

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS
KANDUNGAN *SKINCARE* YANG TIDAK SESUAI KEMASAN
BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

***A LEGAL PROTECTION FOR CONSUMERS REGARDING MISMATCHED
SKINCARE INGREDIENTS BASED ON LAW NUMBER 8 OF 1999
CONCERNING CONSUMER PROTECTION***

Rani Nurlaela¹⁾, Ide Prima Hadiyanto²⁾, Irwan Yulianto³⁾

¹raninurlaela25@gmail.com

¹Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Abdurachman Saleh

²Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Abdurachman Saleh

³Ilmu Hukum, Fakultas, Hukum Universitas Abdurachman Saleh

ABSTRAK

Industri *skincare* di Indonesia menunjukkan lonjakan pertumbuhan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir, sejalan dengan meningkatnya perhatian masyarakat terhadap kesehatan kulit serta besarnya pengaruh media sosial. Namun, perkembangan ini diiringi dengan permasalahan serius terkait praktik pemasaran yang berlebihan pada produk *skincare*, khususnya ketidaksesuaian antara kandungan aktual dengan informasi yang tercantum pada kemasan. Praktik ini dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen baik secara ekonomi, kesehatan, maupun psikologis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen sesuai Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) serta mengkaji mekanisme penyelesaian sengketa yang dapat ditempuh oleh konsumen. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan serta pendekatan konseptual. Temuan penelitian mengungkap bahwa meskipun regulasi telah ada, implementasi masih menghadapi kendala pengawasan, rendahnya literasi konsumen, dan keterbatasan wewenang lembaga penyelesaian sengketa. Penyelesaian dapat dilakukan melalui jalur litigasi dan non-litigasi. Rekomendasi penelitian ini meliputi penguatan regulasi, edukasi publik, dan optimalisasi peran lembaga pengawas.

Kata kunci: perlindungan konsumen, *skincare*, kemasan

ABSTRACT

The skincare industry in Indonesia has experienced significant growth in recent years, driven by increasing public awareness of skin health and the influence of social media. However, this growth is accompanied by serious issues related to excessive marketing practices (overclaim) in skincare products, particularly the discrepancy between the actual composition and the information stated on the packaging. Such practices can cause economic, health, and psychological harm to consumers. This study aims to analyze the forms of legal protection provided to consumers under Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection (UUPK) and to examine the dispute resolution mechanisms available to affected consumers. The

research employs a normative legal method using statutory and conceptual approaches. The findings reveal that although regulations exist, their implementation faces challenges, including weak supervision, low consumer literacy, and limited authority of dispute resolution institutions. Disputes may be resolved through both litigation and non-litigation channels. Recommendations include strengthening regulations, enhancing public education, and optimizing the role of supervisory bodies to minimize overclaim practices

Keywords: consumer protection, skincare, packaging

PENDAHULUAN

Industri perawatan kulit telah menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat di Indonesia. Masyarakat semakin peduli tentang kesehatan dan penampilan kulit, yang mengarah pada meningkatnya permintaan untuk produk perawatan kulit. Meskipun demikian, fenomena tersebut diiringi dengan praktik pemasaran yang tidak sepenuhnya transparan, salah satunya berupa klaim kandungan yang tidak sesuai kemasan atau biasa disebut klaim berlebihan terkait kandungan dan manfaat produk.¹

Baru-baru ini, muncul seorang konten kreator yang dikenal dengan julukan “Dokter Detektif” yang secara konsisten mengedukasi publik terkait kandungan aktif dalam produk skincare. Melalui akun TikTok miliknya, konten kreator tersebut memaparkan hasil pengujian laboratorium yang dilakukannya terhadap sejumlah produk *skincare*. Berdasarkan hasil uji tersebut, ditemukan bahwa beberapa produk tidak memiliki kandungan bahan aktif dalam kadar yang signifikan sebagaimana diklaim dalam promosi atau tidak selaras dengan informasi yang dicantumkan pada label kemasan.²

Kasus kandungan *skincare* yang tidak sesuai kemasan terungkap melalui hasil uji laboratorium terhadap beberapa produk *skincare* ternama yang kandungannya tidak sesuai dengan klaim pada kemasan. Hal ini memunculkan kekhawatiran publik dan menimbulkan pertanyaan tentang efektivitas perlindungan hukum yang ada. UUPK secara tegas melarang pelaku usaha memberikan informasi yang menyesatkan, namun implementasi di lapangan masih lemah. Penelitian ini

¹ Adinda Ayu Puspita, M. Syamsudin, 2024, *Perlindungan Konsumen Terhadap Overclaim Skincare*, Prosiding Seminar Hukum Aktual, hal. 73-74

² Muhammad Irfan D., Agung Putra M., 2024, *Cancel Culture di Era Media Baru: Analisis Komunikasi Atas Implikasi Sosial dalam Kasus Overclaim Skincare*, Jurnal Pembangunan Masyarakat, Vol. 9, No. 2, hal 529.

memiliki urgensi untuk dilakukan guna menelaah sejauh mana UUPK memberikan perlindungan bagi konsumen *skincare*, terutama dalam hal kandungan produk yang tidak sesuai kemasan, serta bagaimana mekanisme penyelesaian sengketa yang tersedia.

