

Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Dalam Kasus Overclaim Skincare: Studi berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Anisah Solekhatun, Fadia Fatimah

Email: anisahsolekhatun25@gmail.com, fadiafatimah5@gmail.com

Ilmu Hukum, Universitas Pamulang

Abstrak

Overclaim pada produk skincare di Indonesia menimbulkan tantangan serius terhadap hak fundamental konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar dan jujur. Penelitian hukum normatif kualitatif ini bertujuan menganalisis dasar hukum, bentuk pelanggaran, dan mekanisme pertanggungjawaban hukum pelaku usaha skincare berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Hasil penelitian menunjukkan bahwa overclaim melanggar Pasal 4 huruf c dan Pasal 10 UUPK mengenai larangan periklanan menyesatkan. Pertanggungjawaban Administrasi dalam kasus sebagai (sanksi oleh BPOM/BPSK) dan Pertanggungjawaban Pidana (Pasal 62 UUPK). Tantangan utama terletak pada pembuktian ilmiah klaim palsu di jalur penyelesaian sengketa. Oleh karena itu, disarankan penguatan sinergi antara BPSK dan BPOM serta penyusunan pedoman klaim yang lebih ketat untuk menjamin efektivitas perlindungan konsumen.

Kata Kunci: Overclaim, Skincare, Pertanggungjawaban Pelaku Usaha.

Abstract

overclaim on skincare products in Indonesia poses a serious challenge to the fundamental consumer right to obtain accurate and honest information. This normative-qualitative legal research aims to analyze the legal basis, forms of violation, and mechanisms of legal liability for skincare business actors based on Law

Article History

Received: Desember 2025
Reviewed: Desember 2025
Published: Desember 2025

**Copyright : Author
Publish by : CAUSA**



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection (UUPK). The findings indicate that overclaim violates Article 4 letter c and Article 10 of the UUPK regarding the prohibition of misleading advertising. Business actors can be prosecuted through three channels: Civil Liability (compensation based on Article 19 UUPK), Administrative Liability (sanctions by BPOM/BPSK), and Criminal Liability (Article 62 UUPK). The main challenge lies in the scientific proof of false claims within the dispute resolution process. Therefore, strengthening the synergy between BPSK and BPOM and formulating stricter claim guidelines are recommended to ensure the effectiveness of consumer protection.

Keywords: *Overclaim, Skincare, Business Actor Liability.*

PENDAHULUAN

Pergeseran masif dalam lanskap industri kecantikan global, di mana produk skincare kini bukan hanya kebutuhan kosmetik, tetapi telah menjadi bagian integral dari gaya hidup dan kesehatan pribadi (Qamar, 2020). Pertumbuhan industri ini di Indonesia didorong oleh media sosial dan influencer marketing yang menciptakan permintaan tinggi terhadap produk dengan klaim manfaat instan dan dramatis. Pertumbuhan pesat ini sering kali diiringi dengan praktik pemasaran yang agresif khususnya fenomena *overclaim* yaitu pengiklanan manfaat produk yang dilebih-lebihkan, tidak akurat, bahkan tidak memiliki dasar ilmiah yang valid. Praktik *overclaim* inilah yang merugikan konsumen secara materiil dan, lebih serius lagi, dapat menimbulkan kerugian fisik akibat penggunaan produk yang tidak sesuai harapan (Martien, 2023).

Isu *overclaim* skincare menjadi sangat relevan dalam konteks perlindungan konsumen karena menciptakan asimetri informasi yang ekstrem. Konsumen awam sering kali tidak memiliki kapasitas untuk memverifikasi klaim ilmiah atau klinis yang dicantumkan produsen, sehingga mereka sepenuhnya bergantung pada informasi yang disajikan. Ketika klaim tersebut terbukti palsu atau berlebihan, hal ini mencederai hak fundamental konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang, sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Oleh karena itu, diperlukan kajian mendalam mengenai bagaimana kerangka hukum di Indonesia merespons dan menindak pelanggaran etika sekaligus hukum ini (Marzuki, 2020).

Pertanggungjawaban pelaku usaha atas produk yang merugikan konsumen dikenal melalui beberapa prinsip, termasuk prinsip strict liability (pertanggungjawaban mutlak) dan

pertanggungjawaban berdasarkan kesalahan. Namun, kasus *overclaim* menempatkan tantangan unik. *Overclaim* tidak selalu berarti produk itu berbahaya, melainkan bahwa informasi yang diberikan adalah palsu. Hal ini membawa fokus pertanggungjawaban dari cacat produk (product liability) ke cacat informasi (information liability) yang memerlukan analisis spesifik di bawah payung larangan periklanan menyesatkan dalam UUPK.

