

**TANGGUNG JAWAB PRODUSEN TERHADAP SKINCARE OVERCLAIM
DALAM PERSPEKTIF ABUSE OF TRUST**

Tesis

Oleh

**AJENG NUR ANNISA
NPM 2422011002**



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

ABSTRAK

TANGGUNG JAWAB PRODUSEN TERHADAP *SKINCARE OVERCLAIM* DALAM PERSPEKTIF *ABUSE OF TRUST*

Oleh:

AJENG NUR ANNISA

Industri *skincare* di Indonesia berkembang pesat seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat akan perawatan kulit. Namun, perkembangan tersebut diikuti oleh maraknya praktik *overclaim* atau klaim berlebihan yang tidak didukung bukti ilmiah. Klaim menyesatkan tersebut menimbulkan ketimpangan informasi antara produsen dan konsumen, sehingga konsumen melakukan pembelian berdasarkan kepercayaan dan ekspektasi yang tidak sesuai dengan kondisi produk sebenarnya. Praktik ini mencerminkan adanya penyalahgunaan kepercayaan (*abuse of trust*) yang berpotensi menimbulkan kerugian finansial, risiko kesehatan, serta menurunkan kepercayaan publik terhadap industri *skincare*.

Permasalahan penelitian ini adalah bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen atas praktik *overclaim* produk *skincare* dalam perspektif *abuse of trust*, serta bagaimana penerapan tanggung jawab hukum produsen berdasarkan prinsip tanggung jawab karena kesalahan. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual untuk menganalisis ketentuan hukum yang mengatur kewajiban produsen dan hak konsumen,

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik *overclaim* dapat dikualifikasikan sebagai wanprestasi dan pelanggaran asas itikad baik. Perlindungan hukum secara preventif dilakukan melalui pengaturan kewajiban klaim berbasis bukti ilmiah, pengawasan BPOM, dan pengendalian iklan produk. Sementara itu, perlindungan hukum secara represif dilakukan melalui sanksi administratif, penarikan produk, dan tuntutan ganti rugi perdata. Penelitian ini menyarankan penguatan pengawasan, peningkatan kepatuhan produsen, dan edukasi konsumen guna mencegah penyalahgunaan kepercayaan.

Kata Kunci: *Abuse of Trust, Skincare Overclaim, Tanggung Jawab Produsen.*

ABSTRACT

PRODUCER LIABILITY FOR SKINCARE OVERCLAIM IN THE PERSPECTIVE OF ABUSE OF TRUST

By:

Ajeng Nur Annisa

The skincare industry in Indonesia has grown rapidly in line with the increasing public demand for skin care products. However, this development has been accompanied by the widespread practice of overclaim, namely exaggerated product claims that are not supported by scientific evidence. Such misleading claims create information asymmetry between producers and consumers, leading consumers to make purchasing decisions based on trust and expectations that do not reflect the actual condition of the products. This practice constitutes an abuse of trust that may result in financial losses, health risks, and a decline in public confidence in the skincare industry.

This research examines the forms of legal protection available to consumers against skincare overclaim practices from the perspective of abuse of trust, as well as the application of producer liability based on the fault-based liability principle. The study employs a normative juridical method using statutory and conceptual approaches to analyze legal provisions governing producer obligations and consumer rights.

The research results indicate that the practice of overclaiming can be classified as a breach of contract and a violation of the principle of good faith. Preventive legal protection is provided through the obligation to regulate claims based on scientific evidence, supervision by the Food and Drug Authority (BPOM), and control of product advertising. Meanwhile, repressive legal protection is provided through administrative sanctions, product recalls, and civil compensation claims. This research recommends strengthening oversight, increasing producer compliance, and educating consumers to prevent undermining trust.

Keywords: Abuse of Trust, Skincare Overclaim, Producer Liability.

**TANGGUNG JAWAB PRODUSEN TERHADAP *SKINCARE OVERCLAIM*
DALAM PERSPEKTIF *ABUSE OF TRUST***

Oleh

Ajeng Nur Annisa

Tesis

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar

MAGISTER HUKUM

Pada

Program Studi Magister Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Lampung



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

Judul Tesis

: TANGGUNG JAWAB PRODUSEN
TERHADAP SKINCARE OVERCLAIM
DALAM PERSPEKTIF ABUSE OF TRUST

Nama Mahasiswa

: AJENG NUR ANNISA

Nomor Pokok Mahasiswa

: 2422011002

Program Kekhususan

: Hukum Bisnis

Program Studi

: Magister Ilmu Hukum

Fakultas

: Hukum

MENYETUJUI

Dosen Pembimbing



Dr. Ahmad Zazili, S.H., M.H.
NIP. 197404132005011001

Dr. Sepriyadi Adhan S, S.H., M.H.
NIP. 197309291998021001

MENGETAHUI

**Koordinator Program Studi Magister Ilmu Hukum
Fakultas Hukum Universitas Lampung**

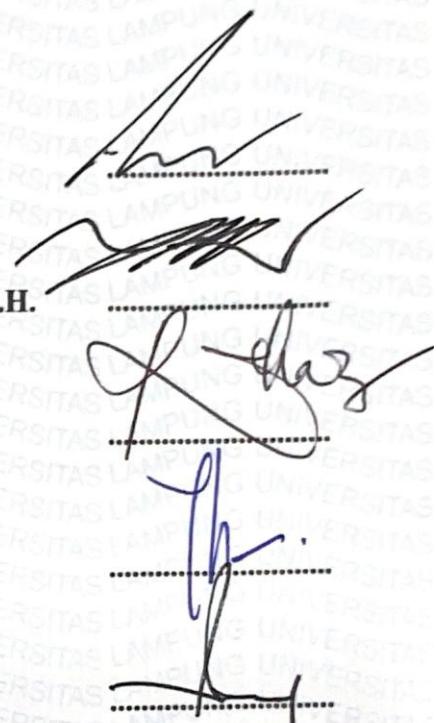


Dr. Heni Siswanto, S.H., M.H.
NIP. 196502041990031004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua Tim Penguji : **Dr. Ahmad Zazili, S.H., M.H.**



Sekretaris : **Dr. Sepriyadi Adhan S, S.H., M.H.**

Penguji Utama : **Rohaini, S.H.,M.H., Ph.D.**

Anggota : **Dr. Yusdiyanto, S.H., M.H.**

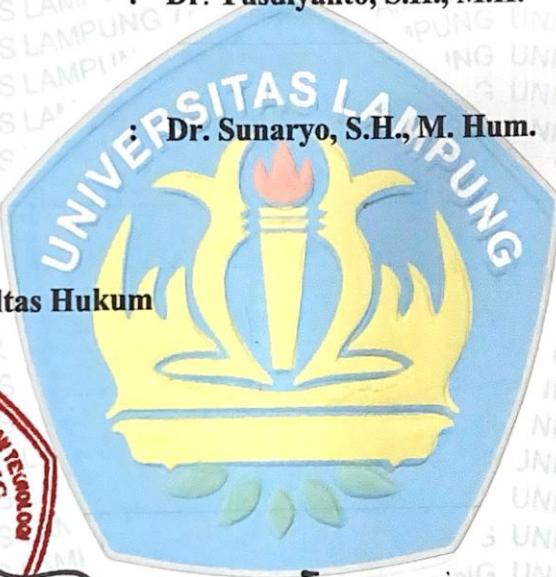
Anggota : **Dr. Sunaryo, S.H., M. Hum.**

2. Dekan Fakultas Hukum



Dr. M. Fakih, S.H., M.S.
NIP. 196412181988031002

Tanggal Lulus Ujian: 26 Januari 2026



LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Tesis dengan judul **“Tanggungjawab Produsen terhadap Skincare Overclaim Dalam Perspektif Abuse Of Trust”** adalah hasil karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan atas karya penulis lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika ilmiah yang berlaku.
2. Hak cipta atau karya ilmiah ini diserahkan sepenuhnya kepada Universitas Lampung.

Atas pernyataan ini apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya ketidakbenaran, saya bersedia menanggung akibat dan sanksi yang diberikan kepada saya. Saya bersedia dan sanggup dituntut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Bandar Lampung, 26 Januari 2026
Penulis



AJENG NUR ANNISA
NPM 2422011002

RIWAYAT HIDUP



Ajeng Nur Annisa dilahirkan di Wates Lampung Tengah, pada tanggal 18 Maret 2002, sebagai anak kedua dari tiga bersaudara, buah hati dari pasangan Bapak Sudaryono dan Ibu Sutiyah. Penulis menyelesaikan TK PKK Wates pada Tahun 2008, SD Negeri Wates Tahun 2014, SMP Negeri 4 Gunung Sugih Tahun 2017 dan SMA Negeri 1 Trimurjo diselesaikan pada tahun 2020. Penulis tercatat sebagai Mahasiswi Program Studi Strata-1 Fakultas Hukum Universitas Lampung pada tahun 2020 bagian Hukum Perdata dan tercatat sebagai mahasiswa penerima beasiswa PMPAP (Penerimaan Mahasiswa Perluasan Akses Pendidikan) yang lulus pada tahun 2023 melalui program Merdeka Belajar Kampus Merdeka di Pengadilan Negeri Liwa. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di Program Pascasarjana Universitas Lampung pada tahun 2024 dan berkesempatan menjadi salah satu mahasiswa penerima beasiswa pascasarjana Universitas Lampung. Selama perkuliahan, penulis pernah menjadi Finalis dalam ajang perlombaan *The Geneva Challenge* yaitu kompetisi global tahunan untuk mahasiswa pascasarjana (*Master*) yang diselenggarakan oleh *The Graduate Institute* dan ikutserta dalam tim *task force* Akreditasi FIBAA (*Foundation for International Business Administration Accreditation*) pada program studi Magister Ilmu Hukum Universitas Lampung.

MOTTO

Barangsiapa yang hendak menginginkan dunia, maka hendaklah ia menguasai ilmu.

Barangsiapa menginginkan akhirat hendaklah ia menguasai ilmu, dan barangsiapa yang menginginkan keduanya (dunia dan akhirat) hendaklah ia menguasai ilmu

(HR Ahmad)

Banyak hal yang dapat menjatuhkanmu, tetapi yang paling berbahaya adalah keraguanmu sendiri.

(R.A Kartini)

PERSEMBAHAN



Puji Syukur saya haturkan kepada Allah SWT atas rahmat, anugerah, nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penggerjaan tesis ini dengan baik. Saya persembahkan karya sederhana ini kepada yang teristimewa dan tersayang:

Kedua Orang Tua Tercinta

Babe Sudaryono dan Ibu Sutiayah yang sangat ku cintai

Untuk kedua orang tuaku, terima kasih atas cinta yang tak pernah meminta balasan, dan doa yang selalu menjaga setiap langkahku. Dari setiap pengorbanan kalian, aku belajar menemukan keberanian untuk terus melangkah. Untuk babe ku terima kasih senantiasa mengajarkan kedisiplinan dalam hidup dan untuk ibuku terimakasih telah mengajarkanku menjadi wanita kuat dan sabar. Semoga gelar ini menjadi awal kecil bagiku untuk mengangkat derajat keluarga, sebagaimana kalian telah mengangkat hidupku dengan kasih yang tanpa batas. Kalian adalah alasan mengapa setiap perjuangan terasa layak untuk diperjuangkan hingga akhir.

