk menangani dampak negatif yang muncul akibat pemanfaatan produk tersebut, seperti iritasi kulit atau reaksi alergi. Sebagai konsekuensi, pengguna akhir dapat mengalami peningkatan ketidakpuasan terhadap produk serta kerugian finansial yang lebih besar.

3. Efek Samping pada Kesehatan Kulit

Klaim berlebih pada produk pemeliharaan dermal berpotensi mengancam kondisi dermal pengguna akhir. Produk yang memiliki kandungan zat aktif dengan kadar yang tidak selaras atau bahkan mengandung senyawa kimia berisiko dapat memicu iritasi, pruritus, hingga kerusakan berkepanjangan pada lapisan epidermal terluar (*stratum corneum*). Kondisi ini dapat timbul כאשר pengguna akhir tidak menelaah petunjuk penggunaan yang sesuai sebelum memanfaatkan produk tersebut, atau כאשר produk tidak selaras dengan tipologi dermal mereka.

4. Harapan Palsu dan Kekecewaan Berlebihan

Klaim berlebih pada produk pemeliharaan dermal dapat menimbulkan kekecewaan serta memunculkan ekspektasi semu pada pengguna akhir. Pernyataan eksesif mengenai khasiat produk dapat mendorong pengguna akhir untuk meyakini bahwa produk tersebut mampu mengatasi seluruh permasalahan dermal. Kendati demikian, apabila luaran yang diharapkan tidak terealisasi, pengguna akhir akan mengalami kekecewaan serta penurunan kepercayaan diri.

5. Stigma Negatif pada Produk Sejenis

Apabila sejumlah besar produk pemeliharaan dermal terverifikasi memiliki pernyataan eksesif, pengguna akhir berpotensi mengembangkan sikap skeptisisme serta cenderung menghindari seluruh produk dalam kategori tersebut, kendati terdapat jenama lain yang beritikad baik dan

¹³ Joedy Rodrick Pakaila, Rafael Muhammad Aydin, dan Syahira Wanda Abbiyya, 2024, *Tren Overclaim Dalam Iklan Industri Kecantikan: Analisis Etika Terapan Pada Produk Skincare di Indonesia*, *Journal of Social Community*, Volume 9 Nomor 2, hlm. 506.

efektif. Kondisi ini dapat menghambat progresi sektor estetika secara menyeluruh karena pengguna akhir menjadi lebih selektif dalam menentukan pilihan produk.

Ilustrasi berikut merepresentasikan data angket yang didistribusikan kepada partisipan penelitian terkait pola pemanfaatan serta aspek akuntabilitas produk pemeliharaan dermal yang teridentifikasi mengandung klaim berlebih:



Berdasarkan data angket yang dihimpun pada periode November 2025, dampak penggunaan produk pemeliharaan dermal dengan klaim berlebih menunjukkan kecenderungan lebih dominan pada responden wanita dibandingkan terhadap responden pria, dengan persentase mencapai 80,56% pada pengguna akhir wanita dan 19,44% pada pengguna akhir pria. Kategori dominan pengguna produk pemeliharaan dermal dengan klaim berlebih di Indonesia berada pada kelompok usia dewasa 21 hingga 31 tahun, dengan persentase mencapai 87,04%. Temuan angket mengindikasikan bahwa sekadar 0,0046% pengguna akhir yang mengalami realisasi hak mereka terpenuhi. Kondisi ini dipicu oleh realitas bahwa pengguna akhir tidak memiliki pemahaman mengenai proteksi hak mereka, serta adanya praktik entitas usaha yang melaksanakan transaksi secara daring, sehingga pengguna akhir cenderung memilih untuk tidak berpartisipasi dalam ranah klaim berlebih pada produk pemeliharaan dermal dan membiarkan entitas usaha terus mengimplementasikan praktik tersebut. Berdasarkan data, hanya 0,0046% pengguna akhir yang mengalami realisasi hak mereka terpenuhi.

Subjek usaha dalam mendistribusikan dan melakukan promosi terhadap produk pemeliharaan dermal yang berada di bawah pengawasan BPOM berkewajiban menjamin bahwa pernyataan klaim yang termuat dalam pelabelan dan/atau didiseminasikan selaras dengan ketentuan regulatif Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 3 Tahun 2022 tentang ketentuan teknis klaim kosmetika. Dengan demikian, subjek usaha harus berpedoman pada panduan klaim yang tercantum dalam lampiran regulasi BPOM terkait klaim dalam periklanan komersial dan pelabelan.

