BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman pada sekarang ini kecantikan dan kesehatan kulit menjadi hal yang sangat penting di semua kalangan, dari usia muda bahkan sampai dengan usia tua, laki-laki maupun perempuan. Tidak sedikit dari mereka untuk berlomba-lomba mendapatkan taraf kecantikan bahkan kesehatan kulit diri demi kepuasaan dan kesenangan sendiri. Bahkan sebagian orang menjadikan kecantikan sebagai prioritas utama.

Perawatan kulit atau *skincare* adalah rangkaian aktivitas untuk merawat kulit wajah guna menjaga kesehatannya dan memperbaiki penampilan, sekaligus menangani berbagai masalah yang muncul pada kulit. Aktivitas ini melibatkan penggunaan beragam produk yang masing-masing memiliki fungsi spesifik, tergantung dari kandungan yang ada di dalamnya. Kini *skincare* menjadi bagian yang tak terpisahkan untuk banyak orang sebagai perawatan kulit harian. Banyaknya produk yang beredar di pasaran membuat para konsumen bisa memilih beragam jenis *skincare* sesuai dengan kebutuhan kulit. Melihat banyaknya peminat *skincare* membuka celah bisnis bagi calon pelaku usaha. Oleh karena itu, perkembangan *skincare* di Indoneisia semakin pesat.

Semakin besarnya Industri Kosmetik atau *skincare* di Indonesia membuat fenomena ini mendorong kian banyaknya merek lokal maupun internasional yang berebut memasuki pasar Indonesia, termasuk para selebriti yang turut

meramaikan bisnis *skincare* karena melihat besarnya potensi pasar di Tanah Air.[1] Namun dibalik peluang kesuksesan pertumbuhan pesat industri *skincare* ini membawa masalah persaingan dan menjadikan antar para pelaku usaha gelap mata yang memicu dengan mengambil kesempatan untuk saling mebodoh-bodohi konsumen demi mendapat keuntungan pribadi dengan cara klaim pemasaran yang tidak sesuai dengan kenyataan produk yang mereka jual. Kasus klaim yang tidak sesuai memang menjadi trending belakangan ini.

Berikut adalah beberapa merek *skincare overclaim* menurut Dokter Detektif : Produk X *Sleeping Mask Retinol Booster* diklaim mengandung 2% Actosome Retinol. Namun, hasil uji laboratorium menunjukkan bahwa kandungan sebenarnya hanyalah 0,03% Pure Retinol, atau setara dengan 1% Actosome Retinol. Produk X *Beauty Glow Up Cream* disebut mengandung 10% Niacinamide, tetapi hasil laboratorium menunjukkan hanya 5,3% Niacinamide. Produk Azarine Niacinamide 10% + Dipotassium *Glycyrrhizate Glorius* Serum diduga *overclaim*, karena uji laboratorium menemukan hanya 0,45% niacinamide. Selain itu, *skincare* X Retinol *Smooth Glowing* Serum diklaim mengandung 1% retinol, tetapi hasil uji menunjukkan hanya 0,00096%. Produk X *Gluta Bright* B3 Serum, diklaim mengandung 10% niacinamide, namun hasil uji menunjukkan hanya 4,97%. Produk X Retinol Serum, mengklaim kandungan 1% retinol. namun, hasil laboratorium menunjukkan hanya 0,0054% dari jumlah yang disebutkan.[2]

---

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

[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-

Dengan klaim yang tidak sesuai yaitu klaim berlebihan (*Overclaim*) mengenai efek manfaat terhadap kandungan produk yang belum tentu sepenuhnya terbukti secara ilmiah. Pembisnis *skincare* dengan mudah menarik perhatian konsumen sebab konsumen sering kali tergiur oleh iming-iming instant yang ditawarkan seperti memudarkan jerawat dalam seminggu, menghilangkan kulit kusam dalam beberapa hari, atau mencerahkan kulit dengan cepat saat melakukan pemasaran tentang kandungan apa saja yang ada dalam produk *skincare* tanpa mempertimbangkan keakuratan informasi yang diberikan.

Pada dasarnya, pernyataan yang berlebihan atau tidak akurat dalam upaya untuk menarik perhatian pelanggan dikenal sebagai *overclaim.*[3] Indikator suatu produk dikategorikan *overclaim* karena terdapat ketidak sesuaian antara klaim dan komposisi produk, penggunaan bahasa menyesatkan, serta tidak terpenuhinya ketentuan hukum mengenai periklanan dan informasi produk.[4] Tindakan *overclaim* tersebut bertujuan untuk memikat hati konsumen agar lebih memilih produknya dibandingkan dengan produk dari merek lain dan memicu rasa ingin untuk memiliki produk tersebut.[5] Pelaku usaha memiliki kewajiban berkaitan dengan pemberian informasi dan klaim terkait produk yang dijual pada iklan, khususnya produk *skincare*. Transparansi informasi serta klaim *skincare* dirasa sangat penting dikarenakan dalam penggunaan produk *skincare* harus disesuaikan dengan

detektif-ada-brand-ternama, diakses tanggal 25 Oktober 2024, pukul 13.27 WIB.

[3] Gilbert Gavrilo Hasudungan, Bambang Eko Turisno, dan Aminah, 2016, **Perlindungan Konsumen Terhadap Iklan yang Menggunakan Kata Superlatif.** Diponegoro Law, Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro, Volume 5 Nomor 2, hlm, 7-9.