SANWACANA

Dengan mengucapkan Alhamdulillahirobbil ‘alamin, segala puji bagi Allah SWT, yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh pengikutnya yang setia mengikuti petunjuk-Nya. Aamiin. Atas kehendak dan ridha-Nya, penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Tanggungjawab Produsen Terhadap *Skincare Overclaim* Dalam Perspektif *Abuse Of Trust*”.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki kekurangan. Dalam proses penyusunannya, penulis telah menerima banyak bantuan, bimbingan, serta saran yang sangat berharga dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Lusmeilia, D.E.A., I.P.M. selaku Rektor Universitas Lampung;
2. Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si. selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Lampung;
3. Dr. M. Fakih, S.H., M.S. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Lampung;
4. Dr. Heni Siswanto, S.H., M.H. selaku Koordinator Program Studi Magister Ilmu Hukum Fakultas Hukum Unila beserta seluruh Dosen dan Staff yang telah memberikan bimbingan, ilmu, dan bantuan yang diberikan selama perkuliahan telah menjadi fondasi berharga dalam perjalanan akademik penulis.
5. Dr. Ahmad Zazili, S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing 1 atas kerendahan hati, kesabaran, serta ketersediaan untuk meluangkan waktu memberikan waktu dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini;
6. Dr. Sepriyadi Adhan S, S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan waktunya dalam penyusunan tesis ini lebih terarah;
7. Rohaini, S.H., M.H., Ph.D. selaku Penguji I, atas saran dan arahan dalam memperbaiki dan menyempurnakan isi penelitian ini;
8. Dr. Yusdiyanto, S.H. M.H. selaku Penguji II, atas saran dan arahan untuk menguatkan sekaligus menajamkan arah penelitian ini;

9. Untuk Kakakku tersayang Tiara Indah Sagita dan Pratama Akbar Hendarto yang senantiasa memberikan bantuan dan dukungan serta canda tawa selama penulis penyelesaikan karya ini.
10. Untuk Adikku tercinta, Arkha Tridea Ragavan, terimakasih atas tawa dan ceritamu selalu menjadi penghibur di hari-hariku. Semoga kelak aku bisa menjadi panutan yang layak kamu banggakan.
11. Untuk ponakan kecilku yang manis Qaisara Shaima Arbain, terima kasih karena senyummu selalu menjadi penyembuh lelah. Semoga kamu tumbuh menjadi perempuan hebat lebih dari tita.
12. Seluruh Keluarga Besar ku, terima kasih atas doa, perhatian, dan dukungan yang tak pernah berhenti;
13. Yang terkasih, sahabat dan teman-teman yang selalu ada menyertai dalam suka dan duka dalam menempuh pendidikan magister;
14. Semua pihak yang turut membantu, meski tak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas setiap kebaikan yang kalian berikan;
15. Almamaterku tercinta Universitas Lampung, yang telah memberikan kepercayaan kepada penulis sebagai *awardee* beasiswa dari S-1 hingga S-2, sehingga penulis dapat menuntaskan pendidikan dengan baik.

Akhir kata, penulis mengharapkan tesis ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua dalam mengembangkan dan mengamalkan ilmu pengetahuan.

Bandar Lampung, 26 Januari 2026
Penulis

AJENG NUR ANNISA
NPM 2422011002

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
HALAMAN JUDUL	iv
HALAMAN PERSETUJUAN.....	v
HALAMAN PENGESAHKAN.....	vi
LEMBAR PERNYATAAN	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN.....	x
SANWACANA	xi
DAFTAR ISI.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Masalah dan Ruang Lingkup	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
D. Kerangka Pemikiran.....	9
E. Metode Penelitian	20

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Hak dan Kewajiban Produsen	25
B. Hak dan Kewajiban Konsumen.....	26
C. Tanggung Jawab Produsen dalam Produk <i>Skincare</i>	28
D. <i>Overclaim</i> Pada Produk <i>Skincare</i>	30
E. Penyalahgunaan Kepercayaan (<i>Abuse of Trust</i>).....	31

BAB III PEMBAHASAN

A. Bentuk Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Praktik <i>Overclaim</i> Produk <i>Skincare</i> dalam Perspektif <i>Abuse of Trust</i>	33
B. Penerapan Tanggung Jawab Hukum Produsen atas Praktik <i>Overclaim</i> Produk <i>Skincare</i> Berdasarkan Prinsip Tanggung Jawab Karena Kesalahan	49

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	57
B. Saran.....	58

DAFTAR PUSTAKA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan industri kecantikan di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan pesat. Kesadaran masyarakat akan perawatan kulit menjadikan produk *skincare* sebagai kebutuhan yang digemari lintas gender dan usia. Namun, di balik pertumbuhan tersebut, muncul persoalan serius berupa praktik *overclaim* atau klaim berlebihan oleh produsen. *Overclaim* terjadi ketika produsen menyatakan manfaat produk secara berlebihan tanpa dasar ilmiah yang memadai, sehingga menyesatkan konsumen.

Dalam perspektif hukum perdata, hubungan antara produsen dan konsumen lahir dari perjanjian jual beli yang mengikat secara hukum. Produsen berkewajiban menyampaikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai produk yang diperdagangkan sebagai bagian dari prestasi yang harus dipenuhi. Apabila produsen memberikan informasi yang menyesatkan atau klaim berlebihan, perbuatan tersebut dapat dikualifikasikan sebagai wanprestasi. Hal ini sesuai dengan Pasal 1243 KUHPerdata yang mengatur bahwa ganti rugi wajib dibayarkan apabila debitur tetap tidak memenuhi kewajibannya meskipun telah dinyatakan lalai.

Dalam perspektif *Business Responsibility Jurisprudence* (BRJ), pelaku usaha tidak hanya bertanggung jawab secara hukum, tetapi juga secara etis dan sosial terhadap dampak kegiatan usahanya. BRJ menekankan bahwa perusahaan wajib menjunjung tinggi prinsip kejujuran, transparansi, dan akuntabilitas dalam setiap aktivitas bisnis, termasuk dalam penyampaian klaim produk. Praktik *overclaim* dalam industri *skincare* bertentangan dengan prinsip BRJ karena mencerminkan pengabaian terhadap tanggung

jawab moral dan sosial perusahaan kepada konsumen. Oleh karena itu, penerapan BRJ menjadi relevan untuk menilai tidak hanya aspek legal formal, tetapi juga integritas dan tanggung jawab produsen dalam menjaga kepercayaan publik.

Praktik *overclaim* pada produk *skincare* terjadi ketika produsen menyampaikan klaim manfaat yang tidak sesuai dengan kenyataan dan tidak didukung bukti ilmiah yang memadai. Konsumen sering membeli produk berdasarkan klaim seperti memutihkan wajah dalam waktu singkat atau menghilangkan jerawat seketika, sehingga berada pada posisi rentan akibat keterbatasan pengetahuan tentang bahan aktif. Ketika hasil yang dijanjikan tidak terbukti, konsumen mengalami kerugian finansial maupun risiko kesehatan. Persaingan pasar mendorong produsen menonjolkan klaim seolah-olah berbasis ilmiah tanpa uji validitas yang memadai. Oleh karena itu, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan mewajibkan pelaku usaha menyampaikan informasi yang benar, jelas, dan tidak menyesatkan.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 jo. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 mengatur tanggung jawab pelaku usaha dalam perdagangan elektronik, termasuk promosi *skincare* secara daring. Pelaku usaha wajib menyampaikan informasi produk yang benar, lengkap, dan tidak menyesatkan, termasuk mengenai manfaat, kandungan, dan keamanan produk.¹ Dalam praktik *overclaim*, kewajiban ini sering dilanggar karena produsen menyajikan klaim yang tidak sesuai dengan fakta produk. Pasal 9 ayat (1) UUPK secara tegas melarang penyampaian informasi yang tidak benar, menyesatkan, atau tidak lengkap.

Dalam pasal 9 ayat (1) UUPK ditegaskan bahwa pelaku usaha dilarang membuat pernyataan atau informasi yang tidak benar, menyesatkan, atau tidak lengkap tentang suatu produk. Namun dalam praktiknya, masih banyak produsen yang mengabaikan

¹ Winanda, F., & Suryani, R., Ahmad Zazili (2023). *Perlindungan Konsumen Jasa Parkir di Pusat Perbelanjaan*. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 20(4), hlm. 4.

ketentuan ini. Berikut ini adalah contoh beberapa kasus praktik *overclaim* dalam industri *skincare* yang pernah terjadi, termasuk produk dari merek lokal yang sempat menjadi sorotan publik:

Tabel 1. Kasus-Kasus Praktik *Overclaim* dalam Industri *Skincare*²

No.	Nama Produk	Klaim yang Dinyatakan	Kandungan Dalam Iklan	Hasil Uji Lab	Dampak Terhadap Konsumen
1.	GlowXCream	Memutihkan Kulit dalam 3 hari	Niacinamide 10%	Niacinamide 3%	Iritasi pada kulit
2.	AcneByeGel	Hilangkan jerawat dalam semalam	Salicylic Acid 2%	Salicylic Acid 0,5%,	Jerawat meradang
3.	Youth Elixir	Menghilangkan keriput secara permanen	Retinol 1%, Collagen aktif	Retinol <0,1% kolagen	Reaksi alergi
4.	Sun Clear	100% tahan matahari selama 24 jam	SPF 100	SPF aktual hanya 35-40,	Kulit kusam
5.	Daviena Skincare	Menutrisi dan Mencerahkan kulit dalam 2 hari	Glutathione 5%, Alpha Arbutin 7%	Glutathione <1%, Alpha Arbutin 2%	Tidak mencerahkan dalam 2 hari, iritasi ringan

Sumber : (Siaran Pers BPOM RI Tahun 2024. Daftar *Skincare Overclaim*)

Tabel di atas memperlihatkan secara jelas adanya ketidaksesuaian antara kandungan yang diklaim dalam iklan dengan hasil uji laboratorium yang sebenarnya. Sebagai contoh, produk *GlowX Cream* mengklaim mengandung 10% *niacinamide*, namun hasil uji hanya menunjukkan 3%, yang berarti efek memutihkannya semata-mata berasal dari *pigmen tone-up*, bukan dari kandungan aktif. Demikian pula produk *Daviena Skincare* yang mempromosikan *glutathione* dan *alpha arbutin* dalam konsentrasi

²<https://www.pom.go.id/siaran-pers>, diakses pada 13 Maret 2025.

tinggi, ternyata hanya mengandung sebagian kecil dari yang diklaim.³ Praktik tersebut bertentangan dengan Pasal 435 Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan, yang menyatakan bahwa setiap orang dilarang memproduksi atau mengedarkan sediaan farmasi dan alat kesehatan yang tidak memenuhi standar dan/atau persyaratan keamanan, khasiat/manfaat, dan mutu, serta tidak sesuai dengan informasi yang sebenarnya.⁴

Pasal tersebut menegaskan bahwa produk kesehatan, termasuk kosmetik, harus memenuhi standar keamanan, khasiat, manfaat, dan mutu. Meskipun *skincare* tergolong kosmetik, prinsip kehati-hatian tetap relevan karena digunakan langsung pada tubuh manusia. *Overclaim* terkait khasiat produk dapat dikualifikasikan sebagai pelanggaran hukum karena informasi tidak sesuai dengan kualitas nyata produk. Pasal 426 ayat (2) UU Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan juga mewajibkan setiap produk kesehatan memenuhi standar mutu yang ditetapkan. Oleh karena itu, *overclaim* menjadi bagian dari persoalan mutu produk yang merugikan konsumen.⁵

Pasal 1338 KUHPerdata menegaskan bahwa setiap perjanjian yang sah mengikat para pihak dan harus dilaksanakan dengan *itikad baik* (*good faith*). Dalam hubungan konsumen dan produsen, klaim produk dapat dipandang sebagai pernyataan kehendak yang menimbulkan perikatan (*obligation*). Ketika produsen menyampaikan janji manfaat tertentu, konsumen membeli berdasarkan kepercayaan tersebut. Jika klaim tidak terbukti, produsen dianggap melanggar asas *itikad baik* (*good faith*), baik karena kelalaian (*negligence*) maupun kesengajaan (*intention*). Akibatnya, konsumen

³ *Ibid*, hlm. 3.

