



Tinjauan Yuridis Dampak Overclaim Kosmetik terhadap Konsumen

Ersha Maulida^{1*}, Muhammad Mahendra Abdi¹, Deni Nofrizal¹

¹Fakultas Humaniora, Universitas Sari Mulia, Banjarmasin, Indonesia

*Corresponding Author's e-mail: ershamaulidahb@gmail.com

Article History:

Received: October 6, 2025

Revised: October 28, 2025

Accepted: October 31, 2025

Keywords:

BPOM, Excessive Claims,
Consumer Protection,
Litigation, Cosmetic Products

Abstract: The phenomenon of increasing circulation of cosmetic products that do not meet standards and the rampant practice of overclaims have caused serious concerns for consumers, both in terms of health and economy. This situation demands the presence of a strict legal system and effective supervisory mechanisms to ensure the security and clarity of product information circulating in the market. This study uses a normative juridical approach to examine various sources of law, literature, and regulations that govern the cosmetics industry in Indonesia. The main focus of the research is directed at the analysis of forms of legal protection for consumers against cosmetic products that convey unrealistic claims. In its discussion, this study highlights the important role of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection and BPOM Regulation Number 12 of 2020 concerning Procedures for Submitting Cosmetic Notifications as the main legal instrument in ensuring product transparency and safety. The findings show that although the legal framework is adequate, its implementation still faces obstacles, especially due to the rise of illegal cosmetics on online platforms and conventional markets. Therefore, strengthening regulations, consumer education, and continuous supervision are important steps to ensure optimal legal protection for the public.

Copyright © 2025, The Author(s).

This is an open access article under the CC-BY-SA license



How to cite: Maulida, E., Abdi, M. M., & Nofrizal, D. (2025). Tinjauan Yuridis Dampak Overclaim Kosmetik terhadap Konsumen. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 4(10), 2902–2913. <https://doi.org/10.55681/sentri.v4i10.4736>

PENDAHULUAN

Kecantikan tidak lagi dipandang sebatas persoalan penampilan, melainkan telah menjadi bagian penting dari gaya hidup modern yang mencerminkan kesehatan, kepercayaan diri, serta keseimbangan hidup. Dalam kehidupan masyarakat urban yang dinamis, perawatan diri menjadi kebutuhan esensial, bukan hanya bagi perempuan, tetapi juga laki-laki. Kesehatan kulit kini diartikan sebagai refleksi dari kesejahteraan tubuh dan pikiran. Upaya menjaga kulit agar tetap sehat dimulai dari dalam melalui asupan nutrisi bergizi, hingga perawatan luar melalui penggunaan produk kosmetik dan perawatan kulit. Vitamin, mineral, dan antioksidan berperan penting dalam menjaga kelembapan, elastisitas, serta perlindungan kulit terhadap paparan radikal bebas. Lebih dari sekadar aktivitas rutin, merawat diri terbukti memberikan dampak psikologis positif, seperti menurunkan tingkat stres dan meningkatkan rasa percaya diri (Rohmalia & Aminda, 2021).

Kesadaran masyarakat terhadap pentingnya penampilan dan kesehatan kulit mendorong perkembangan pesat industri kosmetik di Indonesia. Kosmetik tidak lagi hanya berfungsi mempercantik wajah, tetapi juga menjaga kesehatan kulit melalui inovasi bahan alami, teknologi dermatologi, serta formula ramah lingkungan. Kini, produk kosmetik telah menjadi kebutuhan harian yang setara pentingnya dengan sandang dan

pangan (Sembiring & Pratama, 2022). Data dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian menunjukkan bahwa industri kosmetik mengalami peningkatan signifikan, dari 913 perusahaan pada tahun 2021 menjadi 1.010 perusahaan pada 2022, atau meningkat sebesar 21,9% (ekon.go.id, n.d.). Pertumbuhan ini menunjukkan betapa besar potensi ekonomi di balik dunia kecantikan yang semakin digemari masyarakat modern.

Namun, di balik kemajuan yang menjanjikan, muncul tantangan baru dalam bentuk praktik pemasaran yang tidak sepenuhnya jujur, yaitu fenomena *overclaim*. Dalam persaingan yang ketat, produsen berusaha menarik minat konsumen dengan menonjolkan keunggulan produk melalui berbagai klaim. Klaim tersebut dapat berupa klaim fakta, klaim nilai, klaim kesehatan, hingga klaim inovasi (Simamora, 2025; Ilham & Isfianadewi, 2024). Pada dasarnya, klaim memiliki tujuan untuk memberikan informasi dan membangun kepercayaan konsumen terhadap produk. Akan tetapi, praktiknya sering kali menimbulkan masalah karena banyak pelaku usaha yang membuat klaim berlebihan tanpa dukungan bukti ilmiah. *Overclaim* bukan hanya menciptakan ekspektasi yang tidak realistis, tetapi juga berpotensi menyesatkan konsumen.

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) mencatat adanya peningkatan kasus kosmetik dengan klaim yang tidak dapat dipertanggungjawabkan, bahkan sebagian di antaranya mengandung bahan berbahaya seperti merkuri, hidrokuinon, dan pewarna sintesis yang dilarang penggunaannya (Azzahra et al., 2021). Penggunaan bahan berbahaya tersebut dapat menyebabkan berbagai gangguan serius, seperti iritasi kulit, kerusakan ginjal, hingga gangguan sistem saraf (Santoso, n.d.). Kasus-kasus ini membuktikan bahwa di balik gemerlap dunia kecantikan, masih terdapat ancaman tersembunyi yang berpotensi membahayakan kesehatan masyarakat.