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

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

kebutuhan dan jenis kulit, hal ini agar kulit dapat terhindar dari ketidakcocokan produk yang mengakibatkan iritasi, breakout, dan lain-lain.

Dengan maraknya sistem pemasaran seperti pada kasus-kasus ini banyak merugikan konsumen. Praktik ini dapat menyesatkan konsumen bahkan menimbulkan masalah hukum, etika, serta kerugian ekonomi maupun psikologis bagi pengguna produk. Seharusnya promosi yang baik adalah promosi yang memuat mengenai informasi yang benar, jujur, apa adanya, atau sesuai kenyataan, karena mendapatkan informasi yang benar dan jujur merupakan hak dari seorang konsumen.[6]

Tabel Mengenai Klaim Berlebihan *(overclaim) Skincare.*[7]

Periode Waktu	**Indikasi Penindakan Terkait Klaim/Mutu**	**Sumber Data & Catatan**
Akhir 2024	Pelanggaran dan dugaan kejahatan produksi dan peredaran kosmetik ilegal/berbahaya senilai lebih dari **Rp8,91 Miliar**.	Laporan ini mencakup pelanggaran iklan/klaim karena hampir 43% pengaduan masyarakat terkait kosmetik pada 2024.
Februari 2025	Ditemukan kosmetik ilegal senilai lebih dari **Rp31,7 Miliar** dari 709 sarana yang	Siaran Pers BPOM secara eksplisit **meminta *influencer* untuk hati-hati dalam promosi** guna

[6] Janus Sidabalok, 2006, **Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia,** PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm.425.

[7] Wulan Novitasari, 2025, **Skincare atau Scram? Mengungkap Klaim Berlebihan Melalui Akun Dokter Detektif,** https://kumparan.com/wulannovitasari752/skincare-atau-scam-mengungkap-klaim-berlebihan-melalui-akun-dokter-detektif-24LqwojDCSg, tanggal 13 Novemver 2025.

Periode Waktu	Indikasi Penindakan Terkait Klaim/Mutu	Sumber Data & Catatan
	diperiksa (48% tidak memenuhi ketentuan).	menghindari klaim yang menyesatkan.
April 2025	**16 item** kosmetik dirilis karena mengandung bahan berbahaya/dilarang dari hasil intensifikasi pengawasan Triwulan I.	Penemuan bahan dilarang seringkali dipicu oleh klaim yang terlalu *fantastis* di luar fungsi kosmetik yang sah.
Agustus 2025	**21 kosmetik kehilangan Izin Edar** karena *isi tidak sesuai* dengan data notifikasi terdaftar di BPOM.	Ini adalah contoh spesifik penindakan terhadap pelanggaran **mutu dan penandaan** (yang erat kaitannya dengan *overclaim* kandungan).
Oktober 2025	**23 produk** kosmetik diungkap mengandung bahan berbahaya/dilarang (Triwulan III).	Penindakan yang berkelanjutan atas masalah **kandungan** yang tidak sesuai klaim.

Dari pemaparan tabel diatas *Overclaim* termasuk pelanggaran terhadap hak konsumen yang dijamin dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) antara lain :

a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan

jaminan barang dan/atau jasa;

d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturanperundang-undangan lainnya.

Konsumen berhak mendapatkan informasi yang tidak menyesatkan. Proses pengembangan suatu produk dapat dikatakan berhasil atau efektif apabila konsumen merasakan manfaat dari kandungan yang ada di dalam produk *skincare* memberikan hasil nyata. Namun jika konsumennya tidak mendapatkan manfaat atau bahkan apa yang dipromosikan tidak sesuai dengan hasilnya, maka akan timbul kerugian bagi konsumen. Oleh karena itu, untuk mencegah hal tersebut terjadi, pelaku usaha harus melakukan tindakan preventif dengan mengutamakan keselamatan, kenyamanan, dan keamanan.

Ditinjau dalam perspektif hukum di Indonesia praktik *overclaim* telah dilarang secara tegas melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Berdasarkan Pasal 7 huruf b Undang-Undang

Perlindungan Konsumen, Pasal 8 huruf f Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Pasal 9 huruf j dan huruf k Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Adapun sanksi pidana diancamkan kepada pelaku usaha yang mempromosikan produknya dengan iklan produk *overclaim* melanggar Pasal 8, Pasal 9 dan Pasal 10 hal tersebut diatur di dalam Pasal 62 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen**,** dan dapat dikenakan sanksi administratif sebagaimana ditentukan dalam Pasal 60 ayat (1) dan (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen**.** Serta Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan, dan regulasi teknis dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) penggunaan *overclaim* juga diatur dalam Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022. Walaupun regulasi sudah mengatur secara tegas mengenai larangan *overclaim* dan perlindungan konsumen, faktanya masih banyak pelaku usaha yang melakukan praktik tersebut.

Berdasarkan uraian diatas inilah yang mendorong, sekaligus melatarbelakangi penulis untuk melakukan penelitian dengan judul : "**Pertanggungjawaban Hukum Pelaku Usaha Skincare Terhadap Kerugian Konsumen Akibat Overclaim Produk"** Analisa ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk pertanggungjawaban hukum terhadap pelaku usaha yang sudah melanggar hak konsumen akibat *overclaim* produk *skincare*.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah bentuk pertanggungjawaban hukum pelaku usaha *skincare* terkait *overclaim* produk?
2. Bagaimana perlindungan hukum konsumen dalam kasus *overclaim*

skincare ?

