

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dari Klaim berlebih dan Kandungan Berbahaya pada Produk Perawatan Kulit.

Perlindungan hukum dalam kegiatan perdagangan sangat penting untuk menjamin kepastian hukum, mengurangi kemungkinan terjadinya sengketa, dan mendukung pertumbuhan ekonomi. Peran pemerintah juga sangat dibutuhkan untuk menjaga kepentingan pelaku usaha dan konsumen dalam aktivitas perdagangan. Keterlibatan ini mencakup aspek hukum baik dalam negeri maupun internasional. Artinya, aturan hukum dalam membuat perjanjian harus jelas, baik berdasarkan hukum nasional melalui pedoman perlindungan konsumen. Perlindungan hukum berperan sebagai penjamin keadilan dan kepastian bagi masyarakat, memastikan akses yang sama terhadap proses hukum yang adil dan transparan. Upaya mencegah penyalahgunaan kekuasaan dan menjamin hukum diterapkan merata tanpa diskriminasi. Perlindungan hukum menciptakan lingkungan di mana hak-hak individu dihormati dan dilindungi, serta pelanggaran hak-hak tersebut ditanggulangi dengan efektif. Unsur penegakan hukum, sanksi bagi pelanggar, asas persamaan di depan hukum, dan penciptaan ketertiban sosial semuanya penting dalam mencapai tujuan ini.

Menurut Moch Isnaeni perlindungan hukum secara perdata dibagi menjadi dua jenis yaitu perlindungan hukum internal dan perlindungan hukum eksternal. Perlindungan hukum internal adalah perlindungan hukum yang

dibentuk oleh pihak-pihak yang sedang mengadakan hubungan hukum dalam hal ini contohnya adalah perjanjian atau kontrak. Perlindungan hukum eksternal adalah perlindungan hukum dari Negara atau dibuat oleh Negara atau pemerintah lewat peraturan perundang-undangan yang bertujuan untuk melindungi pihak lemah. Memahami pentingnya unsur-unsur perlindungan hukum dapat lebih menghargai peran hukum dalam menciptakan masyarakat yang adil, tertib, dan seimbang. Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 26 Tahun 2018 Tentang Pelayanan perizinan Berusaha Terintegritas Secara Elektronik Sektor Kesehatan, pada Pasal 1 Angka 35 yang menjelaskan:

“Kosmetika adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar) atau gigi dan membran mukosa mulut terutama untuk membersihkan mewangi, mengubah penampilan dan/atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik.”

Produk *skincare* sering mengandung bahan aktif yang terbukti secara ilmiah memberikan manfaat bagi kulit, seperti vitamin C sebagai antioksidan dan mencerahkan warna kulit, retinol yang efektif mengurangi keriput dan memperbaiki tekstur kulit, serta *asam hialuronat* sebagai humektan yang menarik dan mempertahankan kelembapan. Sementara asam salisilat, yang termasuk *Beta Hydroxy Acid* (BHA), membantu mengatasi jerawat dengan menembus pori-pori dan mengangkat minyak berlebih serta sel-sel kulit mati.⁵⁴ Kemajuan teknologi dan informasi dimanfaatkan oleh pelaku usaha sebagai alat untuk memasarkan dan menyebarluaskan produk ke masyarakat luas.

⁵⁴ Trianggono, Retno Iswari dan Fatma Latifah, 2007. Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik. Jakarta : Gramedia Pustaka.

Namun, dalam praktiknya promosi yang dilakukan sering tidak mengikuti aturan yang berlaku, sehingga bisa merugikan konsumen yang membeli produk tersebut. Salah satu, bentuk pelanggaran dalam promosi adalah *overclaim* terhadap produk. Klaim berlebihan terjadi ketika pelaku usaha menyampaikan manfaat suatu produk secara berlebihan tanpa bukti ilmiah yang valid. Tindakan klaim berlebihan ini sangat merugikan konsumen karena tidak mendapatkan hak yang seharusnya dipenuhi.

