

BAB 1

PENDAHUUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan gaya hidup masyarakat modern mendorong meningkatnya kesadaran akan pentingnya perawatan kulit, baik bagi perempuan maupun laki-laki. Perawatan kulit tidak lagi dipandang semata-mata sebagai penunjang penampilan, tetapi juga sebagai upaya menjaga kesehatan kulit wajah dan tubuh. Meskipun perawatan dapat dilakukan melalui klinik kecantikan atau dokter spesialis, tingginya biaya perawatan profesional menyebabkan sebagian besar masyarakat memilih perawatan mandiri dengan menggunakan produk *skincare* yang beredar di pasaran. Produk *skincare* hadir dalam berbagai jenis dan formulasi yang disesuaikan dengan kondisi kulit, seperti kulit kering, berminyak, kombinasi, hingga sensitif, serta ditujukan untuk mengatasi beragam permasalahan kulit, seperti jerawat, kulit kusam, dan kurangnya kelembapan.

Penggunaan produk *skincare* di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun. Hal ini tercermin dari pertumbuhan industri kecantikan yang pada tahun 2023 mencatat peningkatan penjualan sebesar 4,75%. Selain itu, jumlah pelaku usaha di sektor industri kecantikan juga mengalami peningkatan sebesar 21,9%, dari 913 perusahaan pada tahun 2022 menjadi 1.010 perusahaan pada pertengahan tahun 2023. Peningkatan ini menunjukkan bahwa industri *skincare* menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat dan memiliki tingkat persaingan usaha yang tinggi.

Tingginya persaingan usaha mendorong pelaku usaha untuk menggunakan berbagai strategi pemasaran guna menarik minat konsumen. Salah satu strategi yang kerap digunakan adalah penyampaian klaim mengenai keunggulan produk, khususnya terkait kandungan aktif dalam produk *skincare*.

Namun, dalam praktiknya, tidak sedikit pelaku usaha yang diduga melakukan *overclaim*, yaitu penyampaian informasi yang berlebihan atau tidak sesuai dengan kadar kandungan sebenarnya dalam suatu produk *skincare*. Praktik *overclaim* ini berpotensi menyesatkan konsumen dan merugikan secara finansial maupun kesehatan. Fenomena *overclaim* pada produk *skincare* menjadi perhatian publik setelah adanya uji laboratorium yang dilakukan oleh seorang dokter kecantikan yang dikenal dengan sebutan “Dokter Detektif”. Melalui akun media sosialnya, dokter tersebut mempublikasikan hasil uji laboratorium terhadap sejumlah produk *skincare* yang beredar di pasaran.

Hasil uji tersebut menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara klaim kandungan yang tercantum pada label atau materi promosi dengan kandungan aktual dalam produk. Publikasi hasil uji laboratorium tersebut memicu reaksi keras dari masyarakat, yang mengungkapkan kekecewaan dan hilangnya kepercayaan terhadap beberapa merek *skincare* melalui kolom komentar media sosial. Sejumlah konsumen juga mengaku mengalami kerugian finansial, mengingat harga produk *skincare* yang terindikasi *overclaim* tergolong cukup mahal dan digunakan secara rutin untuk memperoleh hasil sebagaimana dijanjikan.

Salah satu contoh kasus *overclaim* terjadi pada produk *Hyalucera Moisturizer* dari merek *The Originote* pada tahun 2022 yang mengklaim

mengandung 2% *ceramide*. Namun, berdasarkan daftar komposisi bahan pada label produk, *ceramide* tercantum setelah *phenoxyethanol*, yang mengindikasikan bahwa kandungan *ceramide* dalam produk tersebut kurang dari 1%. Hal ini tidak sesuai dengan ketentuan Peraturan BPOM Nomor 30 Tahun 2017 yang mengatur bahwa penulisan komposisi bahan harus disusun dari kadar terbesar ke terkecil, kecuali untuk bahan dengan kadar di bawah 1%.

Kasus serupa juga ditemukan pada produk *Retinol B3 Serum* dan *Gluta Bright B3 Serum* dari merek yang sama, di mana hasil uji laboratorium menunjukkan kandungan bahan aktif yang jauh lebih rendah dibandingkan klaim yang disampaikan dalam promosi produk. Selain itu, produk *SSSKIN Retinol Serum* yang mengklaim mengandung 1% *retinol* diketahui hanya mengandung 0,0054% *retinol* berdasarkan hasil uji laboratorium. Produk *Maryame Beauty Glow Up Cream* yang mengklaim mengandung 10% *niacinamide* juga terbukti hanya mengandung sekitar 5,3%. Kasus *overclaim* lainnya terjadi pada produk *Daviena Sleeping Mask Retinol Booster* yang mengklaim mengandung 2% *Actosome Retinol*, namun hasil uji laboratorium menunjukkan kandungan *Pure Retinol* yang jauh lebih rendah.

Produk *HB Dosting Body Lotion* dari merek yang sama juga diduga tidak mengandung *niacinamide* dan *tranexamic acid* sesuai dengan klaim pada kemasan. Kasus-kasus tersebut semakin memperkuat adanya praktik *overclaim* yang merugikan konsumen. Dari perspektif hukum di Indonesia, praktik *overclaim* pada produk *skincare* bertentangan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya dalam penelitian ini disebut UUPK. Pasal 8 ayat (1) huruf f UUPK melarang pelaku

usaha memproduksi atau memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan.