⁴ Nabilla Dhinggar Arumbi, Sapto Hermawan, dan Asianto Nugroho, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha atas *Overclaim* Sun Protection Factor (SPF) pada Produk Tabir Surya X," *Amandemen: Jurnal Ilmu Pertahanan, Politik dan Hukum Indonesia*, Vol. 1, No. 2 (2024), hlm. 3-5.

⁵ Permadi, R. (2025). Kajian Yuridis Perbuatan Melanggar Hukum Yang Dilakukan Oleh Penjual *Skincare* Yang Iklannya Menyesatkan Berdasarkan Pasal 1365 KUHPerdata. *Jurnal Hukum Lex Generalis* , 6 (4), hlm. 6.

mengalami kerugian finansial maupun kesehatan yang memiliki hubungan langsung dengan klaim menyesatkan tersebut.⁶

Regulasi lain yang juga berperan adalah Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 23 Tahun 2019 tentang Klaim Produk Kosmetika. Dalam aturan ini dijelaskan bahwa setiap klaim kosmetik harus didasarkan pada bukti ilmiah dan tidak boleh menyesatkan. Namun, pengawasan dan penegakan aturan ini masih menjadi tantangan, terutama terhadap produk yang dijual secara *online*. Banyak produk yang memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan klaim berlebihan yang sulit dikontrol. Arus informasi yang tidak terkendali di media sosial sangat rentan dimanfaatkan untuk menyebarkan konten yang tidak sesuai fakta dan belum tentu dapat dipertanggungjawabkan secara hukum.⁷

Peraturan BPOM Nomor 1 Tahun 2022 tentang Pengawasan Klaim pada Label dan Iklan Pangan Olahan menggantikan Peraturan Kepala BPOM Nomor 13 Tahun 2016 dan mengatur secara khusus prinsip, jenis klaim, pembuktian, serta sanksi. Pasal 10 mewajibkan klaim didasarkan pada hasil uji laboratorium dan data produsen yang dapat diverifikasi oleh BPOM. Perbedaan antara klaim dan kandungan nyata produk dikategorikan sebagai pelanggaran serius, termasuk praktik *overclaim*.⁸

Selain regulasi, peningkatan literasi konsumen penting untuk mencegah *overclaim*, namun harus didukung oleh penegakan hukum yang tegas, khususnya terhadap pemasaran digital produk *skincare*. Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengaitkan praktik *overclaim* dengan konsep *abuse of trust* dalam hukum perdata dan

⁶ Ajeng Nur Annisa, Sepriyadi Adhan S., Ahmad Zazili, Yusdiyanto, & Rohaini. (2025). Pertanggungjawaban Hukum Pelaku Usaha Terhadap Praktik *Overclaim* Pada Produk *Skincare* Dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Inovasi Pembangunan: Jurnal Kelitbang*, 13(1), hlm. 11.

⁷ Sepriyadi Adhan, Torkis Lumban Tobing, Dwi Pujo Prayitno, Lindati Dwiatin, Siti Nurhasanah, & Ati Yuniati. (2023). *Penyuluhan Hukum Dampak Penyalahgunaan Media Sosial Menurut Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) di SMAN 1 Gedongtataan. Archipelago: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), hlm. 16.

⁸ Rahayu, MP, Zahrah, H., Rahman, AZ, & Nurhasanah, SK (2025). Eksplorasi Kredibilitas Profesi dalam Pemasaran dan Pelanggaran Etika Bisnis pada Produk *Skincare*. *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2 (2b), hlm. 8.

bisnis, berbeda dari kajian sebelumnya yang lebih berfokus pada perlindungan konsumen secara umum.⁹ *Abuse of trust* atau penyalahgunaan kepercayaan merupakan konsep penting dalam hubungan hukum antara produsen dan konsumen. Produsen memiliki kewajiban moral dan hukum untuk menjaga kepercayaan yang diberikan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Penyalahgunaan kepercayaan ini tidak hanya menimbulkan kerugian materiil bagi konsumen, tetapi juga merusak integritas pasar dan kredibilitas industri *skincare*.

Dalam konteks hukum perdata, tindakan tersebut dapat dikualifikasikan sebagai bentuk pelanggaran terhadap asas itikad baik sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 KUHPerdata. Oleh karena itu, konsep *abuse of trust* menjadi relevan untuk menilai sejauh mana produsen bertanggung jawab atas kebenaran informasi yang disampaikan kepada konsumen. Produsen yang menyalahgunakan kepercayaan konsumen melalui klaim yang menyesatkan telah melanggar prinsip kejujuran dan akuntabilitas dalam transaksi bisnis.¹⁰

Kebaharuan lain terletak pada fokus penelitian terhadap praktik *skincare overclaim* yang terjadi dalam lima tahun terakhir, terutama pada produk lokal yang berkembang pesat di pasar nasional. Penelitian terdahulu lebih banyak membahas produk berlabel internasional, sehingga belum sepenuhnya menangkap realitas hukum di tingkat domestik.¹¹ Pendekatan penelitian ini menekankan analisis efektivitas UUPK, UU Kesehatan, KUHPerdata, dan Peraturan BPOM dalam menghadapi kasus-kasus aktual.

Dengan adanya perlindungan hukum yang kuat, konsumen dapat merasa lebih aman dan percaya terhadap produk yang mereka gunakan. Hal ini juga akan berdampak positif bagi industri *skincare* itu sendiri, karena kepercayaan konsumen adalah aset

⁹ Djumhana Muhammad, *Hukum Perbankan di Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000, hlm. 5.

¹⁰ Quein, W., Hamzah, H., Rohaini, R., & Tobing, M. B. (2024). *Analysis of Consumer Condition Solvements through Consumer Condsolution Translators*. *International Journal of Social Science and Human Research*, 7(5), hlm. 17.

¹¹ Ngabito, R. I. P. (2025). Analisis Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Pengedaran Produk *Skincare* yang Terbukti *Overclaim*. *Law, Development and Justice Review*, 7(3), hlm. 28.

penting dalam membangun loyalitas dan reputasi merek. Tesis ini akan mengkaji sejauh mana **“Tanggung Jawab Produsen Terhadap Skincare Overclaim Dalam Perspektif Abuse Of Trust.”**

B. Masalah dan Ruang Lingkup

1. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen atas praktik *overclaim* yang dilakukan oleh produsen produk *skincare* dalam perspektif *abuse of trust*?
 - a. Bagaimana penerapan tanggung jawab hukum produsen atas praktik *overclaim* produk *skincare* yang merugikan konsumen berdasarkan prinsip tanggung jawab karena kesalahan?

2. Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini difokuskan pada analisis yuridis mengenai perlindungan hukum konsumen terhadap praktik *overclaim* produk *skincare* di Indonesia. Penelitian mencakup penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Kesehatan, Undang-Undang Perdagangan, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan BPOM, Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang mengatur klaim berbasis bukti ilmiah serta sanksi atas pelanggarannya. Fokus penelitian diarahkan pada efektivitas regulasi tersebut dalam memberikan perlindungan hukum, menertibkan produsen, serta meningkatkan kesadaran konsumen terhadap hak-haknya.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, tujuan utama yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah sebanyak berikut:

- b. Untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum baik represif dan preventif terhadap konsumen atas praktik *overclaim* yang dilakukan oleh produsen produk *skincare* dalam perspektif *abuse of trust*
- c. Untuk menganalisis penerapan tanggung jawab hukum produsen terhadap praktik *overclaim* produk *skincare* yang merugikan konsumen berdasarkan prinsip tanggung jawab karena kesalahan sebagaimana diatur dalam UU Perlindungan Konsumen, UU Kesehatan, UU Perdagangan, UU Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan BPOM, Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

2. Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu hukum, khususnya dalam kajian perlindungan konsumen dan tanggung jawab hukum pelaku usaha berdasarkan prinsip kesalahan (*based on fault*) dalam kasus *overclaim* produk *skincare*.

b. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi konsumen, pelaku usaha, dan penegak hukum dalam memahami batas-batas promosi produk *skincare* serta mendorong penegakan hukum yang adil terhadap praktik *overclaim*. Penelitian ini juga

memperdalam pemahaman penulis sebagai calon akademisi dan praktisi hukum mengenai perlindungan konsumen dan implementasi norma hukum dalam kasus *skincare overclaim*. Selain itu, penelitian ini mendorong kesadaran penulis untuk berperan aktif dalam memberikan edukasi hukum kepada masyarakat terkait hak dan kewajiban dalam transaksi produk *skincare*.

D. Kerangka Pemikiran

1. Kerangka Teoritis

a. Teori Tanggung Jawab Berdasarkan Kesalahan (*Fault Liability*)

Teori tanggung jawab berdasarkan kesalahan (*liability based on fault*) menegaskan bahwa seseorang hanya dapat dimintai pertanggungjawaban hukum apabila terdapat unsur kesalahan (*fault*), baik dalam bentuk kesengajaan (*intention*) maupun kelalaian (*negligence*). Dalam konteks hubungan produsen dan konsumen, kesalahan produsen dapat berupa penyampaian klaim yang tidak benar, tidak lengkap, atau menyesatkan mengenai manfaat, kandungan, dan keamanan produk *skincare*. Dasar hukum teori ini terdapat dalam Pasal 1365 KUHPerdata yang mensyaratkan adanya kesalahan, kerugian, dan hubungan kausal antara perbuatan dan kerugian, serta Pasal 1366 KUHPerdata yang menegaskan tanggung jawab atas kelalaian.¹²

Dalam praktik *skincare overclaim*, kesalahan produsen dapat dibuktikan melalui tidak dilakukannya uji laboratorium, pengabaian standar ilmiah, atau penggunaan data yang tidak dapat dipertanggungjawabkan dalam promosi produk. Perbuatan tersebut menunjukkan adanya kelalaian (*negligence*) dalam memenuhi kewajiban hukum untuk menyampaikan informasi yang benar dan jujur sebagaimana diatur dalam Pasal 7 huruf b dan Pasal 9 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dengan demikian, apabila konsumen mengalami

¹² Subekti. (2014). *Pokok-pokok hukum perdata*. Jakarta: Intermasa, hlm. 123–125.

kerugian akibat klaim menyesatkan, produsen dapat dimintai pertanggungjawaban berdasarkan teori kesalahan.

Teori tanggung jawab berdasarkan kesalahan juga relevan dalam perspektif *abuse of trust*, karena produsen yang dengan sengaja atau lalai menyampaikan klaim berlebihan telah menyalahgunakan kepercayaan konsumen. Penyalahgunaan ini tidak hanya melanggar asas itikad baik (*good faith*) sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 KUHPerdata, tetapi juga mencederai prinsip tanggung jawab sosial dan etika bisnis. Oleh karena itu, penerapan teori kesalahan dalam kasus *skincare overclaim* menjadi penting untuk menegaskan akuntabilitas produsen atas kerugian yang dialami konsumen, baik secara hukum perdata maupun dalam kerangka hukum bisnis.

b. Teori Perlindungan Konsumen

Teori perlindungan konsumen berakar pada pemikiran hukum yang menempatkan konsumen sebagai pihak yang secara struktural berada dalam posisi lemah dibandingkan pelaku usaha. Salah satu ahli hukum yang banyak membahas perlindungan konsumen adalah Philipus M. Hadjon, yang memandang perlindungan hukum sebagai upaya negara menjamin hak-hak individu dari tindakan sewenang-wenang pihak lain.¹³ Menurut Hadjon, perlindungan hukum terbagi atas perlindungan preventif dan represif. Perlindungan preventif bertujuan mencegah terjadinya pelanggaran hak, sedangkan perlindungan represif berfungsi memulihkan kerugian yang telah terjadi. Konsep ini menjadi dasar penting dalam hukum perlindungan konsumen modern.