Pengedaran produk *skincare* dengan kandungan merkuri dan satu produknya tanpa izin edar BPOM yang diedarkan oleh MH. Kepolisian dan BPOM melakukan penyelidikan dan pengujian pada produk *skincare* MHCLS dan MHCNC dinyatakan positif mengandung merkuri.⁵⁵ Badan Pengawasan Obat dan Makanan memiliki tugas untuk menjamin setiap produk perawatan kulit sudah terbukti aman dan efektif. Namun, kasus di atas menunjukkan bahwa meskipun suatu produk telah terdaftar di BPOM, tidak semua pernyataan atau klaim dari pihak pelaku usaha dapat langsung dipercaya. Situasi ini memunculkan kebutuhan akan pengawasan yang lebih ketat terhadap isi promosi dan pemasaran produk perawatan kulit.

Lembaga yang memiliki kewenangan, seperti BPOM, telah menetapkan regulasi terkait iklan dan klaim dari pedagang dalam mempromosikan produk yang dijualnya. Berdasarkan Pasal 3 Peraturan BPOM Nomor 32 Tahun 2021 tentang Pengawasan Periklanan Kosmetika, menjelaskan aturan bahwa setiap

⁵⁵ Andi Siti Nurfaisah, "OWNER SKINCARE MIRA HAYATI DIDAKWA EDARKAN PRODUK BERMERKURI-TANPA IZIN BPOM", DetikSulsel, 19 Juni 2025, [Owner Skincare Mira Hayati Didakwa Edarkan Produk Bermerkuri-Tanpa Izin BPOM](#).

informasi yang disampaikan dalam iklan wajib memenuhi beberapa kriteria, yaitu:

1. Bersifat objektif, artinya informasi harus disampaikan sesuai fakta tanpa menyimpang dari manfaat, cara penggunaan, serta aspek keamanan produk kosmetik;
2. Tidak menyesatkan, yakni informasi harus disampaikan secara akurat, jujur, dan bisa dipertanggungjawabkan tanpa memanfaatkan ketakutan masyarakat;
3. Tidak memberikan kesan seolah – olah produk tersebut merupakan obat atau dapat digunakan untuk mencegah suatu penyakit.

Penyusunan peraturan perundang-undangan secara tegas berperan penting dalam memberikan perlindungan terhadap hak dan kepentingan konsumen dari berbagai potensi masalah atau sengketa yang dapat muncul dalam hubungan penjual dan pembeli, yang berpotensi membuat suatu kerugian bagi konsumen. Berdasarkan Pasal 1 angka 1 UUPK, perlindungan konsumen diartikan sebagai seluruh upaya yang dilakukan untuk memastikan adanya kepastian hukum dalam rangka melindungi konsumen.

Sebagai negara hukum, Indonesia memberikan jaminan atas setiap tindakan yang dilakukan guna mencegah terjadinya kecurangan dalam promosi produk. Ketidaksesuaian antara isi kandungan dengan promosi yang dilakukan atau sebagaimana yang tertera di label produk diatur dalam UUPK, aturan ini memiliki tujuan supaya konsumen dapat merasa aman dan nyaman serta hak – haknya dapat terjamin supaya tidak dilangkahi pelaku usaha demi mencapai

tujuan bisnis dan meraup keuntungan. UUPK memberikan jaminan hak kepada masyarakat untuk bisa memperoleh informasi sejelas-jelasnya mengenai kandungan dalam pembelian produk. Tindakan ini dilakukan untuk pencegahan perbuatan curang yaitu *overclaim* atau kandungan bahan berbahaya sehingga dapat merugikan konsumen, oleh karenanya penggunaan label pada kemasan harus dituliskan secara apa saja kandungan yang terdapat didalamnya. Kerugian dalam hal ini contohnya berupa kehilangan uang, kerusakan kulit, kerugian waktu, dan kekecewaan emosional.⁵⁶ *Skincare* tanpa izin edar dan bahan yang tidak sesuai komposisi pada kemasan maka tidak dapat dipastikan keamanannya. *Skincare* tanpa izin ini dapat berkaitan dengan praktik perdagangan *skincare* ilegal.⁵⁷