Perlindungan konsumen didefinisikan sebagai sekumpulan prinsip dan norma hukum yang dirancang untuk mengatur dan melindungi kepentingan konsumen agar tidak menderita kerugian akibat tindakan pelaku usaha terkait dengan barang dan/atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan. UUPK berfungsi sebagai instrumen hukum yang memberikan jaminan kepastian perlindungan bagi konsumen terhadap barang atau jasa yang mereka gunakan.

Dalam Pasal 1 angka 1 UUPK ditegaskan bahwa perlindungan konsumen merupakan *“segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen”*. Dengan demikian, perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen, di mana konsumen dipandang sebagai subjek hukum yang hak-haknya wajib dijaga. Ruang lingkup hukum konsumen bersifat luas karena mencakup berbagai sektor dan melibatkan banyak pihak, sehingga upaya perlindungan konsumen memerlukan keterlibatan bersama antara pemerintah, pelaku usaha, lembaga perlindungan konsumen, dan masyarakat.³

Dengan adanya perlindungan hukum sebagaimana diatur dalam UUPK, konsumen memiliki jaminan untuk memperoleh barang yang sesuai dengan kualitas, kuantitas, dan spesifikasi sebagaimana informasi yang diberikan serta sebanding dengan harga yang dibayarkan. Perlindungan ini mencegah pelaku usaha untuk memperjualbelikan barang dengan kualitas yang tidak sesuai dari yang dijanjikan atau menyajikan informasi yang menyesatkan.⁴

Penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji sejauh mana UUPK memberikan perlindungan bagi konsumen *skincare*, terutama dalam hal kandungan

³ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Pelindungan Konsumen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hal. 66

⁴ AD Hermawan, Irwan Yuliyanto, Ide Prima H, 2023, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Handphone Bekas Melalui Media Sosial Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, Jurnal Ilmiah Akses, Vol.1 No. 1, Hal. 33.

produk yang tidak sesuai kemasan, serta bagaimana mekanisme penyelesaian sengketa yang tersedia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Sumber bahan hukum mencakup bahan hukum primer (Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Kesehatan, peraturan BPOM), bahan hukum sekunder (literatur, jurnal, penelitian sebelumnya), dan bahan hukum tersier (kamus, ensiklopedia). Analisis bahan hukum dilakukan secara deskriptif-kualitatif, dengan menelaah ketentuan hukum yang berlaku dan menghubungkannya dengan fenomena kandungan *skincare* yang tidak sesuai pada kemasan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini mengungkap bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen *skincare* yang kandungannya tidak sesuai dengan informasi pada kemasan dapat dianalisis secara mendalam melalui dua kategori utama, yaitu perlindungan hukum preventif dan represif.⁵ Perlindungan preventif diatur secara jelas dalam UUPK melalui ketentuan yang melarang pelaku usaha memproduksi maupun memasarkan barang yang tidak sesuai dengan label atau keterangan yang dicantumkan. Hal ini mencakup kewajiban pelaku usaha untuk memastikan bahwa setiap klaim yang tercantum pada kemasan telah diverifikasi melalui uji laboratorium yang dapat dipertanggungjawabkan.

Berdasarkan temuan penelitian, praktik *overclaim* pada produk *skincare* sering terjadi, misalnya perbedaan signifikan antara kadar bahan aktif yang diklaim pada kemasan dengan kadar aktual yang terdeteksi dalam pengujian independen. Hal ini tidak hanya menyesatkan konsumen, tetapi juga berpotensi mengurangi manfaat produk, bahkan menimbulkan risiko kesehatan apabila konsumen memiliki alergi atau kondisi kulit tertentu.

⁵ Philipus M. Hadjon, 1987, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, PT Bina Ilmu: Surabaya, hal. 1-2

Perlindungan represif dalam kasus ini dapat ditempuh melalui jalur litigasi dan non-litigasi. Jalur litigasi memungkinkan konsumen mengajukan gugatan ke pengadilan berdasarkan perbuatan melawan hukum atau wanprestasi. Sedangkan jalur non-litigasi dapat ditempuh melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang memberikan alternatif penyelesaian melalui mediasi, arbitrase, atau konsiliasi. Jalur litigasi di pengadilan memberikan kepastian hukum yang lebih kuat, namun prosesnya memakan waktu dan biaya. Sebaliknya, jalur non-litigasi melalui BPSK lebih cepat dan murah, tetapi memiliki kelemahan pada aspek eksekusi putusan. Hal ini menyebabkan banyak putusan BPSK yang tidak dijalankan oleh pelaku usaha sehingga menyebabkan efektivitas BPSK masih terbatas karena putusannya sering kali tidak memiliki kekuatan eksekutorial yang kuat.