Meskipun UUPK telah mengatur larangan penyampaian informasi yang menyesatkan, undang-undang ini belum memberikan batasan yang jelas dan definisi yang tegas mengenai *overclaim* sebagai suatu perbuatan hukum tertentu. Kondisi tersebut menimbulkan ketidakjelasan dalam penerapan norma, khususnya dalam menentukan batasan perbuatan *overclaim* serta bentuk sanksi yang dapat dikenakan kepada pelaku usaha. Dalam praktiknya, ketentuan Pasal 8 ayat (1) huruf f Undang-UUPK juga belum diterapkan secara optimal terhadap kasus *overclaim* produk *skincare*, sehingga penegakan sanksi masih belum konsisten dan belum memberikan kepastian hukum maupun efek jera bagi pelaku usaha.

Selain itu, regulasi yang dikeluarkan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) masih menunjukkan adanya kelemahan dalam aspek pengawasan. Pengawasan yang dilakukan lebih menitikberatkan pada perizinan dan keamanan produk, sementara verifikasi terhadap kebenaran klaim persentase kandungan bahan aktif belum diwajibkan secara menyeluruh sebelum produk diedarkan. Kondisi ini membuka peluang bagi pelaku usaha untuk mencantumkan klaim kandungan secara berlebihan tanpa pengawasan yang memadai, sehingga perlindungan hukum terhadap konsumen belum berjalan secara optimal.

Berdasarkan uraian tersebut, permasalahan *overclaim* pada produk *skincare* menunjukkan adanya norma yang bersifat kabur dalam pengaturan

perlindungan konsumen. Kekaburan norma ini menyebabkan ketidakpastian hukum dalam penegakan sanksi terhadap pelaku usaha serta perlindungan hak konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum bagi konsumen terhadap praktik *overclaim* produk *skincare* berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Peneliti tertarik untuk menganalisis dan meneliti lebih dalam mengenai hal tersebut dalam penelitian yang berjudul **“PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP OVERCLAIM PRODUK SKINCARE BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Biaya perawatan di klinik kecantikan atau dokter spesialis yang mahal membuat banyak orang memilih merawat kulit sendiri dengan produk *skincare*.
2. Pertumbuhan industri kecantikan di Indonesia meningkatkan persaingan antar pelaku usaha. Untuk menarik konsumen, mereka memanfaatkan *e-commerce* dan media sosial. Namun, beberapa menggunakan cara tidak etis, seperti *overclaim* kandungan produk.
3. Beberapa pelaku usaha melakukan *overclaim* kandungan produk *skincare* dalam iklan, yang tidak sesuai dengan kenyataan. Praktik ini melanggar UU

Perlindungan Konsumen dan merugikan konsumen yang mempercayainya.

1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada analisis hukum normatif terhadap praktik *overclaim* yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam memasarkan produk *skincare* melalui iklan dan informasi produk pada platform digital, khususnya *e-commerce* dan media sosial. Pembahasan difokuskan pada kesesuaian praktik *overclaim* tersebut dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, terutama yang berkaitan dengan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur serta hak konsumen atas informasi yang tidak menyesatkan.

Penelitian ini secara khusus membatasi pembahasan pada adanya norma yang bersifat kabur dalam pengaturan *overclaim*, terutama mengenai ketidakjelasan batasan perbuatan *overclaim* dan penerapan sanksi hukum terhadap pelaku usaha yang melakukan klaim tidak sesuai dengan kandungan produk. Dampak *overclaim* terhadap konsumen dibahas sebatas pada kerugian material dan kekecewaan akibat manfaat produk yang tidak sesuai dengan klaim yang disampaikan oleh pelaku usaha.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut , maka rumusan masalah yang akan menjadi obyek pembahasan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen dan bentuk ganti rugi pelaku usaha kepada konsumen terhadap *overclaim* dalam promosi produk *skincare*?

2. Bagaimana Tanggungjawab BPOM terhadap izin edar yang dikeluarkan pada produk *skincare* yang terindikasi *overclaim*?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang peneliti paparkan sebelumnya, maka tujuan yang ingin peneliti capai adalah sebagai berikut:

1.5.1 Tujuan Umum

Dalam penelitian ini yang menjadi tujuan umumnya adalah untuk menganalisis perlindungan hukum bagi konsumen terhadap praktik *overclaim* produk *skincare* berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

1.5.2 Tujuan Khusus

- a. Untuk menganalisis kesesuaian praktik *overclaim* produk *skincare* dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terkait kewajiban pelaku usaha dalam memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur.
- b. Untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan akibat praktik *overclaim* produk *skincare* berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- c. Untuk menganalisis bentuk pertanggungjawaban hukum dan penerapan sanksi terhadap pelaku usaha yang melakukan praktik *overclaim* produk *skincare* dalam perspektif perlindungan konsumen.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Dari sisi teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk menambah pengetahuan dan kontribusi bagi semua subjek hukum terutama dalam perlindungan hukum kepada konsumen atas tindakan *overclaim* produk *skincare* yang dipromosikan oleh pelaku usaha.

1.6.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman dan wawasan mahasiswa, khususnya mahasiswa hukum, mengenai penerapan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam kasus praktik *overclaim* produk *skincare*. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi akademik dalam menganalisis permasalahan norma kabur dalam hukum perlindungan konsumen serta menjadi bahan pembelajaran dalam penelitian hukum normatif.

b. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah, khususnya lembaga terkait, dalam mengevaluasi efektivitas pengaturan dan pengawasan terhadap klaim produk *skincare*. Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan mengenai perlunya penegasan norma dan konsistensi penerapan sanksi

terhadap pelaku usaha yang melakukan *overclaim*, guna meningkatkan perlindungan hukum bagi konsumen.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat sebagai konsumen mengenai hak-haknya dalam memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur terkait produk *skincare*. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan pemahaman mengenai bentuk perlindungan hukum dan upaya hukum yang dapat ditempuh apabila konsumen dirugikan akibat praktik *overclaim*.