Perlindungan konsumen terkait mekanisme pertanggungjawaban spesifik untuk *overclaim* skincare. Sebagian besar literatur berfokus pada produk berbahaya atau ilegal. Belum banyak penelitian yang mengupas secara tuntas bagaimana Pasal 9 dan Pasal 10 UUPK (tentang larangan penawaran yang menyesatkan) diimplementasikan dan dituntut dalam kasus *overclaim* yang tidak menimbulkan cedera fisik melainkan hanya kerugian ekspektasi dan materiil.

Panduan spesifik mengenai pembuktian *overclaim* di jalur non-litigasi (BPSK) menjadi celah yang perlu diisi oleh penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk pertanggungjawaban hukum yang dapat dikenakan kepada pelaku usaha skincare dalam kasus *overclaim* berdasarkan ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen serta menganalisis mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif bagi konsumen yang dirugikan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dan praktis berupa panduan hukum yang jelas bagi konsumen dalam mengajukan tuntutan dan rekomendasi kebijakan yang kuat bagi regulator khususnya Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan BPSK dalam memperketat pengawasan terhadap praktik periklanan produk skincare di Indonesia (Pratama, 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif (normative legal research) atau sering disebut sebagai penelitian doctrinal (Irwansyah, 2023). Pendekatan ini dipilih karena fokus utama penelitian adalah mengkaji dan menganalisis kerangka hukum, asas-asas, norma, dan peraturan perundang-undangan yang berlaku khususnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang mengatur mengenai pertanggungjawaban pelaku usaha dalam kasus *overclaim* produk skincare. Penelitian normatif bertujuan untuk menemukan kebenaran korespondensi dalam hukum yaitu bagaimana norma-norma hukum seharusnya diterapkan pada isu kontemporer ini.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, sekunder dan tersier. Bahan hukum primer meliputi UUPK, Peraturan Kepala BPOM tentang Pengawasan Iklan Kosmetika dan putusan-putusan pengadilan atau penetapan BPSK terkait kasus serupa (jika tersedia). Bahan hukum sekunder meliputi buku-buku, jurnal ilmiah

dan hasil penelitian terdahulu mengenai perlindungan konsumen dan hukum persaingan usaha. Sementara itu, bahan hukum tersier mencakup kamus hukum dan ensiklopedia yang digunakan untuk memahami istilah-istilah hukum.

Pendekatan analisis yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa studi kepustakaan (library research). Seluruh bahan hukum dan data sekunder dikumpulkan, dibaca, dicatat, dan diklasifikasikan berdasarkan relevansi topiknya dengan isu *overclaim*, hak-hak konsumen dan bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha. Pendekatan ini menekankan pada penafsiran dan pemahaman mendalam terhadap teks-teks hukum (interpretasi hukum) dan bukan pada perhitungan statistik.

Metode analisis data yang diterapkan adalah analisis deskriptif-kualitatif. Analisis dimulai dengan inventarisasi dan sistematisasi peraturan perundang-undangan terkait, dilanjutkan dengan penemuan *ratio decidendi* (dasar pertimbangan hukum) dalam kasus-kasus terkait yang ditemukan. Data kemudian dianalisis secara kualitatif untuk menilai sinkronisasi dan implementasi norma UUPK terhadap praktik *overclaim* skincare, serta untuk merumuskan konsep pertanggungjawaban hukum yang ideal (preskriptif) berdasarkan prinsip-prinsip perlindungan konsumen.

Hasil dari penelitian normatif kualitatif ini adalah argumentasi hukum yang bersifat preskriptif yang akan menghasilkan pemecahan masalah hukum, yakni identifikasi secara komprehensif mengenai mekanisme pertanggungjawaban yang paling efektif bagi pelaku usaha skincare yang melakukan *overclaim*. Selain itu, penelitian ini akan menyajikan rekomendasi kebijakan hukum kepada lembaga regulator (seperti BPOM dan BPSK) untuk peningkatan pengawasan dan penegakan hukum terhadap iklan produk kosmetik di Indonesia.

PEMBAHASAN

A. Dasar Hukum dan Bentuk Pelanggaran *Overclaim* Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Kasus *overclaim* pada produk skincare merupakan pelanggaran serius terhadap hak-hak dasar konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). *Overclaim* melanggar Pasal 4 huruf c UUPK, yang menjamin hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang (Akbar, 2025). Ketika pelaku usaha membuat klaim manfaat yang tidak didukung bukti ilmiah atau secara material melebih-lebihkan khasiat produk, hal ini mencederai hak konsumen untuk membuat keputusan pembelian yang didasarkan pada informasi yang akurat. Pelanggaran ini juga secara mutlak melanggar Pasal 7 huruf a yaitu kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dalam menjalankan kegiatan usahanya (Ameliani, 2022).

