

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia, jumlah populasi perempuan mencapai 49,42% dari total penduduk.¹ Sedikit banyak perempuan di Indonesia menginginkan dirinya agar terlihat cantik pada penampilannya dengan hasil maksimal dalam waktu yang cepat. Fenomena sosial mendorong banyak konsumen, terutama perempuan untuk memilih produk perawatan kulit dengan menjanjikan hasil yang maksimal dan cepat tanpa menimbangkan kandungan zat, informasi klaim ilmiah atau legalitas yang terdapat dalam produk *skincare* tersebut. Faktor harga murah dan promosi berlebihan yang memanfaatkan kebutuhan konsumen semakin memperparah kerentanan mereka terhadap praktik *overclaim* yang tidak didukung perizinannya oleh BPOM. Padahal di Indonesia terdapat jaminan produk perawatan kecantikan dan kesehatan kulit yang dikelola oleh asosiasi eksekutif.²

Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat Indonesia akan pentingnya menjaga perawatan kulit, industri *skincare* tumbuh begitu pesat dengan persaingan bisnis yang ketat antarmerek. Maraknya produk-produk *skincare* yang ditawarkan terdapat isu serius yang perlu mendapat perhatian, yaitu praktik *overclaim* oleh pelaku usaha pada kandungan zat produk *skincare*. *Overclaim*

¹ Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). *Statistik penduduk perempuan Indonesia 2023*. <https://www.bps.go.id/en/statistics>, diakses pada 18.30, tanggal 3 Januari 2025.

² Trisandri, M. I. R., Alkautsar, S. A., & Saleh, M. Z. (2024). Pemasaran *Skincare* Di Indonesia: Sebuah Fenomena Budaya Populer Korea Selatan. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 2(1), hal. 221-228.

merupakan tindakan di mana produsen atau pemasar menyatakan manfaat atau kandungan produk yang tidak sesuai dengan kenyataan, sehingga dapat menyesatkan konsumen.³

Di sisi lain, telah adanya payung regulasi untuk menjamin hak dari konsumen agar memperoleh informasi akurat dan kewajiban pelaku usaha untuk menghindari klaim menyesatkan berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (yang selanjutnya dapat disingkat menjadi UUPK). Selain itu, pengawasan produk *skincare* secara teknis dilakukan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (yang selanjutnya disebut sebagai BPOM) berdasarkan regulasi BPOM Nomor 32 Tahun 2022 tentang Kriteria dan Tata Laksana Registrasi Kosmetik.⁴ Namun, maraknya produk *illegal* di platform *e-commerce* dan lemahnya penegakan sanksi atas pelanggaran *overclaim* menunjukkan adanya celah antara regulasi dan implementasi.

Tentu saja, dengan adanya Undang – Undang Perlindungan Konsumen tersebut, konsumen dan pelaku usaha memiliki kewajiban, hak, dan tanggungjawab.⁵ Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK) Pasal 4, hak konsumen telah dijamin oleh hukum. Seperti pada unsur kesatu, menerangkan bahwa berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan saat mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Unsur

³ Nuraeni, R., & Santoso, A. P. A. (2025). Perlindungan Konsumen Terhadap Produk *Overclaim Skincare* Di Indonesia. *Jurnal Inovasi Hukum*, 6(1). hal. 585-586.

⁴ Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). (2022). *Peraturan BPOM Nomor 32 Tahun 2022 tentang Kriteria dan Tata Laksana Registrasi Kosmetik*.

⁵ Setyawati, D. A., Ali, D., & Rasyid, M. N. (2017). Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik. *Syiah Kuala Law Journal*, 1(3), hal. 32.

kedua adalah hak untuk memilih barang atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang telah disepakati. Unsur ketiga, konsumen berhak memperoleh informasi yang benar, jelas dan jujur serta hak mendapatkan perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa secara adil agar ia dapat menerima kompensasi kerugian dengan cara mengganti barang atau jasa apabila tidak sama berdasarkan janji yang telah disepakati dan standar yang diharapkan tidak terpenuhi.

Di sisi lain, Pasal 5 UUPK mengatur kewajiban konsumen. Pertama, konsumen harus membaca dan mengikuti petunjuk informasi dan prosedur untuk melindungi keselamatan mereka. Kedua, harus memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap transaksi pembayaran yang telah disepakati. Ketiga, mereka harus berpartisipasi menyelesaikan masalah perlindungan konsumen secara patut dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Sementara itu, UUPK juga mengatur mengenai hak dan kewajiban pelaku usaha, yang mana berdasarkan bunyi Pasal 6 yaitu, pelaku usaha berhak mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik, serta hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen. Pelaku usaha juga berhak untuk mendapatkan rehabilitasi nama baik apabila dapat dibuktikan secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang atau jasa yang diperdagangkan. Lebih lanjut, sesuai dengan Pasal 7 UUPK, pelaku usaha wajib beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, memberikan informasi dan memperlakukan konsumen secara benar, jelas, jujur, dan tidak diskriminatif,

serta memberi kompensasi atau ganti rugi apabila barang atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Industri *skincare* saat ini berkembang pesat, didorong oleh tingginya permintaan masyarakat akan produk perawatan kulit.⁶ Berdasarkan hal tersebut perlu diperhatikan dalam memilih produk *skincare* karena ini menjadi hal yang sedikit sulit bagi sebagian orang untuk menyesuaikan dengan kebutuhan dan jenis kulit.⁷ Namun, sekarang sudah terdapat banyak produk *skincare* dengan berbagai jenis pilihan dengan beberapa klaim yang ditawarkan menyesuaikan dengan kondisi kulit konsumen.

Namun penulis telah menemukan fenomena *overclaim* (klaim berlebihan) yang tertulis dalam kandungan zat (kemasan) produk *skincare* seperti yang sedang marak di media sosial yaitu produk dari *daviena skincare* yang telah terbukti melakukan klaim bahwa produknya memiliki kandungan yang dapat "*mencerahkan kulit secara instan*". Produk "*daviena*" *skincare* sendiri merupakan produk lokal yang berkembang pada tahun 2018. *Daviena skincare* memiliki beberapa produk kecantikan salah satunya "*7x Power of Moonlight Body Lotion*". Pada beberapa tahun sebelum terjadinya suatu isu hukum produk tersebut telah mendapatkan sertifikasi kehalalan dan mendapatkan izin edar (penjualan) oleh BPOM akan tetapi penulis telah menemukan permasalahan dari produk "*daviena*" *skincare* pada tahun 2024, yang mana terdapat review produk

⁶ Salsabila, S. *Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Avoskin di Kota Banda Aceh*. Doctoral dissertation, UIN Ar-raniry Banda Aceh. 2023.

