BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri kosmetik di Indonesia, khususnya pada produk perawatan kulit (*skincare*), mengalami pertumbuhan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Perkembangan tersebut dipengaruhi oleh meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan kulit, berkembangnya berbagai tren kecantikan, serta semakin intensifnya promosi produk melalui media sosial yang didukung oleh para *beauty influencer*. Berbagai faktor tersebut mendorong meningkatnya minat masyarakat terhadap penggunaan produk *skincare*, sehingga permintaan dan peredarannya di pasar terus mengalami peningkatan. Saat ini, produk perawatan kulit dipandang lebih dari sekadar kebutuhan, melainkan juga sebagai elemen penting dalam gaya hidup saat ini. Situasi menyebabkan persaingan yang semakin intens diantara pelaku bisnis untuk menarik perhatian konsumen dengan berbagai strategi pemasaran, salah satu nya adalah menekankan klaim tentang manfaat produk[1].

Di tengah pesatnya perkembangan industri *skincare*, masih terdapat berbagai permasalahan, salah satu nya berkaitan dengan praktik pemasaran yang tidak sesuai degan prinsip etika, yaitu penggunaan klaim yang berlebihan (*overclaim*). Klaim berlebihan merupakan tindakan pelaku usaha yang

[1] Prashandya Natasya Putri Aprilianti dkk., "The Role of the Indonesion Food and Drug Authority (Badan Pengawas Obat Dan Makanan-BPOM) in Skincare Overclaim Cases: Consumer Protection Perspective Due to Negligence in Monitoring Inconsistencies in Product Content and Labeling," *Journal of Law, Politic and Humanities* 5, no. 5 (2025): h. 4005.

mencantumkan manfaat, kandungan, maupun efektifitas produk yang tidak didukung oleh bukti ilmiah atau tidak sesuai dengan komposisi produk yang sebenarnya. Praktik tersebut berpotensi menyesatkan konsumen karena memberikan informasi yang tidak akurat mengenai manfaat dan kualitas produk, sehingga dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih dan menggunakan produk *skincare*. Dari sudut pandang perlindungan konsumen penyampaian informasi yang tidak benar dan tidak jujur merupakan bentuk pelanggaran terhadap hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan transparan mengenai suatu produk. Beraagam regilasi dan standar etika yang berlaku dalam industri kecantikan di Indonesia, terutama berhubungan dengan produk perawatan kulit, diatur oleh beberapa peraturan yang bertujuan melindungi konsumen dan menjamin keamanan serta keefektifan produk. Salah satu peratuan yang menjadi landasan dalam penyelenggaraan pengawasan yaitu Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1175/MENKES/PER/VIII/2010 yang mewajibkan semua kosmetik untuk mendapatkan izin produksi serta memenuhi standar kualitas, keamanan, dan manfaat sebelum dijual ke pasar. [2]

Menurut data dari BPOM, sampai Oktober 2024, kira-kira 1.249 perusahaan kosmetik di Indonesia, bersama lebih dari 283.000 produk berizin edar. Meskipun demikian, banyaknya Perusahaan dan produk yang telah memiliki izin edar tidak serta-merta mejamin bahwa seluruh klaim yang

[2] Joedy Rodrick Pakaila dkk., *Tren Overclaim dalam Iklan Industri Kecantikan: Analilis Etika Terapan pada Produk Skincare di Indonesia*, 9, no. 2 (2024): h. 505.

disampaikan dalam pemasaran telah sesuai dengan kandungan dan khasiat produk yang sebenarnya. Dalam praktiiknya, masih ada beberapa produk kosmetik yang telah memiliki izin edar, tetapi dipromosikan dengan klaim yang berlebihan (*overclaim*) serta menyesatkan. [3]

Fenomena klaim berlebihan dapat dilihat dari beberapa kasus yang terungkap melalui hasil pengujian laboratorium independent ataupun laporan publik. Salah satu praktik *overclaim* dapat ditemukan pada produk *azarine Niacinamide 10% + Dipotassium Glycyrrhizate Glorius Serum* yang dipasarkan dengan klaim mengandung *10% niacinamide*, tetapi hasil pengujian lab menunjukan bahwa kandungan sesungguhnya hanya sekitar 0,45%. Demikian juga, pada produk *Azarine Retinol Smooth Glowing Serum* yang mengklaim memiliki 1% retinol, sedangkan hasil pengujian menunjukan kadar retinol murni yang terkandung dalam produk tersebut hanya sekitar 0,00096%.[4] Perbedaan yang mencolok antara klaim dan isi sebenarnya ini menunjukan adanya praktik pemasaran yang tidak etis.