Dalam konteks hubungan produsen dan konsumen, Satjipto Rahardjo menegaskan bahwa hukum harus berfungsi melindungi manusia, bukan semata-mata menegakkan teks normatif. Hukum perlindungan konsumen menurut Rahardjo harus berpihak pada kepentingan masyarakat yang rentan terhadap praktik bisnis yang tidak jujur. Konsumen sering kali tidak memiliki kemampuan teknis maupun

¹³ Miru, A. (2011). Hukum perlindungan konsumen. Jakarta: RajaGrafindo Persada, hlm. 21.

informasi yang setara dengan produsen. Oleh karena itu, negara melalui hukum wajib hadir untuk menciptakan keseimbangan posisi tawar. Pemikiran ini menempatkan perlindungan konsumen sebagai bagian dari keadilan sosial dalam sistem hukum.

Teori perlindungan konsumen berkaitan erat dengan asas itikad baik sebagaimana dikemukakan oleh Subekti, yang menekankan bahwa setiap perjanjian harus dilaksanakan secara jujur dan tidak merugikan pihak lain. Dalam praktik perdagangan produk *skincare*, produsen wajib menyampaikan informasi yang benar dan tidak menyesatkan kepada konsumen. Ketika produsen melakukan *overclaim*, tindakan tersebut melanggar asas itikad baik dan mencederai hak konsumen atas informasi yang benar. Praktik ini mencerminkan kegagalan produsen dalam memenuhi kewajiban perlindungan terhadap konsumen.

c. Teori Hubungan Kausalitas

Teori kausalitas membahas hubungan sebab-akibat antara suatu perbuatan dengan kerugian yang timbul, yang menjadi unsur penting dalam wanprestasi berdasarkan Pasal 1243 KUHPerdata. Unsur hubungan kausal ini menentukan sejauh mana debitur dapat dimintai pertanggungjawaban hukum atas kerugian akibat tidak dipenuhinya prestasi. Dalam doktrin hukum perdata, teori kausalitas digunakan untuk menilai apakah kerugian yang dialami kreditur merupakan akibat langsung dari kelalaian atau pelanggaran kewajiban oleh debitur. Jika hubungan sebab-akibat terbukti memadai, maka tanggung jawab ganti rugi dapat dibebankan kepada debitur.¹⁴

Dalam perkembangan hukum modern, teori kausalitas memiliki peranan penting untuk memastikan bahwa tanggung jawab tidak dibebankan secara sewenang-wenang. Kausalitas harus ditentukan secara rasional dan objektif melalui penilaian terhadap akibat yang wajar dari suatu tindakan. Dalam praktik *skincare overclaim*, hubungan kausal terlihat jelas ketika konsumen mengalami kerugian akibat

¹⁴ Subekti. (2021). *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Intermasa, hlm. 122.

mempercayai klaim produsen yang tidak benar. Seperti kandungan hasil laboratorium yang tidak sesuai dengan yang dicantumkan di kemasan.

Menurut Van Kries, teori kausalitas bertujuan memisahkan antara akibat yang relevan secara hukum dan akibat yang kebetulan. Dalam hal ini, hanya akibat yang secara wajar dapat diperkirakan dari suatu tindakan yang dapat dimintai pertanggungjawaban. Dalam konteks *overclaim*, produsen sepatutnya dapat memperkirakan bahwa klaim berlebihan akan menimbulkan kerugian pada konsumen yang tertipu. Dengan demikian, hubungan kausal antara tindakan *overclaim* dan kerugian konsumen dapat dianggap *adequate* atau memadai menurut hukum.¹⁵

Teori kausalitas juga memiliki dimensi etis karena menilai niat dan tingkat kehati-hatian pelaku dalam bertindak. Produsen yang sengaja mengabaikan uji ilmiah terhadap produknya telah melakukan kelalaian serius yang menimbulkan akibat hukum. Berdasarkan Pasal 1366 KUHPerdata, kelalaian atau kurang hati-hati juga dapat menimbulkan tanggung jawab hukum. Oleh karena itu, teori kausalitas berfungsi tidak hanya untuk menentukan hubungan sebab-akibat, tetapi juga untuk menilai tingkat kesalahan moral dan hukum pelaku usaha.

Dalam tesis ini, teori kausalitas digunakan untuk menjelaskan keterkaitan langsung antara tindakan *overclaim* produsen dengan kerugian yang diderita konsumen. Dengan membuktikan hubungan kausal ini, dapat ditegaskan bahwa produsen tidak hanya bersalah secara moral, tetapi juga secara yuridis. Teori ini memberikan dasar analisis bagi penerapan tanggung jawab hukum produsen dalam konteks *abuse of trust* dan PMH sebagaimana diatur dalam Pasal 1365-1367 KUHPerdata.

Teori turunan dari kausalitas meliputi dua pendekatan utama, yaitu teori *Conditio Sine Qua Non* dan teori *Adequate Causality*. Teori *Conditio Sine Qua Non* yang diperkenalkan oleh Von Buri menyatakan bahwa semua perbuatan yang menjadi

¹⁵ Wirjono Prodjodikoro. (1981). *Perbuatan Melawan Hukum*. Bandung: Sumur Bandung, hlm. 51.

syarat terjadinya akibat dianggap sebagai sebab. Artinya, setiap tindakan yang berkontribusi terhadap timbulnya kerugian tidak dapat dikesampingkan sebagai penyebab hukum. Namun, teori ini dikritik karena terlalu luas, sehingga semua faktor dapat dianggap penyebab tanpa mempertimbangkan relevansinya secara hukum.¹⁶

Sebagai koreksi, lahirlah teori *Adequate Causality* yang dikembangkan oleh Von Kries, yang menegaskan bahwa hanya akibat yang secara wajar dapat diperkirakan dari suatu perbuatan yang dapat dibebankan kepada pelaku. Teori ini lebih rasional karena menuntut adanya keterkaitan yang memadai (*adequate*) antara perbuatan dan akibatnya. Dalam konteks *skincare overclaim*, kerugian konsumen akibat iritasi atau kekecewaan terhadap klaim yang tidak terbukti merupakan akibat yang secara wajar dapat diperkirakan oleh produsen.

Subekti menegaskan bahwa hubungan sebab-akibat harus dibatasi pada akibat yang memiliki keterkaitan logis dan langsung dengan tindakan pelaku. Dalam praktik overclaim, klaim menyesatkan menjadi penyebab langsung keputusan konsumen membeli produk dan menanggung kerugian. Oleh karena itu, produsen tidak dapat mengelak dari tanggung jawab dengan alasan adanya faktor eksternal. Teori ini diadopsi secara implisit dalam Pasal 1365–1367 KUHPerdata dan digunakan pengadilan melalui pendekatan *adequate causality*. Dalam konteks *skincare overclaim*, teori tersebut menjadi dasar pembuktian bahwa perbuatan produsen berkontribusi langsung terhadap kerugian konsumen.

2. Kerangka Konseptual

a. Perlindungan Hukum

Perlindungan konsumen adalah upaya yang dilakukan untuk memberikan jaminan hukum, keamanan, dan kenyamanan kepada konsumen dalam melakukan transaksi atas barang dan/atau jasa. Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang

¹⁶ *Op.cit*, hlm 13.

Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.¹⁷ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), perlindungan berarti proses, cara, perbuatan melindungi dan pembelaan. Perlindungan ini mencakup hak atas informasi, keamanan, dan hak atas kompensasi jika terjadi kerugian akibat barang atau jasa yang tidak sesuai.¹⁸ Perlindungan konsumen juga berkaitan dengan kewajiban pelaku usaha dalam memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

b. Konsumen

Konsumen didefinisikan sebagai setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, maupun makhluk hidup lain, dan tidak untuk diperdagangkan.¹⁹ Definisi ini merujuk pada Pasal 1 angka 2 UU Perlindungan Konsumen. Dalam KBBI, konsumen adalah pemakai hasil produksi barang atau jasa. Konsumen merupakan pihak yang memiliki kedudukan penting dalam rantai transaksi ekonomi karena mereka yang menjadi target pemasaran produk atau jasa. Sebagai subjek hukum, konsumen memiliki hak-hak tertentu yang dilindungi oleh hukum, seperti hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.

c. *Overclaim*

Overclaim merupakan tindakan pelaku usaha yang melebih-lebihkan manfaat, khasiat, atau keunggulan suatu produk dalam promosi maupun iklan sehingga informasi yang disampaikan tidak sesuai dengan fakta atau hasil pengujian yang sebenarnya. Praktik ini tergolong sebagai bentuk pemasaran yang menyesatkan karena memengaruhi keputusan konsumen berdasarkan informasi yang tidak akurat.

¹⁷ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004, hlm. 329.

¹⁸ Subekti, *Hukum Perjanjian*, Jakarta: Intermasa, 2021, hlm. 45.

¹⁹ *Ibid*, hlm 21.

Dalam konteks hukum, *overclaim* dapat dikualifikasikan sebagai wanprestasi apabila terdapat ketidaksesuaian antara klaim produk dan kondisi riil barang yang diperjanjikan. *Overclaim* kerap ditemukan pada produk yang menjanjikan manfaat kesehatan atau kecantikan, termasuk produk *skincare*. Oleh karena itu, setiap klaim produk wajib didukung oleh bukti ilmiah yang objektif dan dapat dipertanggungjawabkan agar prestasi produsen sesuai dengan perjanjian jual beli.²⁰

d. Produsen

Produsen adalah pihak yang memproduksi barang dan/atau jasa, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk diperdagangkan kepada konsumen. Menurut KBBI, produsen adalah orang atau badan yang menghasilkan barang dagangan. Dalam hukum, produsen termasuk pelaku usaha sebagaimana disebutkan dalam Pasal 1 angka 3 UU Perlindungan Konsumen. Produsen bertanggung jawab terhadap kualitas dan keamanan produk yang dipasarkan, serta terhadap kebenaran informasi yang diberikan kepada publik. Kewajiban hukum ini mencakup pencantuman label yang sesuai, tidak menyesatkan, serta penyampaian informasi yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan.²¹

e. Produk *Skincare*

Produk *skincare* merupakan barang yang digunakan untuk merawat dan menjaga kesehatan kulit, seperti pembersih wajah, pelembap, tabir surya, serta produk perawatan kulit lainnya. Berdasarkan ketentuan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), produk *skincare* dikategorikan sebagai kosmetik sepanjang tidak memiliki efek farmakologis. Meskipun demikian, produk tersebut tetap wajib memenuhi standar keamanan, kemanfaatan, dan mutu sebelum diedarkan kepada

²⁰ Ni Putu Gita Mahayuni dan Made Aditya Pramana Putra, "Perlindungan Konsumen atas Klaim Berlebih Produk Kosmetika dalam Periklanan secara Endorsement," *Kertha Negara: Journal Ilmu Hukum*, Vol. 12, No. 4 (2024), hlm. 7.