⁷ Pratama, Ovitia Rerolia Fitria. *Pengaruh Atribut Produk dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Produk Sunscreen Glad2Glow di Kota Surabaya*. Diss. UPN Veteran Jawa Timur, 2024.

daviana *skincare* oleh netizen bahwa produk yang diklaim mengandung 7 (tujuh) bahan aktif, termasuk “*niacinamide*”. Akan tetapi, setelah dilakukannya uji laboratorium oleh *netizen* telah terbukti bahwa hasil uji laboratorium tersebut tidak ditemukan adanya kandungan “*niacinamide*” yang tertulis di dalam kandungan pada kemasan produk “*7x Power of Moonlight Body Lotion*” tersebut.

Selain itu, ada berbagai karakteristik yang dapat digunakan oleh pelaku usaha untuk menarik perhatian pelanggan terhadap barang mereka melalui pemasaran atau tindakan yang mengirimkan informasi kepada konsumen setiap kali mereka membuat dan menjual produk mereka. Akan tetapi, faktanya perihal produk atau jasa yang dipasarkan konsumen kurang dalam memahami secara teknis dan pengetahuan, sehingga konsumen sangat memerlukan informasi mengenai produk. Mempromosikan barang juga memerlukan pemberian informasi dan pemasaran produk yang akan dipertukarkan oleh pelaku usaha. Menurut Pasal 1 angka 6 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (yang selanjutnya disebut UUPK), “*Promosi adalah kegiatan memperkenalkan atau menyebarluaskan informasi suatu barang dan/atau jasa untuk menarik minat beli konsumen atas barang dan/atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan*”.

Mengiklankan produk adalah salah satu cara untuk mempromosikannya. Setiap iklan melewati berbagai tahapan, mulai dari persiapan, perencanaan, pelaksanaan, hingga pengawasan penyebaran informasi. Komunikasi melalui iklan haruslah benar, jujur, jelas, dan akurat, tanpa informasi yang menyesatkan.

Iklan dapat diantisipasi untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk yang diiklankan serta kuantitas penjualan.

Pada penelitian ini, penggunaan kalimat *overclaim* hanya mengacu pada penggunaan klaim yang tidak diperbolehkan oleh BPOM, seperti yang dijelaskan pada lampiran Peraturan BPOM Nomor 17 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika dan penggunaan kalimat *overclaim* untuk mempresentasikan kandungan produk *skincare*. Informasi kandungan produk *skincare* atau perawatan kulit dicantumkan dalam penandaan pada kemasan produk harus ditulis dengan urutan kandungan tertinggi hingga terendah, dengan pengecualian untuk komponen kosmetik dengan kandungan kurang dari 1% dan/atau bahan tambahan pewarna, yang dapat ditulis dengan urutan apa saja.⁸

Dalam konteks urgensi perlindungan konsumen dalam kasus *overclaim* ini semakin terasa mengingat minimnya kesadaran dan pengetahuan konsumen tentang kandungan zat dalam produk *skincare*. Meskipun UUPK telah mengatur hak dan kewajiban para pihak, akan tetapi implementasinya dalam kasus *overclaim* produk *skincare* masih menemui berbagai kendala. Misalnya, ketidakjelasan mekanisme pengaduan bagi konsumen yang dirugikan serta rendahnya kesadaran hukum masyarakat untuk memperjuangkan hak-haknya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, fenomena *overclaim* dalam industri *skincare* di Indonesia tidak hanya mencerminkan kelemahan konsumen terhadap praktik pemasaran yang menyesatkan, tetapi juga membuka celah sistematis antara regulasi yang ada dan efektivitas penegakannya. Meskipun terdapat

⁸ Peraturan BPOM Nomor 23 Tahun 2020 tentang Persyaratan Teknis Penandaan Bahan Kosmetika, hal 12.

peraturan seperti UUPK dan BPOM yang mana telah memberikan payung hukum yang komprehensif untuk melindungi hak serta kewajiban konsumen atau pelaku usaha, seperti permasalahan yang dikaji oleh penulis yaitu kasus *daviena skincare* membuktikan bahwa keberadaan regulasi semata tidak cukup tanpa adanya pengawasan yang ketat. Dengan demikian, perlu meningkatkan kapasitas BPOM dalam mengawasi peredaran produk, edukasi aktif kepada masyarakat tentang betapa pentingnya verifikasi informasi produk, hingga penanaman etika bisnis berkelanjutan di kalangan pelaku usaha. Hanya dengan mengedepankan prinsip kehati-hatian (*precautionary principle*) dan keadilan restoratif. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Perlindungan Hukum bagi konsumen atas kerugian yang ditimbulkan oleh produk *skincare* akibat *overclaim* pada produknya, di mana penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN YANG DIRUGIKAN AKIBAT *OVERCLAIM* PADA KANDUNGAN ZAT PRODUK *SKINCARE*”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum yang dapat diberikan kepada konsumen pada produk *skincare* atas ketidaksesuaian kandungan zat yang diklaim oleh *brand owner* dengan hasil uji laboratorium?
2. Apa upaya penyelesaian yang dapat ditempuh oleh konsumen untuk memperoleh ganti rugi atas kerugian yang ditimbulkan dari ketidaksesuaian kandungan zat produk *skincare*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis bentuk perlindungan hukum dan upaya penyelesaian bagi konsumen yang menuntut ganti rugi atas kerugian produk *skincare* akibat ketidaksesuaian kandungan zat yang dibuat oleh pelaku usaha dengan menggunakan metode praktik melalui hasil uji laboratorium.
2. Memberikan rekomendasi kepada konsumen dan pelaku usaha tentang bagaimana peraturan perundang-undangan, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan BPOM, dan Undang-Undang Kesehatan, dapat melindungi hak-hak dan kewajiban mereka dari praktik *overclaim*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain adalah pengetahuan yang lebih baik mengenai perlindungan konsumen terhadap produk *skincare* yang melakukan *overclaim* kandungan zat secara berlebihan oleh pelaku usaha pada produk kosmetik, serta hak dan kewajiban konsumen. Manfaat lain dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis:

- a) Penelitian ini berusaha untuk mengembangkan pengetahuan hukum, khususnya hukum perlindungan konsumen, dengan mengkaji secara mendalam tentang praktik *overclaim* dan mekanisme penyelesaian sengketa.

- b) Penelitian ini dapat menjadi referensi akademis bagi penelitian-penelitian selanjutnya mengenai perlindungan konsumen, khususnya dalam konteks produk *skincare* atau kosmetik.

2. Manfaat Praktis:

- a) Bagi Konsumen:

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan konsumen tentang hak-hak mereka dalam menghadapi praktik *overclaim*, serta memberikan pemahaman mengenai opsi-opsi hukum yang tersedia jika mereka dirugikan.

- b) Bagi Pelaku Usaha:

Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi pelaku usaha untuk lebih bertanggung jawab dalam memasarkan produk, menghindari praktik *overclaim*, dan mematuhi peraturan yang berlaku.