1.3 Ruang Lingkup Masalah

Penulisan skripsi ini untuk menghindari supaya uraian tidak menyimpang dari pokok permasalahan maka perlu adanya definisi overclaim, dampak kerugian konsumen (fisik dan finansial), bentuk tanggung jawab hukum pelaku usaha (ganti rugi, sanksi), serta kerangka hukum yang mengatur (Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan regulasi terkait produk skincare) pada peraturan BPOM untuk mengatasi praktik overclaim.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian meliputi tujuan umum dan tujuan khusus :

1.4.1 Tujuan Umum

1. Untuk melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya pada bidang penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa.
2. Untuk perkembangan ilmu pengetahuan hukum.
3. Sebagai syarat menyelesaikan jenjang Pendidikan Strata (S1) Fakultas Hukum Universitas Mahasaraswati Denpasar.

1.4.2 Tujuan Khusus

3. Untuk mengetahui bentuk pertanggungjawaban hukum pelaku usaha skincare terkait overclaim produk.
4. Untuk mengetahui perlindungan hukum konsumen dalam kasus overclaim skincare.

1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara yang dapat digunakan dalam mengumpulkan data penelitian dan dibandingkan dengan standar ukuran yang telah ditentukan.[8] Menurut Soerjono Soekanto, yang dimaksud dengan penelitian hukum adalah kegiatan ilmiah yang didasarkan pada metode, sistematika, dan pemkiran tertentu yang bertujuan untuk mempelajari satu atau segala hukum terntentu dengan jalan menganalisisnya.[9]

Metode penelitian merupakan salah satu hal penting dalam penulisan skripsi, dikarenakan agar mencapai tujuan-tujuan penelitian, maka penelitian tersebut harus dilakukan secara sistematis, teratur, dan didukung oleh data yang lengkap.

1.5.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum empiris. Penelitian hukum empiris adalah penelitian hukum dengan cara meneliti data primer. Data primer disini bisa diartikan sebagai data yang didapat dari pengamatan tentang bekerjanya hukum di masyarakat.[10]

1.5.2 Jenis Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan sosiologis, tujuan dari pendekatan penelitian agar mempermudah peneliti untuk mendapatkan informasi dari berbagai aspek mengenai isu yang

---

[8] Suharsimi Arikunto, 2002, **Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek**, Jakarta, Rineka Cipta, h. 126-127.

[9] Soerjono Soekanto, 1981, **Pengantar Penelitian Hukum**, Jakarta, UI Press, h. 43.

[10] shaq, 2017, Metode Peneltian Hukum dan Penulisan Skripsi, Tesis, Serta Disertasi, Alfabeta, Bandung, hlm. 70.

diteliti. Untuk memecahkan masalah yang menjadi pokok bahasan dalam penelitian ini diperlukan pendekatan dalam penelitian hukum.[11]

Pendekatan Sosiologis hukum merupakan pendekatan yang menganalisis tentang bagaimana reaksi dan interaksi yang terjadi ketika sistem norma itu bekerja di dalam masyarakat.[12] Serta pendekatan fakta (*fact approach*) menelaah permasalahan yang akan dikaji berdasarkan fakta dilapangan

1.5.3 Sumber Bahan Baku

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ilmu hukum empiris antara lain sebagai berikut:

1. Data Primer

   Data primer adalah data yang bersumber dari penelitian lapangan. Data yang diperoleh dengan wawancara dengan konsumen dan pelaku usaha skincare.

2. Data Sekunder

   Data sekunder adalah suatu data yang bersumber dari penelitian kepustakaan yang terdiri dari Dokumen hukum, Jurnal, Buku, Putusan Pengadilan, dan Literatur terkait.

1.5.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian hukum empiris dikenal teknik – teknik untuk mengumpulkan data yaitu studi dokumen dan wawancara. Adapun penjelasan masing – masing teknik tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Teknik Studi Dokumen

[11] Muhaimin I, *Op.Cit*, hlm. 55.
[12] *Ibid,* hlm. 87.

Dokumen yaitu pengumpulan data yang bersumber dari buku – buku literatur yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti yang dapat dilakukan dengan cara membaca dan memahami, selanjutnya mengambil teori-teori dan penjelasan dari bahan bacaan yang relevan dengan pokok permasalahan dalam penelitian ini.

2. Teknik Wawancara (*Interview*)

   Wawancara merupakan teknik mengumpulkan data – data yang diperoleh melalui wawancara dengan pemilik usaha produk skincare, BPOM, serta responden

1.5.5 Teknis Analisis Data

Teknik analisis data yang peneliti lakukan secara metodelogi penelitian hukum empiris dengan data kualitatif. Data kualitatif, yaitu data yang tidak berbentuk angka yang dapat diperoleh dari rekaman, pengamatan, wawancara, atau bahan tertulis seperti undang – undang, dokumen, buku – buku, dan sebagainya dan berupa ungkapan – ungkapan verbal.

1.6 Sistematika Penulisan

1.6.1 BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini secara ringkas menguraikan hal-hal yang memuat latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, ruang lingkup masalah, tujuan penelitian, dan metodelogi penelitian serta sistematika penyajian isi dan susunan skripsi.