2. Mekanisme Perlindungan Hukum Konsumen dalam Kasus *Overclaim Skincare* Berdasarkan Regulasi Terkait

Proteksi yuridis seyogianya memperhatikan tahapan yang bersumber dari norma hukum serta kaidah sosial, yang pada hakikatnya merupakan konsensus sosial dalam mengakomodasi pengaturan relasi perilaku antara elemen masyarakat maupun antara individu dengan otoritas pemerintahan yang dipandang merepresentasikan kepentingan kolektif.¹⁴ Berdasarkan asas ini, setiap perbuatan yang menimbulkan detrimen bagi pihak lain dapat dikualifikasikan sebagai infraksi yuridis yang berimplikasi pada akuntabilitas yuridis serta memberikan hak bagi pihak yang

¹⁴ Satjipto Raharja, *Loc.Cit.*

terdampak untuk memperoleh proteksi dan remediiasi hukum.¹⁵ Proteksi yuridis menegaskan urgensi untuk menjamin perlindungan hak fundamental manusia serta menegaskan akuntabilitas atas tindakan yang menyalahi ketentuan hukum. Intensi dari proteksi yuridis adalah untuk mengamankan komunitas publik sekaligus kepentingan personal individu.

Berkaitan dengan fungsi normatif hukum sebagai instrumen untuk memberikan proteksi serta mengakomodasi pengaturan interaksi sosial dan menyelesaikan problematika dalam komunitas publik, hal ini merefleksikan bahwa otoritas negara memikul tanggung jawab untuk menjamin setiap individu memperoleh proteksi yuridis yang optimal dalam sistem layanan publik yang berlandaskan keadilan.¹⁶ Paul Bohannon, yang dikenal luas atas konsepsi bahwa kaidah normatif perlu direintegrasikan ke dalam lembaga sosial, mengemukakan pandangan bahwa:¹⁷

“Suatu lembaga hukum merupakan alat yang dipergunakan oleh warga-warga suatu masyarakat untuk menyelesaikan perselisihan-perselisihan yang terjadi dan untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan daripada aturan-aturan yang terhimpun di dalam berbagai lembaga kemasyarakatan. Setiap masyarakat mempunyai lembaga-lembaga hukum dalam arti ini, dan juga lembaga-lembaga non-hukum lainnya”

Hak pengguna akhir dijamin secara eksplisit oleh konstitusi negara Indonesia, yakni Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, secara khusus berkaitan dengan proteksi yang dapat diperoleh pengguna akhir sebagai konsekuensi dari detrimen yang diakibatkan oleh klaim berlebih pada produk pemeliharaan dermal. Pasal 33 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 menegaskan bahwa sistem perekonomian berlandaskan prinsip kekeluargaan serta memberikan otoritas kepada otoritas negara untuk mengakomodasi pengaturan dan memberikan proteksi terhadap kepentingan kolektif masyarakat dalam aktivitas perekonomian, mencakup kepentingan pengguna akhir. Proteksi yuridis di Indonesia berlandaskan pada Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 serta Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang hak fundamental manusia. Berdasarkan Pasal 14 ayat (1) Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia, ketentuan tersebut menyatakan bahwa :

“Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi yang diperlukan untuk mengembangkan pribadinya dan lingkungan sosialnya”

Hal ini berhubungan dengan klaim berlebih pada produk pemeliharaan dermal, karena hak pengguna akhir untuk memperoleh informasi yang presisi mengenai komposisi produk guna memungkinkan pengguna akhir mengaktualisasikan pengembangan diri mereka, termasuk praktik pemeliharaan diri secara aman, justru dapat menyalahi hak fundamental pengguna akhir untuk mengetahui secara faktual objek yang secara nyata mereka akuisisi.

¹⁵ I Wayan Eka Artajaya, I Wayan Gde Wiryawan, and I Komang Andi Wahyu Di Putra, ‘Analisis Putusan Pengadilan Negeri Semarang Nomor: 33/PDT.G/2018/PN.SRP Tentang Sengketa Tanah Warisan Di Nusa Penida Bali Di Kabupaten Klungkung’, *Jurnal JUMAHA*, 05.02 (2025), pp. 269–81.

¹⁶ Ni Luh Gede Yogi Arthani Arthani and I Gede Adhi Arcana, ‘Aksesibilitas Penyandang Disabilitas Dalam Pengajuan Surat Izin Mengemudi Di Polres Klungkung’, *Jurnal JUMAHA*, 05.02 (2025), pp. 232–47.

¹⁷ Soerjono Soekanto, 2006, *Pengantar Penelitian Hukum*, Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press), hlm. 15.