Kasus serupa juga ditemukan pada *Originote Gluta Bright B3 Serum* yang dipasarkan dengan klaim mengandung *10% niacinamide*. namun, berdasarkan hasil uji laboratorium kadar *niacinamide* yang terdeteksi hanya sekitar 4,97%. Selain itu, pada *Originote Retinol B3 Serum*, bahan aktif diklaim

---

[3] Maya Aprilia dkk., "Peran Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) Bandar Lampung dalam Melindungi Konsumen dari Produk Skincare Overclaim," *Al-Zayn : Jurnal Ilmu Sosial & Hukum* 4, no. 1 (t.t.): h. 7021.

[4] Guna Gerhat Sinaga dan Surahmad, "Analysis of Compensation Mechanisms as Business Actor Liability for Overclaim in Azarine Skincare Products," *Journal of Law, Politic and Humanities* 5, no. 5 (2025): h. 3456.

sebagai retinol tidak ditemukan dalam hasil uji laboratorium. Perbedaan antara klaim dan hasil pengujian laboratorium semacam ini tidak hanya menurunkan kepercayaan publik terhadap industri kosmetik, disamping itu praktik *overclaim* juga dapat menimbulkan risiko bagi konsumen, terutama apabila informasi mengenai kandungan dan manfaat produk tidak sesuai dengan kondisi yang sebenarnya sehingga memengaruhi keamanan dan ketepatan penggunaan produk.

O*verclaim* memberikan dampak yang merugikan bagi konsumen, baik secara materiil maupun immaterial. Dari segi materiil, konsumen mengalami kerugian finansial karena pembeli produk yang manfaatnya tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Dari segi kesehatan, penggunaan produk klaim yang tidak sesuai dapat menyebabkan iritasi, gangguan pada keseimbangan kulit, hingga kerusakan kulit apabila digunakan dalam jangka panjang. Selain itu, *overclaim* juga dapat menimbulkan kesalahpahaman oleh konsumen, karena mereka cenderung memiliki ekspektasi yang tidak realistis terhadap efektivitas produk berdasarkan informasi yang disampaikan dalam promosi. [5]

Dalam Al-Qur'an Surah An-nisa ayat, 29[6]:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّآ اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوْٓا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

[5] Siska Aminarti Sirait dkk., "Businnes Legal Strategy in Supervising Overclaims of Skincare Products Reformulation Food and Drug Authority," *Dynamics: Journal of Interdisciplinary Law and Legal Issues* 1, no. 1 (2025): h. 33, https://journal.publigopress.com/index.php/dynamics/article/view/19.

[6] Mohammad Faizin dan Nur Muslimah, "Implikasi Hukum Ekonomi Syariah dan HUkum Positif terhadap Praktik Overclaim INdustri Skincare: Analisis Hukum da Perlindungan Konsumen," *AL - BAY': Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 3, no. 1 (2025): h. 73, https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/albay/article/view/10983.

> "Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."

Dalam ayat tersebut menjelaskan betapa pentingnya persetujuan dan kesediaan dari kedua belah pihak, baik penjual maupun pembeli, terkait harga, barang, serta pelaksanaan transaksi tanpa mengandung unsur penipuan, paksaan, maupun tindakan yang dapat merugikan salah satu pihak.[7]

Dari sudut pandang hukum, perlindungan terhadap konsumen secara eksplisit diatur dalam UUPK pasal 4 huruf c ditegaskan bahwa setiap konsumen berhak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa. Selain itu, pasal 8 ayat (1) huruf f melarang pelaku usaha memproduksi atau menjual produk yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan pada label, etiket, keterangan, iklan, maupun promosi penjualan. Apabila ketentuan tersebut dilanggar, pelaku usaha dapat dikenai pidana sebagaimana diatur dalam pasal 62 ayat (1) UUPK.[8]

Selain UUPK, ketentuan mengenai kosmetik juga diatur secara teknis melalui berbagai peraturan yang menjadi kewenangan BPOM. Salah satunya Adalah peraturan BPOM no 3 tahun 2022 tentang persyaratan teknis klaim kosmetika yang menegaskan bahwa setiap klaim yang dicantumkan pada produk kosmetik harus didukung oleh bukti ilmiah yang memadai dan tidak

---

[7] Kementerian Agama Republik Indonesia, *Qur'an Kemenag* (2023), https://lajnah.kemenag.go.id/info-lpmq/unduhan/quran-kemenag.html.