1. Dampak *Overclaim* pada Konsumen

UUPK dirancang sebagai pemberi perlindungan hukum bagi konsumen terhadap barang/jasa yang diperoleh dari perdagangan, dengan tujuan utama memastikan standar mutu, keamanan, dan manfaatnya sudah sesuai pada barang/jasa tersebut. Konsumen memiliki hak atas perlindungan tersebut, termasuk hak untuk mendapatkan informasi yang jelas, benar dan jujur tentang kondisi barang dan/atau jasa yang ditawarkan. Tanggung jawab dari pedagang juga ditetapkan dalam memberikan jaminan atas produknya.

⁵⁶ C'triya Mawar Octary, "Perlindungan Konsumen terhadap Peredaran Skincare dengan Ingredients yang tidak sesuai Deskripsi Produk melalui Platform Media Sosial", *FIAT IUSTITIA (Jurnal Hukum)*, Vol.5, No.2, Maret 2025. Hlm 178-183.

⁵⁷ Neneng, dkk. "Penyuluhan Pengetahuan melalui Media Buku Saku dalam Menyosialisasikan Bahan Kimia Berbahaya pada Kosmetika di Lingkungan Kelurahan Jatinegara Kaum – Pulo Gadung – Jakarta Timur – DKI Jakarta", *Sarwahita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol.19, No.3 tahun 2022, hlm. 477

Sementara itu, Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 22 Tahun 2022 tentang Penerapan 2D Barcode dalam Pengawasan Obat dan Makanan adalah salah satu langkah proaktif yang diambil oleh BPOM untuk meningkatkan keamanan dan mutu obat dan makanan di Indonesia. Peraturan tersebut mewajibkan semua produk obat dan makanan diedarkan dengan menggunakan 2D barcode. Fungsinya sebagai alat untuk identifikasi, penjejukan, dan pelacakan produk. Dengan adanya 2D barcode ini, BPOM dapat memastikan dan mengawasi produk – produk di pasaran sudah sesuai standar keamanan dan mutu yang ditetapkan. Peraturan ini sejalan dengan tujuan UUPK yaitu memberikan perlindungan bagi konsumen dari produk yang tidak sesuai standar.⁵⁸

Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2018 tentang Kekarantinaan Kesehatan bertujuan untuk menjaga kesehatan masyarakat dengan mengendalikan penularan penyakit dan penyakit yang dibawa dari luar negeri. UU ini memberi pemerintah wewenang yaitu tindakan pengawasan dan pengendalian di sektor obat dan makanan, termasuk melalui BPOM. Konteks ini, UU Kekarantinaan Kesehatan mendukung inisiatif BPOM dalam menerapkan 2D barcode untuk memastikan bahwa produk obat dan makanan yang masuk ke Indonesia memenuhi standar kesehatan yang

⁵⁸ Ferry Angriawan dan Dyah Mutiarin. (n.d.). Efektivitas Pengawasan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) terhadap Peredaran Makanan Impor oleh pedagang UMKM di Kota Pekanbaru. *Jurnal Governance Civil*, Vol 3 No 1, 47–61.

ditetapkan, sehingga mampu mencegah masuknya produk yang dapat membahayakan kesehatan masyarakat.⁵⁹

2. Hak dan Kewajiban Konsumen

Konsumen bermartabat adalah konsumen yang mengerti akan hak dan kewajiban. Indonesia merupakan negara hukum yang mengadaptasi konsep *rule of law* yang mana menempatkan hukum sebagai landasan utama dalam mengatur berbagai aspek kehidupan masyarakat. Salah satu implikasi dari prinsip negara hukum adalah Negara wajib melindungi hak – hak warga negaranya, termasuk juga hak dari konsumen memperoleh produk yang terjamin keamanannya, berkualitas, dan terstandarisasi. Pasal 4 dan Pasal 5 UUPK menyebutkan bahwa konsumen memiliki hak dan kewajiban.