Berikutnya, peraturan perundang-undangan Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia (HAM), khususnya Pasal 29 ayat (1), mengakomodasi pengaturan mengenai proteksi yuridis yang menyatakan:

“Setiap orang berhak atas perlindungan diri pribadi, keluarga, kehormatan, martabat, dan hak miliknya”.

Oleh karena itu, lapisan dermal atau organisme manusia wajib memperoleh perlindungan. Ketika subjek usaha melakukan misrepresentasi kepada pengguna akhir, mereka mengintervensi secara negatif martabat dan kehormatan pengguna akhir sebagai subjek hukum serta menimbulkan kerugian terhadap hak kepemilikan pengguna akhir, yaitu aset finansial mereka.

Proteksi pengguna akhir adalah seluruh upaya yang menjamin kepastian yuridis untuk memberikan proteksi kepada pengguna akhir, sehingga pengguna akhir dapat merasakan keamanan yang lebih tinggi serta keyakinan diri, khususnya saat melakukan aktivitas transaksi. Proteksi pengguna akhir dapat diwujudkan melalui kajian proteksi hukum yang efektif.¹⁸ Proteksi pengguna akhir memiliki urgensi tinggi, khususnya pada periode digitalisasi saat ini. Klaim berlebih pada produk pemeliharaan dermal juga merupakan infraksi terhadap Undang-Undang Kesehatan karena dapat dianggap sebagai fraud atau tindakan yang mengarahkan secara keliru kepada pengguna akhir, yang berimplikasi terhadap alterasi fisik pihak terdampak, seperti deteriorasi dermal akibat efek samping dari klaim berlebih pada produk pemeliharaan dermal. Undang-Undang Kesehatan mengakomodasi pengaturan proteksi pengguna akhir dari produk yang tidak berkeamanan atau tidak efektif, serta prohibisi terhadap promosi atau aktivitas lain yang memunculkan efek samping yang tidak aman atau tidak efektif.

Berdasarkan ketentuan tersebut, produk pemeliharaan dermal yang didistribusikan tanpa izin peredaran resmi dan memiliki kandungan substansi berbahaya seperti merkuri, hidrokuinon, atau steroid tropikal merupakan infraksi terhadap ketentuan BPOM. Selain itu, pengguna akhir yang terdampak klaim berlebih pada produk pemeliharaan dermal juga mengalami detrimen kesehatan yang menyalahi UU Kesehatan dan dapat dijatuhi sanksi pidana berat.

Klaim eksestif yang menawarkan janji luaran instan tanpa evidensi ilmiah dapat mengarahkan secara keliru pengguna akhir serta memposisikan mereka dalam risiko. Apabila komposisi produk pemeliharaan dermal tidak memenuhi standar keselamatan dan khasiat, subjek usaha dapat dikenakan akuntabilitas pidana dan pengguna akhir memperoleh proteksi berdasarkan Undang-Undang Kesehatan. Dengan demikian, otoritas kesehatan juga memiliki peran krusial dalam menjamin bahwa klaim khasiat produk pemeliharaan dermal tidak eksestif atau mengarahkan secara keliru pengguna akhir melalui pembinaan di lokasi, baik kepada subjek usaha yang mendistribusikan produk pemeliharaan dermal maupun kepada pengguna akhir.

Otoritas kesehatan melakukan tindakan konkret apabila mengidentifikasi produk pemeliharaan dermal dengan klaim berlebih, seperti melaporkannya kepada Badan Pengawas Obat dan Makanan serta melakukan edukasi kepada pengguna akhir mengenai risiko klaim berlebih pada produk pemeliharaan dermal. Otoritas kesehatan juga memberikan bantuan kepada pengguna akhir yang ingin mengajukan

¹⁸ Hulman Panjaitan, 2021, Hukum Perlindungan Konsumen Reposisi dan Penguatan Kelembagaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Dalam Memberikan Perlindungan dan Menjamin Keseimbangan Dengan Pelaku Usaha, Jala Permata Aksara, hlm. 83.

tuntutan ganti rugi akibat klaim berlebih, sehingga pengguna akhir dapat merasakan keamanan.¹⁹