- c) Bagi Pemerintah dan Lembaga Terkait:

Penelitian ini dapat pula bermanfaat kepada pemerintah atau Lembaga lainnya seperti BPOM untuk memperkuat regulasi dan pengawasan terhadap produk *skincare* atau kosmetik, serta meningkatkan efektivitas penegakan hukum.

1.5 Keaslian Penelitian

Tabel 1.1 Keaslian Penelitian

No	Nama, Tahun, Judul	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	Heni Marlina, Desni Raspita, M Novrianto, Chahaya Dewi Bidari, Tahun 2025 Judul: Perlindungan Hukum bagi Konsumen atas <i>Overclaim</i> Produk <i>Skincare</i> di <i>Platform E-commerce</i> ⁹	Memuat pembahasan mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen atas ketidaksesuaian kandungan zat pada dan penyelesaian sengketa ganti rugi atas kerugian yang ditimbulkan oleh produk <i>skincare</i>	Perbedaan penelitian yaitu pada penelitian terdahulu membahas mengenai kurangnya pengawasan dan regulasi terkait produk <i>skincare</i> yang dijual di <i>Platform E-Commerce</i> , membahas <i>overclaim</i> produk <i>skincare</i> palsu yang dijual secara online, dan konsumen mengalami kesulitan dalam menemukan penyelesaian sengketa dan penggantian biaya untuk produk <i>skincare</i> yang ditawarkan secara online. Sedangkan penulis melakukan penelitian yaitu membahas mengenai perlindungan hukum bagi konsumen atas ketidaksesuaian pada kandungan zat (<i>overclaim</i>) produk <i>skincare</i> dan apa upaya penyelesaian yang diperoleh oleh konsumen kerugian yang ditimbulkan dari ketidaksesuaian kandungan zat pada produk <i>skincare</i> .
2.	Adinda Ayu Puspita Kuncoro, Tahun 2024 Judul: Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Penggunaan Kata <i>Overclaim</i> Pada Iklan Produk <i>Skincare</i> ¹⁰	Memuat pembahasan mengenai perlindungan hukum atas terjadinya <i>overclaim</i> pada produk <i>skincare</i>	Perbedaan penelitian yaitu penelitian terdahulu membahas mengenai perlindungan hukum atas terjadinya <i>overclaim</i> pada pemasaran (iklan) produk <i>skincare</i> dan bagaimana pertanggungjawaban pelaku usaha dalam penggunaan kalimat <i>overclaim</i> sebagai strategi pemasaran. Sedangkan penelitian penulis membahas tentang perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan atas ketidaksesuaian kandungan zat bukan <i>overclaim</i> pada produk <i>skincare</i> dan apa upaya penyelesaian yang dapat diperoleh konsumen atas ganti rugi dari kerugian yang ditimbulkan oleh ketidaksesuaian kandungan zat oleh produk <i>skincare</i> .
3.	Aanisah Nida Tahaanii, Waluyo, Tahun 2021 Judul: Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Disebabkan <i>Overclaim</i> Pada Deskripsi Produk Kosmetik X (Perawatan Wajah) ¹¹	Memuat pembahasan mengenai perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan atas ketidaksesuaian kandungan zat <i>overclaim</i> pada produk <i>skincare</i>	Perbedaan penelitian yaitu pada penelitian terdahulu membahas mengenai bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi konsumen disebabkan <i>overclaim</i> pada kandungan produk kosmetik x (perawatan wajah). Sedangkan penulis melakukan penelitian yaitu membahas mengenai perlindungan hukum yang dapat diperoleh konsumen atas ketidaksesuaian kandungan zat produk <i>skincare</i> dan upaya penyelesaian apa yang dapat diperoleh konsumen apabila terjadi kerugian atas ketidaksesuaian kandungan pada produk <i>skincare</i>

⁹ Marlina, H., Raspita, D., & Bidari, C. D. (2025). Perlindungan Hukum bagi Konsumen atas *Overclaim* Produk *Skincare* di Platform E-Commerce. *Marwah Hukum, Volume 3, Nomor 1*, Universitas Muhammadiyah Palembang

¹⁰ Kuncoro, A. A. P. (2024). Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Penggunaan Kata *Overclaim* Pada Iklan Produk *Skincare* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).

¹¹ Tahaanii, A. N., & Waluyo, W. (2023). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Disebabkan *Overclaim* Pada Deskripsi Produk Kosmetik X (Perawatan Wajah). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 9*(22), 1-12, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Pada penjelasan diatas, terdapat penemuan penelitian terdahulu yang penulis gunakan untuk membedakan dengan penelitian yang sedang dikaji oleh penulis. Penelitian terdahulu pembahasan merujuk pada kurangnya pengawasan atas regulasi terkait produk *skincare* yang dijual di *Platform e-commerce* (*skincare* palsu), perlindungan hukum terjadinya *overclaim* pada pemasaran (iklan) dan terdapat pembahasan terkait *overclaim* pada kandungan produk x (perawatan wajah). Sedangkan penelitian yang dikaji penulis fokus utama pada bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi konsumen atas ketidaksesuaian kandungan zat (*overclaim*) produk *skincare* dan upaya penyelesaian yang dapat diperoleh oleh konsumen atas kerugian yang ditimbulkan dari ketidaksesuaian kandungan zat melalui mekanisme non-litigasi ataupun litigasi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku seperti UUPK, BPOM, dan KUHPerdara.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian adalah *instrument* penting untuk kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Hal itu karena melalui penelitian, tujuannya adalah untuk menyajikan kebenaran yang konsisten, sistematis dan metodologis. Melakukan penelitian hukum diharapkan dapat menghasilkan suatu argumen, hipotesis, atau gagasan baru sebagai metode pemecahan masalah. Berdasarkan pendapat dari Peter Marzuki menyatakan bahwa penelitian hukum adalah rangkaian kegiatan ilmiah dengan tujuan untuk mencari, menganalisis, serta menemukan aturan, prinsip, dan doktrin hukum atas jawaban dari permasalahan hukum yang

telah terjadi. Penelitian ini dilakukan secara sistematis dan metodologis guna memperoleh solusi atau pemahaman yang tepat terhadap isu hukum tertentu. Dengan melihat pandangan dari Peter Mahmud Marzuki diatas bahwa pengertian penelitian hukum tersebut sesuai dengan pandangan karakteristik ilmu hukum.¹²

Jenis penelitian yang digunakan peneliti merupakan penelitian hukum normatif (*research in law*). Dalam penelitian hukum normatif, peneliti menempatkan aturan hukum yang berlaku untuk menganalisis permasalahan yang timbul dari fakta-fakta yang ada. Peneliti juga menelaah studi dokumen hukum dengan memanfaatkan sumber-sumber hukum utama seperti peraturan perundang-undangan, teori-teori hukum, serta para pendapat sarjana yang melakukan penelitian dengan metode penelitian dari bahan pustaka terdahulu.¹³ Dalam situasi ini, penulis menggunakan metode penelitian normatif dengan sifat analisis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif memberikan gambaran terkait gejala yang mempengaruhi objek yang sedang dilakukan penelitian. Sedangkan analisis merupakan suatu analisa dengan mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data sesuai fakta yang ada, sehingga terdapat upaya dan saran yang dapat mengatasi permasalahan. Permasalahan yang sedang terjadi penulis juga menggunakan analisis terhadap aturan perundang-undangan seperti UUPK dan BPOM yang terkait dan mengkaji guna mencari

¹² Qamar, N., & Rezah, F. S. (2020). *Metode Penelitian Hukum: Doktrinal dan Non-Doktrinal*. CV. Social Politic Genius (SIGn). hal. 12-13.