Masyarakat sebagai konsumen masih belum sepenuhnya mengerti tentang hak serta kewajiban, termasuk belum memahami kelembagaan yang berperan dalam perlindungan konsumen. Penjelasan uraian dalam bagian kasus perlindungan konsumen sebelumnya, konsumen mungkin tidak selalu menyadari bahwa hak-hak telah dilanggar, hal ini disebabkan karena minimnya pemahaman mengenai hak-hak yang seharusnya diperoleh sehingga tidak mengetahui bahwa peristiwa tersebut sebenarnya telah melanggar hak selaku konsumen. Konsumen masih memiliki Tingkat kesadaran untuk mengajukan keluhan atau mengadu yang tergolong rendah. Konsumen pada umumnya tidak mengetahui harus melapor kemana jika hak

⁵⁹ Rani Nuraeni, dkk. “Perlindungan Konsumen terhadap Produk Overclaim Skincare di Indonesia”, *Jurnal Inovasi Hukum*, Vol.6, No.1, Januari (2025), hlm

dilanggar, bahkan dalam beberapa kasus, tidak mau ambil pusing karena khawatir waktunya tersita hanya karena proses pelaporan tersebut. Pelaku Usaha yang melakukan kecurangan tidak akan merasa memiliki masalah jika konsumen tidak membuat pengaduan, dengan begitu akan terus melanjutkan praktik pelanggaran terus menerus.⁶⁰

Penyertaan klaim kosmetik dalam iklan harus memenuhi kriteria objektivitas, kebenaran, dan tidak boleh menyesatkan. Tujuan dari penyertaan klaim tersebut adalah memberi konsumen yang lebih jelas kepada konsumen mengenai produk skincare, sehingga memungkinkan untuk membuat keputusan sesuai yang dibutuhkan dan sesuai dengan pilihan masing – masing. Urgensi perlindungan konsumen terhadap *overclaim* sangat penting untuk memastikan bahwa konsumen mendapatkan informasi yang akurat dan tidak dirugikan oleh promosi yang tidak jujur.

Pengawasan yang ketat oleh BPOM dan penerapan undang-undang perlindungan konsumen dapat membantu mengurangi praktik *overclaim* dan memberikan perlindungan bagi konsumen terhadap produk yang berbahaya atau tidak efektif. Analisis hukum terhadap *overclaim* produk *skincare* berdasarkan UUPK dapat memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana praktik ini dapat diidentifikasi, diatur, dan ditangani secara hukum sebagai perlindungan bagi kepentingan konsumen serta keamanannya bisa dipastikan dan keadilan dalam pasar *skincare*. Fenomena

⁶⁰ Diandra Azzahra Isabella, dkk. “Pengaruh Dokter Detektif (Doktif) dalam Bisnis Skincare: Antara Kepercayaan Konsumen dan Kepatuhan Hukum”, *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, Vol.2, Nomor 3, Maret, 2025, hlm. 220.

overclaim ini tidak hanya merugikan konsumen, tetapi hal ini pun dapat membentuk suatu kompetisi yang antar pelaku usaha. Pelaku usaha yang mematuhi regulasi dan memberikan klaim yang jujur mungkin merasa dirugikan karena harus bersaing dengan pelaku usaha yang menggunakan klaim berlebihan untuk menarik konsumen. Penting untuk mengkaji lebih dalam mengenai regulasi yang ada dan efektivitas penegakan hukum terhadap *overclaim* produk *skincare* di Indonesia

B. Akibat Hukum terhadap Pelaku Usaha yang melakukan Klaim berlebih dan Kandungan Berbahaya pada Produk Perawatan Kulit.

Overclaim yang dilakukan pelaku usaha ataupun pelaku usaha harus bertanggung jawab secara penuh terhadap seluruh pelanggaran yang dilakukannya. Tanggung jawab yang dapat penjual dan pelaku usaha berikan adalah dengan cara memberikan kompensasi kepada konsumen yang telah menjadi korban. Pemerintah wajib ikut dalam memperhatikan pertanggungjawaban dari pelaku usaha atas konsumen yang telah dirugikan dan ganti rugi yang diberikan adalah bersifat wajib. Implementasinya dengan dua spesifikasi aturan yang diberikan. Spesifikasi peraturan ini memiliki tujuan untuk menjamin pemberian informasi yang valid serta hak keamanan dan kesehatan