Oleh karena itu, mendistribusikan atau melakukan pembelian produk pemeliharaan dermal secara daring maupun luring yang mengandung klaim ekseksif merupakan infraksi hukum yang berpotensi menimbulkan sanksi administratif dan pidana serta menimbulkan risiko terhadap pengguna akhir secara finansial maupun fisik.²⁰ Sebagai konsekuensi, memiliki urgensi tinggi untuk memaknai peran regulasi hukum yang relevan dalam memberikan proteksi kepada pengguna akhir dari risiko tersebut. Korelasi antara Undang-Undang Kesehatan dan Perlindungan Konsumen sangat kuat karena keduanya berorientasi pada tujuan untuk memberikan proteksi terhadap hak-hak pengguna akhir dan komunitas publik, khususnya mereka yang terdampak. Undang-Undang Kesehatan mengakomodasi pengaturan standar kesehatan dan keselamatan produk, sementara Undang-Undang Perlindungan Konsumen berkonsentrasi pada hak pengguna akhir dalam aktivitas transaksi. Ratifikasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) merupakan progres signifikan dalam perlindungan pengguna akhir di Indonesia. Undang-undang ini dirumuskan sebagai respons atas meningkatnya awareness pengguna akhir akan hak-hak mereka serta kebutuhan akan regulasi yang lebih ketat terhadap subjek usaha yang tidak bertanggung jawab.²¹

Proteksi pengguna akhir, berdasarkan peraturan perundang-undangan Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), merupakan ikhtiar untuk menjamin bahwa pengguna akhir mempunyai kepastian hukum dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.²² Beragam aspek dalam proteksi ini mendapat proteksi, seperti kesehatan, keselamatan, serta hak ekonomi pengguna akhir yang berpotensi terancam oleh praktik usaha yang tidak berkeadilan atau berisiko.²³ Proteksi pengguna akhir bersifat komprehensif dan meliputi regulasi hukum yang memberikan proteksi kepada pengguna akhir dari periklanan yang mengarahkan secara keliru, produk yang tidak memenuhi standar keamanan, serta tindakan fraud.²⁴ Di samping itu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut mengharuskan otoritas negara untuk terlibat secara proaktif dalam memberi panduan dan melakukan supervisi kepada pelaku bisnis untuk mengupayakan aktivitas perdagangan yang berintegritas dan akuntabel. Pasal 3 regulasi tersebut menguraikan secara komprehensif ketentuan dalam undang-undang ini, yang menjadi landasan untuk mengembangkan sistem proteksi konsumen yang efisien dan optimal di Indonesia.²⁵ Dengan demikian,

¹⁹ Wawancara dengan Seksi Kefarmasian Dinas Kesehatan Pemerintah Provinsi Bali, 2 Desember 2025, pukul 11.36 WITA.

²⁰ Putri Siska Sari Surya Dewi dan Reni Budi Setianingrum, 2025, Kajian Yuridis Perlindungan Konsumen Terhadap Pemasaran Produk Perawatan Badan *Overclaim* di Marketplace, Adagium: Jurnal Ilmiah Hukum, Volume 3 Nomor 2, hlm. 379.

²¹ Yusuf Daeng, *et.al*, 2024, Hukum Perlindungan Konsumen, Taman Karya, Pekanbaru, hlm. 20.

²² Yustina Dhian Novita dan Budi Santoso, 2021, Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital, Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia, Fakultas Hukum Universitas Diponegoro, Volume 3 Nomor 1, hlm. 46-58.

²³ Salai Suzana, Kovač Žnidarić Ružica, dan Salai Leonard., 2014, Consumers protection and Creating Consumers Value, African Journal Of Business Management, Volume 8 Nomor 13, hlm. 474-479.

²⁴ Nandang Ihwanudin, *et. Al*, 2025, Hukum Perlindungan Konsumen, Widina Media Utama, Bandung, hlm. 276.

²⁵ Sri Wahyuni, Yuniar Rahmatiar, dan Muhamad Abas, 2023, Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Kosmetik Pemutih Wajah 'Cream HN' Dalam Transaksi Jual Beli Online Berdasarkan

terlihat bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen secara kuat dan jelas memberikan perlindungan terhadap hak dan kepentingan konsumen dalam beragam permasalahan dan perselisihan yang dapat timbul dalam aktivitas perdagangan dengan pelaku usaha yang dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen. Dengan demikian, proses penyusunan UUPK mengarah pada perubahan pola pikir dari paradigma *let the buyer beware* ke paradigma *let the buyer beware*.²⁶