[8] *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, t.t.

boleh mengandung informasi yang berpotensi menyesatkan konsumen.[9] Selain itu, peraturan BPOM no 32 tahun 2021 tentang pengawasan tentang pengawasan periklanan kosmetik mengatur bahwa iklan kosmetik wajib memuat informasi yang objktif, jujur, dan tidak menciptakan anggapan yang keliru ditengah masyarakat.[10] Hal ini menunjukan bahwa klaim produk bukan sekadar elemen strategi pemasaran, melainkan juga wujud pertanggungjawaban hukum pelaku usaha. [11]

Saat melakukan pengawasan, peran BPOM tidak hanya diemban oleh kantor pusatnya, melainkan juga dilimpahkan kepada unit pelaksana teknis di berbagai daerah, salah satunya adalah Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan (BBPOM). BBPOM ditugaskan dan diberi wewenang untuk mengawasi obat serta makanan, mencakup kosmetik dan *skincare*, sesuai dengan norma hukum yang ada. [12] Pengawasan semacam itu dijalankan sebagai langkah untuh memastikan keamanan, keselamatan, serta Kesehatan para konsumen.

---

[9] "Peraturan BPOM No. 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika," Database Peraturan | JDIH BPK, diakses 5 Mei 2026, http://peraturan.bpk.go.id/Details/223958/peraturan-bpom-no-3-tahun-2022.

[10] "Peraturan BPOM No. 32 Tahun 2021 tentang Pengawasan Periklanan Kosmetika," Database Peraturan | JDIH BPK, diakses 5 Mei 2026, http://peraturan.bpk.go.id/Details/223944/peraturan-bpom-no-32-tahun-2021.

[11] Maya Aprilia dkk., "Peran Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) Bandar Lampung dalam Melindungi Konsumen dari Produk Skincare Overclaim," h. 7022.

[12] Tofa Apriansyah dan Adis Imam Munandar, "Post Border Control Policy: Stakeholder Analysis Perspective," *Customs Research and Applications Journal* 1, no. 1 (2019): h. 115, https://craj.pknstan.ac.id/crajjournal/article/view/11.

Kewenangan BPOM dalam melaksanakan pengawasan terhdap obat dan makanan, termasuk kosmetik, diatur dalam Perpres no 80 tahun 2017 tentang Badan Pengawasan Obat dan Makanan serta peraturan BPOM no 21 tahun 2020 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Pengawas Obat dan Makanan[13], berdasarkan pasal 3 ayat 1 huruf c dan d menyatakan bahwa BPOM mempunyai tugas dalam Pembuatan dan penentuan aturan, standar prosedur, dan kriteria pada sektor pengawasan sebelum beredar dan setelah beredar, serta melaksanakan pengawasan sebelum dan setelah produk beredar, serta melaksanakan pengawasan sebelum dan setelah produk beredar di Masyarakat. Selain itu, dalam pasal 4 huruf b dan c dinyatakan bahwa BPOM memiliki kewenangan untuk melakukan intelijen dan penyidikan pada sektor pengawasan obat dan makanan serta memberikan sanksi administratif sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.[14]

Mengacu pada tugas dan kewenangan tersebut, BBPOM memiliki peran yang sangat penting dalam melaksanakan pengawasan terhadap peredaran produk *skincare* dimasyarakat, termasuk produk yang dipasarkan dengan klaim berlrbihan (*overlaim*). Pengawasan dilakukan melalui pemantauan izin edar, promosi dan iklan produk, pemeriksaan sarana

[13] Ardiyansyah Kahuripan, "Badan POM Kuat Menuju Indonesia Hebat," *Farmasetika.com (Online)* 3, no. 4 (2019): h. 69, http://jurnal.unpad.ac.id/farmasetika/article/view/21629.