¹³ Irwansyah, Penelitian Hukum Pilihan Metode & Praktik Penulisan Artikel, (Yogyakarta, Mega Cakrawala, 2023), hal. 96.

jawaban tentang suatu isu hukum mengenai perlindungan hukum dan upaya penyelesaian apa yang diperoleh konsumen atas kerugian yang disebabkan ketidaksesuaian kandungan (*overclaim*) pada produk *skincare*. Sehingga penulis menggabungkan semuanya menjadi satu kesatuan untuk menganalisis suatu kejadian factual yang akan dianalisis dan ditentukan.¹⁴

Dalam penelitian ini penulis akan melakukan identifikasi dan menganalisis suatu permasalahan yaitu terkait dengan perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan akibat kandungan zat produk *skincare* atas ketidaksesuaian pada kandungan (*overclaim*).

1.6.2 Pendekatan Penelitian

Penulis dalam penelitiannya menggunakan metode atau cara tertentu dalam melaksanakan penelitian, yang dikenal sebagai pendekatan penelitian. Dengan memilih pendekatan yang tepat, penulis memperoleh informasi dan keterangan dari berbagai sudut pandang terkait isu hukum atau permasalahan yang ingin diselesaikan secara akurat. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan 3 (tiga) pendekatan yang berbeda, yaitu sebagai berikut:¹⁵

1) Pendekatan Perundang-undangan (*Statute approach*)

Penulis melakukan pendekatan perundang-undangan dengan mencari atau menelaah semua peraturan serta regulasi yang berhubungan dengan isu hukum yang sedang diteliti. Dalam

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ Muhaimin, Metode Penelitian Hukum, Mataram University Press, Mataram (NTB), 2020, hal. 56.

pendekatan ini penulis memuat beberapa regulasi atau peraturan yang berkaitan dengan permasalahan yakni Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 8 Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 23 Tahun 2019 dan dilengkapi dengan jenis peraturan perundang-undangan lain yang berikatan.

2) Studi Kasus (*case study*)

Pendekatan penelitian studi kasus adalah mempelajari suatu kejadian, peristiwa, situasi atau fenomena sosial yang bertujuan untuk mengungkap adanya keunikan atau keistimewaan karakteristik yang terdapat didalam kasus yang diteliti. Dalam hal ini, peneliti mempelajari terlebih dahulu bagaimana suatu kejadian atau peristiwa tersebut bisa terjadi yang kemudian peneliti melakukan identifikasi dan analisis terhadap isu hukum atau permasalahan yang diangkat guna menemukan, menjawab dan menyelesaikan permasalahan yang terjadi.¹⁶

3) Pendekatan Konseptual (*conceptual approach*)

Pendekatan Konseptual berbeda dengan pendekatan yang membahas sudut pandang dan teori peneliti yang berfungsi sebagai kerangka kerja untuk diskusi penelitian hukum. Dalam penelitian hukum, pendekatan konseptual digunakan untuk menjawab dari isu-

¹⁶ Ilhami, M. W., Nurfajriani, W. V., Mahendra, A., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Penerapan Metode Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(9), hal. 463.

isu penelitian hukum.¹⁷ Sebagai hasilnya, faktor yang paling penting untuk diteliti adalah penerapan pendekatan tersebut terhadap tantangan hukum. Berdasarkan hal ini, penulis menyelidiki ide-ide yang menghasilkan definisi, konsep, dan prinsip-prinsip hukum sesuai dengan permasalahan hukum yang sedang dihadapi.

1.6.3 Sumber Hukum

1.6.3.1 Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer memiliki arti beribawa atau bersifat otoritatif (yang utama). Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang meliputi peraturan perundang-undangan. Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPer), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan BPOM Nomor 2 Tahun 2020 Tentang Pengawasan Produksi dan Peredaran Kosmetik, dan peraturan perundang-undangan terkait lainnya menjadi unsur hukum primer dalam penelitian ini.

1.6.3.2 Bahan Hukum Sekunder

Bahan Hukum Sekunder merupakan data hukum yang berkaitan erat dengan bahan hukum primer, yang dapat membantu penulis dalam melakukan analisa, memahami, dan mengartikan bahan hukum primer. Bahan-bahan hukum sekunder dapat berupa publikasi, baik dalam bentuk softcopy maupun hardcopy, yang

¹⁷ Muhaimin, Metode Penelitian Hukum, Mataram University Press, Mataram (NTB), 2020, hal. 56. *Loc.Cit.*

berasal dari dokumen resmi. Publikasi tersebut mencakup buku, jurnal hukum, serta media cetak maupun elektronik seperti yang tersedia di internet.¹⁸

1.6.3.3 Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier berperan sebagai sumber pendukung yang memberikan penjelasan dan petunjuk terhadap bahan hukum primer dan sekunder.¹⁹ Dalam penelitian ini, peneliti memanfaatkan beberapa jenis bahan hukum tersier, di antaranya adalah Kamus Hukum, berbagai karya ensiklopedis, serta Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Pemanfaatan sumber-sumber tersebut bertujuan untuk mendukung analisis melalui pendefinisian istilah kunci, penelusuran konsep, serta pemahaman yang lebih utuh terhadap materi hukum yang dikaji.

1.6.4 Prosedur Pengumpulan Bahan Hukum

Pada saat mengumpulkan sumber-sumber hukum untuk membantu penelitian mengenai masalah yang akan dikaji oleh penulis, penulis mencari dokumen-dokumen hukum guna memecahkan permasalahan yang akan diteliti dengan memuat dokumen hukum yang relevan. Penulis juga mengumpulkan dan mengolah sumber-sumber hukum dengan metode pengumpulan data seperti studi pustaka (*bibliography study*). Studi Pustaka adalah proses pemeriksaan bahan tertulis yang dikumpulkan dari

¹⁸ Marzuki, P. M., & Sh, M. S. (2020). *Teori hukum*. Prenada Media. hal. 182.

