

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Hukum memegang peran yang sangat penting dalam menjaga keadilan dan keamanan masyarakat, terutama dalam aspek konsumsi barang dan jasa. Dalam sistem hukum yang berlaku di Indonesia, perlindungan terhadap konsumen merupakan hal yang sangat penting, mengingat posisi konsumen dalam perekonomian dan kehidupan sosial yang cenderung lebih lemah dibandingkan dengan pelaku usaha. Oleh karena itu, negara memiliki tanggung jawab untuk memberikan perlindungan hukum yang memadai guna menjamin hak-hak konsumen agar tidak dirugikan oleh praktik bisnis yang tidak bertanggung jawab.

Di Indonesia, perlindungan konsumen telah diatur dalam berbagai regulasi, salah satunya yang paling fundamental adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Undang-Undang ini bertujuan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dari berbagai praktik bisnis yang dapat merugikan konsumen, seperti penipuan, informasi yang menyesatkan, serta produk yang tidak sesuai dengan standar dan jaminan yang telah di janjikan oleh pelaku usaha. Salah satu aspek yang sangat ditekankan dalam UUPK adalah kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan tidak menyesatkan

mengenai produk yang di tawarkan. Hal ini bertujuan agar konsumen dapat membuat keputusan yang cerdas dalam memilih barang dan jasa yang dikonsumsi.

Seiring dengan perkembangan zaman, revolusi digital dan globalisasi telah membawa perubahan besar dalam pola konsumsi masyarakat. Perkembangan teknologi informasi telah mempermudah akses konsumen terhadap berbagai barang dan jasa. Salah satu sektor yang mengalami perkembangan pesat adalah industri kecantikan, khususnya produk *skincare*. Tren kecantikan yang semakin berkembang, didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan kulit dan penampilan, membuat permintaan terhadap produk *skincare* meningkat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Aplikasi media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Youtube, telah menjadi alat utama bagi pelaku usaha untuk mempromosikan atau menyampaikan informasi terkait produk mereka. Promosi yang dilakukan melalui aplikasi ini sering kali menggunakan iklan digital. Guna menarik perhatian konsumen Promosi melalui iklan digital ini sering kali menonjolkan klaim manfaat produk untuk menarik perhatian konsumen.

Namun, perkembangan ini seiring berjalannya waktu memicu persaingan pasar yang semakin ketat di industri *skincare* sehingga banyak munculnya praktik-praktik tidak etis yang dilakukan oleh sebagian pelaku usaha. Salah satu praktik yang sering terjadi adalah *overclaim* kandungan produk. *Overclaim* Kandungan adalah praktik dimana pelaku usaha melebih-lebihkan atau bahkan memberikan informasi yang tidak sesuai dengan fakta mengenai kandungan dan manfaat yang ada dalam produk mereka. Praktik *overclaim* ini dapat berupa klaim kandungan bahan aktif yang

tidak ada atau tidak efektif, klaim konsentrasi bahan aktif yang tidak sesuai, atau klaim manfaat produk yang tidak dapat dibuktikan secara ilmiah. Misalnya suatu produk *skincare* mengklaim mengandung bahan aktif 5% *Niacinamide* namun ternyata setelah diuji di laboratorium hanya mengandung 0,5% *Niacinamide* atau produk *skincare* yang mengklaim dapat menghilangkan jerawat dalam waktu singkat tanpa bukti ilmiah yang mendukung klaim tersebut.

Salah satu kasus *overclaim* kandungan pada produk *skincare* yang viral di media masa pada akhir tahun 2024 samapai tahun 2025 ini adalah kasus *overclaim* terkait produk-produk *skincare* yang *direview* oleh akun tik-tok seorang dokter dengan nama akun Dokter Detektif yang menguji kembali kandungan yang ada dalam sejumlah produk *skincare*, dan setelah di uji Laboratorium, hasilnya menyatakan banyak produk-produk *skincare* yang ternyata *overclaim*. Produk-produk yang *direview* ini merupakan brand besar yang sudah sangat terkenal di kalangan masyarakat dan memiliki banyak peminat.