Pelanggaran *overclaim* ini diperkuat oleh regulasi teknis yang lebih spesifik, seperti Peraturan Kepala BPOM tentang Pengawasan Iklan Kosmetika. Regulasi teknis ini berfungsi untuk mengatur dan membatasi klaim spesifik yang diperbolehkan dicantumkan pada label dan iklan produk skincare, memberikan dasar yang kuat bagi regulator untuk menindak pelaku usaha yang melampaui batasan klaim yang wajar dan didukung data.

B. Mekanisme Pertanggungjawaban Hukum Pelaku Usaha (Perdata, Administrasi, dan Pidana)

Pertanggungjawaban pelaku usaha atas *overclaim* dapat dituntut melalui tiga mekanisme hukum yang berbeda (Anugrah, 2025):

- a. Pertanggungjawaban Perdata (Ganti Rugi): Berdasarkan Pasal 19 UUPK, pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen atas kerugian yang diderita akibat *overclaim*. Mekanisme ini menuntut ganti rugi yang meliputi kerugian materiil (seperti pengembalian biaya pembelian, biaya pengobatan jika timbul efek samping) dan, dalam kasus tertentu, kerugian imateriil.
- b. Pertanggungjawaban Administrasi: Lembaga pengawas dan penyelesaian sengketa, seperti BPOM dan BPSK dapat menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha. BPOM melalui kewenangannya dalam pengawasan periklanan, dapat memberikan peringatan, memerintahkan penarikan iklan, atau bahkan mencabut izin edar produk jika *overclaim* terbukti melanggar standar klaim kosmetika. BPSK sesuai Pasal 60 UUPK berwenang menjatuhkan sanksi berupa penetapan ganti rugi dan/atau perintah penghentian kegiatan atau larangan periklanan lebih lanjut yang merupakan tindakan administratif-yudisial non-litigasi.
- c. Pertanggungjawaban Pidana: Pelanggaran terhadap larangan periklanan yang menyesatkan (Pasal 9 dan Pasal 10) dapat dikenakan sanksi pidana berdasarkan Pasal 62 UUPK. Ancaman pidana berupa pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00. Jalur pidana ini biasanya digunakan untuk kasus *overclaim* yang dilakukan secara sengaja dan terstruktur, yang menunjukkan adanya itikad buruk yang ekstrem dari pelaku usaha untuk menipu publik secara massal demi keuntungan.

C. Tantangan Pembuktian dan Jalur Penyelesaian Sengketa Konsumen

Pembuktian kasus *overclaim* skincare menghadapi tantangan besar karena sifat klaim yang informatif, bukan fisik seperti produk kedaluwarsa. Pembuktian *overclaim* menuntut adanya standar bukti ilmiah yang kompleks. Konsumen perlu membuktikan bahwa khasiat yang diklaim misalnya menghilangkan flek hitam dalam 3 hari secara objektif tidak mungkin tercapai atau tidak terjadi dalam praktik penggunaan. Pembuktian semacam ini seringkali membutuhkan dukungan dari ahli dermatologi atau hasil uji laboratorium independen (Arumbi, 2024).

Mengingat kompleksitas pembuktian tersebut, konsumen yang dirugikan memiliki dua jalur utama untuk penyelesaian sengketa, yaitu melalui non-litigasi dan litigasi. Jalur Non-Litigasi seperti melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), menawarkan proses yang lebih cepat, sederhana dan murah. Konsumen dapat mengajukan permohonan ke BPSK untuk mediasi, konsiliasi atau arbitrase. Dalam konteks *overclaim*. Putusan yang dikeluarkan BPSK bisa saja tidak dipatuhi oleh pelaku usaha. Apabila hal ini terjadi diperlukan permohonan eksekusi putusan melalui Pengadilan Negeri yang menambah kompleksitas dan waktu penyelesaian (Haryati, 2020).