¹⁹ Muhaimin, Metode Penelitian Hukum, Mataram University Press, Mataram (NTB), 2020, *Loc.Cit.* hal. 62.

berbagai sumber yang dipublikasikan secara luas, dan merupakan komponen penting dari metodologi penelitian hukum normatif.

1.6.5 Analisis Bahan Hukum

Analisis bahan hukum merupakan tahapan penting dalam mengolah bahan hukum. Tahapan ini merupakan langkah penting dalam melakukan sebuah penulisan. Bahan hukum yang diperoleh penulis dapat digunakan untuk meneliti, mengolah, dan menganalisa dalam sebuah permasalahan atau isu hukum agar dapat memperoleh jawaban. Penulis menerapkan metode deskriptif analitis untuk mendapatkan gambaran secara menyeluruh mengenai Perlindungan Hukum bagi konsumen yang dirugikan akibat *overclaim* pada kandungan zat produk *skincare* tersebut. Selanjutnya, penulis menerapkan pendekatan kualitatif dalam menganalisis bahan data primer, sekunder, dan tersier dengan tujuan untuk memperoleh jawaban yang akurat untuk menggambarkan kondisi yang sedang berlangsung selama penelitian berlangsung.

1.6.6 Sistematika Penelitian

Dalam penyusunan penelitian hukum ini, penulis membagi kerangka penulisan ke dalam 4 (empat) bab utama yang masing-masing terdiri dari beberapa sub-bab. Penulis menyusun sistematika proposal yang berjudul **“PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN YANG DIRUGIKAN AKIBAT *OVERCLAIM* PADA KANDUNGAN ZAT PRODUK *SKINCARE*”** yang pembahasannya terbagi ke dalam bagian-bagian sebagai berikut:

Bab Pertama, berisi pendahuluan yang menyajikan gambaran umum mengenai permasalahan utama yang menjadi fokus penelitian. Dalam bab ini, penulis menguraikan latar belakang masalah, merumuskan permasalahan, menetapkan tujuan dan manfaat penelitian, serta tinjauan pustaka, metode yang digunakan, dan sistematika penulisan penelitian.

Bab Kedua, membahas mengenai rumusan masalah pertama yaitu bentuk perlindungan hukum yang dapat diberikan kepada konsumen pada produk *skincare* atas ketidaksesuaian kandungan zat yang diklaim oleh *brand owner* dengan hasil uji laboratorium, yang terbagi menjadi dua (2) pembahasan, pembahasan pada sub-bab pertama menganalisis pembahasan mengenai kandungan zat pada produk *skincare* yang diklaim oleh *brand owner* dengan hasil uji laboratorium berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Badan Pengawas Obat dan Makanan, dan KUHPdata serta peraturan lain yang berkaitan. Sub-bab kedua membahas mengenai bentuk perlindungan hukum kepada konsumen atas ketidaksesuaian kandungan zat pada produk *skincare* yang diklaim oleh *brand owner* berdasarkan hasil uji laboratorium yang terbagi menjadi 2 (dua) sub sub-bab yaitu Perlindungan Hukum Preventif dan Perlindungan Hukum Represif.

Bab Ketiga, membahas mengenai rumusan masalah kedua yaitu upaya penyelesaian yang dapat ditempuh oleh konsumen untuk memperoleh ganti rugi atas kerugian yang ditimbulkan dari

ketidaksesuaian kandungan zat produk *skincare*, yang terbagi menjadi dua (2) pembahasan, pembahasan pada sub-bab pertama mengenai bentuk-bentuk ganti rugi atas kerugian yang ditimbulkan dari ketidaksesuaian kandungan zat produk *skincare* dan terbagi menjadi 2 (dua) sub sub-bab yaitu kerugian materiil dan immateriil. Sub-bab kedua membahas mengenai upaya penyelesaian apa yang dapat ditempuh oleh konsumen untuk memperoleh ganti rugi atas kerugian yang ditimbulkan dari ketidaksesuaian kandungan zat produk *skincare* yang terbagi 4 poin pembahasan yaitu upaya penyelesaian langsung dengan pelaku usaha, lembaga pemerintah, non-litigasi melalui lembaga alternatif seperti BPSK, YLKI, dan LPKSM, serta penyelesaian litigasi di Pengadilan Negeri.

Bab Keempat, merupakan bab penutup yang terdapat dua (2) sub-bab yaitu kesimpulan dan saran terhadap permasalahan yang dihadapi dalam isi dan hasil pembahasan. Bab terakhir dari skripsi ini akan menyajikan hasil yang telah dicapai pada bab-bab sebelumnya, diikuti dengan saran atas kesulitan yang dihadapi berdasarkan persoalan yang ada saat ini yang dapat memberikan manfaat bagi permasalahan tersebut.

1.7 Tinjauan Pustaka

1.7.1 Tinjauan tentang Perlindungan Hukum

a. Pengertian Perlindungan Hukum

Perlindungan Hukum berdasarkan KBBI dibedakan menjadi 2 definisi yakni perlindungan berasal dari kata “lindung” dan memiliki imbuhan kata “per-” dan “-an”. Maka dapat diartikan bahwa perlindungan adalah sesuatu tempat berlindung dan hal (perbuatan) yang melindungi dari mara bahaya.²⁰ Sedangkan Hukum di dalam KBBI memiliki arti yaitu suatu aturan yang dianggap resmi dan mengikat guna untuk mengatur ketertiban dan keamanan dalam kehidupan masyarakat, aturan dalam hal ini telah dikukuhkan secara resmi oleh penguasa atau pemerintah.²¹

Menurut beberapa ahli, diantaranya yaitu Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk melindungi atau menolong subyek hukum melalui penggunaan instrument hukum.²² Menurut Satjipto Rahardjo, perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan kepada hak asasi manusia yang mengalami kerugian sebagai akibat dari perlakuan orang lain, dan perlindungan ini ditawarkan kepada masyarakat dengan tujuan untuk

²⁰ KBBI, “Perlindungan”, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/perlindungan>, diakses pada 12.55, tanggal 13 Januari 2025.

²¹ KBBI, “Hukum”, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/hukum>, diakses pada 13.10, tanggal 13 Januari 2025.

²² Philipus M. Hadjon. Pengantar Hukum Administrasi Indonesia, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2011), hal.10.

mendapatkan dan menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.²³

Perlindungan Hukum adalah suatu bentuk perlindungan yang diberikan kepada subjek hukum dalam bentuk perangkat hukum yang mencakup upaya preventif dan upaya represif, baik yang tertulis maupun tidak tertulis, dan berfungsi sebagai rangka bagi penegakan hukum. Dengan demikian, keberadaan perlindungan hukum akan memberikan gambaran tentang hukum yang memiliki peranan yang khusus untuk memberikan kemanfaatan, kepastian, keadilan, ketertiban, terhadap masyarakat untuk memperoleh atau menciptakan suatu perdamaian terhadap lingkungan masyarakat. Secara konseptual, perlindungan hukum merupakan implementasi yang ditawarkan kepada masyarakat Indonesia dari gagasan pengakuan dan perlindungan terhadap harkat dan martabat manusia, yang dilandasi oleh Pancasila sebagai negara hukum.²⁴

Suatu upaya dapat dikatakan sebagai perlindungan hukum apabila memiliki unsur-unsur sebagai berikut: a) adanya perlindungan pemerintah terhadap warga negaranya, b) adanya kepastian hukum, c) berkaitan dengan hak-hak warga negara, dan d) bagi yang melanggar akan dikenakan sanksi.²⁵

²³ Satjipto Rahardjo, Ilmu Hukum, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000), hal .54.