Berdasarkan ketentuan Pasal 45 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen (UUPK), setiap pengguna akhir yang mengalami kerugian berhak mengajukan tuntutan kepada pelaku bisnis melalui institusi penyelesaian perselisihan atau pengadilan umum.²⁷ Regulasi hukum mengenai proteksi konsumen menetapkan hak serta kewajiban pengguna akhir dalam menyediakan jaminan hukum. Jaminan hukum yang diberikan untuk pengguna akhir adalah dengan memberi perlindungan terhadap hak serta kewajiban mereka. Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menetapkan hak pengguna akhir, termasuk:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan saat menggunakan produk dan/atau layanan;
- b. hak untuk menentukan pilihan produk dan/atau layanan serta memperoleh produk dan/atau layanan tersebut sesuai nilai pertukaran dan kondisi yang dijanjikan;
- c. hak untuk memperoleh produk dan/atau layanan sesuai nilai pertukaran dan kondisi yang dijanjikan;
- d. hak untuk mendapatkan informasi yang akurat, jelas, dan transparan tentang kondisi dan garansi produk dan layanan.
- e. Hak untuk memperoleh perhatian serta aspirasi dan pengaduannya terkait produk dan layanan yang dipakai; hak untuk memperoleh perlindungan yang berkeadilan, perlindungan, serta mekanisme penyelesaian perselisihan konsumen; dan hak untuk mendapatkan edukasi dan pembinaan konsumen.
- f. hak untuk diperlakukan secara berkeadilan, transparan, dan tanpa pembedaan;
- g. hak untuk memperoleh kompensasi, restitusi, atau penggantian jika produk dan layanan yang diterima tidak sesuai kesepakatan atau tidak sesuai ketentuan;
- h. hak-hak lain yang diatur dalam regulasi hukum lainnya.

Proteksi konsumen merupakan hal yang sangat krusial. Diharapkan dengan kuat bahwa hukum yang berlaku di Indonesia akan memberikan perlindungan kepada pengguna akhir dengan memberikan rasa aman dan kenyamanan dalam pemenuhan kebutuhan hidup mereka. Ketentuan Pasal 5 UU Perlindungan Konsumen (UUPK) menetapkan hak serta kewajiban konsumen sebagai bentuk keseimbangan, yaitu :

- a. Menelaah atau mematuhi instruksi dan standar keselamatan serta penggunaan produk dan/atau layanan;

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Wajah Hukum, Volume 7 Nomor 2, hlm. 607.

²⁶ Pradnya Cyndhe Prameswari dan Ni Putu Purwanti, 2023, Perlindungan Hukum Konsumen Atas *Overclaim* Kandungan Pada Produk Water Gel Moisturizer The Originote, Jurnal Kertha Desa, Volume 11 Nomor 9, hlm. 3254-3265.

²⁷ Marlina et al., "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas *Overclaim* Produk Skincare Di Platform E-Commerce Legal Protection for Consumers Against *Overclaim* of Skincare Products on E-Commerce Platforms.", Jurnal Hukum, Volume 3 Nomor 1, hlm. 4323.

- b. Berniat baik ketika melakukan pembayaran produk dan/atau layanan;
- c. Melunasi sesuai nilai transaksi yang disetujui.
- d. Ikut serta dalam proses hukum perselisihan proteksi konsumen yang berkeadilan

Hak serta kewajiban pengguna akhir sepatutnya menciptakan rasa aman dan nyaman, namun hak tersebut tidak mampu memberikan rasa aman dan kenyamanan bagi pengguna akhir. Banyak konsumen masih mengalami kerugian karena hak dan kewajiban yang tidak terlaksana. Untuk menjamin keseimbangan antara hak dan kewajiban kedua pihak, pelaku bisnis harus lebih konsisten melaksanakan kewajibannya sebagaimana ditetapkan dalam UUPK, karena hak konsumen belum sepenuhnya terwujud. Selain itu, untuk melindungi konsumen dari produk perawatan kulit yang melakukan klaim berlebihan (*overclaim*).

Otoritas pengawas obat dan makanan (BPOM) akan melaksanakan penindakan tegas terhadap pelaku usaha yang mengedarkan produk dengan klaim yang berlebihan (*overclaim*). Penindakan tegas ini sangat krusial karena relasi antara pengguna akhir dan pelaku usaha tidak setara, sebagaimana terlihat dalam informasi pada iklan. Hal ini terjadi karena konsumen hanya dapat mengandalkan informasi dari pelaku usaha tanpa memahami apakah informasi tersebut sesuai kondisi faktual produk. Sering produk perawatan kulit membuat klaim yang berlebihan yang tidak dapat diverifikasi atas informasi yang ditawarkan dalam iklan mereka. Hal ini tidak diperbolehkan karena informasi yang mengarahkan secara keliru akan menimbulkan kerugian bagi konsumen.²⁸

Regulasi otoritas BPOM menjelaskan bahwa BPOM melaksanakan peningkatan pengawasan terhadap 984 produk mulai dari 10 November sampai 25 November 2025. Komponen kosmetik yang berisiko atau tidak diperbolehkan meliputi merkuri, asam retinoat, hidrokuinon, dan pewarna merah K3. Otoritas BPOM mencatat lima insiden kosmetik selama satu tahun terakhir. Pada 24 Februari 2025, teridentifikasi produk kosmetik ilegal. Pada 25 April 2025, terdapat laporan mengenai kosmetik yang tidak memiliki izin edar BPOM serta informasi tidak benar (*hoaks*) mengenai tawas atau aluminium sulfat. Pada 30 Juni 2025, terdapat indikasi distribusi produk kosmetik tanpa izin edar resmi BPOM dan klaim yang berlebihan (*overclaim*). Pada 18 Juli 2025, sektor kosmetik tidak memenuhi standar Good Manufacturing Practice (GMP kosmetik).