[14] "PERPRES No. 80 Tahun 2017," diakses 2 Mei 2026, https://peraturan.bpk.go.id/Details/73132/perpres-no-80-tahun-2017.

distribusi, hingga penindakan terhadap pelanggaran yang ditemukan.[15] Di Kota Banjarmasin, praktik *overclaim* pada produk *skincare* masih kerap ditemui, terutama melalui penjualan online dan media sosial yang terus berkembang. Banyak produk *skincare* dipasarkan dengan klaim berlebihan tanpa informasi yang jelas mengenai keamanan dan manfaatnya. Situasi ini mengindikasikan bahwa pengawasan terhadap produk *skincare* masih menghadapi berbagai hambatan, baik dari segi luasnya penyebaran produk, kemajuan teknologi, maupun minimnya kesadaran pelaku usaha dan masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Fenomena *Skincare Overclaim* (Studi Evaluasi terhadap Pengawasan Produk Di Kota Banjarmasin)**". Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengawasan yang diterapkan terhadap produk *skincare overclaim* di Kota Banjarmasin serta mengetahui tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan pengawasan tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, agar pembahasan dalam penelitian ini lebih terarah dan sistematis, maka penulis merumuskan masalah adalah sebagai berikut:

A. Bagaimana pengawasan terhadap produk *skincare* yang dilaksanakan di Kota Banjarmasin dalam mengatasi masalah *overclaim*?

---

[15] Rachel Luna Widyawati dan J. Priyanto Widodo, "Legal Strategies In Overcoming Overclaims On Skincare Products: BPOM Policy Evaluation," *Realism: Law Review* 3, no. 1 (2025): h. 4, https://doi.org/10.71250/rlr.v3i1.56.

B. Apa saja tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan pengawasan terhadap produk *skincare* yang melakukan praktik *overclaim* di Kota Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengawasan terhadap produk *skincare* yang dilaksanakan di Kota Banjarmasin dalam mengatasi masalah *overclaim*.
2. Untuk mengetahui tantangan dihadapi dalam pelaksanaan pengawasan produk *skincare* yang melakukan praktik *overclaim* di Kota Banjarmasin.

D. Signifikasi Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan signifikasi berupa manfaat penelitian untuk penulis pada khususnya dan untuk orang lain pada umumnya, antara lain sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

   Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam mengembangkan khazanah keilmuan, khususnya di bidang Hukum Ekonomi Syariah dan memperkaya temuan riset yang ada, serta memperluas pandangan baru bagi pembaca terkait topik yang dibahas tentang Fenomena *Skincare Overclaim* (Studi Evaluasi terhadap Pengawasan Produk di Kota Banjarmasin).

2. Secara Praktis

a. Bagi UIN Antasari Banjarmasin

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menambah koleksi literatur di perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin, khususnya Fakultas Syariah serta dapat digunakan sebagai salah satu referensi ilmiah bagi mahasiswa maupun peneliti yang akan melakukan penelitian berikutnya.

b. Bagi Mahasiswa

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mahasiswa mengenai praktik *overclaim* pada produk *skincare* yang telah beredar. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa akan pentingnya memilih produk *skincare* yang telah memenuhi ketentuan keamanan sehingga terhindar dari penggunaan produk yang berpotensi membahayakan kesehatan.

c. Bagi Peneliti

Peneliian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman peneliti, selain itu, penelitian ini disusun sebagai salah satu persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.).

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari salah paham dalam memahami topik dan isu penelitian, serta agar pembahasan lebih terarah sesuai dengan ruang lingkup

penelitian, maka penulis menetapkan definisi operasional terhadap istilah-istilah yang digunakan sebagai berikut:

1. Fenomena

   Fenomena diartikan sebagai hal-hal yang bisa dilihat oleh indra dan dapat dijelaskan serta dinilai secara ilmiah.[16] Fenomena yang dimaksud disini adalah fenomena klaim berlebihan produk perawatan (*skincare overclaim*).