²¹ *Op.cit*, hlm 32.

masyarakat. Penggunaan produk *skincare* memiliki pengaruh langsung terhadap kondisi kesehatan kulit konsumen.²²

f. Tanggung Jawab Produsen

Tanggung jawab produsen merupakan kewajiban hukum yang melekat pada produsen atas akibat dari produk yang dipasarkan kepada konsumen. Bentuk tanggung jawab ini meliputi tanggung jawab berdasarkan kesalahan (*based on fault*), tanggung jawab mutlak (*strict liability*), serta tanggung jawab akibat wanprestasi. Dalam penelitian ini, fokus utama adalah tanggung jawab produsen berdasarkan kesalahan, yaitu ketika produsen dengan sengaja atau lalai menyampaikan klaim produk yang menyesatkan. Prinsip ini menempatkan produsen sebagai pihak yang harus bertindak hati-hati dan bertanggung jawab atas setiap informasi yang disampaikan. Kesalahan produsen dapat berupa tindakan aktif maupun kelalaian dalam memastikan kebenaran klaim produk.

Tanggung jawab produsen karena kesalahan berkaitan erat dengan asas itikad baik sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 KUHPerdata. Produsen berkewajiban menyampaikan informasi produk secara benar dan jujur agar konsumen dapat mengambil keputusan secara sadar. Pemberian klaim berlebihan yang tidak didukung bukti ilmiah merupakan bentuk wanprestasi karena produsen tidak memenuhi prestasi sebagaimana diperjanjikan dalam perjanjian jual beli. Tindakan tersebut juga melanggar ketentuan Pasal 7 dan Pasal 8 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang mengatur kewajiban pelaku usaha. Selain itu, kelalaian produsen dalam melakukan pengujian atau verifikasi klaim dapat menimbulkan tanggung jawab hukum berdasarkan Pasal 1243 KUHPerdata mengenai ganti rugi akibat wanprestasi.

²² Pradnya Cyndhe Prameswari dan Ni Putu Purwanti, "Perlindungan Hukum Konsumen atas *Overclaim* Kandungan pada Produk *Water Gel Moisturizer The Originote*," *Kertha Desa*, Vol. 11, No. 9 (2023), hlm.21-25.

g. Wanprestasi

Wanprestasi adalah pelanggaran perjanjian yang terjadi ketika salah satu pihak tidak melaksanakan kewajibannya sebagaimana diperjanjikan, sebagaimana diatur dalam Pasal 1243 KUHPerdata. Dalam hubungan antara produsen dan konsumen, kewajiban produsen untuk menyampaikan informasi yang benar, jelas, dan jujur merupakan bagian dari prestasi yang harus dipenuhi. Apabila produsen menyampaikan klaim yang berlebihan atau menyesatkan, maka tindakan tersebut dapat dikualifikasikan sebagai wanprestasi karena prestasi tidak dilaksanakan secara patut.

Akibat wanprestasi tersebut, konsumen berhak menuntut ganti rugi atas kerugian yang dialaminya, baik kerugian materiil maupun immateriil, sesuai dengan ketentuan Pasal 1246 KUHPerdata. Kerugian ini dapat berupa kerugian finansial, ketidakpuasan terhadap hasil produk, maupun dampak negatif terhadap kesehatan. Dengan demikian, klaim menyesatkan tidak hanya melanggar etika bisnis, tetapi juga melanggar kewajiban hukum produsen dalam perjanjian jual beli.²³ Tanggung jawab produsen atas wanprestasi juga mencakup perbuatan dan kelalaian pihak-pihak yang berada di bawah pengawasannya, sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 1366 dan Pasal 1367 KUHPerdata. Produsen tidak dapat melepaskan diri dari tanggung jawab hanya karena klaim disampaikan oleh karyawan atau pihak pemasaran.

h. *Abuse of Trust*

Konsep *abuse of trust* merupakan pendekatan konseptual yang menempatkan praktik *overclaim* sebagai bentuk penyalahgunaan kepercayaan konsumen oleh produsen. Secara teoretis, konsep ini berakar pada doktrin itikad baik (*good faith*) dalam hukum perdata yang dikembangkan oleh Friedrich Carl von Savigny, yang menekankan pentingnya kehendak dan kepercayaan dalam hubungan hukum.

²³ Subekti. (2014). *Hukum perjanjian*. Jakarta: Intermasa, hlm. 45–47.

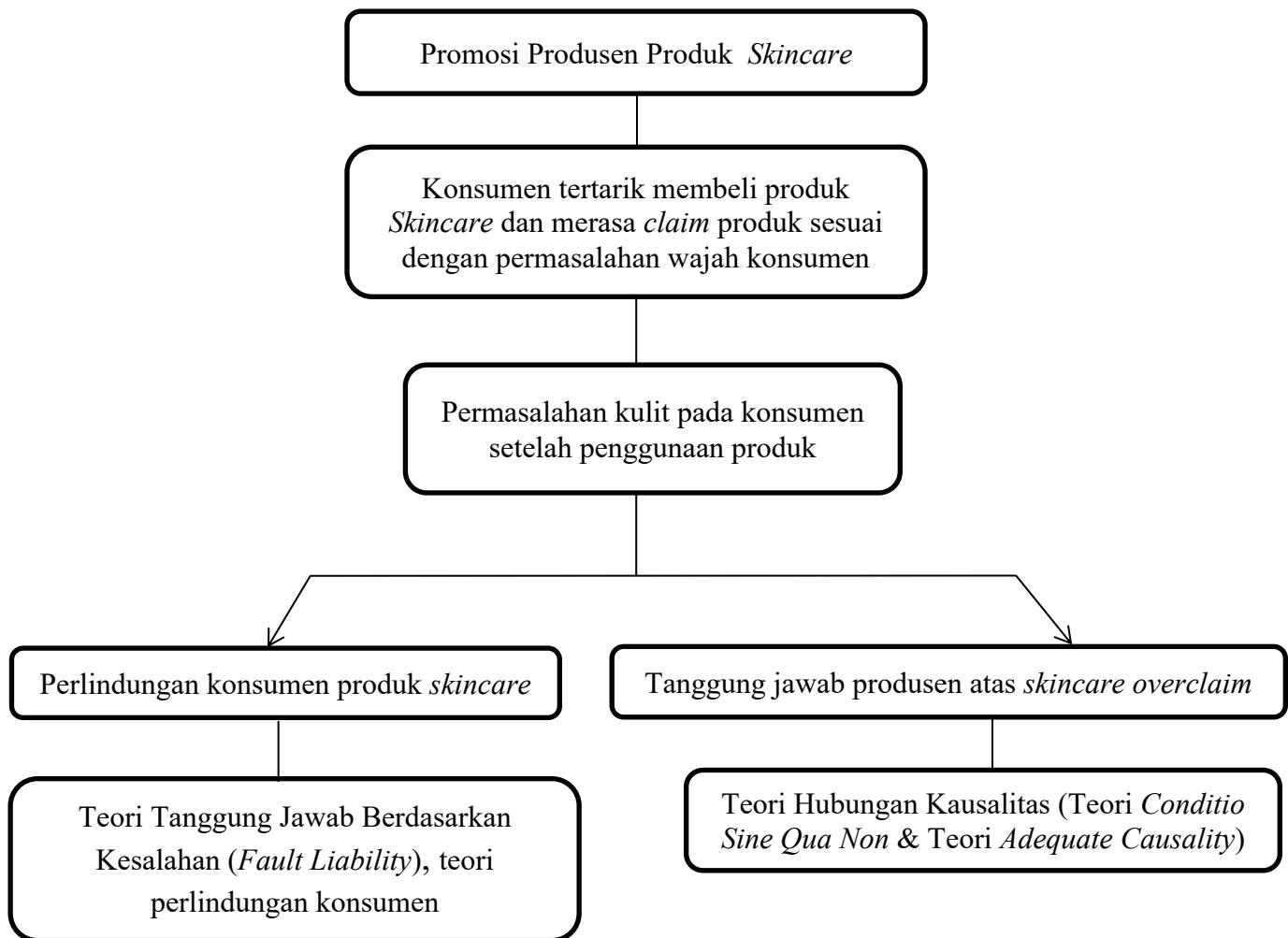
Doktrin tersebut kemudian diperkaya oleh René Demogue melalui *théorie de la confiance* yang menegaskan kewajiban para pihak untuk menjaga kepercayaan yang timbul dalam hubungan perikatan. Dalam konteks produk *skincare*, produsen memiliki kewajiban moral dan yuridis untuk menyampaikan informasi yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan.²⁴

Praktik *overclaim* pada produk *skincare* merupakan bentuk *abuse of trust* karena produsen memanfaatkan ketimpangan informasi dengan menyampaikan klaim yang tidak didukung bukti ilmiah. Tindakan ini melanggar asas itikad baik dan kewajiban kehati-hatian dalam hukum perdata. Dalam perspektif perlindungan konsumen, perbuatan tersebut membuka ruang pertanggungjawaban hukum berdasarkan wanprestasi karena produsen tidak memenuhi prestasi sebagaimana diperjanjikan. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen melarang pelaku usaha menyampaikan informasi yang menyesatkan kepada konsumen. Selain itu, regulasi BPOM mewajibkan setiap klaim produk kosmetik didukung oleh bukti ilmiah yang dapat diverifikasi.

²⁴ Susanti, E. (2020). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana, hlm. 18.

3. Alur Pikir

Alur Pikir penelitian ini dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian hukum normatif memandang hukum sebagai norma atau kaidah yang tertuang dalam peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, serta doktrin atau pendapat para ahli hukum. Menurut Abdul Kadir Muhammad, penelitian hukum normatif bertujuan untuk menelaah asas-asas hukum, sistematika hukum, taraf sinkronisasi hukum, serta penerapan norma hukum positif terhadap permasalahan hukum tertentu. Sejalan dengan itu, penelitian ini difokuskan pada analisis tanggung jawab produsen terhadap praktik *overclaim* produk *skincare* dalam perspektif *abuse of trust* berdasarkan hukum positif yang berlaku di Indonesia.²⁵

Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) untuk mengkaji ketentuan hukum yang mengatur perlindungan konsumen, pendekatan konseptual (*conceptual approach*) untuk menganalisis konsep tanggung jawab produsen dan *abuse of trust*, serta pendekatan kasus (*case approach*) dalam arti menelaah contoh-contoh yuridis atau praktik hukum yang relevan. Melalui pendekatan tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis kesesuaian praktik *overclaim* dengan asas itikad baik, kejujuran, dan kepercayaan dalam hukum perdata dan hukum perlindungan konsumen. Dengan demikian, analisis yang dilakukan bersifat preskriptif, yaitu memberikan argumentasi hukum mengenai bagaimana seharusnya tanggung jawab produsen diterapkan terhadap praktik *overclaim* produk *skincare*.

2. Tipe Penelitian

Penelitian ini termasuk ke dalam tipe penelitian deskriptif analitis. Penelitian deskriptif analitis bertujuan untuk memberikan gambaran secara sistematis, faktual, dan cermat mengenai norma hukum yang berlaku serta penerapannya dalam praktik hukum. Dalam konteks ini, peneliti mendeskripsikan ketentuan hukum positif

²⁵ Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004, hlm. 45.

yang mengatur tanggung jawab produsen terhadap praktik *overclaim* produk *skincare*, kemudian menganalisis keterkaitan antara norma-norma tersebut dengan prinsip *abuse of trust* dalam hukum perdata dan perlindungan konsumen. Penelitian ini menjelaskan dan menganalisis secara kualitatif ketentuan peraturan perundang-undangan yang relevan, doktrin para ahli hukum, dan literatur ilmiah yang mendukung. Melalui tipe penelitian ini, peneliti berupaya menguraikan permasalahan hukum secara terstruktur dan komprehensif sehingga dapat ditemukan bentuk tanggung jawab hukum produsen yang ideal dalam menghadapi praktik *skincare overclaim* berdasarkan asas kejujuran, itikad baik, dan perlindungan hukum bagi konsumen.