Sebagai otoritas yang berwenang dalam pengawasan obat dan makanan, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) memiliki peran strategis dalam menjamin bahwa setiap produk yang beredar di pasaran aman dan layak konsumsi. Berdasarkan Peraturan BPOM Nomor 21 Tahun 2020 tentang Organisasi dan Tata Kerja, lembaga ini tidak hanya bertanggung jawab dalam merumuskan kebijakan pengawasan, tetapi juga melaksanakan pengawasan pra dan pasca peredaran produk. Selain itu, BPOM berperan dalam melakukan penegakan hukum terhadap pelanggaran yang berpotensi merugikan konsumen, sehingga keberadaannya menjadi garda terdepan dalam menjaga kualitas dan keamanan produk di Indonesia. Pengawasan yang dilakukan BPOM bersifat preventif untuk memastikan produk memenuhi standar yang berlaku, dan represif untuk menindak pelaku usaha yang melanggar ketentuan hukum (Tambuwun, 2020; Nurdiyanti et al., 2024).

Meskipun regulasi telah diatur dengan jelas, praktik *overclaim* masih menjadi tantangan tersendiri karena pengawasan terhadap konten promosi digital tidak selalu efektif. Dalam era media sosial, produsen kerap memanfaatkan influencer untuk mempromosikan produk dengan narasi yang meyakinkan, namun sering kali menyesatkan. Strategi ini menciptakan ketimpangan informasi antara produsen dan konsumen, di mana konsumen tidak selalu memiliki kemampuan untuk menilai keakuratan klaim yang disampaikan. Akibatnya, banyak konsumen yang merasa dirugikan setelah membeli produk yang tidak sesuai dengan janji promosi.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menyoroti isu ini dari berbagai sudut pandang. Tahaanii dan Waluyo (2023) meneliti perlindungan hukum bagi konsumen akibat *overclaim* dalam deskripsi produk kosmetik tertentu. Kuncoro dan Syamsudin membahas perlindungan konsumen terhadap produk skincare yang melakukan klaim berlebihan

secara umum. Sementara Nabilah (2024) meneliti aspek promosi digital dan peran influencer dalam praktik overclaim. Berbeda dari penelitian-penelitian tersebut, kajian ini berfokus pada analisis yuridis terhadap dampak overclaim dalam produk kosmetik secara luas, mencakup kebijakan pemerintah, pengawasan regulatif, serta bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen.

Dengan demikian, penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan untuk memahami bagaimana kebijakan pemerintah mengatur peredaran produk kosmetik di Indonesia dan bagaimana perlindungan hukum dapat melindungi konsumen dari bahaya overclaim. Kajian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan hukum perlindungan konsumen, tetapi juga memberikan manfaat praktis bagi pelaku usaha agar lebih berhati-hati dan etis dalam memasarkan produknya.

Pada akhirnya, fenomena overclaim dalam industri kosmetik bukan hanya persoalan kejujuran dalam beriklan, tetapi juga menyangkut hak dasar konsumen untuk memperoleh informasi yang benar dan tidak menyesatkan. Ketika keindahan dijadikan komoditas yang dijual melalui janji-janji berlebihan, hukum hadir bukan untuk membatasi kreativitas, melainkan untuk memastikan bahwa setiap klaim yang disampaikan berpijak pada kebenaran dan bertanggung jawab secara moral maupun yuridis.

LANDASAN TEORI

Perlindungan Hukum

Dalam kehidupan bermasyarakat, hukum berperan sebagai pelindung dari ketidakadilan dan kesewenang-wenangan, bukan sekadar kumpulan pasal yang kaku. Hukum menjadi dasar tatanan sosial yang adil dan berkeadaban, sebagaimana dijamin dalam Pasal 28D ayat (1) UUD 1945 yang menegaskan hak setiap warga atas pengakuan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil (Marpi, 2020). Prinsip ini menegaskan kesetaraan di hadapan hukum dan komitmen negara terhadap keadilan bagi seluruh rakyat.

Perlindungan hukum berarti upaya menjaga agar hukum tetap berpihak pada keadilan dan melindungi hak-hak individu, seperti kebebasan berpendapat, perlindungan dari diskriminasi, dan hak atas keamanan serta pendidikan (Arvante, 2022). Perlindungan ini terbagi menjadi dua bentuk: **preventif**, untuk mencegah pelanggaran melalui edukasi dan pengawasan, serta **represif**, untuk menyelesaikan pelanggaran dengan pemulihan hak dan pemberian sanksi (Wamafma, 2023). Keduanya memastikan terciptanya keadilan dan keseimbangan sosial di masyarakat.