Dalam konteks proteksi konsumen, otoritas BPOM tidak hanya memantau iklan produk perawatan kulit yang tersebar secara luring, tetapi juga melakukan pengawasan siber secara berkala setiap tahun terhadap distribusi penjualan kosmetik daring. Hal ini dilakukan untuk melindungi konsumen dari informasi produk kosmetik yang berlebihan (*overclaim*) atau berisiko. BPOM telah menyampaikan laporan kepada Kementerian Komunikasi dan Digital serta Indonesia E-Commerce Association (IdEA) terkait konten serta penghapusan produk kosmetik yang tidak sesuai standar, bahkan sebelum adanya intensifikasi pengawasan ini, yang dilakukan secara kolaboratif oleh berbagai lembaga dan mitra lintas sektor BPOM. Selain itu, BPOM dan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai berkoordinasi untuk memperketat pengawasan impor kosmetik mulai November 2025. Dengan demikian, untuk

²⁸ Aanisah Nida Tahaanii dan Waluyo, 2023, Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Disebabkan *Overclaim* Pada Deskripsi Produk Kosmetik X (Perawatan Wajah), Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Volume 9 Nomor 22, Hlm. 8.

memastikan terpenuhinya hak pengguna akhir, otoritas BPOM akan menjatuhkan sanksi administratif sebagai tindak lanjut dari peningkatan pengawasan kosmetik ini. Sanksi tersebut meliputi penarikan dan pemusnahan produk, pencabutan izin edar, penghentian sementara kegiatan operasional, serta pencabutan izin usaha kosmetik. Diharapkan sanksi administratif ini dapat memberikan efek jera kepada pelaku bisnis yang melakukan pelanggaran karena berpengaruh langsung terhadap aktivitas operasional, reputasi, dan potensi laba perusahaan.

Dengan mengimplementasikan pedoman Cek KLIK (Cek Kemasan, Label, Izin Edar, dan Kedaluwarsa), otoritas BPOM mengimbau masyarakat untuk tetap waspada saat membeli produk kosmetik dan skincare. Masyarakat diharapkan dapat menjamin bahwa kosmetik didapatkan dari sumber yang kredibel dan terpercaya, termasuk memilih gerai resmi saat berbelanja daring. BPOM juga merekomendasikan agar masyarakat tidak terlalu mempercayai klaim yang berlebihan (*overclaim*) atau hasil instan yang sering ditonjolkan dalam iklan kosmetik dan skincare. Konsumen atau masyarakat dapat segera melaporkan kepada pusat layanan kontak HALOBPOM 1500533, Balai Besar, Balai, atau Loka POM, maupun aparat penegak hukum setempat apabila mengetahui adanya produksi, penyimpanan, atau distribusi kosmetik ilegal maupun berisiko.²⁹

Konsep proteksi hukum, berdasarkan pendapat Satjipto Rahardjo serta Lili Rasjidi dan I.B Wysa Putra, diartikan sebagai pemberian hak asasi manusia (HAM) berupa kewenangan kepada individu untuk melakukan tindakan untuk kepentingan tersebut. Ketentuan institusi dan regulasi hukum telah selaras dengan konsep tersebut.³⁰ Di samping itu, merealisasikan proteksi yang tidak semata-mata lentur dan mudah beradaptasi, melainkan juga bersifat prediktif dan berorientasi antisipasi.³¹ Oleh karena itu, peneliti mengkaji apakah institusi hukum telah menyusun regulasi yang semestinya dirumuskan untuk memberikan perlindungan kepada pengguna akhir dan apakah regulasi tersebut selaras dengan konsep perlindungan konsumen, yang mengemukakan bahwa proteksi hukum menegaskan pentingnya melindungi HAM (hak asasi manusia) serta meminta pertanggungjawaban pelaku pelanggaran. Kepentingan pribadi dan publik mendapat perlindungan melalui proteksi hukum.