Kendala terbesar dalam implementasi perlindungan hukum ini adalah lemahnya pengawasan pasca-izin edar oleh BPOM. Pengawasan acak terhadap produk yang sudah beredar jarang dilakukan, sehingga celah untuk melakukan *overclaim* tetap terbuka. Selain itu, literasi hukum konsumen di Indonesia masih rendah, sehingga hanya sedikit konsumen yang memahami prosedur pengaduan atau penyelesaian sengketa yang tersedia.

Untuk memperkuat perlindungan konsumen, diperlukan tiga langkah strategis. Pertama, penguatan regulasi yang secara tegas mengatur sanksi terhadap pelaku usaha yang melakukan klaim berlebihan pada kandungan produk *skincare* termasuk denda administratif yang signifikan dan pencabutan izin edar. Kedua, peningkatan pengawasan oleh BPOM melalui pengujian berkala dan publikasi hasil pengawasan secara transparan. Ketiga, edukasi publik secara berkesinambungan untuk meningkatkan kesadaran konsumen tentang hak-hak mereka dan pentingnya membaca label produk.

Berdasarkan ketentuan yang dikeluarkan oleh BPOM, produsen atau pelaku bisnis yang melakukan praktik melebihi-lebihkan kandungan dalam peredaran produk *skincare* dapat dikenakan sanksi administratif. BPOM sebagai otoritas yang berwenang mengawasi peredaran produk obat dan makanan memberikan sanksi terhadap pelanggaran tersebut. Selain sanksi administratif, tindakan *overclaim* juga

dapat dikenai pertanggungjawaban pidana sebagaimana diatur dalam UUPK. Pelaku usaha yang terbukti melakukan *overclaim* sehingga merugikan konsumen dapat dikenakan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak sebesar Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan juga memberikan dasar hukum pemberian sanksi pidana bagi pelaku usaha yang memproduksi atau mengedarkan sediaan farmasi, termasuk kosmetika, yang tidak memenuhi standar serta persyaratan keamanan, khasiat atau kemanfaatan, dan mutu. Sanksi pidana yang dapat dikenakan adalah pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah memberikan kerangka hukum yang kuat untuk melindungi konsumen dari praktik ketidaksesuaian kandungan pada produk *skincare*. UUPK mengatur larangan pemberian informasi yang menyesatkan, mewajibkan pelaku usaha menjaga kualitas dan keaslian produk, serta memberikan hak kepada konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur. Namun, penerapan di lapangan belum berjalan optimal karena masih terdapat kelemahan dalam pengawasan, penegakan hukum, dan tingkat kesadaran konsumen.

Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa perlindungan hukum yang bersifat preventif belum sepenuhnya efektif karena lemahnya pengawasan pasca-izin edar oleh BPOM, serta minimnya sanksi tegas terhadap pelaku usaha yang terbukti melakukan klaim berlebihan. Selain itu, perlindungan hukum represif melalui jalur litigasi maupun non-litigasi belum mampu memberikan efek jera yang signifikan kepada pelaku usaha karena keterbatasan wewenang lembaga penyelesaian sengketa seperti BPSK.

Dengan demikian, diperlukan penguatan di berbagai lini. Dari sisi regulasi, pemerintah perlu menambahkan ketentuan yang lebih rinci dan tegas mengenai sanksi terhadap praktik melebih-lebihkan klaim di sektor kosmetik. Dari sisi pengawasan, BPOM perlu meningkatkan frekuensi dan kualitas uji laboratorium

secara acak terhadap produk yang beredar, serta mempublikasikan hasil pengawasan tersebut secara terbuka. Sementara itu, dari sisi konsumen, perlu adanya program edukasi hukum dan kesehatan yang berkesinambungan agar konsumen lebih kritis dalam memilih produk dan memahami hak-hak mereka. UUPK telah memberikan landasan hukum untuk melindungi konsumen dari praktik ketidaksesuaian kandungan pada produk *skincare*, namun implementasinya belum optimal. Pengawasan yang lemah, literasi konsumen yang rendah, dan keterbatasan wewenang lembaga penyelesaian sengketa menjadi hambatan utama.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Hadjon P.M. (1987). *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, Surabaya:

PT Bina Ilmu

Miru A. & Sutarman Y. (2004), *Hukum Pelindungan Konsumen*, Jakarta: PT

Raja Grafindo Persada

UNDANG-UNDANG

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan

JURNAL

Hermawan A.D. Yuliyanto I. Ide & Hadiyanto I. P. (2023). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Handphone Bekas Melalui Media Sosial Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Akses*, 1(1)

Irfan M. & Putra A. (2024). Cancel Culture di Era Media Baru: Analisis Komunikasi Atas Implikasi Sosial dalam Kasus Overclaim Skincare. *Jurnal Penangunan Masyarakat*. 9(2)

Puspita A. M., & Syamsudin M. (2024). Perlindungan Konsumen Terhadap Overclaim Skincare. *Prosiding Seminar Hukum Aktual*