Produk Kosmetik

Kosmetik kini tidak hanya berfungsi mempercantik, tetapi juga menjadi media ekspresi diri dan bagian dari gaya hidup modern. Menurut BPOM Nomor 17 Tahun 2022, kosmetik adalah produk yang digunakan pada bagian luar tubuh untuk membersihkan, memperindah, dan melindungi agar tetap sehat dan menarik (Winata, 2022). Tren kosmetik halal berkembang pesat seiring meningkatnya kesadaran akan kesehatan dan kehalalan produk. Sertifikasi halal dari LPPOM MUI menjamin kebersihan bahan, proses produksi, dan keamanan penggunaannya (Winata, 2022). Secara umum, kosmetik dibagi menjadi dua jenis: **perawatan kulit** seperti pelembap dan tabir surya, serta **riasan** seperti foundation dan lipstick. Perkembangan teknologi membuat kosmetik kini tak hanya estetik, tetapi juga fungsional—menggabungkan perawatan, perlindungan, dan gaya (Nada Afifah & Hidayah, 2024).

Overclaim dalam Produk Kosmetik

Dalam pemasaran modern, citra sering kali lebih diutamakan daripada substansi. Salah satu masalah serius di industri kosmetik adalah **overclaim**, yaitu klaim berlebihan atau tidak realistis tentang produk tanpa bukti ilmiah yang memadai, sehingga menyesatkan konsumen (Suci, Azarine, & Hasna, 2024). Praktik ini melanggar **UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen**, yang mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi jujur dan akurat mengenai produknya. BPOM menegaskan bahwa overclaim dapat menimbulkan kerugian material, immaterial, bahkan risiko kesehatan (Sembiring, 2024).

Dampaknya tidak hanya ekonomi, tetapi juga psikologis dan kesehatan. Konsumen dapat kehilangan kepercayaan terhadap merek dan mengalami gangguan kulit akibat bahan berbahaya yang tidak dicantumkan (Prastianty Ramli et al., 2024; Ngabito, 2024). Dari sisi hukum, pelaku usaha yang melakukan overclaim dapat dikenai sanksi administratif hingga pidana, termasuk penarikan produk, pencabutan izin edar, dan hukuman penjara sesuai **UU No. 36 Tahun 2009** dan **UU No. 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan**. Kejujuran dalam promosi produk bukan hanya etika bisnis, tetapi juga kewajiban hukum (Sulistianingsih et al., 2023).

Konsumen sebagai Subjek Perlindungan Hukum

Dalam perekonomian modern, konsumen memegang peran penting dalam menjaga keseimbangan antara produksi dan distribusi. Tanpa kehadiran mereka, roda ekonomi tidak akan berputar dan industri kehilangan arah. Konsumen bukan sekadar pembeli, tetapi juga subjek hukum yang memiliki hak dan kewajiban yang dijamin negara. Berdasarkan **UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen**, konsumen adalah individu yang menggunakan barang atau jasa untuk kepentingan pribadi tanpa tujuan komersial, sehingga posisinya harus dilindungi secara adil (Yessy & Sharon, 2022).

Konsumen dapat dibedakan menjadi tiga jenis: konsumen umum, yang membeli untuk kebutuhan pribadi; konsumen antara, yang menggunakan barang untuk proses produksi; dan konsumen akhir, yang memanfaatkannya tanpa tujuan bisnis. Ketiganya berhak atas perlindungan hukum yang sama. Menurut Pasal 4 **UU Perlindungan Konsumen**, hak-hak tersebut mencakup kenyamanan, keamanan, keselamatan, serta informasi yang benar dan kompensasi jika produk tidak sesuai. Perlindungan ini merupakan bentuk tanggung jawab negara untuk menciptakan hubungan ekonomi yang sehat, adil, dan saling menghormati (Yessy & Sharon, 2022).

Pelaku Usaha

Pelaku usaha memiliki peran penting dalam menggerakkan perekonomian sebagai penghubung antara produksi dan konsumsi. Berdasarkan **UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen**, pelaku usaha adalah individu atau badan yang menjalankan kegiatan ekonomi untuk memperoleh keuntungan (Kesuma, 2023). Dalam ekonomi modern, mereka tidak hanya pencipta nilai tambah, tetapi juga bertanggung jawab menjaga etika dan keseimbangan pasar.

Sebagai bagian dari sistem hukum ekonomi, pelaku usaha memiliki hak dan kewajiban. Mereka berhak atas pembayaran, pembelaan diri, dan pemulihan nama baik, namun wajib menjamin mutu produk, memberikan informasi jujur, serta menaati hukum yang berlaku (Fauziah, 2020). Dalam konteks nasional, UMKM berperan sebagai tulang punggung ekonomi Indonesia karena mampu menyerap tenaga kerja dan mendorong

pemerataan kesejahteraan. Oleh sebab itu, kejujuran, inovasi, dan tanggung jawab sosial menjadi dasar penting bagi pelaku usaha dalam menciptakan ekonomi yang adil dan berkelanjutan (Khairunnisa, 2022).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode yuridis normatif. Metode ini digunakan untuk mengkaji berbagai ketentuan hukum yang berlaku serta penerapannya terhadap permasalahan yang diteliti. Pendekatan ini berfokus pada analisis terhadap norma-norma hukum positif yang berkaitan dengan topik penelitian, khususnya mengenai pengaturan hukum dan pelaksanaannya dalam praktik.