Tanggung jawab dalam ranah hukum perdata mengacu pada kewajiban absolut pelaku usaha untuk menanggung kerugian konsumen yang timbul dari penggunaan produk yang dijualnya. Ketentuan ini sesuai dengan pasal 19 UUPK yang menegaskan bahwa pelaku usaha wajib bertanggung jawab atas kerusakan, pencemaran, maupun kerugian yang diderita konsumen akibat barang dan/jasa

yang dipasarkan. Konsumen mengalami kerugian berhak menuntut pertanggungjawaban pelaku usaha.

Normatifnya, produk yang dijual di seluruh Indonesia baik buatan dalam negeri maupun buatan luar negeri harus dilaporkan kepada BPOM selaku lembaga yang berwenang untuk mengatur standar, norma, kriteria, dan prosedur serta melakukan pengawasan pada keamanan, mutu, label, maupun iklan yang beredar di Indonesia. Kasus – kasus *overclaim* dari produk *skincare* memiliki beberapa perbedaan pada komposisi dengan sampel yang diberikan kepada BPOM untuk mendapatkan izin pengedaran. Produk perawatan kulit yang telah melakukan klaim berlebih akan ditindak BPOM dengan memberikan hukuman administratif yaitu teguran atau panggilan untuk menghadap ke BPOM. *Influencer* yang ada di media sosial akan melakukan promosi untuk produk *skincare* tetapi dengan cara *overclaim* juga akan mendapatkan sanksi administratif dan akan mendapatkan edukasi dari BPOM.

Dasar hukum yang mengatur BPOM dari kedudukan, fungsi, organisasi hingga pendanaan tercantum dalam Peraturan Presiden RI No. 80 Tahun 2017 tentang Badan Pengawas Obat dan Makanan. Berdasarkan pasal 2 menyebutkan bahwa BPOM mempunyai tugas menyelenggarakan tugas pemerintah di bidang pengawasan obat dan makanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Tugas BPOM dalam sistem produksi kosmetik (*skincare*) di Indonesia sangat krusial untuk menjamin bahwa produk tersebut aman, berkualitas tinggi, dan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Peraturan BPOM No. 12 Tahun 2023 tentang Pengawasan Pembuatan dan Peredaran Kosmetik. Tata laksana pengawasan dilaksanakan melalui inspeksi terhadap fasilitas dan kosmetik. Maksud dari pemeriksaan terhadap fasilitas adalah memeriksa fasilitas pemilik nomor notifikasi, fasilitas distribusi termasuk fasilitas isi ulang kosmetik. Fasilitas pemilik nomor notifikasi terdiri atas industri kosmetik, pengimpor dan usaha perseorangan atau badan usaha di bidang kosmetik. Pemeriksaan terhadap kosmetik dilakukan terhadap kelegalan kosmetik, manfaat, keamanan, dan mutu dari kosmetik tersebut. Pemeriksaan ini dilaksanakan secara rutin dan insidental untuk memastikan bahwa produk tersebut memenuhi standar dan persyaratan fasilitas produksi dan distribusi yang dilakukan suda sesuai dengan ketentuan undang-undang.

Pemeriksaan insidental dalam rangka menindak hasil dari pengawasan dan informasi terjadinya indikasi pelanggaran.⁶¹ Produk *skincare* saat ini telah diatur secara jelas dalam sistem hukum Indonesia melalui hukum bisnis dan ekonomi, yang keduanya memiliki keterkaitan erat dengan regulasi perlindungan konsumen.⁶² Hukum perlindungan konsumen tidak hanya mencakup aspek hukum perdata, tetapi juga melibatkan unsur-unsur dari hukum administrasi negara. Perspektif konsumen selaku pihak yang membeli dan memakai *skincare*, tentu