Proteksi hukum yang diberikan oleh Neshnavya dan Mk Skin berdasarkan pengaduan yang diterima telah mampu mengatasi serta memberikan proteksi seperti kompensasi finansial, penggantian produk, dan layanan kesehatan sesuai ketentuan hukum yang berlaku (lentur dan adaptif). Hal ini membuat mereka lebih mampu mengantisipasi pengaduan konsumen selanjutnya serta mengatasi dan memberikan perlindungan kepada konsumen. Dengan demikian, proteksi hukum dapat secara lebih optimal melindungi hak-hak konsumen dan mencegah kerugian.

IV Kesimpulan

Dalam perkara klaim berlebihan (*overclaim*), akuntabilitas hukum pelaku bisnis produk perawatan kulit bersifat multi-level, meliputi hukuman administratif (BPOM & UUPK), sanksi pidana (UU Kesehatan & UUPK), serta kompensasi perdata melalui prinsip *strict liability* berdasarkan Pasal 19 UUPK. Hal ini selaras

²⁹ Wawancara dengan PMF Madya Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Provinsi Bali, 11 Desember 2025, Pukul 13.16 WITA.

³⁰ Satjipto Raharja, *Loc.Cit.*

³¹ Lili Rasjidi dan I.B Wysa Putra, *Loc.Cit.*

dengan teori akuntabilitas hukum yang diungkapkan oleh Hans Kelsen dan Abdulkadir Muhammad. Selain itu, pelaku usaha wajib menanggung kerugian yang diakibatkan oleh informasi yang tidak akurat atau ketidaksesuaian produk. Ketidakmampuan mematuhi standar integritas dan evidence ilmiah bukan sekadar pelanggaran administratif/teknis yang dilakukan oleh BPOM; hal tersebut merupakan tindakan melawan hukum (PMH), dan pengguna akhir memiliki hak berdasarkan konstitusi untuk mengajukan tuntutan kompensasi serta rehabilitasi kesehatan sesuai aturan hukum yang berlaku. Sesuai dengan amanat UUPK, UU Kesehatan, dan Peraturan BPOM, praktik klaim berlebihan (*overclaim*) pada produk perawatan kulit merupakan pelanggaran serius terhadap hak pengguna akhir atas informasi yang tepat dan valid. Hal ini juga selaras dengan konsep perlindungan hukum dari Satjipto Rahardjo, Lili Rasjidi, dan I.B Wisa Putra. Akibat zat aktif yang tidak sesuai standar, fenomena ini menimbulkan kerugian multi-aspek, termasuk kerugian finansial dan kesehatan kulit permanen. Dengan perubahan paradigma ke arah pelaku usaha yang lebih berhati-hati, diharapkan dapat memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik bisnis tersebut. Di samping itu, regulasi hukum yang telah ditetapkan dengan mekanisme ini telah menyediakan proteksi hukum yang lebih optimal bagi hak konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aanisah Nida Tahaanii dan Waluyo, 2023, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Disebabkan Overclaim Pada Deskripsi Produk Kosmetik X (Perawatan Wajah)*, Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Volume 9 Nomor 22.
- Adika Riski Adiguna, Yuniar Rahmatiar, dan Muhamad Abas, 2025, *Perlindungan Hukum Terhadap Reseller Terkait Overclaim Produk Skincare Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, Jurnal Hukum to-ra : Hukum Untuk Mengatur dan Melindungi Masyarakat, Volume 11 Nomor 2.
- Adinda Ayu Puspita Kuncoro dan M. Syamsudin, 2024, *Perlindungan Konsumen terhadap Overclaim Produk Skincare*, Prosiding Seminar Hukum Aktual Climate Change and The Rule of Law, Volume 2 Nomor 3.
- Ahmad Sopian Sauri, Yuniar Rahmatiar, dan Muhamad Abas, 2023, *Analisis Perlindungan Konsumen Terhadap Tanggung Jawab Pelaku Usaha Memproduksi Obat Sirup Cair Yang Menimbulkan Gagal Ginjal Akut Pada Anak*, The Juris, Volume 7 Nomor 1.
- Artajaya, I Wayan Eka, I Wayan Gde Wiryawan, and I Komang Andi Wahyu Di Putra, 'Analisis Putusan Pengadilan Negeri Semarang Nomor: 33/PDT.G/2018/PN.SRP Tentang Sengketa Tanah Warisan Di Nusa Penida Bali Di Kabupaten Klungkung', *Jurnal JUMAHA*, 05.02 (2025), pp. 269–81
- Arthani, Ni Luh Gede Yogi Arthani, and I Gede Adhi Arcana, 'Aksesibilitas Penyandang Disabilitas Dalam Pengajuan Surat Izin Mengemudi Di Polres Klungkung', *Jurnal JUMAHA*, 05.02 (2025), pp. 232–47
- Bunga Permata Sari, Yudhia Ismail, dan Kristina Sulatri, 2022, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Overclaim Pelaku Usaha Dalam Label Obat Ditinjau Dari Pasal 8 ayat (1) huruf d Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, Yurijaya Jurnal Ilmiah Hukum, Volume 4 Nomor 1.