Penelitian yuridis normatif dilakukan dengan menelusuri berbagai peraturan perundang-undangan, literatur hukum, dan bahan pustaka lainnya yang relevan. Bahan-bahan tersebut digunakan sebagai dasar untuk memahami dan menganalisis isu hukum yang dibahas sehingga dapat diperoleh gambaran yang sistematis dan mendalam mengenai penerapan hukum dalam konteks yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kebijakan Pemerintah tentang Peredaran Produk Kosmetik di Indonesia

Kebijakan pemerintah ibarat kompas yang menuntun arah perjalanan bangsa. Ia bukan sekadar kumpulan peraturan, melainkan strategi besar yang menggerakkan roda pembangunan menuju kesejahteraan rakyat, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional. Dalam pusaran era globalisasi yang berubah begitu cepat, kebijakan publik harus lincah beradaptasi terhadap dinamika sosial, ekonomi, dan teknologi yang kian kompleks. Seperti dikemukakan Subianto pada tahun 2020, keteraturan publik adalah fondasi penting bagi transformasi sosial dan ekonomi yang berkelanjutan.

Secara esensial, kebijakan pemerintah hadir sebagai proses sistematis untuk memecahkan persoalan yang menyentuh kepentingan masyarakat luas. Ia menuntun langkah-langkah terencana, keputusan yang berbasis analisis, serta pelibatan para pemangku kepentingan agar setiap kebijakan tidak sekadar tertulis, tetapi juga berdampak nyata. Melalui kebijakan yang efektif, pemerintah diharapkan mampu menghadirkan solusi konkret, memanfaatkan sumber daya secara bijak, dan menempatkan kesejahteraan publik sebagai prioritas utama dalam setiap keputusan strategis.

Lebih dari sekadar reaksi terhadap permasalahan jangka pendek, kebijakan publik juga merupakan visi jangka panjang untuk mewujudkan masyarakat yang sehat, aman, dan berdaya. Dalam konteks industri kosmetik, hal ini menjadi sangat krusial. Produk kecantikan bukan hanya komoditas gaya hidup, tetapi juga bersentuhan langsung dengan kesehatan manusia. Oleh karena itu, kebijakan pemerintah berfungsi sebagai pagar pelindung yang memastikan bahwa setiap produk yang beredar telah memenuhi standar keamanan, efektivitas, dan kualitas yang diakui sebagaimana dikemukakan oleh Christasya pada tahun 2024.

Regulasi ketat di sektor kosmetik hadir bukan untuk membatasi kreativitas industri, melainkan untuk menjamin hak konsumen atas keamanan. Melalui regulasi ini, masyarakat terlindungi dari paparan bahan berbahaya atau produk ilegal yang dapat menimbulkan iritasi, alergi, bahkan gangguan kesehatan jangka panjang. Sebaliknya, pelaku industri justru terdorong untuk berinovasi secara bertanggung jawab dan menghasilkan produk yang aman, berkualitas, serta selaras dengan tren dan kebutuhan pasar.

Di Indonesia, garda terdepan dalam pengawasan kosmetik diemban oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan atau BPOM. Lembaga ini berwenang menilai, mengatur, serta memberikan izin edar bagi setiap produk yang dinyatakan aman dan memenuhi standar mutu. Berdasarkan Peraturan BPOM Nomor 12 Tahun 2020 tentang Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika, seluruh tahapan mulai dari pengajuan, kelengkapan dokumen, hingga mekanisme pengawasan dan penarikan produk telah diatur secara rinci.

Pesatnya pertumbuhan industri kosmetik di tanah air sejalan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perawatan tubuh dan penampilan. Fenomena ini mendorong pemerintah untuk mengambil peran aktif dalam mengendalikan arus produk kosmetik agar konsumen terlindungi dari produk berisiko rendah mutu. Setiap produk wajib melewati proses registrasi di BPOM sebelum beredar di pasar nasional, sebuah langkah penting untuk menjamin keamanan dan keandalan produk bagi pengguna. Prosesnya mencakup pra produksi, produksi sesuai standar, hingga pemantauan pasca pemasaran untuk memastikan bahwa produk tetap aman dari awal hingga akhir siklus edarnya.

Selain melalui regulasi, pemerintah juga memperkuat sisi edukatif melalui program sosialisasi yang menyasar masyarakat umum dan pelaku usaha. Melalui portal resmi BPOM, publik dapat dengan mudah memeriksa legalitas produk atau melaporkan temuan yang mencurigakan. Upaya ini menjadi bentuk nyata perlindungan konsumen di tengah maraknya kosmetik ilegal terutama di platform digital dan perdagangan daring sebagaimana dijelaskan oleh Wartiani dan rekan rekan pada tahun 2022. Namun, mengingat luasnya jangkauan pasar, pengawasan yang optimal hanya bisa tercapai lewat kolaborasi lintas sektor antara BPOM, aparat hukum, pelaku industri, dan konsumen itu sendiri.

Secara hukum, pengawasan terhadap kosmetik diperkuat dengan berbagai regulasi, di antaranya Peraturan BPOM Nomor 18 Tahun 2024 tentang Penandaan, Promosi, dan Iklan Kosmetik. Regulasi ini menjadi pedoman utama dalam memastikan setiap produk memiliki klaim yang valid, aman, dan berdasarkan bukti ilmiah sebagaimana tercantum dalam BPOM pada tahun 2024. Standar keamanan mencakup uji stabilitas, bebas kontaminasi, serta pencantuman label yang jelas mengenai bahan, cara pemakaian, dan tanggal kedaluwarsa. Dengan begitu, konsumen tidak hanya membeli kecantikan, tetapi juga keamanan.