Alternatif lainnya adalah Jalur Litigasi melalui Peradilan Umum (Pengadilan Negeri). Jalur ini memungkinkan tuntutan ganti rugi yang lebih besar termasuk kerugian imateriil, dan memiliki kekuatan eksekutorial putusan yang lebih tinggi. Kelemahannya jalur ini cenderung memakan waktu lama, biayanya mahal, dan menuntut pembuktian hukum yang sangat ketat, terutama pembuktian kesalahan pelaku usaha serta korelasi kausal yang jelas antara *overclaim* yang dilakukan dan kerugian yang diderita oleh konsumen (Humaira, 2021). Oleh karena itu, konsumen dalam kasus *overclaim* harus memilih jalur penyelesaian yang paling sesuai dengan tingkat kerugian yang dialami, biaya yang tersedia, dan kemampuan dalam menghadirkan bukti.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis komprehensif terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dapat disimpulkan bahwa *overclaim* pada produk skincare merupakan pelanggaran serius yang secara eksplisit melanggar hak fundamental konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur (Pasal 4 huruf c) serta melanggar larangan periklanan menyesatkan (Pasal 9 dan 10 UUPK). Pelaku usaha memiliki tanggung jawab hukum yang berlapis perdata, administrasi dan pidana untuk setiap kerugian, baik materiil maupun imateriil yang diakibatkan oleh klaim palsu atau berlebihan. Mekanisme pertanggungjawaban ini menghadapi tantangan dalam pembuktian yang menuntut adanya standar bukti ilmiah dan dukungan ahli.

Dalam memastikan efektivitas perlindungan konsumen di sektor skincare, disarankan agar regulator, khususnya BPOM dan BPSK, memperketat standar pengawasan dan penegakan hukum. Rekomendasi meliputi penyusunan pedoman yang lebih rinci dan mudah diakses mengenai batas-batas klaim yang dapat diterima, serta penguatan sinergi antara BPSK dan BPOM dalam hal pertukaran data bukti ilmiah untuk mempermudah proses pembuktian *overclaim* di jalur non-litigasi. Efektivitas hukum tersebut sangat bergantung pada kesadaran dan kemampuan konsumen untuk menuntut haknya serta kesigapan dan konsistensi aparat penegak hukum dan regulator dalam menjatuhkan sanksi yang memberikan efek jera. Sehingga, mendorong terciptanya ekosistem pasar skincare yang jujur, transparan dan berkeadilan bagi semua pihak.

DAFTAR PUSTAKA

DASAR HUKUM

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

ARTIKEL JURNAL

- Akbar, S. S. (2025). Pertanggungjawaban hukum owner skincare terkait overclaim pada produk kecantikan. *Forschungsforum Law: Jurnal Forum Riset dan Debat Mahasiswa Hukum UPN Veteran Jakarta*, 2(1), 81–83.
- Ameliani, P. (2022). Perlindungan hukum bagi konsumen terhadap produk kosmetik yang tidak terdaftar BPOM. *Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam*, 4(2), 653–660.
- Anugrah, R. (2025). Analisis tanggung jawab pelaku usaha bisnis kosmetik terhadap perbuatan melawan hukum pengedaran produk skincare yang terbukti overclaim dengan entitas tanpa izin edar yang jelas. *Depositi: Jurnal Publikasi Ilmu Hukum*, 3(1), 120–133.
- Arumbi, N. D. (2024). Tanggung jawab pelaku usaha atas overclaim sun protection factor (SPF) pada produk tabir surya X. *Amandemen: Jurnal Ilmu Pertahanan, Politik dan Hukum Indonesia*, 1(2), 25–34.
- Haryati, T. (2020). Tinjauan kriminologis pola penjualan kosmetik ilegal di Kota Bima. *Fundamental: Jurnal Ilmiah Hukum*, 9(1), 17–30.
- Humaira, A., Yulia, Y., & Fatahillah, F. (2021). Perlindungan hukum bagi konsumen terhadap pengguna kosmetik yang tidak terdaftar Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) (Studi penelitian di Kota Idi Kabupaten Aceh Timur). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Hukum (JIM FH)*, 4(2), 75–85.
- Irwansyah. (2023). Penelitian hukum: Pilihan metode & praktik penulisan artikel. *Mega Cakrawala*.
- Martien, D. (2023). Perlindungan hukum data pribadi. *Mitra Ilmu*.
- Marzuki, P. M. (2020). *Teori hukum*. Prenada Media.
- Pratama, O. R. F. (2024). Pengaruh atribut produk dan brand trust terhadap keputusan pembelian produk sunscreen Glad2Glow di Kota Surabaya (Skripsi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur).
- Qamar, N., & Rezah, F. S. (2020). *Metode penelitian hukum: Doktrinal dan non-doktrinal*. CV Social Politic Genius (SIGn).
- Sari, E. M. H. (2021). Perlindungan hukum terhadap konsumen atas peredaran produk kosmetik ilegal yang mengandung bahan berbahaya (Studi Badan Pengawas Obat dan Makanan Medan) (Skripsi, Universitas Medan Area).