3. Pendekatan Masalah

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif, yaitu penelitian hukum yang bertumpu pada kajian terhadap norma-norma hukum positif yang berlaku. Pendekatan ini menempatkan hukum sebagai seperangkat aturan tertulis yang mengatur perilaku masyarakat, baik yang bersumber dari peraturan perundang-undangan, asas hukum, maupun doktrin para ahli.²⁶ Fokus penelitian diarahkan pada analisis tanggung jawab produsen terhadap praktik *overclaim* produk *skincare* dalam perspektif *abuse of trust* berdasarkan hukum perlindungan konsumen dan hukum perdata.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) untuk mengkaji ketentuan hukum yang relevan, pendekatan konseptual (*conceptual approach*) untuk memahami konsep dan asas hukum yang mendasari permasalahan, serta pendekatan kasus (*case approach*) yang terbatas pada kajian putusan atau praktik yuridis yang memiliki relevansi dengan objek penelitian. Melalui pendekatan tersebut, penelitian ini bertujuan menilai konsistensi dan penerapan norma hukum secara sistematis guna menemukan bentuk tanggung jawab produsen yang sesuai dengan prinsip perlindungan konsumen dan asas itikad baik.

²⁶ Soekanto, S., & Mamudji, S. (2015). *Penelitian hukum normatif: Suatu tinjauan singkat*. Jakarta: Rajawali Pers, hlm. 13-15.

4. Data dan Sumber Data

Penelitian kualitatif menempatkan sumber data sebagai subjek yang memiliki kedudukan penting. Ketetapan memilih dan menentukan jenis sumber data yang diperoleh. Setiap penelitian menguasai teknik pengumpulan data sehingga menghasilkan data relevan dengan penelitian. Adapun sumber data dari penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini merupakan bahan hukum utama yang memiliki kekuatan mengikat secara langsung. Data ini terdiri atas peraturan perundang-undangan yang menjadi dasar tanggung jawab produsen terhadap praktik *overclaim* produk *skincare* dalam perspektif *abuse of trust*. Bahan hukum primer meliputi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), dan Peraturan BPOM Nomor 23 Tahun 2019 tentang Klaim Produk Kosmetika. Peneliti menggunakan bahan hukum primer untuk menelaah asas, norma, dan prinsip hukum yang relevan dengan permasalahan penelitian. Data ini berfungsi sebagai dasar yuridis utama dalam menganalisis tanggung jawab hukum produsen.²⁷

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini merupakan bahan hukum yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer. Sumber ini mencakup buku-buku teks hukum, jurnal ilmiah, artikel akademik, hasil penelitian terdahulu, dan pendapat para ahli yang membahas perlindungan konsumen serta tanggung jawab produsen. Data sekunder digunakan untuk memperkuat pemahaman konseptual dan memberikan interpretasi teoritis terhadap ketentuan hukum yang dianalisis. Peneliti memanfaatkan bahan hukum sekunder untuk menghubungkan teori hukum dengan penerapan norma

²⁷ *Ibid*, hlm. 48.

dalam praktik. Keberadaan bahan hukum sekunder membantu peneliti menilai efektivitas regulasi terhadap praktik *overclaim* dalam industri *skincare*.

c. Data Tersier

Data tersier dalam penelitian ini merupakan bahan hukum penunjang yang digunakan untuk memperjelas makna dan istilah hukum yang terdapat dalam bahan hukum primer dan sekunder. Bahan hukum tersier meliputi kamus hukum, ensiklopedia hukum, indeks hukum, dan direktori yang relevan dengan topik penelitian. Peneliti menggunakan bahan hukum tersier untuk memastikan ketepatan terminologi dan konsistensi istilah hukum yang digunakan dalam penulisan. Data ini membantu peneliti memahami konteks konseptual dan memperjelas hubungan antaristilah dalam analisis hukum. Selain itu, bahan hukum tersier mendukung penyusunan argumentasi hukum yang logis dan sistematis. Dengan demikian, bahan hukum tersier berfungsi melengkapi dan menyempurnakan proses analisis dalam penelitian ini.²⁸

5. Prosedur Pengumpulan Data dan Pengolahan Data

Prosedur pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data yang dipergunakan.

a. Prosedur Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan atau *library research*. Teknik ini melibatkan pencarian dan pengumpulan berbagai sumber informasi yang tersedia dalam bentuk tertulis, seperti buku, artikel ilmiah, jurnal, dan dokumen hukum. Fokus utama dari teknik ini adalah untuk memperoleh data sekunder yang relevan dengan topik penelitian, yang mencakup peraturan perundang-undangan, literatur hukum, serta penelitian terdahulu.²⁹

²⁸ Al-Fatih, S. (2023). Perkembangan Metode Penelitian Hukum di Indonesia. UMMPress, hlm. 21-23.

²⁹ Qadriani Arifuddin dkk., *Metodologi Penelitian Hukum*, Jambi: Sonpedia Publishing, 2025, hlm. 23.

b. Prosedur Pengelolaan Data

Setelah data terkumpul, maka data diproses melalui pengolahan data dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Identifikasi data, yaitu proses pengumpulan dan penentuan jenis data yang relevan dengan topik penelitian untuk memastikan data yang diperoleh sesuai dengan tujuan penelitian.
- 2) Klasifikasi data, yaitu langkah untuk mengelompokkan data berdasarkan kategori atau tema tertentu agar memudahkan analisis dan interpretasi.
- 3) Sistematika data, yaitu cara pengorganisasian dan penyusunan data secara terstruktur dan logis, mengikuti urutan yang sesuai dengan tujuan dan metodologi penelitian.

6. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis kualitatif normatif. Peneliti menganalisis bahan hukum yang telah dikumpulkan melalui penafsiran terhadap peraturan perundang-undangan, doktrin para ahli, dan literatur hukum yang relevan. Setiap data yang diperoleh kemudian diuraikan, diinterpretasikan, dan dihubungkan satu sama lain untuk menemukan kesesuaian antara norma hukum dan prinsip tanggung jawab produsen. Proses analisis dilakukan secara logis dan sistematis untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan. Peneliti menilai bagaimana norma hukum yang berlaku dapat diterapkan dalam konteks praktik *overclaim* produk *skincare* dari perspektif *abuse of trust*. Dengan demikian, analisis data ini menghasilkan pemahaman yuridis yang komprehensif mengenai penerapan tanggung jawab produsen berdasarkan ketentuan hukum positif di Indonesia.³⁰

³⁰ *Op.cit*, hlm 31.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Hak dan Kewajiban Produsen

Hak dan kewajiban produsen merupakan konsep fundamental dalam hukum perlindungan konsumen yang menentukan keseimbangan hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen. Dalam konteks industri *skincare*, produsen memiliki hak untuk memasarkan produknya dan memperoleh keuntungan ekonomi dari kegiatan usaha yang dijalankan secara sah. Hak tersebut dilindungi sepanjang produsen memenuhi kewajiban hukum dalam memproduksi dan memasarkan produk yang aman serta memberikan informasi yang benar. Namun, hak produsen tidak bersifat absolut karena dibatasi oleh kepentingan perlindungan konsumen.³¹ Ketika produsen menyampaikan klaim berlebihan atau *overclaim*, hak tersebut berpotensi berubah menjadi bentuk penyalahgunaan.

Kewajiban utama produsen dalam hukum perlindungan konsumen adalah memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta manfaat produk. Kewajiban ini ditegaskan dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mewajibkan pelaku usaha beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya. Dalam praktik *overclaim* produk *skincare*, kewajiban ini sering diabaikan dengan menyampaikan klaim yang tidak didukung bukti ilmiah. Analisis yuridis menunjukkan bahwa pelanggaran kewajiban informasi menempatkan konsumen pada posisi yang dirugikan secara struktural. Ketimpangan informasi ini memperbesar risiko kerugian kesehatan dan ekonomi bagi konsumen..

³¹ Hadjon, Philipus M. *Perlindungan Hukum bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: Bina Ilmu, 1987, hlm 25.

Selain kewajiban informatif, produsen juga berkewajiban menjamin keamanan, kemanfaatan, dan mutu produk *skincare* yang diedarkan sebagaimana diatur dalam Pasal 142 dan Pasal 143 Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan. Ketentuan tersebut dipertegas melalui berbagai peraturan BPOM terkait kosmetik. Dalam konteks *overclaim*, produsen sering mengklaim manfaat medis atau terapeutik yang tidak sesuai dengan klasifikasi kosmetik. Analisis hukum menunjukkan bahwa klaim semacam ini melanggar batas kewenangan produsen dan berpotensi menyesatkan konsumen. Pelanggaran terhadap kewajiban ini tidak hanya berdampak perdata, tetapi juga dapat berimplikasi administratif dan pidana.

Hak produsen untuk berinovasi dan memasarkan produk *skincare* juga harus diimbangi dengan kewajiban kehati-hatian dan tanggung jawab atas dampak produk. Prinsip *duty of care* mengharuskan produsen mempertimbangkan risiko yang mungkin timbul akibat klaim yang disampaikan kepada konsumen. Dalam kaitannya dengan judul tesis, praktik *overclaim* menunjukkan kegagalan produsen dalam menjalankan kewajiban kehati-hatian tersebut.³² Regulasi seperti UU Perdagangan dan UU ITE juga menegaskan kewajiban produsen untuk tidak menyebarkan informasi menyesatkan, termasuk melalui media digital. Analisis ini menunjukkan bahwa hak produsen tidak dapat dijalankan secara bebas tanpa mempertimbangkan perlindungan konsumen.

B. Hak dan Kewajiban Konsumen

Hak konsumen merupakan elemen utama dalam hukum perlindungan konsumen yang bertujuan menjamin posisi konsumen agar tidak dirugikan oleh pelaku usaha. Dalam konteks produk *skincare*, konsumen berhak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai manfaat, komposisi, serta keamanan produk. Hak ini secara tegas diatur dalam Pasal 4 huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Praktik *overclaim* secara langsung melanggar hak

³² Maulida, E., Abdi, M. M., & Nofrizal, D. (2024). *Tinjauan yuridis dampak overclaim kosmetik terhadap konsumen*. SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah, 4(10), hlm. 11

konsumen karena menciptakan ekspektasi manfaat yang tidak sesuai dengan fakta ilmiah. Analisis yuridis menunjukkan bahwa pelanggaran hak informasi memperbesar ketimpangan posisi tawar antara produsen dan konsumen. Oleh karena itu, perlindungan terhadap hak konsumen menjadi sangat relevan dalam mencegah *abuse of trust* dalam industri *skincare*.

Selain hak atas informasi, konsumen juga memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi produk. Hak ini diatur dalam Pasal 4 huruf a UUPK yang menempatkan keselamatan konsumen sebagai prioritas utama. Dalam praktik *overclaim* produk *skincare*, konsumen sering terpapar risiko kesehatan akibat klaim manfaat yang tidak didukung bukti ilmiah. Analisis menunjukkan bahwa kerugian kesehatan akibat iritasi, alergi, atau kerusakan kulit merupakan bentuk pelanggaran nyata terhadap hak keselamatan konsumen. Regulasi kesehatan, termasuk Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan, memperkuat perlindungan ini dengan melarang peredaran produk yang tidak memenuhi standar keamanan.