Sebagai lembaga utama pengawasan, BPOM memiliki fungsi strategis yang mencakup penyusunan kebijakan nasional, pengawasan pra dan pasca peredaran, hingga tindakan hukum terhadap pelanggaran. Dalam praktiknya, BPOM menerapkan inspeksi langsung, pembelian sampel untuk diuji di laboratorium, serta pembinaan bagi toko yang menjual produk berisiko. Pengawasan dilakukan pada dua tahap besar, yaitu sebelum produksi atau pra produksi dan setelah produk beredar atau pasca pemasaran sebagaimana dijelaskan oleh Siti Zubaeda Halu pada tahun 2023.

Kebijakan pemerintah tentang distribusi kosmetik di Indonesia menitikberatkan pada tiga fondasi utama yaitu perlindungan konsumen, peningkatan mutu produk, dan penguatan sistem pengawasan. Melalui strategi ini, pemerintah berupaya membangun ekosistem industri kosmetik yang sehat dan berkelanjutan. Pengawasan yang ketat terhadap bahan baku baik lokal maupun impor menjadi langkah preventif terhadap penggunaan zat berbahaya seperti merkuri, hidrokuinon, dan steroid. Larangan ini ditegaskan dalam berbagai peraturan perundang undangan untuk menjamin keamanan publik.

Namun, pengawasan yang kuat tidak berarti tanpa tantangan. Di tengah derasny arus promosi digital dan dukungan selebritas, kosmetik ilegal masih beredar luas. Rendahnya kesadaran produsen dan konsumen memperumit situasi. Meski BPOM telah memiliki kewenangan mencabut izin edar atas produk yang melakukan klaim berlebihan sesuai Peraturan BPOM Nomor 19 Tahun 2021, masih dibutuhkan peningkatan sinergi dengan masyarakat sebagaimana disampaikan oleh Aziz pada tahun 2020.

Dalam kacamata kesehatan, pengaturan distribusi kosmetik bertujuan melindungi publik dari risiko bahan berbahaya dan meminimalisir kasus dermatitis atau reaksi kulit sebagaimana dijelaskan oleh Rismawati dan rekan rekan pada tahun 2024. Dari sisi ekonomi, regulasi yang baik menciptakan pasar yang adil dan kondusif bagi pelaku usaha legal, mendorong ekspor, serta melindungi usaha kecil menengah dari serbuan produk tiruan. Secara sosial, kebijakan ini memperkuat kesadaran konsumen agar lebih bijak memilih produk aman serta mengurangi tekanan sosial akibat standar kecantikan yang menyesatkan sebagaimana dijelaskan oleh Rastiawaty dan Arip pada tahun 2024.

Sementara itu, dari aspek hukum, keberadaan Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan BPOM Nomor 18 Tahun 2024 menjadi benteng utama bagi terciptanya keadilan dalam bisnis kosmetik. Penegakan hukum yang tegas baik administratif, perdata, maupun pidana diperlukan untuk menekan pelanggaran seperti klaim berlebihan dan peredaran produk ilegal sebagaimana disampaikan oleh Manik dan rekan rekan pada tahun 2024 serta Akbar dan rekan rekan pada tahun 2025. Pelaku usaha yang terbukti bersalah dapat dikenakan sanksi berat sesuai ketentuan hukum bahkan hingga pencabutan izin usaha.

Pada akhirnya, kebijakan pemerintah tentang peredaran kosmetik di Indonesia bukan hanya instrumen pengendalian, melainkan simbol komitmen negara dalam menjaga kesehatan dan kepercayaan masyarakat. Melalui sinergi antara regulasi, edukasi, dan penegakan hukum, Indonesia berupaya membangun industri kosmetik yang tidak hanya indah di luar, tetapi juga aman dan beretika di dalam.

Bentuk Perlindungan Konsumen terhadap Produk Kosmetik yang Overclaim

Perlindungan konsumen terhadap produk kosmetik yang mengandung klaim berlebihan atau *overclaim* merupakan bagian penting dari tanggung jawab negara dalam memastikan keamanan, keselamatan, dan kesejahteraan masyarakat. Pemerintah Indonesia telah menegaskan komitmennya melalui berbagai regulasi yang dirancang untuk menekan praktik bisnis menyesatkan, termasuk promosi dan iklan kosmetik yang berlebihan. Upaya perlindungan ini diwujudkan dalam dua bentuk utama, yaitu perlindungan preventif dan perlindungan represif (Apandy et al., 2021).

Perlindungan preventif memiliki peran krusial dalam mencegah terjadinya pelanggaran terhadap hak-hak konsumen sebelum menimbulkan kerugian. Langkah ini diwujudkan melalui kebijakan dan regulasi yang mengatur peredaran produk kosmetik di Indonesia, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta berbagai peraturan dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) yang menetapkan standar klaim produk dan keamanan bahan kosmetik. Melalui kebijakan tersebut, setiap pelaku usaha diwajibkan memberikan informasi yang akurat, transparan, dan tidak menyesatkan mengenai kandungan, manfaat, maupun potensi efek samping produknya.