1.6.2 BAB II : KAJIAN TEORI

Bab ini menggunakan landasan dari masalah yang dibahas. Landasan teoritis yang dimaksud adalah Teori Tanggung Jawab Hukum, Teori Perlindungan Hukum, Teori Tanggung Jawab Produk serta PMH dalam mengetahui bagaimana pertanggungjawaban hukum pelaku usaha kepada perlindungan konsumen.

1.6.3 BAB III : BENTUK PERTANGGUNGJAWABAN HUKUM PELAKU USAHA SKINCARE TERKAIT OVERCLAIM PRODUK

Bab ini menguraikan mengenai pembahasan rumusan masalah pertama. Memuat tentang bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap kerugian konsumen akibat *overclaim skincare.*

1.6.4 BAB IV : PERLINDUNNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM KASUS OVERCLAIM SKINCARE

Bab ini menguraikan mengenai pembahasan rumusan masalah kedua. Memuat tentang pengaturan hukum bahkan bentuk perlindungan hukum terhadap kerugian konsumen akibat *overclaim skincare* sesuai dengan regulasi hukum di Indonesia.

1.6.5 BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan simpulan yang diperoleh dari hasil pembahasan yang dilakukan. Saran merupakan suatu rekomendasi masukan yang dapat diberikan agar nantinya dapat berguna bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

2.1 Teori Tanggung Jawab Hukum

Teori tanggung jawab hukum, yang dalam bahasa inggris disebut dengan *theory of legal liability*, bahasa belandanya, disebut *de theorie van wettelijke aansprakelijkheid*, sedangkan dalam bahasa jermannya, disebut dengan *die theorie der haftung* merupakan teori yang menganalisis tentang teori tanggung jawab subjek hukum atau pelaku yang telah melakukan perbuatan melawan hukum atau perbuatan pidana sehingga menimbulkan kerugian, catat, atau matinya orang lain.[13]

Menurut Hans Kelsen dalam teorinya tentang tanggung jawab hukum menyatakan bahwa seseorang bertanggng jawab secara hukum, subjek berarti bahwa dia bertanggung jawab atas suatu sanksi dalam hal perbuatan yang bertentangan.[14]

Lebih lanjut Hans Kelsen menyatakan bahwa :

"kegagalan untuk melakukan kehati-hatian yang diharuskan oleh hukum disebut kekhilafan (*negligence*) dan kekhilafan biasanya sekeras kesalahan (*culpa*) yang terpenuhi karena mengantisipasi dan menghendaki dengan atau tanpa maksud jahat, akibat yang membahayakan".[15]

Hans Kelsen selanjutnya membagi mengenai tanggung jawab terdiri dari :

---

[13] Salim dan Erlies Septiana Nurbani, 2013, **PenerapanTeori Hukum Pada Penelitian Tesis dan Disertasi**, PT. Rajagrafindo persada, Jakarta, hlm. 207.

[14] Hans Kelsen (a), 2007, **Teori Hukum dan Negara, Dasar-Dasar Ilmu Hukum Normatif Sebagai Ilmu Hukum Deskriptif Empiris**, Terjemahan Soemardi, Generasi Theory of law and state BEE Media Indonesia, Jakarta, hlm. 81.

[15] Hans Kelsen (a), *Op.Cit*, hlm. 83.

1. Pertanggungjawaban individu yaitu seorang individu bertanggung jawab terhadap pelanggaran yang dilakukannnya sendiri.
2. Pertanggungjawaban kolektif berarti bahwa seorang individu bertanggung jawab atas suatu pelanggaran yang dilakukan oleh orang lain.
3. Pertanggungjawaban berdasarkan kesalahan yang berarti bahwa seorang individu bertanggung jawab atas pelanggaran yang dilakukannya karena sengaja dan diperkirakan dengan tujuan menimbulkan kerugian.
4. Pertanggungjawaban mutlak yang berarti bahwa seorang individu bertanggung jawab atas pelanggaran yang dilakukannya karena tidak sengaja dan tidak diperkirakan.[16]

Tanggung jawab dalam kasus hukum dapat diistilahkan sebagai *liability* dan *responsibility*, istilah *liability* menunjuk pada hukum yang luas yang mengacu pada hampir semua jenis resiko atau tanggung jawab yang pasti, yang bergantung atau dapat meliputi semua jenis hak dan kewajiban yang sebenarnya dan potensial, seperti kerugian, ancaman, kejahatan, biaya, atau kondisi yang menimbulkan kewajiban untuk melaksanakan undang-undang segera atau pada masa yang akan datang.

Responsibility mencakup seseorang yang dapat dimintai pertanggungjawaban atas suatu kewajiban. hal tersebut termasuk membuat keputusan, keterampilan, kemampuan, dan kecakapan, serta bertanggung jawab atas pelaksanaan hukum. Secara praktis, "*liability*/tanggung jawab" mengacu pada

[16] Hans Kelsen (b), 2006, **Teori Hukum Murni,** Terjemahan Raisul Mutaqien, Nusa Media, Bandung, hlm. 140.

pertanggung jawaban hukum, sedangkan "responsibility" mengacu pada pertanggung jawaban politik.[17]

Teori tanggung jawab lebih menekankan pada makna tanggung jawab yang lahir dari ketentuan Peraturan Perundang-Undangan sehingga teori tanggung jawab dimaknai dalam arti *liability*, sebagai suatu konsep yang terkait dengan kewajiban hukum seseorang yang bertanggung jawab secara hukum atas perbuatan tertentu bahwa dia dapat dikenakan suatu sanksi dalam kasus perbuatannya bertentangan dengan hukum. Dari uraian teori yang disampaikan oleh Hans Kelsen, peneliti memberikan pemahaman tentang teori tanggung jawab hukum yaitu "segala sesuatu yang berkaitan dengan aturan hukum wajib dipertanggung jawabkan karena hukum itu mengikat siapa saja tanpa terkecuali".