Konsumen juga memiliki hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian apabila mengalami kerugian akibat penggunaan produk *skincare*. Hak ini diatur dalam Pasal 4 huruf h UUPK dan dipertegas melalui Pasal 19 UUPK mengenai tanggung jawab pelaku usaha. Dalam konteks *overclaim*, kerugian konsumen tidak hanya bersifat materiil, tetapi juga immateriil, seperti gangguan psikologis dan hilangnya kepercayaan. Analisis hukum menunjukkan bahwa hak atas ganti rugi berfungsi sebagai mekanisme korektif terhadap pelanggaran kepercayaan produsen. Keberadaan hak ini mencerminkan prinsip keadilan korektif dalam hukum perlindungan konsumen.³³

Di samping hak, konsumen juga memiliki kewajiban yang harus dipenuhi dalam hubungan hukum dengan produsen. Pasal 5 UUPK mengatur bahwa konsumen wajib membaca dan mengikuti petunjuk penggunaan produk serta beritikad baik

³³ Subekti. *Pokok-Pokok Hukum Perdata*. Jakarta: Intermasa, 2005, hlm 36.

dalam transaksi. Dalam konteks produk *skincare*, kewajiban ini mencakup penggunaan produk sesuai aturan dan tidak menyalahgunakan fungsi produk. Analisis menunjukkan bahwa pemenuhan kewajiban konsumen tidak menghapus tanggung jawab produsen atas klaim menyesatkan. Namun, pemenuhan kewajiban konsumen penting untuk menjaga keseimbangan hubungan hukum antara kedua belah pihak.

C. Tanggung Jawab Produsen dalam Produk *Skincare*

Tanggung jawab produsen dalam produk *skincare* merupakan konsekuensi yuridis yang timbul ketika pelaku usaha gagal memenuhi standar hukum dalam memasarkan produknya kepada konsumen. Berbeda dengan kewajiban produsen yang bersifat preventif dan normatif, tanggung jawab produsen bersifat represif dan korektif karena muncul setelah terjadinya pelanggaran atau kerugian.³⁴ Dalam praktik *overclaim*, tanggung jawab produsen lahir akibat penyampaian klaim manfaat yang tidak sesuai dengan fakta ilmiah atau tidak dapat dipertanggungjawabkan. Kondisi ini menempatkan konsumen pada posisi dirugikan karena keputusan pembelian didasarkan pada informasi yang menyesatkan. Oleh karena itu, tanggung jawab produsen berfungsi untuk memulihkan hak konsumen sekaligus menegakkan keadilan dalam hubungan hukum produsen dan konsumen. Pertanggungjawaban ini juga mencerminkan fungsi hukum sebagai alat koreksi terhadap *abuse of trust*.

Dalam perspektif *Business Responsibility Jurisprudence* (BRJ), tanggung jawab produsen tidak hanya bersifat yuridis, tetapi juga mencakup tanggung jawab etis dan sosial. Produsen wajib menjunjung tinggi kejujuran, transparansi, dan akuntabilitas dalam setiap aktivitas bisnis. Penyampaian klaim produk *skincare* yang tidak benar bertentangan dengan prinsip BRJ. Tindakan tersebut menunjukkan pengabaian terhadap tanggung jawab moral kepada konsumen dan masyarakat. Oleh karena itu,

³⁴ Nasution, A. Z. (2004). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Diadit Media, hlm. 85–86

BRJ memperkuat dasar normatif bahwa *overclaim* merupakan pelanggaran hukum sekaligus etika bisnis.

Dalam konteks hukum perlindungan konsumen, tanggung jawab produsen berkaitan langsung dengan akibat hukum dari peredaran produk *skincare* yang tidak sesuai standar klaim. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen akibat penggunaan barang yang diperdagangkan. Apabila klaim manfaat *skincare* terbukti berlebihan atau tidak didukung bukti ilmiah, produsen dianggap telah melakukan wanprestasi karena tidak memenuhi prestasi sebagaimana diperjanjikan dalam perjanjian jual beli. Hubungan kausal antara pelanggaran prestasi dan kerugian konsumen menjadi dasar utama dalam penentuan tanggung jawab hukum. Pendekatan ini memperkuat perlindungan hukum bagi konsumen yang berada pada posisi lemah secara struktural.³⁵

Tanggung jawab produsen juga mencakup kewajiban memberikan ganti rugi sebagai bentuk pemulihan terhadap kerugian konsumen. Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur bahwa ganti rugi dapat berupa pengembalian uang, penggantian produk, perawatan kesehatan, atau kompensasi lain yang layak. Dalam praktik *overclaim* produk *skincare*, kerugian konsumen tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga mencakup dampak kesehatan dan psikologis. Oleh karena itu, ruang lingkup tanggung jawab produsen bersifat luas dan tidak terbatas pada kerugian materiil semata. Tanggung jawab ini menegaskan bahwa setiap klaim yang disampaikan produsen memiliki konsekuensi hukum apabila merugikan konsumen.

Selain tanggung jawab perdata, produsen juga dapat dimintai tanggung jawab administratif dan pidana apabila praktik *overclaim* melanggar ketentuan kesehatan dan keselamatan publik. Undang-Undang Kesehatan dan peraturan BPOM memberikan kewenangan kepada negara untuk menjatuhkan sanksi administratif

³⁵ Setyawati, R., & Rahmawati, A. (2019). *Kepatuhan Produsen terhadap Kewajiban Informasi pada Produk Kosmetik*. Jurnal Hukum dan Pembangunan, 49(3), hlm. 20.

berupa penarikan produk, pencabutan izin edar, atau penghentian iklan. Apabila klaim yang disampaikan berpotensi membahayakan kesehatan konsumen, maka sanksi pidana dapat diterapkan sebagai *ultimum remedium*. Analisis ini menunjukkan bahwa tanggung jawab produsen bersifat multidimensi dan tidak berdiri sendiri dalam satu rezim hukum. Pertanggungjawaban tersebut mencerminkan prinsip kehati-hatian dan keadilan substantif dalam perlindungan konsumen.³⁶

D. *Overclaim* Pada Produk *Skincare*

Overclaim merupakan tindakan pelaku usaha yang memberikan klaim berlebihan mengenai manfaat atau efektivitas produk yang tidak sesuai dengan bukti ilmiah maupun kondisi sebenarnya. Klaim tersebut umumnya disampaikan melalui janji hasil instan atau keunggulan produk yang tidak dapat dipertanggungjawabkan secara objektif. Dalam konteks produk *skincare*, *overclaim* sering muncul dalam bentuk klaim yang tidak melalui uji keamanan dan efektivitas yang memadai. Praktik ini dikategorikan sebagai *misleading information* karena memengaruhi keputusan konsumen secara tidak jujur.

Bentuk *overclaim* yang paling umum adalah klaim manfaat berlebihan, seperti janji memutihkan kulit atau menghilangkan jerawat dalam waktu singkat tanpa dasar ilmiah. Produsen kerap menggunakan istilah hiperbolis untuk mempengaruhi psikologi konsumen agar tertarik membeli produk. Selain itu, *overclaim* juga muncul melalui eksagerasi komposisi bahan aktif yang dicantumkan tidak sesuai dengan kadar efektif secara klinis. Praktik lain berupa pencantuman sertifikasi palsu atau klaim telah melalui uji dermatologis tanpa verifikasi lembaga berwenang.³⁷

³⁶ Hadjon, P. M. (1987). *Perlindungan Hukum bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: Bina Ilmu, hlm. 45-46.

³⁷ Damari, L. K., & Damayanti, R. (2025). *Peran Dinas Perdagangan dalam pengawasan terhadap overclaim produk kosmetik*. *Jurnal Panorama Hukum*, 10(1), hlm. 7.

Faktor utama terjadinya *overclaim* adalah tingginya persaingan industri *skincare* yang mendorong produsen menggunakan strategi pemasaran agresif. Pelaku usaha sering memanfaatkan ketergantungan konsumen pada promosi untuk memengaruhi keputusan pembelian. Kondisi ini diperparah oleh rendahnya literasi konsumen mengenai kandungan dan efektivitas produk *skincare*.³⁸ Akibatnya, konsumen mudah terpengaruh oleh klaim ilmiah yang tampak meyakinkan namun tidak akurat. *Overclaim* menimbulkan kerugian finansial, psikologis, dan hilangnya kepercayaan konsumen terhadap produk.³⁹

E. Penyalahgunaan Kepercayaan (*Abuse of Trust*)

Konsep *abuse of trust* secara teoretis berakar pada doktrin itikad baik (*good faith*) dalam hukum perdata, yang salah satunya dikembangkan oleh Friedrich Carl von Savigny dan kemudian diperkuat dalam doktrin modern oleh René Demogue melalui teori kepercayaan dalam perikatan. Konsep ini menekankan bahwa setiap pihak dalam hubungan hukum wajib menjaga kepercayaan yang diberikan oleh pihak lain. *Overclaim* dalam produk *skincare* merupakan manifestasi langsung dari *abuse of trust* karena produsen menggunakan kepercayaan konsumen untuk mempromosikan manfaat yang tidak sesuai dengan fakta. Akibat dari penyalahgunaan tersebut, konsumen berpotensi mengalami kerugian finansial, risiko kesehatan, dan kekecewaan psikologis. Dari sisi hukum, tindakan ini membuka ruang pertanggungjawaban perdata dan administratif bagi produsen berdasarkan UUPK dan regulasi BPOM.⁴⁰

Penyalahgunaan kepercayaan (*abuse of trust*) merupakan tindakan produsen yang memanfaatkan posisi dominan dan kepercayaan konsumen untuk memperoleh

³⁸ Simboh, S. R. (2025). *Perlindungan konsumen terhadap iklan yang overclaim atas kandungan dan manfaat produk skincare*. Lex Crimen, 13(2), hlm. 6.

³⁹ Fernanda, N. F. A. (2025). *Perlindungan hukum bagi konsumen atas perbuatan overclaim pelaku usaha pada produk skincare*. Terang: Jurnal Kajian Ilmu Sosial, Politik dan Hukum, 2(3), hlm. 45.

⁴⁰ Vassallo, M., & Saba, A. (2020). *Misleading claims in cosmetic products: Consumer trust and risk perception*. Journal of Consumer Affairs, 54(3), hlm. 10.

keuntungan yang tidak semestinya. Dalam konteks produk *skincare*, penyalahgunaan kepercayaan muncul melalui penyampaian informasi yang tidak akurat atau klaim yang dilebih-lebihkan mengenai manfaat dan keamanan produk. Kondisi ini terjadi karena konsumen pada umumnya sangat bergantung pada informasi yang diberikan produsen dalam menentukan pilihan penggunaan produk. Konsumen juga tidak memiliki kemampuan teknis maupun akses ilmiah untuk menguji kebenaran klaim komposisi dan efektivitas produk *skincare*.⁴¹

Praktik *overclaim* pada label atau iklan produk *skincare* merupakan bentuk nyata penyalahgunaan kepercayaan karena produsen menggunakan klaim instan, permanen, atau istilah ilmiah tanpa dasar riset yang jelas. Strategi ini bertujuan mempengaruhi psikologi konsumen agar mempercayai produk tanpa evaluasi kritis. Tindakan tersebut merupakan manipulasi informasi yang disengaja dan sistematis demi kepentingan komersial. Dalam perspektif hukum perdata, praktik ini melanggar asas itikad baik sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 KUHPerdata. Pelanggaran tersebut tidak hanya merugikan konsumen, tetapi juga merusak kepercayaan publik terhadap mekanisme pasar.