- Hanif Fil' Awalina dan Sylvana Murni Deborah Hutabarat, 2025, Consumer Legal Protection for *Overclaimed* Skincare Products, Jurnal Ilmu Hukum, Volume 10 Nomor 1.
- Joedy Rodrick Pakaila, Rafael Muhammad Aydin, dan Syahira Wanda Abbiyya, 2024, Tren *Overclaim* Dalam Iklan Industri Kecantikan: Analisis Etika Terapan Pada Produk Skincare di Indonesia, Journal of Social Community, Volume 9 Nomor 2.
- Kristina Sari, Bunga Permata, dan Sulatri, 2022, Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait *Overclaim* Pelaku Usaha Dalam Label Obat Ditinjau Dari Pasal 8 Ayat (1) Huruf d Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Jurnal Ilmiah Fakultas Hukum.
- Kuncoro dan Adinda Ayu Puspita, 2024, Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Penggunaan Kata *Overclaim* pada Iklan Produk Skincare, Universitas Islam Indonesia
- Lailatul Fitria, 2021, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Promosi Produk Kosmetik yang Mengandung Unsur Penipuan (Studi Kasus di Kota Surabaya), Jurnal Al-Mashlahah 13, Nomor 1.
- Marlina et al., "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas *Overclaim* Produk Skincare Di Platform E-Commerce Legal Protection for Consumers Against *Overclaim* of Skincare Products on E-Commerce Platforms.", Jurnal Hukum, Volume 3 Nomor 1.
- Melin Manik, Putri Azri Sipahutar, dan M. Rivky Abdillah Putra, 2024, Tanggung Jawab Pelaku Usaha atas *Overclaim* Produk Skincare di Media Sosial, Jurnal Ilmiah Multidisiplin, Volume 2 Nomor 10.
- Mohamad Kharis Umardani, 2020, Jual beli berdasarkan kitab undang-undang hukum perdata dan hukum Islam (Al Qur'anHadist) secara tidak tunai, Journal of Islamic Law Studies (JILS) Volume 4 Nomor 1.
- Nabilla Dhinggar Arumbi, Sapto Hermawan, dan Asianto Nugroho, 2024 Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas *Overclaim* Sun Protection Factor (SPF) Pada Produk Tabir Surya X, Amandemen: Jurnal Ilmu pertahanan, Politik dan Hukum Indonesia, Volume 1 Nomor 2.
- Netty Endrawati, 2006, Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Iklan Yang Menyesatkan, Perspektif, Volume XII Nomor 4.
- Pradnya Cyndhe Prameswari dan Ni Putu Purwanti, 2023, Perlindungan Hukum Konsumen Atas *Overclaim* Kandungan Pada Produk Water Gel Moisturizer The Originote, Jurnal Kertha Desa, Volume 11 Nomor 9.
- Putri Siska Sari Surya Dewi dan Reni Budi Setianingrum, 2025, Kajian Yuridis Perlindungan Konsumen Terhadap Pemasaran Produk Perawatan Badan *Overclaim* di Marketplace, Adagium: Jurnal Ilmiah Hukum, Volume 3 Nomor 2.
- Rani Nuraeni, Aris Prio Agus Santoso, dan Rezi, 2025, Perlindungan Konsumen Terhadap Produk *Overclaim* Skincare Di Indonesia, Volume 4 Nomor 3.
- Sahda Saraswati Akbar, et.al, 2025, Hukum Owner Skincare terkait *Overclaim* pada Produk Kecantikan, Volume 2 Nomor 1.
- Salai Suzana, Kovač Žniderić Ružica, dan Salai Leonard,, 2014, Consumers protection and Creating Consumers Value, African Journal Of Business Management, Volume 8 Nomor 13.
- Sri Wahyuni, Yuniar Rahmatiar, dan Muhamad Abas, 2023, Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Kosmetik Pemutih Wajah 'Cream HN' Dalam Transaksi

- Jual Beli Online Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, *Wajah Hukum*, Volume 7 Nomor 2.
- Tami Rusli, 2012, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, *Pranata Hukum*, Volume 7 Nomor 1.
- Yustina Dhian Novita dan Budi Santoso, 2021, *Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital*, *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, Fakultas Hukum Universitas Diponegoro, Volume 3 Nomor 1.