Menurut Abdulkadir Muhammad teori tanggung jawab dalam perbuatan melanggar hukum (*tort liability*) dibagi menjadi beberapa teori yaitu :

1. Tanggung jawab akibat perbuatan melanggar hukum yang dilakukan dengan sengaja (*intertional tort liability*), tergugat harus sudah melakukan perbuatan sedemikian rupa sehingga merugikan pengugat atau mengetahui bahwa apa yang dilakukan tergugat akan mengakibatkan kerugian.
2. Tanggung jawab akibat perbuatan melanggar hukum yang dilakukan karena kelalaian (*negligence tort liability*), didasarkan pada konsep kesalahan (*concept of fault*) yang berkaitan dengan moral dan hukum yang sudah bercampur baur (*interminglend*).

[17] Ridwan H.R, 2002, **Hukum Administrasi Negara**, UII Press, Yogyakarta, hlm. 249-250

3. Tanggung jawab mutlak akibat perbuatan melanggar hukum tanpa mempersoalkan kesalahan (*strict liability*), didasarkan pada perbuatannya baik secara sengaja maupun tidak sengaja.[18]

Tanggung jawab dalam arti hukum adalah tanggung jawab yang benar-benar terkait dengan hak dan kewajibannya. Pelaku usaha dalam memberikan pelayanannya bertanggung jawab kepada diri sendiri dan kepada masyarakat. Bertanggung jawab berarti berani menanggung segala resiko yang timbul akibat pelayanannnya. Pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya mempunyai tanggunng jawab terhadap konsumen atas segala tindakan yang dapat dirugikan konsumen.

2.2 Teori Perlindungan Hukum

Awal mula dari munculnya teori perlindungan hukum ini bersumber dari teori hukum alam atau aliran hukum alam. Aliran ini dipelopori oleh Plato, Aristoteles, dan Zeno. Menurut aliran hukum alam menyebutkan bahwa hukum itu bersumber dari Tuhan yang bersifat universal dan abadi, serta antara hukum dan moral tidak boleh dipisahkan. Para penganut aliran ini memandang bahwa hukum dan moral adalah cerminan dan aturan secara internal dan eksternal dari kehidupan manusia yang diwujudkan melalui hukum dan moral.[19] Dalam konsep idee des recht atau ajaran cita hukum, terdapat 3 (tiga) unsur cita hukum yang keberadaannya perlu ada secara proporsional. Ketiga unsur tersebut adalah kepastian hukum, keadilan hukum, dan kemanfaatan. Ketiga unsur yang merupakan cita hukum tersebut merupakan suatu wujud perlindungan hukum bagi

[18] Abulkadir Muhammad, 2010, **Hukum Perusahaan Indonesia**, Citra AdityaBakti, hlm. 339.
[19] Satjipto Raharjo, 2000, **Ilmu Hukum,Bandung**: PT. Citra Aditya Bakti, hlm. 53.

pencari keadilan dari adanya tindakan kesewenang-wenangan yang bermakna bahwa subjek hukum akan serta dapat mendapatkan sesuatu yang diharapkan dalam keadaan tertentu.[20]

Teori perlindungan hukum Satjipto Rahardjo ini terinspirasi dari tujuan hukum yang dikemukakan Fitzgerald. Tujuan hukum menurut Fitzgerald adalah untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat dengan cara mengatur perlindungan dan pembatasan terhadap berbagai kepentingan tersebut.[21] Menurut Satjipto Rahardjo mengartikan perlindungan hukum sebagai upaya melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu hak asasi manusia (HAM) kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam rangka kepentingan tersebut.[22]

Sedangkan menurut Philipus M. Hadjon, bahwa perlindungan hukum bagi rakyat sebagai tindakan perlindungan hukum yang preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa, yang mengarahkan tindakan pemerintah bersikap hati-hati dalam pengambilan keputusan berdasarkan diskresi dan perlindungan yang represif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa, termasuk penanganannya di Lembaga Peradilan.[23] Dan menurut Lili Rasjidi dan I.B Wysa Putra bahwa hukum dapat di fungsikan untuk mewujudkan perlindungan yang

[20] Sudikno Mertokusumo, 1993, **Bab-Bab Tentang Penemuan Hukum**, Bandung: Citra Aditya Bakti, hlm. 2.

[21] Hukumonline, 2022, **Teori-Teori Perlindungan Hukum Menurut Para Ahli**, https://www.hukumonline.com/berita/a/teori-perlindungan-hukum-menurut-para-ahli-lt63366cd94dcbc, diakses 30 September.

[22] Satjipto Raharja, *Op,Cit*, hlm. 19.