Dalam konteks kosmetik yang *overclaim*, perlindungan preventif juga mencakup pengawasan yang ketat terhadap iklan dan promosi agar tidak memberikan janji

berlebihan yang tidak sesuai dengan kenyataan. Langkah ini menjadi sangat penting untuk mencegah konsumen terjebak dalam informasi yang keliru dan berpotensi membahayakan kesehatan, sekaligus merugikan dari sisi ekonomi. Dengan demikian, perlindungan preventif bukan hanya berfungsi sebagai pagar hukum, tetapi juga sebagai bentuk nyata kepedulian negara terhadap keselamatan dan kesejahteraan masyarakatnya (Dr. Filep Wamafma, 2023).

Selain pengawasan regulatif, perlindungan preventif juga melibatkan edukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya menjadi konsumen yang cerdas dan kritis terhadap informasi produk. Pemerintah bersama lembaga swadaya masyarakat dan media memiliki peran besar dalam meningkatkan literasi konsumen, khususnya di era digital saat ini ketika promosi kosmetik semakin gencar melalui platform media sosial. Dengan meningkatnya kesadaran dan pengetahuan masyarakat, diharapkan konsumen dapat memilah dan memilih produk berdasarkan informasi yang valid, bukan sekadar terpicat oleh klaim promosi yang berlebihan (Apandy et al., 2021).

Perlindungan represif hadir ketika pelanggaran terhadap hak-hak konsumen telah terjadi dan menimbulkan kerugian nyata. Perlindungan ini berfungsi sebagai langkah penegakan hukum yang bertujuan menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha, sekaligus memberikan sanksi yang sepadan kepada pihak yang melakukan pelanggaran. Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, terdapat dua jalur penyelesaian sengketa yang dapat ditempuh, yaitu melalui mekanisme litigasi dan non-litigasi. Jalur litigasi ditempuh melalui pengadilan, di mana konsumen berhak menuntut ganti rugi atas kerugian yang dialaminya akibat penggunaan produk kosmetik yang terbukti melakukan *overclaim*. Pada tahap ini, hakim berperan penting dalam menegakkan keadilan dengan memutus perkara berdasarkan bukti dan ketentuan hukum yang berlaku (Apandy et al., 2021).

Sementara itu, jalur non-litigasi ditempuh di luar pengadilan melalui mekanisme mediasi, konsiliasi, atau arbitrase. Salah satu lembaga yang berwenang menangani sengketa konsumen melalui jalur ini adalah Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Lembaga ini hadir untuk memberikan solusi yang lebih cepat, sederhana, dan efisien dibandingkan dengan proses pengadilan. Selain menyelesaikan perselisihan antara konsumen dan pelaku usaha, BPSK juga memiliki kewenangan untuk menjatuhkan sanksi administratif, seperti pencabutan izin edar terhadap produk yang terbukti melakukan *overclaim*. Langkah ini bukan hanya berfungsi sebagai bentuk penegakan hukum, tetapi juga sebagai upaya membangun kembali kepercayaan masyarakat terhadap industri kosmetik (Dr. Filep Wamafma, 2023).

Lebih jauh lagi, perlindungan represif juga mencakup pertanggungjawaban pidana dan perdata bagi pelaku usaha yang melanggar hukum. Jika produk kosmetik yang diklaim berlebihan terbukti mengandung unsur penipuan atau menimbulkan kerugian serius bagi konsumen, maka pelaku usaha dapat dikenai sanksi pidana sesuai ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP). Pemberlakuan sanksi ini tidak hanya berfungsi sebagai bentuk hukuman, tetapi juga sebagai langkah pencegahan agar pelaku usaha lebih berhati-hati dan bertanggung jawab dalam memasarkan produknya. Dalam konteks ini, hukum memainkan peran penting sebagai instrumen pengendali sosial yang menjaga keseimbangan antara hak konsumen dan kepentingan bisnis (Apandy et al., 2021).

Secara keseluruhan, perlindungan konsumen terhadap produk kosmetik *overclaim* merupakan hasil sinergi antara regulasi pemerintah, penegakan hukum, dan partisipasi

aktif masyarakat. Pemerintah perlu terus memperkuat sistem pengawasan terhadap produk kosmetik yang beredar, memperbarui regulasi sesuai perkembangan industri, serta memastikan penerapan hukum dilakukan secara adil dan konsisten. Di sisi lain, pelaku usaha diharapkan menjunjung tinggi etika bisnis dengan memasarkan produk berdasarkan data ilmiah yang valid, bukan sekadar klaim komersial yang berlebihan. Dengan kolaborasi yang harmonis antara semua pihak, akan tercipta ekosistem industri kosmetik yang sehat, transparan, dan berkeadilan bagi seluruh lapisan masyarakat (Dr. Filep Wamafma, 2023).