2. *Skincare*

   Skincare diartikan metode atau produk perawatan kulit yang lebih berfokus pada perawatan kulit wajah yang dapat meningkatkan penampilan dan fungsi kulit wajah.[17]

3. *Overclaim*

   Overclaim adalah penyampaian klaim atau informasi mengenai suatu produk yang memuat pernyataan atau slogan secara berlebihan. *Overclaim* yang dimaksud disini klaim berlebihan atau tidak sesuai fakta mengenai kegunaan dan khasiat produk perawatan kulit, sehingga informasi yang disampaikan mengenai produk tersebut tidak mencerminkan kondisi yang sebenarnya, tidak akurat, sera tidak disampaikan secara jujur dan transparan kepada konsumen.

4. Pengawasan

---

[16] *Arti Kata Fenomena - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online*, t.t., 17 Maret 2025.

[17] Dhimas Tiya Candra dan Fahroli Akbar Yuliansyah, "Membuat Brand Kosmetik dengan cara Maklon Kosmetik," *Seminar Nasional & Call For Paper HUBISINTEK*, 2022, h. 612.

Pengawasan diartikan sebagai pemeriksaan dan penjagaan.[18] Pengawasan dalam penelitian ini adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan (BBPOM) di Banjarbaru untuk memastikan bahwa peredaran dan promosi produk *skincare* telah memenuhi peraturan perundang-undangan, termasuk mencegah dan menindak produk yang menggunakan klaim berlebihan (*overclaim*) sehingga tidak menyesatkan konsumen.[19]

F. Kajian Pustaka

Kajian Pustaka disusun untuk menghindari terjadinya pengulangan atau duplikasi terhadap penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, sekaligus memperjelas fokus permasalahan yang menjadi objek penelitian. Oleh karena itu, kajian pustaka berfungsi sebagai landasan untuk menunjukan perbedaan antara penelitian yang dilakukan penulis dengan penelitian terdahulu. Adapun penelitian-penelitian terdahulu yang menjadi rujukan dalam kajian Pustaka ini adalah sebagai berikut:

1. Skripsi yang berjudul "Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Produk Kosmetik Mengandung Merkuri (Studi Kasus di Pasar Rakyat Desa Jambu Burung)". Diteliti oleh Nor Latifah, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakutas Syariah, Universitas Islam Negeri Antasari

[18] *Arti Kata Pengawasan- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online*, 17 Maret 2025, https://kbbi.web.id/awas.

[19] Andri Eko Putra, "Peran Pengawasan dalam Meningkatkan Efektivitas Kerja pada Pt.Kereta Api (Persero) Divisi Regional Iii Sumatera Selatan," *Jurnal Media Wahana Ekonomika* 12, no. 1 (2015): h. 54.

Banjarmasin, 2024. Hasil penelitian tersebut menunjukan bahwa undang-undang telah memuat aturan jelas tentang perlindungan konsumen. Kendati demikian, penyedia barang tetap saja abai pada tanggung jawabnya, yang mengakibatkan hak-hak konsumen terabaikan. Pada kasus peredaran kosmetik yang mengandung merkuri di Pasar Rakyat Desa Jambu Burung, konsumen tidak memperoleh informasi yang akurat, lugas, dan tulus mengenai produk yang diperdagangkan, serta tidak mendapatkan jaminan atas keamanan dan keselamatan dalam penggunaan produk tersebut. Kurangnya perlindungan terhadap konsumen dipengaruhi oleh beberap faktor, antara lain kurangnya pemahaman baik dari penyedia barang maupun konsumen, rasa tanggung jawab dari penyedia barang, tidak adanya penyuluhan yang diberikan, konsumen yang tertarik dengan harga murah, dan kurangnya pengawasan atau pengamanan yang ada.[20] Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan terletak pada fokus pembahasan, yaitu mengkaji tentang perlindungan hukum bagi konsumen atas produk kecantikan. Sementara itu, perbedaannya ada pada kajian ini adalah menguraikan perlindungan hukum bagi konsumen terhadap produk kosmetik yang mengandung merkuri dengan studi kasus di Pasar Rakyat Desa Jambu Burung, sedangkan kajian yang dilakukan peneliti adalah Fenomena *Skincare*

[20] Nor Latifah, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Mengandung Merkuri (Studi Kasus di Pasar Rakyat Desa Jambu Burung)," *Fakultas Syariah UIN Antasari Banjarmasin*, 2024, https://idr.uin-antasari.ac.id/id/eprint/25930.