⁴¹ Putri, D. A., & Yulianto, A. (2021). Penyebaran informasi menyesatkan pada produk kosmetik dalam perspektif perlindungan konsumen. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 51(2), hlm. 3.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Perlindungan hukum terhadap konsumen atas praktik *overclaim* produk *skincare* memiliki dua dimensi utama, yakni preventif dan represif. Perlindungan preventif bertujuan mencegah kerugian konsumen sebelum terjadi melalui regulasi seperti UUPK, UU Kesehatan, UU Perdagangan, UU ITE, PP Perdagangan Elektronik, serta mekanisme sertifikasi, labeling, audit internal, dan edukasi konsumen. Sementara itu, perlindungan represif memberikan pemulihan hak konsumen setelah terjadi pelanggaran melalui ganti rugi, sanksi administratif, mekanisme perdata, pidana, class action, dan penyelesaian sengketa alternatif seperti BPSK.
2. Praktik *overclaim* pada produk *skincare* merupakan bentuk kesalahan produsen yang melanggar hak konsumen dan menimbulkan kerugian fisik, psikologis, maupun ekonomi, sehingga tanggung jawab hukum produsen harus ditegakkan secara tegas. Penerapan prinsip tanggung jawab karena kesalahan mencakup dimensi perdata, pidana, dan administratif, serta menuntut bukti ilmiah yang sah sebagai dasar klaim produk, sehingga produsen tidak lepas dari kewajiban hukum meski tidak ada niat jahat. Penegakan tanggung jawab hukum berfungsi sebagai mekanisme korektif untuk memulihkan hak konsumen sekaligus sebagai langkah preventif yang mendorong produsen menerapkan prinsip kehati-hatian, transparansi informasi, dan internal *compliance*.

B. Saran

1. Pengawasan dan penegakan hukum terhadap klaim produk *skincare* diperkuat melalui koordinasi antarregulator serta konsistensi sanksi terhadap pelanggaran. Produsen perlu meningkatkan kepatuhan dengan menerapkan audit internal, verifikasi ilmiah, dan sertifikasi produk secara rutin untuk meminimalkan risiko *overclaim*. Literasi konsumen juga harus ditingkatkan agar mereka mampu menilai klaim produk secara kritis dan melindungi haknya. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) perlu diperkuat secara kelembagaan agar akses keadilan lebih cepat, mudah, dan efektif. Selain itu, mekanisme *self-regulation* industri dapat dijadikan standar etika tambahan guna mendorong praktik pemasaran yang jujur dan bertanggung jawab.
2. Pengawasan terhadap praktik *overclaim* produk *skincare* diperkuat melalui koordinasi yang lebih efektif antarregulator, seperti BPOM, Kementerian Perdagangan, dan platform *e-commerce*, serta penerapan sanksi hukum yang konsisten untuk memastikan kepatuhan produsen. Selain itu, produsen perlu memperkuat mekanisme internal untuk memverifikasi setiap klaim dengan bukti ilmiah yang sah, sementara konsumen harus diberikan edukasi dan literasi produk agar mampu menilai klaim secara kritis. Penulis juga menekankan pentingnya integrasi antara mekanisme preventif dan represif, sehingga setiap potensi kerugian konsumen dapat diminimalkan sejak dini. Dengan langkah-langkah tersebut, tercipta ekosistem pasar *skincare* yang transparan, berkeadilan, dan mampu menjaga kepercayaan publik.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Abdulkadir Muhammad. (2004). *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

-----, (2004). *Hukum Perikatan*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

-----,2004). *Hukum Perusahaan Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Al-Fatih, Sukarno. (2023). *Perkembangan Metode Penelitian Hukum di Indonesia*. Malang: UMM Press.

Djumhana, Muhammad. (2000). *Hukum Perbankan di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Hadjon, Philipus M. (1987). *Perlindungan Hukum bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: Bina Ilmu.

Miru, A. (2011). Hukum perlindungan konsumen. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Nasution, Az. (2004). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Diadit Media.

Qadriani Arifuddin, dkk. (2025). *Metodologi Penelitian Hukum*. Jambi: Sonpedia Publishing.

Rahardjo, Satjipto. (2000). *Ilmu Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Subekti. (2021). *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Intermasa.

Soekanto, S., & Mamudji, S. (2015). *Penelitian hukum normatif: Suatu tinjauan singkat*. Jakarta: Rajawali Pers.

Wirjono Prodjodikoro. (1981). *Perbuatan Melawan Hukum*. Bandung: Sumur Bandung.

B. Jurnal

Ajeng Nur Annisa, Hamzah, & Sepriyadi Adhan S. (2025). *Legal analysis of abuse of intellectual property claims on skincare product composition from a consumer protection perspective*. Journal of Law and Social Change Review, 1(1).

Ajeng Nur Annisa, Sepriyadi Adhan S., Ahmad Zazili, Yusdiyanto, & Rohaini. (2025). *Pertanggungjawaban hukum pelaku usaha terhadap praktik overclaim pada produk skincare dalam perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Inovasi Pembangunan: Jurnal Kelitbangan, 13(1).

Aulia, Dwi Rachma., & Pratama, Rendi. (2024). Praktik *overclaim* dan pertanggungjawaban hukum produsen kosmetik di Indonesia. *Jurnal Yuridis*, 11(1).

Damari, Luh Kadek., & Damayanti, Ratna. (2025). Peran Dinas Perdagangan dalam pengawasan terhadap *overclaim* produk kosmetik. *Jurnal Panorama Hukum*, 10(1).

Dewantara, Made., & Larasati, Niken. (2021). Analisis misleading claims pada produk kecantikan berdasarkan UUPK dan UU Kesehatan. *Jurnal Legislasi Hukum Nasional*, 7(4).

Fernanda, Nur Fitri Ayu. (2025). Perlindungan hukum bagi konsumen atas perbuatan *overclaim* pelaku usaha pada produk *skincare*. *Terang: Jurnal Kajian Ilmu Sosial, Politik dan Hukum*, 2(3).

Hardiyanti, Sitti., & Ramadani, Fitri. (2020). Analisis yuridis terhadap misleading information dalam pemasaran produk kosmetik. *Jurnal Rechts Vinding*, 9(1).

Hidayat, Muhammad., & Kusuma, Hendro Dwi. (2023). Keabsahan klaim manfaat produk *skincare* dalam perspektif hukum perlindungan konsumen. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 20(1).

Karunia, Tania., & Wahyuni, Annisa. (2019). Standar keamanan kosmetika urgensi pengawasan BPOM. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Andalas*, 14(2).

Kurniawati, Diah., & Hanafiah, Rizky. (2020). Evaluasi legalitas klaim produk kosmetik dalam perspektif regulasi BPOM. *Jurnal Regulasi dan Kebijakan Publik*, 12(3).

Lestari, Ade Fitriana., & Widodo, Teguh. (2021). Tanggung jawab pelaku usaha atas informasi produk yang menyesatkan dalam iklan kosmetik. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 51(3).

Maulida, Erika., Abdi, Muhammad Mifta., & Nofrizal, Dedi. (2024). Tinjauan yuridis dampak *overclaim* kosmetik terhadap konsumen. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 4(10).

Marlina, Heni., Raspita, Dea., Novrianto, Muhammad., Bidari, Cahya Dwi., & Ferdiansyah, Muhammad. (2025). Perlindungan hukum bagi konsumen atas *overclaim* produk *skincare* di platform e-commerce. *Marwah Hukum*, 3(1).

Nabilla Dhinggar Arumbi., Hermawan, Sapto., & Nugroho, Asianto. (2024). Tanggung jawab pelaku usaha atas *overclaim sun protection factor* pada produk tabir surya X. *Amandemen: Jurnal Ilmu Pertahanan, Politik dan Hukum Indonesia*, 1(2).

Ngabito, Rino Indra Pratama. (2025). Analisis pertanggungjawaban hukum terhadap pengedaran produk *skincare* yang terbukti *overclaim*. *Law, Development and Justice Review*, 7(3).

Ningsih, Yeni Putri., & Hakim, Farhan. (2021). Pertanggungjawaban pelaku usaha atas kerugian konsumen akibat kosmetik ilegal. *Jurnal Hukum Samudra Keadilan*, 16(2).

Nur, Yuni Hastuti., & Prabowo, Dwiki Wahyu. (2011). Penerapan prinsip tanggung jawab mutlak dalam rangka perlindungan konsumen. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 5(2).

Pakaila, Julius Ryan., Aydin, Rendy M., & Abbiyya, Siti Wulan. (2024). Tren *overclaim* dalam iklan industri kecantikan: Analisis etika terapan pada produk *skincare* di Indonesia. *Kabilah: Journal of Social Community*, 9(2).

Putri, Dwi Arista., & Yulianto, Agus. (2021). Penyebaran informasi menyesat pada produk kosmetik dalam perspektif perlindungan konsumen. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 51(2).

Putri, Rani Amelia., & Sari, Mega Dwi. (2022). Perlindungan konsumen terhadap peredaran kosmetik yang tidak memenuhi standar keamanan. *Jurnal Hukum Prioris*, 11(2).

Quein, Wendy., Hamzah, Hamzah., Rohaini, Rohaini., & Tobing, Michael Binsar. (2024). Analysis of consumer condition solvements through consumer

condsolution translators. *International Journal of Social Science and Human Research*, 7(5).

Rahayu, Mega Putri., Zahrah, Hidayah., Rahman, Angga Zainal., & Nurhasanah, Siti Khadijah. (2025). Eksplorasi kredibilitas profesi dalam pemasaran dan pelanggaran etika bisnis pada produk *skincare*. *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(2b).

Rahmawati, Irma., & Puspitasari, Diah. (2022). Evaluasi yuridis terhadap iklan *skincare* di media sosial berdasarkan UUPK. *Jurnal Komunikasi dan Hukum*, 6(4).

Rizqiyah, Siti., & Haq, Nadila. (2023). Problem *overclaim* dalam pemasaran *skincare* dan implikasinya terhadap hak-hak konsumen. *Jurnal Hukum Konsumen Indonesia*, 5(2).

Santoso, Yeni., & Nugroho, Dimas. (2020). Penegakan hukum terhadap produk kosmetik yang tidak sesuai label. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 20(3).

Sepriyadi Adhan.S., Tobing, Torkis Lumban., Prayitno, Dwi Pujo., Dwiatin, Lindati., Nurhasanah, Siti., & Yuniati, Ati. (2023). Penyuluhan hukum dampak penyalahgunaan media sosial menurut UU ITE. *Archipelago: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1).

Simboh, Selly Rosita. (2025). Perlindungan konsumen terhadap iklan : *overclaim* atas kandungan dan manfaat produk *skincare*. *Lex Crimen*, 13(2).

Vassallo, Michele., & Saba, Alessia. (2020). Misleading claims in cosmetic products: Consumer trust and risk perception. *Journal of Consumer Affairs*, 54(3).

Wijaya, Putu., & Aditama, Rian. (2019). Pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap kerugian konsumen akibat informasi produk yang tidak akurat. *Jurnal Yustisia*, 8(1).

Winanda, Fanny., & Suryani, Retno., & Zazili, Ahmad. (2023). Perlindungan konsumen jasa parkir di pusat perbelanjaan. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 20(4).

C. Peraturan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)
Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan
Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan
Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 jo. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)
Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 23 Tahun 2019 tentang Klaim Produk Kosmetika.
Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 1 Tahun 2022 tentang Pengawasan Klaim Pada Label dan Iklan Pangan Olahan
Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang BPSK
Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

D. Sumber Lain

<https://www.pom.go.id/siaran-pers>, diakses pada 13 Maret 2025.