[23] *Ibid*, hlm. 69.

sifatnya tidak sekedar adaptif dan fleksibel, melainkan juga predektif dan antipatif.[24]

Perlindungan hukum harus melihat tahapan yakni perlindungan hukum lahir dari suatu ketentuan hukum dan segala peraturan hukum yang diberikan oleh masyarakat yang pada dasarnya merupakan kesepakatan masyrakat tersebut untuk mengatur hubungan perilaku antara anggota-anggota masyarakat dan antara perseorangan dengan pemerintah yang dianggap mewakili kepentingan masyarakat.[25]

Dalam uraian teori hukum diatas fungsi pada penulisan ini dalah memberikan petunjuk serta penjelasan yakni perlindungan hukum menekankan pentingnya melindungi hak asasi manusia dan mempertanggungjawabkan perbuatan yang melanggar hukum. Perlindungan hukum bertujuan melindungi kepentingan individu dan masyarakat.

2.3 Pelaku Usaha

2.3.1 Pengertian Pelaku Usaha

Istilah pelaku usaha umumnya lebih dikenal dengan sebutan pengusaha. Pengusaha adalah "setiap orang atau badan usaha yang menjalankan usaha memproduksi, menawarkan, menyampaikan atau mendistribusikan suatu produk kepada masyarakat luas selaku konsumen". Pengusaha memiliki arti yang luas,

[24] Lili Rasjidi dan I.B Wysa Putra, 1993, **Hukum Sebagai Suatu Sistem**, Bandung Remaja Rusdakarya, hlm. 118.

[25] Satjipto Raharja, *Op.Cit*, hlm. 53.

tidak semata-mata membicarakan pelaku usaha, tetapi juga pedagang perantara atau pengusaha.[26]

Didalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, tepatnya dalam pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menentukan bahwa "pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi". Secara umum, pelaku usaha memiliki hak dan kewajiban tertentu, termasuk hak menjalankan usaha dan kewajiban mematuhi peraturan seperti perizinan dan perlindungan konsumen. Mereka juga bertanggung jawab memberikan informasi yang benar, memastikan keamanan produk atau jasa, serta mematuhi standar hukum dan etika dalam menjalankan usahanya.

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha merupakan seseorang yang diwajibkan memiliki itikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya. Itikad baik pelaku usaha kepada konsumen ditentukan oleh pelaku usaha itu sendiri. Karena dalam melakukan itikad baik tersebut, meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat diartikan bahwa

[26] Mariam Darus, 1988, **Perlindungan Konsumen dilihat dari Perjanjian Baku (Standar, Kertas Kerja pada Simposium Aspek-Aspek Hukum Masalah Perlindungan Konsumen**, Gramedia Pustaka, Jakarta, hlm. 57.

itikad baik yang diberikan pelaku usaha dimulai dari barang dirancang/diproduksi sampai pada tahap setelah terjual.[27]

2.3.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Kerugian yang timbul dari perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh pelaku usaha lain dalam kerja sama produksi. Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga mengatur tentang hak-hak dan kewajiban pelaku usaha, Dalam Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terdapat beberapa hak yang dimiliki oleh pelaku usaha, antara lain :

a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai komisi dan nilai tukar barang dan/jasa yang diperdagangkan;
b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang yang beritikad tidak baik;
c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pelaku usaha tidak hanya memiliki hak yang sama dengan konsumen, pelaku usaha juga memiliki kewajiban yang dapat menyeimbangkan haknya

[27] Rosmawati, 2018, "**Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen**", Depok, Prenadamedia Group, Hlm. 67.

sebagai pelaku usaha. Adapun kewajiban pelaku usaha menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) kewajiban tersebut antara lain :

a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
f. Memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau pengganti atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
g. Memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau pengganti apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Kewajiban pelaku usaha beritikad baik dalam melakukan kegiatan usaha merupakan salah satu asas yang dikenal dalam hukum perjanjian. Ketentuan tentang beritikad baik ini diatur dalam pasal 1338 ayat (3) BW (Burgelik Wetboek).

Bahwa perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Kewajiban pelaku usaha beritikad baik dalam melakukan kegiatan usaha merupakan salah satu asas yang dikenal dalam hukum perjanjian. Ketentuan tentang itikad baik ini diatur dalam pasal 1338 ayat (3) BW (Burgelik Wetboek/ KUHPer). Bahwa perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Sedangkan Arrest H.R. di Negeri Belanda memberikan peranan tertinggi terhadap itikad baik dalam tahap pra perjanjian, bahkan kesehatan ditempatkan di bawah asas itikad baik, bukan lagi pada teori kehendak.

Tentang kewajiban kedua pelaku usaha yaitu memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa serta memberi penjelasan penggunaan perbaikan. Dan pemeliharaan disebabkan karena informasi di samping merupakan hak konsumen, juga karena ketiadaan informasi atau informasi yang tidak memadai dari pelaku usaha merupakan salah satu jenis cacat produk (cacat informasi), yang akan sangat merugikan konsumen. Pentingnya penyampaian informasi yang benar terhadap konsumen mengenai suatu produk tertentu. Penyampaian informasi tersebut berupa representasi, peringatan maupun yang berupa intruksi.