²⁴ Muhamad Qustulani. *Perlindungan Hukum Konsumen*. (Tangerang: PSP Nusantara Press, 2018), hal. 20-22.

²⁵ Dhoni Martien, Perlindungan Hukum Data Pribadi. (Makasar: Mitra Ilmu), hal. 23.

b. Bentuk – Bentuk Perlindungan Hukum

Merujuk dari beberapa pendapat para ahli terkait dengan pengertian dari perlindungan, perlindungan hukum merupakan suatu bentuk upaya yang diberikan oleh suatu negara terhadap subjek hukum agar subjek hukum mendapatkan perlindungan terhadap hak-hak subjek hukum tersebut dalam melakukan tindakan hukum sebagaimana mestinya. Bentuk perlindungan hukum bagi konsumen merupakan salah satu contoh bagaimana fungsi hukum bekerja untuk mencapai tujuan hukum seperti kemanfaatan, keadilan, dan kepastian bagi badan hukum. Secara umum, perlindungan hukum dapat dibagi menjadi 2 (dua) kategori:²⁶

a) Perlindungan hukum secara preventif

Perlindungan hukum preventif adalah bentuk upaya perlindungan pemerintah yang bertujuan untuk mencegah terjadinya suatu pelanggaran atau memberikan batasan-batasan dalam pelaksanaan suatu kewajiban. Jadi, dengan adanya perlindungan hukum preventif ini dimaksudkan agar seseorang dapat mencegah terjadinya suatu tindakan yang negatif (kejahatan). Dengan demikian, perlindungan hukum preventif tergabung dalam peraturan perundang-undangan yang berusaha untuk menghindari pelanggaran dan menetapkan Batasan-batasan dalam pelaksanaan tanggung jawab, sehingga pemerintah

²⁶ Satria, M., & Handoyo, S. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Pengguna Layanan Pinjaman Online Dalam Aplikasi Kreditpedia. *Journal de Facto*, 8(2), hal. 115.

memiliki ruang kebebasan yang terbatas dalam mengambil tindakan.²⁷

b) Perlindungan hukum secara represif

Perlindungan hukum represif adalah suatu bentuk upaya perlindungan terakhir setelah terjadi pelanggaran atau sengketa, perlindungan ini berbentuk konsekuensi seperti denda, penjara, dan hukuman lebih lanjut. Perlindungan hukum secara represif dalam menyelesaikan masalah dapat dijalankan oleh lembaga peradilan yang memiliki kewenangan baik secara mutlak maupun terbatas. Penyelesaian sengketa dapat dilakukan melalui jalur litigasi dan non-litigasi. Jika melihat pada penyelesaian melalui jalur litigasi, para pihak dapat mengajukan upaya penyelesaian sengketa melalui pengadilan, sedangkan penyelesaian sengketa diluar pengadilan atau non-litigasi dapat dilakukan melalui proses mediasi, konsolidasi, dan arbitrase serta Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), untuk menyelesaikan sengketa jika terjadi di antara para pihak.

1.7.2 Tinjauan tentang Konsumen dan Pelaku Usaha

a. Pengertian Konsumen dan Pelaku Usaha

Setiap orang atau badan usaha yang menggunakan atau memanfaatkan barang dan/atau jasa dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup

²⁷ Philipus M. Hadjon., *Op.cit*, hal. 117.

lain. Sementara itu pelaku usaha adalah setiap orang atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia. Mereka dapat melakukan kegiatan usaha baik sendiri maupun bersama-sama melalui kesepakatan dalam bidang ekonomi. Dalam hal ini, konsumen juga memiliki peran sentral dalam kegiatan ekonomi, oleh karena itu hak-hak konsumen harus dilindungi. Menurut sejarawan AZ. Nasution, S.H., pengertian konsumen dapat dijelaskan melalui beberapa definisi sebagai berikut:²⁸

- a) Konsumen adalah individu yang memperoleh barang dan/atau jasa untuk mencapai tujuan pribadi;
- b) Konsumen antara adalah individu yang memperoleh barang dan/atau jasa untuk menghasilkan barang dan/atau jasa untuk diperdagangkan atau mendapat keuntungan pribadi;
- c) Konsumen akhir adalah individu yang menerima dan memanfaatkan barang dan/atau jasa semata-mata untuk kebutuhan pribadi.

b. Hak dan Kewajiban Konsumen

Hak dan Kewajiban konsumen merupakan komponen penting dalam hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha. Hak dan kewajiban konsumen secara jelas dalam UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, selanjutnya disebut UUPK.

Menurut Pasal 4 UUPK, Konsumen memiliki hak-hak tertentu yang dilindungi secara hukum, termasuk:²⁹

²⁸ Nasution, A. (2002). Perlindungan Konsumen: Tinjauan Singkat UU No. 8/1999-LN 1999 No. 42. *Jurnal Hukum & Pembangunan*. hal. 116.

²⁹ Intan Kumalasari, dkk. (2022). Implementasi UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen: Relasi Produk Perawatan Kecantikan di Kota Parepare. *Sighat: Jurnal hukum Ekonomi Syariah*. Vol. 1 No. 1. hal. 3.

- a) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa. Artinya, konsumen berhak mendapatkan produk yang tidak membahayakan Kesehatan, keselamatan, atau keamanan dirinya;
- b) Hak untuk memilih kebebasan barang atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi yang dijanjikan, konsumen berhak memilih produk yang terbaik tanpa adanya paksaan dari pihak lain;
- c) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa. pelaku usaha harus memberikan informasi yang jujur mengenai barang yang dijualnya;
- d) Hak untuk didengar pendapat dan keluhan terhadap barang atau jasa yang digunakan. Konsumen ini berhak untuk memberikan masukan, ide, atau keluhan mengenai barang yang diterima;
- e) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan penyelesaian sengketa secara patut. Jika terjadi sengketa, konsumen berhak mendapatkan pendampingan hukum dan penyelesaian yang adil;
- f) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan mengenai perlindungan konsumen. Hal ini bertujuan agar konsumen lebih sadar akan hak dan kewajibannya;
- g) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar, jujur, dan tidak diskriminatif. Konsumen berhak mendapatkan perlakuan yang adil tanpa memandang status sosial, ekonomi, atau latar belakang lainnya;
- h) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian, apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan yang diperjanjikan.