Overclaim (Studi Evaluasi terhadap Pengawasan Produk di Kota Banjarmasin)

2. Skripsi berjudul "Implementasi Pasal 7 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Produk Kosmetik di Kota Banjarmasin Perspektif Hukum Ekonomi Syariah". Diteliti oleh Siti Rahmaniah, Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalah), Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, 2023. Hasil penelitiian menunjukan bahwa dari lima informan, dua penyedia barang yang telah menerapkan pasal 7 UUPK sementara tiga penyedia barang lainnya belum melakukannya. Ditinjau dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah, kegiatan jual beli seharusnya didasarkan pada prinsip keadilan, kejujuran, dan transparansi sehingga hak serta kewajiban antara penyedia barang dan konsumen terlindungi, prinsip tersebut sejalan dengan konsep hak khiyar. Penelitian ini juga menemukan beberapa kendala, diantaranya konsumen mudah terpengaruh oleh promosi atau informasi yang disebarkan melalui media sosial tanpa melakukan pengecekan lebih lanjut terhadap produk, tidak mengenal pelaku usaha karena transaksi dilakukan secara daring, serta tingginya tingkat kepercayaan konsumen terhadap informasi yang disampaikan pelaku usaha tanpa memastikan kebenarannya. Oleh karena itu, penelitian tersebut menegaskan bahwa pelaku usaha perlu menerapkan prinsip etika bisnis Islam, seperti keseimbangan, kebebasan memilih, tanggungjawab, kebenaran, kebajikan, dan

kejujuran.[21] Persamaan penlitian ini dengan penelitian mendatang adalah kedua-duanya sama-sama meneliti perlindungan hukum bagi konsumen terhadap produk kecantikan. Perbedaannya terletak pada penelitian ini menjelaskan penerapan pasal 7 UUPK terhadap produk kosmetik di Kota Banjarmasin perspektif hukum ekonomi syariah, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti Fenomena *Skincare Overclaim* (Studi Evaluasi terhadap Pengawasan Produk di Kota Banjarmasin).

3. Jurnal berjudul "Tanggung Jawab Pelaku Usaha atas *Overclaim Sun Protection Factor* (SPF) pada Produk Tabir Surya X". Diteliti oleh Nabilla Dhinggar Arumbi, Sapto Hermawa, Asianto Nugroho, Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret, 2024. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa tindakan *overclaim* yaitu bentuk pelanggaran terhadap hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 UUPK, pelaku usaha tidak memenuhi ketentuan yang terdapat dalam pasal 7, 8, dan 17 UUPK. bentuk penanggungjawaban pelaku usaha atas pemberian klaim berlebihan mengenai SPF mengacu pada Pasal 19 UUPK, yang mewajibkan pelaku usaha memberikan ganti rugi atas kerugian yang dialami konsumen, bentuk pertanggungjawab an tersebut didasarkan pada prinsip tanggung jawab karena kesalahan (*Liability*

[21] Siti Rahmaniah, *Implementasi Pasal 7 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Produk Kosmetik di Kota Banjarmasin Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*, 2023, https://idr.uin-antasari.ac.id/id/eprint/24452.

Based on Fault) dan tanggung jawab produk (*Product Liability*).[22] Persamaan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya tentang *overclaim* produk kecantikan. Sedangkan perbedaannya terdapat pada tanggung jawab pelaku usaha atas praktik *overclaim sun protection factor* (SPF) pada produk tabir surya, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti Fenomena *Skincare Overclaim* (Studi Evaluasi terhadap Pengawasan Produk di Kota Banjarmasin).