2.3.3 Prinsip-Prinsip Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Prinsip tentang tanggung jawab merupakan perihal yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen. Dalam kasus-kasus pelanggaran hak konsumen diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang harus

bertanggungjawab dan seberapa jauh tanggung jawab dapat dibebankan kepada pihak-pihak yang terkait.[28]

Beberapa sumber formil hukum, seperti peraturan perundang-undangan perjanjian standar di lapangan hukum keperdataan kerap memberikan pembatasan-pembatasan terhadap tanggung jawab yang dipikul oleh si pelanggar hak konsumen. Secara umum prinsip-prinsip tanggung jawab dalam hukum dapat dibedakan sebagai berikut :

1. Kesalahan (*liability based on fault*).
2. Praduga selalu bertanggungjawab (*presumption of liabilitity*).
3. Praduga selalu tidak bertanggungjawab (*presumption of non-liability*).
4. Tanggung jawab mutlak (*strict liability*).
5. Pembatasan tanggung jawab (*limitation of liability*).[29]

2.4 Konsumen

2.4.1 Pengertian Konsumen

Konsumen sebagai istilah yang sering digunakan dalam percakapn sehari-hari merupakan istilah yang perlu untuk diberikan batasan pengertian agar dapat mempermudah pembahasan tentang perlindungan konsumen.[30] Kata konsumen merupakan istilah yang biasa digunakan masyarakat untuk orang yang mengkonsumsi atau memanfaatkan suatu barang atau jasa. Selain itu sebagian

[28] Shidarta, 2000, **Hukm Perlindungan Konsumen**, Grasindo, Jakarta

[29] Celina Tri Siwi Kristiyanti, **Hukum Perlindungan Konsumen**, Sinar Grafika, Jakarta

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

orang juga memberi batasan pengertian konsumen yaitu orang yang memiliki hubungan langsung antara pelaku usaha dan konsumen. Pengertian ini dapat dibenarkan bahwa setiap orang yang menggunakan jasa atau mengkonsumsi baik yang berhubungan langsung antara pelaku usaha dengan konsumen atau pun tidak memiliki hubungan langsung dan hanya mengkonsumsi dapat dikatakan sebagai konsumen.

Dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, menyebutkan definisi konsumen yaitu orang yang memakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain dan makhluk lain dan tidak untuk diperdagangkan. Pengertian diatas dapat dibedakan menjadi 3 (tiga) batasan, yang meliputi :

1. Konsumen komersial, yaitu setiap orang yang medapatkan barang atau jasa yang digunakan untuk memproduksi barang atau jasa tersebut yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan.
2. Konsumen antara, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa untuk diperdagangkan kembali yang bertujuan untuk mencari keuntungan.
3. Konsumen akhir, yaitu orang yang mendapatkan dan menggunakan barang atau jasa tersebut yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan kehidupan pribadi dan tidak diperdagangkan kembali atau untuk mencari keuntungan kembali.[31]

[31] Ahmadi Miru, 2005, **Hukum Perlindungan Konsumen**, Rineka Cipta, Jakarta, hlm. 28-30.

Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen serta membuka akses informasi tentang barang dan/atau jasa baginya, dan menum buhkan sikap pelaku usaha yang jujur dan bertanggungjawab.[32]

2.4.2 Hak dan Kewajiban Konsumen

Dalam memberikan perlindungan hukum kepada konsumen, terdapat hak dan kewajiban konsumen. Hal ini telah diatur dalam peraturan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen. Bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen yaitu dengan melindungi hak-hak dan kewajiban konsumen. Adapun hak-hak konsumen yang diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), yaitu :

a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
f. hak untuk mendapat pembinaan dan Pendidikan konsumen;

[32] Adrian Sutedi, 2008, **Tanggug Jawab Produk Dalam Perlindungan Konsumen**, Ghalia Indonesia, Bogor, hlm. 9.

g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Hukum perlindungan konsumen memiliki peran yang sangat penting. Perlindungan konsumen dalam hukum positif di Indonesia sangat diharapkan untuk memberikan rasa aman dan kenyamanan bagi konsumen dalam rangka pemenuhan kelangsungan hidup. Selain memperoleh hak konsumen, konsumen juga memiliki kewajiban yang telah diatur dalam pasal 5 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) sebagai penyeimbang yaitu :

a. membaca atau mengikuti petunjuk dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Adanya hak dan kewajiban bagi konsumen, sudah seharusnya dapat memberikan rasa aman dan kenyamanan. Namun pada kenyataannya hak tersebut belum bisa memberikan kepastian terkait keamanan dan kenyamanan dari pihak

konsumen tersebut. Masih banyak dari konsumen maupun yang merasa dirugikan akibat dari hak dan kewajiban yang tidak terpenuhi.

2.5 *Overclaim*

2.5.1 Pengertian *Overclaim*

Menurut buku *The Taxation of Companies 2023*, Tom Maguire (2023), *overclaim* adalah menjelaskan prosedur klaim dalam jumlah berlebihan. *Overclaim* berasal dari Bahasa Inggris yakni kata '*over*' yang berarti berlebihan dan '*claim*' yang berarti pernyataan atau klaim. Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), klaim ialah pernyataan tentang suatu fakta atau kebenaran sesuatu. Klaim berlebihan terhadap suatu produk sangat dilarang karena dapat mengancam keselamatan dan keamanan konsumen pengguna produk. Klaim yang berlebihan dalam suatu produk termasuk juga produk *skincare*, tentu sangat dilarang. Karena, hal tersebut dapat mengancam keamanan juga keselamatan konsumen yang menggunakannya.