Selanjutnya kewajiban konsumen, konsumen juga memiliki kewajiban yang harus dipenuhi, sebagaimana diatur dalam Pasal 5 UU PK, kewajiban-kewajiban tersebut antara lain:

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian barang dan/atau jasa. Hal ini bertujuan untuk menghindari kesalahan penggunaan yang dapat menimbulkan kerugian.
- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Konsumen diharapkan bertindak jujur dan tidak merugikan pelaku usaha.
- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati, Konsumen wajib memenuhi kewajiban pembayaran sesuai kesepakatan yang telah dibuat.

- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum jika terjadi sengketa, Konsumen diharapkan bersikap kooperatif dalam menyelesaikan masalah secara hukum.³⁰

Dengan mengenal lebih mendalam tentang hak dan kewajiban diatas, ini dapat menciptakan hubungan harmonis antara konsumen dan pelaku usaha. Konsumen yang memahami haknya dapat lebih waspada terhadap praktik-praktik yang merugikan, sementara pemahaman tentang kewajiban akan mendorong konsumen untuk bertindak secara bertanggung jawab.

c. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Hak dan kewajiban pelaku usaha saling terkait dengan hak dan kewajiban konsumen. Artinya, ketika konsumen wajib membayar atas jasa yang telah diterima dari pelaku usaha, maka pelaku usaha berhak menyerahkan barang sebagai imbalan atas jasa tersebut. Sebaliknya, jika konsumen mengajukan klaim ganti rugi atas barang dan/atau jasa yang diterima, pelaku usaha wajib memberikan kompensasi atau penggantian sesuai dengan kerugian yang dialami. Berdasarkan Pasal 6 UU PK, Pelaku memiliki beberapa hak yang dilindungi oleh hukum, antara lain:

- a) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b) Hak mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c) Hak untuk melakukan pembelaan diri dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;

³⁰ *Ibid.* hal. 3-4.

- d) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Selanjutnya kewajiban pelaku usaha, pelaku usaha juga memiliki kewajiban yang harus dipenuhi, sebagaimana diatur dalam Pasal 7 UU PK, kewajiban-kewajiban tersebut antara lain:

- a) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- c) Memperlakukan konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e) Memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- f) Memberikan kompensasi, ganti rugi apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

d. Dasar Hukum Konsumen

Dasar hukum perlindungan konsumen di Indonesia secara khusus diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disebut UUPK. UUPK Pasal 1 ayat (1) disebutkan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.³¹ Kepastian hukum terhadap hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui undang-undang khusus, memberi harapan agar pelaku usaha tidak bertindak sewenang-wenang yang merugikan hak-

³¹ Atsar, A., & Apriani, R. (2019). Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen. hal. 32.

hak konsumen.³² Selain UU PK, perlindungan konsumen juga diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan lainnya, seperti Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) yang mengatur tentang perikatan dan tanggung jawab pelaku usaha, serta Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan yang mengatur praktik perdagangan yang adil. Selain itu, terdapat pula dari putusan-putusan pengadilan dan kajian akademis baik itu berbentuk jurnal atau skripsi juga turut memperkaya pemahaman tentang perlindungan konsumen. misalnya, beberapa penelitian juga menyoroti pentingnya edukasi kepada konsumen agar lebih sadar akan hak dan kewajiban serta perlunya pengawasan yang lebih ketat dari pemerintahan terhadap pelaku usaha yang melakukan praktik tidak sehat.³³

1.7.3 Tinjauan tentang Kerugian

a. Pengertian Kerugian

Berdasarkan dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) bahwa kerugian konsumen merupakan keadaan seseorang yang tidak mendapatkan keuntungan atas apa yang sudah diberikan (modal). Dalam KUHPerdata kerugian dapat bersumber dari Perbuatan Melawan Hukum berdasarkan Pasal 1365 yang menjelaskan bahwa “Setiap perbuatan melawan hukum yang oleh karenanya menimbulkan

³² Barkatullah, A. H. (2017). *Framework Sistem Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia*. Nusa Media. hal. 14.

³³ Subiyakto, Aries, et al. "Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Kandungan Bahan Makanan Dan Minuman Berbahaya Ditinjau Dari Peraturan Bpom Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen." *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, (2023): hal. 44-47.

kerugian pada orang lain, mewajibkan orang yang karena kesalahannya menyebabkan kerugian itu untuk mengganti kerugian”. Adapun pada suatu perjanjian jika terjadi wanprestasi maka dapat mengakibatkan adanya pihak yang dirugikan dikarenakan terdapat pihak yang tidak mampu untuk memenuhi prestasi sehingga dapat meminta tuntutan pembatalan kontrak dan tuntutan pemenuhan kontrak.³⁴

b. Bentuk-Bentuk Kerugian

Dalam konteks hukum, kerugian dibedakan menjadi 2 (dua) jenis, yaitu: Kerugian Materiil, dan Kerugian Immateriil.

- a) Kerugian Materiil, kerugian yang secara nyata dan langsung dialami oleh pembeli;
- b) Kerugian Immateriil, kerugian yang melibatkan potensi pemanfaatan di masa depan yang akan diterima oleh pembeli, atau kehilangan keuntungan yang seharusnya diperoleh oleh pihak yang telah menanamkan modal.

1.7.4 Tinjauan tentang *Overclaim*

a. Pengertian *Overclaim*

Overclaim dalam konteks produk *skincare* merujuk pada praktik pelaku usaha yang mengklaim manfaat kandungan zat dalam produk secara berlebihan atau tidak sesuai dengan fakta. *Overclaim* sering kali dilakukan untuk menarik minat konsumen dengan menciptakan kesan

³⁴ Ahmadi Miru. 2007. *Hukum Kontrak & Perancangan Kontrak*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. hal. 74-75.

bahwa produk tersebut itu terdapat khaisat yang lebih besar daripada yang sebenarnya. Sehingga dalam praktiknya dapat mencakup klaim palsu tentang kandungan bahan aktif, manfaat produk, atau hasil yang dijanjikan dalam waktu singkat. *Overclaim* tidak hanya menyesatkan konsumen, tetapi juga dapat membahayakan kesehatan jika produk tersebut tidak memenuhi standar keamanan yang ditetapkan.

b. Karakteristik dari *Overclaim*

Karakteristik *overclaim* dalam produk *skincare* atau kosmetik dapat diidentifikasi melalui beberapa indikator. Pertama, penggunaan bahasa yang hiperbolis atau berlebihan dalam iklan atau kemasan produk, seperti klaim "menghilangkan kerutan dalam 3 hari" atau "mengembalikan kulit seperti bayi". Kedua, ketidaksesuaian antara klaim yang dibuat dengan hasil uji klinik atau penelitian ilmiah. Ketiga, penggunaan testimoni palsu atau hasil foto yang telah diedit untuk menciptakan kesan produk yang tidak realistis. Ketiga karakteristik di ataslah merupakan suatu bentuk *overclaim* yang dibuat untuk melakukan penipuan sehingga merugikan konsumen.