⁶¹ Yuniar Anastasyia, dkk. "Tugas Badan Pengawas Obat dan Makanan dalam Perlindungan Konsumen atas Skincare dengan Deskripsi Overclaim", Jurnal Dinamika, Volume 31, No 1, Januari (2025), hlm.11676 - 11688

⁶² Yessy Kusumadewi dan Grace Sharon, Hukum Perlindungan Konsumen, ed. oleh Roslami Husein, Cetakan I, Yogyakarta, Lembaga Fatimah Azzahrah, 2022, hal. 34–35.

saja mempunyai perlindungan hukum, diatur dalam Pasal 8 ayat (1) UUPK menjadi dasar dalam pengawasan terhadap produk kosmetik.⁶³

Peraturan BPOM menyatakan jika pelaku usaha melakukan pelanggaran berupa *overclaim* dalam penjualan *skincare* maka bisa dikenakan sanksi administratif dari BPOM. *Overclaim* yang pelaku usaha lakukan adalah pelanggaran terhadap UUPK dan bisa dijatuhi sanksi pidana yaitu hukuman penjara hingga lima tahun serta denda maksimal dua miliar rupiah. Undang-undang kesehatan juga mengatur pemberian sanksi pidana penjara paling lama 10 tahun dan denda paling besar satu miliar rupiah bagi yang memproduksi atau mengedarkan produk farmasi, termasuk *skincare* yang tidak memiliki standar keamanan, mutu dan khasiat yang telah ditetapkan. Perilaku klaim berlebih atas produk kosmetik ini pun dapat dijerat ketentuan pidana berdasarkan kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP). Persaingan dan tindak penipuan dengan melakukan kecurangan dimana pelaku usaha melakukan praktik *overclaim* dalam menjual produk *skincare* dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan maka dapat dikenai sanksi pidana penjara.⁶⁴

Umumnya kategori tuntutan ganti rugi dari kerugian yang terjadi pada konsumen akibat dari penggunaan produk terbagi menjadi dua kategori, yaitu:

⁶³ Novita Sari, dkk. "Pengawasan terhadap Pemalsuan kosmetik menurut Pasal 8 ayat (1) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999" *Jurnal Tata Kelola Hukum*, Vol.9, No.3, 2025, hlm. 3-12

⁶⁴ Rafyanka Ivana putri Ngabito, "Analisis Pertanggungjawaban Hukum terhadap Pengedaran Produk Skincare yang Terbukti Overclaim", *Jurnal Law, Development, & Justice Review*, Vol.7, No.3, Desember (2024), hlm. 285-299

1. Tuntutan berdasarkan Wanprestasi

Apabila dasar tuntutan adalah wanprestasi, maka antara konsumen dan pelaku usaha harus terlebih dahulu terikat sebuah perjanjian tertulis. Dengan demikian, hanya pihak yang terlibat langsung dalam perjanjian yang dapat mengajukan tuntutan. Ketentuan wanprestasi diatur dalam pasal 1238, 1329, dan 1243 kitab Kitab Undang – Undang Perdata.

2. Tuntutan berdasarkan Perbuatan Melanggar Hukum

Tuntutan ini berbeda dengan wanprestasi, tuntutan yang diajukan atas dasar perilaku melawan hukum tidak memerlukan adanya hubungan perjanjian dari pihak yang dirugikan dengan pelaku usaha. Siapapun yang merasa dirugikan, termasuk pihak ketiga berhak untuk mengajukan gugatan. Ketentuan tersebut tercantum di dalam Pasal 1365 Kitab Undang – Undang Hukum Perdata.⁶⁵

Pencantuman klaim kosmetik, pelaku usaha dapat menggunakan aturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika sebagai landasan hukum dan pedoman, dalam hal ini termasuk penetapan klaim yang diperbolehkan dan tidak boleh berdasarkan kandungan bahan kosmetika dan hasil uji formula. Pasal 3 ayat 2 Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 tentang Standar Teknis Klaim kosmetik, klaim yang dimuat dalam iklan dan label seperti disebut dalam Ayat 1 harus memenuhi syarat berikut:

1. Kepatuhan terhadap hukum
2. Kebenaran

⁶⁵ Leticia Klarissa Damari dan Ratih Damayanti, “Peran Dinas Perdagangan Dalam Pengawasan terhadap Overclaim Produk Kosmetik”, Jurnal Panorama Hukum, Vol.10, Nomor 1, Juni, 2025, hlm. 135-140

3. Kejujuran

4. Keadilan

Penegakan hukum terhadap kegiatan iklan atau promosi dalam penjualan dan penjualan *skincare* pada dasarnya sudah diatur dalam UUPK. Kegiatan promosi yang dimaksud adalah penyebaran informasi tentang produk ataupun jasa dengan tujuan untuk memikat perhatian konsumen. UUPK mencakup tindakan untuk pencegahan dari promosi yang berpotensi menyesatkan konsumen. Realitanya, di Indonesia banyak ditemukan kasus *overclaim* produk *skincare* seperti kasus brand BioAqua. Pihak pelaku usaha akan menanggung konsekuensi hukum ketika komponen-komponen kesalahan mengakibatkan dampak merugikan bagi konsumen, dimana pelaku usaha berkewajiban bertanggung jawab untuk memberikan kompensasi atas kerugian yang timbul.

Penjelasan mengenai komponen-komponen yang membentuk Pasal 1365 KUH Perdata adalah sebagai berikut:

1. Kelalaian suatu badan usaha merupakan pelanggaran terhadap Pasal 8 ayat 11 UUPK apabila pelaku usaha tidak memenuhi standar yang dipersyaratkan mengenai kondisi fisik atau mutu suatu barang atau jasa.
2. jaminan yang berisi klaim mengenai mutu atau performa barang dan jasa.
3. Unsur kesalahan, yang terdapat dalam tindakan atau perilaku pelaku usaha yang mempromosikan barang secara tidak benar, palsu atau tidak mematuhi jaminan ketentuan penggunaan produk, termasuk manfaat produk yang tercantum pada kemasan.

Timbulnya dampak merugikan yang dialami oleh konsumen, mencakup dua kategori kerugian. Pertama, nominal uang yang dibelanjakan oleh konsumen berbeda dengan klaim dari pelaku usaha dapat digunakan untuk mengukur kerugian material. Kedua, munculnya dampak buruk dari penggunaan produk yang bisa membahayakan keselamatan konsumen dapat diartikan sebagai kerugian immaterial.⁶⁶ Kerugian ini mencakup aspek ekonomi serta kesehatan atau keamanan konsumen. Tanggung jawab pelaku usaha telah dijelaskan dalam ketentuan yang berlaku di Indonesia, Pasal 19 UUPK menyatakan bahwa:

1. Pelaku usaha bertanggung jawab untuk membayar kerusakan, kerugian yang dialami pelanggan sebagai akibat dari menggunakan barang yang dibuat atau dipasarkan.
2. Ganti rugi yang disebutkan pada Ayat 1 dapat berupa pengembalian dana penggantian produk atau jasa yang sebanding atau senilai. Ganti rugi diberikan dalam waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
3. Kemungkinan adanya gugatan pidana berdasarkan bukti tambahan yang menunjukkan adanya unsur kesalahan tidak ditutupi oleh pemberian kompensasi sebagaimana disebutkan dalam Ayat 1 dan 2.
4. Ketentuan yang disebutkan pada Ayat 1 dan 2 tidak berlaku jika pelaku usaha dapat membuktikan bahwa konsumen adalah penyebab kesalahan tersebut.⁶⁷

⁶⁶ Kahman, H. (2020). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Kosmetik Yang Mengandung Bahan Berbahaya Di Kota Palopo. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah*. <https://doi.org/10.24252/iqtishaduna.v2i3.19501>

⁶⁷ Darmawan, C. K., Sebastian, E., Sie, P. A., Puteri, I., & Sofia, A. (2024). *Jurnal Kritis Studi Hukum*. 9(11), 93–107.