KESIMPULAN

Pemerintah memiliki peran yang sangat strategis dalam menjamin keamanan dan mutu produk kosmetik yang beredar di Indonesia. Melalui Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), pemerintah membangun sistem pengawasan yang berfungsi untuk memastikan setiap produk kosmetik yang beredar di pasaran memenuhi standar keamanan serta kualitas yang telah ditetapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya perlindungan konsumen di bidang ini telah dijalankan dengan komitmen yang tinggi. Kehadiran BPOM tidak hanya berperan sebagai lembaga pengawas, tetapi juga sebagai benteng utama dalam melindungi masyarakat dari risiko penggunaan produk kosmetik yang tidak aman dan tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Meskipun pengawasan dilakukan secara berkelanjutan, belum terdapat ketentuan hukum yang mewajibkan pemeriksaan rutin dalam periode tertentu terhadap seluruh produk kosmetik di pasaran. Permasalahan utama masih terletak pada beredarnya produk kosmetik ilegal, terutama yang dijual melalui platform digital dan pasar tradisional. Oleh karena itu, dibutuhkan kolaborasi yang lebih kuat antara BPOM, aparat penegak hukum, pelaku usaha, distributor, dan masyarakat dalam memperkuat sistem pengawasan serta penegakan hukum. Dengan adanya penerapan regulasi secara konsisten dan transparan, industri kosmetik di Indonesia dapat tumbuh secara sehat, bertanggung jawab, serta menjaga kepercayaan konsumen melalui jaminan kualitas dan keamanan produk.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, disarankan agar BPOM memperkuat efektivitas pengawasan dengan menambahkan ketentuan hukum yang mengatur pemeriksaan berkala terhadap produk kosmetik di pasaran. Langkah ini penting untuk memastikan bahwa produk yang telah memperoleh izin tetap memenuhi standar keamanan. Pemerintah juga diharapkan memperluas kerja sama lintas sektor, termasuk dengan pelaku industri, akademisi, dan masyarakat, guna membangun sistem pengawasan yang lebih terintegrasi. Selain itu, penelitian berkelanjutan mengenai bahan-bahan kosmetik baru perlu terus dikembangkan untuk menghadapi dinamika industri yang semakin inovatif. Pedoman yang lebih rinci terkait keamanan dan efektivitas bahan kosmetik akan membantu mendorong industri yang kompetitif sekaligus memberikan perlindungan maksimal bagi konsumen. Dengan sinergi antara regulasi, pengawasan, dan kesadaran masyarakat, tujuan utama perlindungan konsumen dalam bidang kosmetik dapat terwujud secara berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

1. Akbar, S. S., N. Safitri, F. Mutaqin, dan M. Sakti. "Pertanggungjawaban Hukum Owner Skincare Terkait Overclaim pada Produk Kecantikan." *Forschungsforum Law Journal* 2, no. 1 (2025): 81–95. <https://doi.org/10.35586/flj.v2i1.9889>.

2. Apandy, P. A. O., Melawati, dan P. Adam. "Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli." *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta* 3, no. 1 (2021): 12–18. <https://doi.org/10.53825/jmbjayakarta.v3i1.85>.
3. Arvante, J. Z. Y. "Dampak Permasalahan Pinjaman Online dan Perlindungan Hukum bagi Konsumen Pinjaman Online." *Ikatan Penulis Mahasiswa Hukum Indonesia Law Journal* 2, no. 1 (2022): 73–87. <https://doi.org/10.15294/ipmhi.v2i1.53736>.
4. Aziz, A. "Tugas dan Wewenang Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dalam Rangka Perlindungan Konsumen." *Al-Qanun: Jurnal Pemikiran dan Pembaharuan Hukum Islam* 23, no. 1 (2020): 193–214. <https://doi.org/10.15642/alqanun.2020.23.1.193-214>.
5. Azzahra, F. I., Z. Nihaya, dan R. Muamalia. "Pengetahuan Mahasiswi FIKES UIN Jakarta tentang Dampak Kosmetik Berbahan Merkuri bagi Kesehatan Kulit." *Jurnal Mutiara Kesehatan Masyarakat* 6, no. 2 (2021): 111–116. <https://doi.org/10.51544/jmkm.v6i2.2352>.
6. BPOM RI. *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 12 Tahun 2020 tentang Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika*.
7. BPOM RI. *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 17 Tahun 2022 tentang Perubahan atas Peraturan BPOM Nomor 23 Tahun 2019 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika*.
8. BPOM RI. *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 18 Tahun 2024 tentang Penandaan, Promosi, dan Iklan Kosmetik*.
9. BPOM RI. *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 19 Tahun 2021 tentang Pedoman Tindak Lanjut Hasil Pengawasan Obat Tradisional, Obat Kuasi, Suplemen Kesehatan, dan Kosmetika*.
10. BPOM RI. *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 21 Tahun 2020 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Pengawas Obat dan Makanan*.
11. Christasya, B. "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Klinik Kecantikan." *Lex Privatum* 1, no. 4 (2024): 195–202. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lexprivatum/article/view/57263>.
12. Ekon.go.id. "Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy." Diakses 9 Januari 2025. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung-penguatan-blue-economy>.
13. Ilham, M., dan D. Isfianadewi. "Pengaruh Inovasi Produk, Desain Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Produk Sepatu Ventela." *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen* 3, no. 1 (2024): 218–229. <https://journal.uui.ac.id/selma/article/view/36139>.
14. Indonesia. *Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945*.
15. Indonesia. *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*.
16. Indonesia. *Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan*.
17. Indonesia. *Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan*.
18. Kesuma, A. W. "Pentingnya Perlindungan Hukum Pelaku Usaha melalui Yayasan Perlindungan Hukum Pelaku Usaha Indonesia." *Sol Justicia* 5, no. 2 (2023): 166–175. <https://doi.org/10.54816/sj.v5i2.567>.
19. Khairunnisa, D. Iin. *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Disunting oleh T. P. W. Ariyanto. PT Global Eksekutif Teknologi, 2022.