1.7.5 Tinjauan tentang *Skincare*

a. Pengertian *Skincare*

Skincare adalah gabungan 2 (dua) kata yang berasal dari bahasa Inggris yaitu *skin* yang memiliki makna kulit dan *care* yang memiliki makna perawatan, sehingga penggabungan dari 2 (dua) kata itu memiliki makna perawatan kulit. Menurut ahli yang berpendapat

bahwa *skincare* merupakan bentuk upaya dengan memakai produk tertentu agar kulit tetap dalam kondisi sehat dan baik. Maka dari itu, guna melakukan perawatan kulit dapat menggunakan *skincare*.³⁵

Skincare merupakan produk yang digunakan untuk melakukan perawatan, membersihkan, mempercantik, atau mengubah penampilan kulit, rambut, kuku, atau bagian tubuh lainnya. Secara umum, *skincare* lebih fokus pada perawatan kulit untuk menjaga kesehatan dan kecantikan. Dengan adanya kedua jenis produk ini telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam industri kecantikan dan kesehatan.³⁶

b. Jenis – Jenis Produk *Skincare*

Skincare digolongkan ke dalam beberapa jenis sesuai dengan fungsi dan manfaatnya, jenis – jenis *skincare* diantaranya ialah:³⁷

a) *Facial cleanser*

Facial cleanser merupakan produk *skincare* yang paling utama yang digunakan dalam rutinitas untuk mengangkat debu, kotoran serta sisa *makeup* yang menempel pada kulit wajah setelah melakukan aktivitas di lapangan yang bersentuhan dengan sinar matahari atau kotoran. Penggunaan *facial cleanser* biasa digunakan saat pertama kali sebelum menggunakan facial wash. Saat ini, sudah terdapat banyak varian *facial cleanser* dengan

³⁵ <https://drwskincare.com/pengertian-skincare/> diakses pada 18.30, tanggal 13 Januari 2025.

³⁶ *Ibid.*

³⁷ <https://tanskin.id/macam-macam-skincare/> diakses pada 19.00, tanggal 13 Januari 2025.

berbagai macam tekstur yang dapat disesuaikan dengan kondisi kulit.

b) *Facial Wash*

Facial wash digunakan setelah pemakaian *facial cleanser*, produk *skincare* ini guna untuk mencuci wajah dan menjaga kelembapan agar kulit dapat dikatakan bersih dari segala kotoran yang menempel. *Facial wash* merupakan sabun pembersih muka dalam berbagai macam bentuk gel, sabun Batangan, atau busa. Dalam pemakaian *facial wash* tidak bisa sembarangan dikarenakan harus menyesuaikan dengan karakteristik masing – masing kulit agar memperoleh hasil yang optimal, lembut, dan nyaman di kulit wajah.

c) *Toner*

Toner mempunyai kandungan bahan utama berupa air yang pada umumnya juga mengandung bahan aktif. *Toner* mempunyai fungsi untuk menghapus sisa makeup, kotoran, dan minyak berlebihan setelah mencuci muka.

d) *Sunscreen*

Sunscreen merupakan produk perawatan kulit yang berfungsi untuk melindungi dari paparan sinar matahari, yang mempunyai bahan senyawa kimia terdiri dari *oxybenzone* dan *avobenzone*.

e) *Serum*

Serum merupakan jenis pelembab yang terdiri dari bahan – bahan aktif berupa air, asam, dan emulasi, serum berfungsi untuk memperbaiki kulit.

f) *Face oil*

Face oil adalah skincare tambahan yang memiliki tekstur kental serta cukup berminyak, yang digunakan untuk menjaga kelembapan kulit dan menghindari paparan sinar uv. Penggunaan *face oil* biasanya cukup 2-4 tetes pada malam hari agar kulit wajah tetap lembap pada keesokan harinya.

g) Masker Wajah

Masker wajah adalah masker kecantikan baik dalam bentuk gel, serbuk, atau pasta, dalam penggunaannya dapat dioleskan pada permukaan kulit wajah. Masker wajah bertujuan untuk membersihkan, mengencangkan kulit, dan mencerahkan wajah.

c. Dasar Hukum *Skincare*

Di Indonesia, penggunaan dan peredaran *skincare* diatur secara ketat melalui peraturan perundang-undangan guna menjamin keamanan, kualitas, dan perlindungan konsumen. Dasar hukum utama yang mengatur kosmetik dan *skincare* adalah Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 12 Tahun 2019 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetik.

Peraturan ini menetapkan standar bahan yang diperbolehkan digunakan dalam kosmetik, batas maksimal penggunaan bahan tertentu, serta larangan terhadap bahan-bahan yang berbahaya bagi kesehatan. Selain itu, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU PK) juga menjadi landasan hukum yang melindungi konsumen dari produk *skincare* yang tidak memenuhi standar keamanan atau mengandung bahan berbahaya. Selain itu, terdapat Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1175/Menkes/Per/VIII/2010 tentang izin edar alat Kesehatan dan perbekalan Kesehatan rumah tangga juga mengatur peredaran produk *skincare*.

1.7.6 Tinjauan tentang Penyelesaian Sengketa

a. Pengertian Penyelesaian Sengketa

Penyelesaian sengketa merupakan proses penyelesaian konflik atau perselisihan antara dua pihak atau lebih, baik melalui jalur litigasi (Pengadilan) maupun non-litigasi (di luar pengadilan). Dalam hal perlindungan konsumen, penyelesaian sengketa sering terjadi ketika konsumen merasa dirugikan oleh pelaku usaha, misalnya akibat produk *skincare* yang melakukan *overclaim* kandungan zat. Adapun tujuan dari penyelesaian sengketa bertujuan untuk mencapai keadilan, kepastian hukum, dan pemulihan hak-hak konsumen yang dirugikan. Proses ini dapat dilakukan melalui berbagai mekanisme, seperti mediasi, arbitrase, atau gugatan perdata.

b. Dasar Hukum Penyelesaian Sengketa

Dasar hukum untuk penyelesaian sengketa dalam perlindungan konsumen di Indonesia diatur melalui beberapa regulasi, antara lain:

- 1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU PK), yang secara khusus mengatur mekanisme penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha;
- 2) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, yang menyediakan landasan hukum untuk menyelesaikan sengketa diluar pengadilan dengan cara yang lebih cepat, efisien, dan mengutamakan musyawarah;
- 3) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) yang mengatur prosedur penyelesaian sengketa terkait produk kosmetik atau *skincare* yang tidak memenuhi standar keamanan atau melakukan klaim berlebihan (*overclaim*).