Jadi jika suatu produk ataupun jasa dari produsen yang menawarkan sesuatu ciri-ciri adanya pernyataan yang berlebihan/tindakan *overclaim* antara lain adalah pelaku usaha telah memberikan informasi yang tidak sesuai pada kemasan atau label produk, baik itu informasi yang tidak lengkap mengenai kandungan, dosis, garansi, khasiat, tanggal kadaluarsa, atau efek lain yang tidak sesuai dengan spesifikasi sebenarnya dari produk tersebut, maka itu dapat disebut dengan *overclaim.* Jika pelaku usaha melakukan tindakan tersebut, maka dapat dipastikan

ia telah melanggar ketentuan pada Pasal 8, 9, dan 10 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.[33]

2.5.2 *Overclaim* Pada Produk *Skincare*

Overclaim merujuk pada tindakan perusahaan yang memberikan klaim atau pernyataan yang berlebihan, tidak akurat, atau tidak sesuai dengan kenyataan terkait produk atau layanannya.[34] *Overclaim* atau klaim berlebihan yang dilakukan oleh pelaku bisnis bisa merugikan konsumen karena bagi konsumen hak-haknya tidak terepenuhi, adapun hak tersebut antara lain, konsumen memiliki hak untuk merasa nyaman, aman, dan terlindungi saat menggunakan barang atau jasa.[35] Jenis-Jenis *Overclaim* dalam Produk *Skincare*:[36]

1. Klaim Kandungan Bahan Aktif

   Salah satu bentuk *overclaim* yang umum adalah klaim mengenai kandungan bahan aktif dalam produk. Sebagai contoh, sebuah produk mungkin mengklaim mengandung kadar tinggi bahan aktif seperti retinol atau vitamin C. Namun, setelah diuji, ternyata kandungan bahan aktif tersebut sangat rendah atau bahkan tidak ada sama sekali. Ini berarti produk tersebut tidak akan memberikan manfaat yang dijanjikan, dan

[33] Melin Manik, Putri Azri Sipahutar, dan M. Rivky Abdillah Putra, 2024, **Tangung Jawab Pelaku Usaha atas Overclaim Produk Skincare di Media Sosial,** Jurnal Ilmiah Multidisiplin, Volume 2 Nomor 10, hlm. 664.

[34] 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, hlm. 91.

[35] 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, hlm. 27.

[36] Rani Nuraeni, Aris Prio Agus Santoso, dan Rezi, 2025, **Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Overclaim Skincare Di Indonesia**, Volume 4 Nomor 3, hlm. 603.

konsumen yang menggunakannya tidak akan melihat hasil yang diharapkan.

2. Klaim Efektivitas Produk

   Produsen mungkin juga membuat klaim berlebihan mengenai efektivitas produk mereka. Misalnya, sebuah produk *skincare* dapat mengklaim mampu menghilangkan kerutan dalam waktu satu minggu atau membuat kulit tampak lebih muda dalam waktu yang sangat singkat. Kenyataannya, efek semacam itu biasanya memerlukan waktu yang lebih lama dan perawatan yang konsisten untuk dicapai. Klaim yang tidak realistis seperti ini dapat menipu konsumen dan membuat mereka merasa kecewa dan frustrasi ketika produk tersebut tidak memenuhi harapannya.

3. Klaim Keselamatan dan Tanpa Efek Samping

   Beberapa produk skincare mungkin mengklaim bahwa mereka 100% aman dan tidak menimbulkan efek samping. Namun, setiap produk skincare memiliki potensi untuk menyebabkan iritasi atau reaksi alergi, terutama jika digunakan pada kulit yang sensitif atau dengan cara yang tidak sesuai. Klaim keselamatan yang berlebihan ini dapat menyesatkan.

2.6 Badan Pengawas Obat dan Makanan

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) berperan sebagai regulator utama dalam pengawasan klaim kosmetika, termasuk skincare, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) melakukan pengawasan baik sebelum (pre-market) maupun setelah (post-market) produk dipasarkan untuk memastikan bahwa klaim yang diberikan oleh produsen produk kosmetik memenuhi persyaratan teknis yang berkaitan dengan pertanggungjawaban hukum pelaku usaha terhadap kerugian

konsumen akibat klaim berlebihan atau *overclaim* produk. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) mengatur agar klaim pada produk kosmetik harus patuh hukum, jujur, benar, adil, dapat dibuktikan, jelas, mudah dimengerti, dan tidak seolah-olah produk tersebut adalah obat atau untuk mencegah penyakit. Jika terjadi *overclaim*, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dapat mengambil tindakan pengawasan berupa penarikan produk, pencabutan izin edar, atau sanksi administratif sesuai dengan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Klaim Kosmetika.

Dalam konteks hukum, pelaku usaha *skincare* yang melakukan klaim berlebihan *overclaim* pada produk mereka dapat dikenakan pertanggungjawaban hukum berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) memiliki wewenang untuk mengambil tindakan tegas terhadap produk kosmetik yang melakukan klaim berlebihan, seperti memberikan peringatan kepada produsen, menarik produk dari peredaran, memusnahkan produk, dan mencabut izin edar produk tersebut. Pelaku usaha wajib bertanggung jawab atas kerugian material maupun immaterial yang diderita konsumen akibat klaim berlebihan tersebut. Ini meliputi ganti rugi atas uang yang telah dikeluarkan konsumen dan kerugian lain seperti dampak buruk pada kulit atau kekecewaan emosional. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) menjadi lembaga pengawas yang memfasilitasi pelaksanaan tanggung jawab hukum dan pengawasan ini bertujuan untuk menjaga agar pelaku usaha mematuhi mutu kosmetika yang beredar di masyarakat agar konsumen terlindungi dari praktik klaim palsu atau menyesatkan.