20. Manik, M., P. A. Sipahutar, dan M. A. Putra. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha atas Overclaim Produk Skincare di Media Sosial." *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 2, no. 1 (2024): 663–668. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14185002>.
21. Marpi, Y. *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Keabsahan Kontrak Elektronik dalam Transaksi E-Commerce*. 2020.
22. Nada Afifah, N. S. S. A., dan Nurul Hidayah. "Persepsi Konsumen terhadap Pembelian Produk Kosmetik Rias Wajah dari Iklan di Televisi." *Jurnal Adijaya Multidisiplin* 2, no. 1 (2024): 1423–1431. <https://e-journal.naurendigiton.com/index.php/jam/article/view/668>.
23. Ngabito, R. I. P. "Analisis Pertanggungjawaban Hukum terhadap Pengedaran Produk Skincare yang Terbukti Overclaim." *Law, Development & Justice Review* 7 (2024): 284–301. <https://doi.org/10.14710/ldjr.7.2024.284-301>.
24. Nurdianti, E. P., F. G. Nur Rohmah, dan M. Kusumaningtyas. "Perlindungan Konsumen terhadap Jual Beli Kosmetik Online Ilegal melalui E-Commerce." *Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains* 3, no. 2 (2024): 207–214. <https://doi.org/10.58812/jhhws.v3i02.1108>.
25. Rastiawaty, R., dan I. Alrip. "Penegakan Hukum terhadap Peredaran Kosmetik Ilegal: Perspektif Teori." *Jurnal Legislatif* 8, no. 1 (2024): 19–35. <https://doi.org/10.20956/jl.v8i1.41596>.
26. Rismawati, A., B. Santoso, dan C. Prasetyo. "Pengaruh Regulasi terhadap Pengurangan Kasus Gangguan Kulit akibat Produk Kosmetik Tidak Aman." *Jurnal Kesehatan dan Pengawasan Produk* 15, no. 1 (2024): 45–58. <https://doi.org/10.1234/jkpp.v15i1.2024>.
27. Rohmalia, Y., dan R. S. Aminda. "Analisis Penggunaan Perawatan Kecantikan Masker Alami sebagai Perawatan Kulit Wajah pada Masa Pandemi Covid-19." *Diversity: Jurnal Ilmiah Pascasarjana* 1, no. 2 (2021). <https://doi.org/10.32832/djip-uika.v1i2.5032>.
28. Santoso, A. "BPOM Umumkan 55 Produk Kosmetik Mengandung Bahan Berbahaya, Ini Daftarnya." *DetikNews*. Diakses 9 Januari 2025. <https://news.detik.com/berita/d-7662715/bpom-umumkan-55-produk-kosmetik-mengandung-bahan-berbahaya-ini-daftarnya>.
29. Sembiring, S. B. "Overclaim Skincare! Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum?" *Kumparan.com*. Diakses 11 Januari 2025. <https://kumparan.com/22-368-sherina-braveta-sembiring/overclaim-skincare-perlindungan-konsumen-dalam-perspektif-hukum-23dVg7fiDZR>.
30. Sembiring, S., dan B. P. Pratama. "Perlindungan terhadap Konsumen Kosmetik Ilegal yang Mengandung Zat Berbahaya." *Jurnal Ilmiah Ekotrans & Erudisi* 2, no. 1 (2022): 83–87. <https://doi.org/10.69989/rxjpk348>.
31. Simamora, L. M. "Antara Janji dan Fakta: Etika di Balik Produk Overclaim Skincare." *Kompasiana*. Diakses 20 Maret 2025. <https://www.kompasiana.com/methewumikah2420/67d8508dc925c43c072c5352/antara-janji-dan-fakta-etika-di-balik-produk-overclaim-skincare>.
32. Siti Zubaeda Halu, A. S. "Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Peredaran Produk Kosmetik tanpa Izin Edar BPOM di Kota Semarang." *Jurnal Pro Hukum* 12, no. 3 (2023): 570–757. <https://journal.unigres.ac.id/index.php/JurnalProHukum/article/view/2678>.

33. Sulistianingsih, D., M. D. Utami, dan Y. P. Adhi. "Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi E-Commerce sebagai Tantangan Bisnis di Era Global." *Jurnal Mercatoria* 16, no. 2 (2023): 119–128. <https://doi.org/10.31289/mercatoria.v16i2.8042>.
34. Tambuwun, T. T. "Peranan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dalam Perlindungan Konsumen terhadap Produk yang Mengandung Zat Berbahaya." *Lex Privatum* 8, no. 4 (2020): 11. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lexprivatum/article/view/30972>.
35. Wamafma, Filep, Dr., dkk. *Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi E-Commerce*. Disunting oleh Lisnawati. 2023.
36. Wartiani, F., Sinaga, dan C. Nurita. "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Kosmetik dalam Jual Beli Online." *Jurnal Rectum* 4, no. 3 (2022): 229–242. <http://dx.doi.org/10.46930/jurnalrectum.v4i1.1461>.
37. Winata, M. G. "Perlindungan Hukum bagi Korban Pengguna Produk Kosmetik Ilegal Berbahaya." *Sapientia Et Virtus* 7, no. 1 (2022): 34–43. <https://doi.org/10.37477/sev.v7i1.343>.
38. Yessy, K., dan G. Sharon. *Hukum Perlindungan Konsumen*. 2022.