4. Jurnal yang berjudul "Perlindungan Hukum bagi Konsumen disebabkan *Overclaim* pada Deskripsi Produk Kosmetik X (Perawatan Wajah)". Diteliti oleh Aanisah Nida Tahaanii dan Waluyo, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, 2023. Hasil penelitian menunjukan bahwa perlindungan hukum bagi konsumen terhadap praktik *overclaim* pada produk kosmetik x, dimana pelaku usaha melakukan kesalahan, pelaku usaha memberikan klaim yang berlebihan, artinya memberikan informasi diberikan tidak benar.dengan demikian, hal ini bisa menyesatkan konsumen saat akan membeli kosmetik tersebut. Dan hal seperti itu dilarang bagi pelaku usaha, sebaliknya, konsumen memiliki hak untuk menerima informasi yang benar, jujur, dan sesuai dengan keadaan kosmetik yang sebenarnya, seperti yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

[22] Nabilla Dhinggar Arumbi dkk., "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Overclaim Sun Protection Factor (SPF) Pada Produk Tabir Surya X," *Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret*, 2024.

tentang Perlindungan Konsumen.[23] Persamaan penelitian yang sudah ada sebelumnya mengenai perlindungan konsumen terhadap *overclaim* pada produk kecantikan. Sementara itu, perbedaannya terletak pada pelindungan hukum bagi konsumen akibat *overclaim* pada deskripsi produk kosmetik x (perawatan wajah), sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti Fenomena *Skincare Overclaim* (Studi Evaluasi terhadap Pengawasan Produk di Kota Banjarmasin).

5. Prosiding yang berjudul "Perlindungan Konsumen terhadap *Overclaim* Produk *Skincare*". Diteliti oleh Adinda Ayu Puspita Kuncoro dan M. Syamsudin, Fakultas Hukum, Universitas Islam Indonesia, 2024. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa pelaku usaha memberikan informasi mengenai produk *skincare* memakai pernyataan *overclaming*. Praktik tersebut mengandung unsur iklan yang menyesatkan karena informasi yang disampaikan tidak memenuhi standar penyampaian informasi kepada konsumen. Praktik *overclaiming* dalam kegiatan promosi dan pengiklanan bertentangan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, diantaranya yaitu pasal 3 ayat (2) Peraturan BPOM no. 3 tahun 2022, serta pasal 3 Peraturan BPOM no. 32 tahun 2021. Penelitian ini juga menemukan bahwa praktik *overclaiming* dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen, baik kerugian materiil berupa kehilangan uang maupun kerugian immaterial seperti gangguan atau

[23] Aanisah Nida Tahaanii dan Waluyo, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Disebabkan Overclaim Pada Deskripsi Produk Kosmetik X (Perawatan Wajah)," *Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur*, 2023.

kerusakan pada kulit serta kekecewaan emosional. Tanggung jawab pelaku usaha sudah dijelaskan pada pasal 19 dan 20 UUPK, pasal 1365-1367 KUHPer, dan Peraturan BPOM no. 3 tahun 2022.[24] Persamaan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya tentang perlindungan konsumen terhadap *overclaim* produk *skincare*. Sementara itu perbedaannya terletak pada perlindungan hukum bagi konsumen terhadap pernyataan *overclaim* pada pemasaran produk *skincare* dan bentuk pertanggung jawaban pelaku usaha atas penggunaan pernyataan *overclaim*, sedangkan yang dilakukan penulis meneliti mengenai Fenomena *Skincare Overclaim* (Studi Evaluasi terhadap Pengawasan Produk di Kota Banjarmasin).

6. Jurnal yang berjudul "Tinjauan Normatif terhadap Pertanggung Jawaban Perdata Penjualan *Skincare* Ilegal dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen". Diteliti oleh Fitri Sembiring Milala dan Rahmi Ayunda, Fakultas Hukum, Universitas Internasional Batam, 2022. Hasil penelitian menunjukan bahwa perlindungan konsumen terhadap peredaran produk skincare ilegal telah diaur dalam UUPK. Didalamnya telah memuat berbagai hak konsumen sebagai bentuk perlindungan agar asyarakat terhindar dari dampak negatif penggunaan produk yang tidak memenuhi ketentuan hukum. Sebagaimana tercantum dalam pasal 19 angka 1 UUPK, mengatur bahwa pelaku

[24] Adinda Ayu Puspita Kuncoro dan M. Syamsudin, "Perlindungan Konsumen terhadap Overclaim Produk Skincare," *Fakultas Hukum, Universitas Islam Indonesia*, 2024.

usaha bertanggung jawab memberikan Ganti rugi atas kerugian yang dialami konsumen akibat penggunaan produk yang diperdagangkan. Apabila hak konsumen tidak terpenuhi, penyelesaian sengketa dapat diajukan kepada BPSK, termasuk ketentuan mengenai pemberian sanksi sebagaimana tercantum dalam 60 ayat (2) UUPK.[25] Persamaan penelitian sebelumnya adalah mengenai perlindungan hukum konsumen tehadap produk *skincare*. Sementara perbedaannya terletak pada Pertanggung Jawaban Perdata Penjualan *Skincare* Ilegal dalam perspektif Hukum Perlindungan Konsumen, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti Fenomena *Skincare Overclaim* (Studi Evaluasi terhadap Pengawasan Produk di Kota Banjarmasin).

7. Jurnal yang berjudul "*Costumer Protection Against Skincare Trade Not Yet Liicensed by BPOM Through E-Commerce*". Diteliti oleh Hidayanti dan Aripin, Universitas Borobudur, 2024. Hasil penelitian menunjukan bahwa meskipun Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah memberikan dasar hukum, namun regulasi pelaksanaannya masih perlu diperkuat, terutama pada aspek pengawasan pra-pasar dan pasca-pasar oleh BPOM. *Platform e-commerce* belum berperan secara optimal dalam memastikan produk *skincare* yang diperdagangkan telah memenuhi standar keamanan serta

[25] Fitri Sembiring Milala dan Rahmi Ayunda, "Tinjauan Normatif terhadap Pertanggung Jawaban Perdata Penjualan Skincare Ilegal dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen," *Fakultas Hukum, Universitas Internasional Batam*, 2022.

memiliki perizinan.[26] Persamaan penelitian yang telah dilaksanakan sebelumnya mengenai perlindungan hukum untuk konsumen terkait *skincare*. Sedangkan perbedaannya terdapat pada Perlindungan Konsumen terhadap perdagangan skincare yang belum mendapatkan izin dari BPOM melalui *E-commerce*, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti Fenomena *Skincare Overclaim* (Studi Evaluasi terhadap Pengawasan Produk di Kota Banjarmasin).

G. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini tersusun dalam lima bab agar pembahasan tersaji secara sistematis, runtut dan mudah dipahami, Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, mencakup latar belakang masalah yang menjelaskan Gambaran umum mengenai permasalahan yang menjadi objek penelitian. Berdasarkan uraian tersebut, dirumuskan pokok-pokok permasalahan dalam rumusan masalah yang menjadi dasar penentuan tujuan penelitian. Selain itu, bab ini juga memuat definisi operasional untuk memberikan batasan terhadap istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian sehingga tidak menimbulkan perbedaan penafsiran, selanjutnya disajikan kajian penelitian terdahulu sebagai bahan perbandingan dengan penelitian yang dilakukan, baik dari segi

[26] Hidayati Hidayati dan Aripin Aripin, "Consumer Protection Against Skincare Trade Not Yet Licensed By Bpom Through E-Commerce," *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian* 3, no. 11 (2024): h. 886, https://locus.rivierapublishing.id/index.php/jl/article/view/3272.

persamaan maupun perbedaannya. Bab ini diakhiri dengan uraian mengenai sistematika penulisan skripsi.

BAB Landasan Teori, berisi uraian mengenai teori-teori yang menjadi dasar dalam penelitian serta keterkaitan dengan permasalahan yang dikaji. Bab ini memuat konsep dan teori yang relevan yang bersumber dari buku, peraturan perundang-undangan, jurnal ilmiah, dan literatur lainnya, meliputi teori mengenai pengawasan dan klaim oleh BPOM, dan pengawasan dalam perspektif Islam.

BAB III Metode Penelitian, menjelaskan metode yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian. Bab ini menguraikan jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data yang digunakan.

BAB IV Laporan Penelitian, menyajikan hasil penelitian yang diperoleh dan analisis data mengenai Fenomena *Skincare Overclaim* (Studi Evaluasi terhadap Pengawasan Produk di Kota Banjarmasin), pada bab ini dipaparkan hasil wawancara, data penelitian, serta analisis yang dikaitkan dengan teori dan ketentuan hukum yang relevan sehingga dapat menjawab rumusan masalah penelitian.

BAB V Penutup, berisi simpulan yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan. Selain itu, bab ini juga memuat saran-saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan baik untuk penelitian selanjutnya