Dari banyaknya produk *skincare* yang *direview* oleh Dokter Detektif, ada beberapa rangkuman produk *skincare* terkenal yang ternyata *overclaim* yaitu:



Gambar 1: Hasil Uji Lab Produk Skincare Merek The Originote
Sumber : Akun Media Sosial (Tiktok)
DokterDetektif, tanggal 22 Oktober 2024



Gambar 2 : Hasil Uji Lab Produk Skincare Merek The Originote.
Sumber : Akun Media Sosial (Tiktok)
DokerDetektif, tanggal 22 Oktober 2024



Gambar 3 : Hasil Uji Lab Produk Skincare Merek Elsheskin

Sumber : Akun Media Sosial (Tiktok) Dokter Detektif, tanggal 01 September 2024



Gambar 4 : Hasil Uji Lab Produk Skincare Merek Scora

Sumber : Akun Media sosial (Tiktok) DokterDetektif, tanggal 20 September 2024



Gambar 5 : Hasil Uji Lab Produk Skincare Merek Animate

Sumber : Akun Media Sosial (Tiktok) DokterDetektif, tanggal 27 September 2024



Gambar 6 : Hasil Uji Lab Produk Skincare Merek Animate

Sumber : Akun Media Sosial (Tiktok) DokterDetektif, tanggal 16 Oktober 2024

Dari hasil pengujian laboratorium beberapa rangkuman gambar diatas terbukti adanya *overclaim* kandungan pada beberapa persenan bahan aktif dalam pada produk *skincare* seperti merek The originote, Elsheskin, Scora, dan Animate yang memang tidak sesuai dengan yang dicantumkan pada label kemasan maupun yang di iklankan. Produk-produk tersebut ternyata tidak sesuai dengan klaim manfaat yang dijanjikan kepada konsumen.

Dalam konteks perlindungan hukum bagi konsumen Praktik seperti ini melanggar hak-hak konsumen dan tentunya menimbulkan berbagai kerugian bagi konsumen, baik berupa kerugian materil maupun immateril. Kerugian materil dapat berupa pembelian produk yang tidak sesuai dengan harapan atau klaim yang dijanjikan, sedangkan kerugian immateril dapat berupa ketidaknyamanan, kekecewaan dan bahkan dapat menimbulkan resiko kerusakan pada kulit seperti iritasi kulit, kemerahan, alergi, kekeringan, pori-pori tersumbat atau efek samping lainnya. Selain itu, klaim yang tidak sesuai dengan kenyataan dapat merusak kepercayaan konsumen terhadap produk skincare secara umum.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan dasar hukum yang jelas mengenai hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha terkait informasi yang benar, jelas, dan tidak menyesatkan mengenai barang dan jasa. Pada pasal 4 huruf (c) UUPK yang menyatakan konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa, Pasal 7 huruf (b) UUPK, pelaku usaha berkewajiban memberikan informasi yang benar dan jujur mengenai kondisi barang atau jasa yang mereka jual. Hal ini bertujuan agar konsumen dapat membuat keputusan pembelian yang tepat. Selain itu, Pasal 8 ayat 1 huruf (d) UUPK melarang pelaku usaha memperdagangkan dan/atau mempromosikan produk yang tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, khasiat/ kemanjuran, dan/atau manfaat produk yang tercantum di dalam label, etiket maupun keterangan produk itu. Praktik *overclaim* pada produk *skincare* jelas merupakan pelanggaran terhadap ketentuan- ketentuan ini.

Perlindungan hukum bagi konsumen tidak hanya memberikan hak kepada konsumen, tetapi juga mengandung konsekuensi tanggung jawab hukum bagi pelaku usaha. Dalam kasus *overclaim* ini, pelaku usaha yang terbukti melakukan pelanggaran wajib menanggung seluruh akibat hukum yang ditimbulkan. Oleh karena itu, penting untuk menelaah bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam kasus *overclaim* kandungan produk *skincare* di Indonesia, sebagaimana diatur dalam UUPK. Selain perlindungan konsumen, bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha juga menjadi fokus utama dalam kasus *overclaim* kandungan. Dalam hal ini, pelaku usaha yang melakukan praktik *overclaim* seperti brand besar yang ada pada gambar-gambar kasus di atas harus mempertanggungjawabkan segala kerugian yang ditimbulkan kepada konsumen. Konsumen yang dirugikan berhak untuk mendapatkan ganti rugi atas kerugian yang mereka alami. Hal ini dapat membantu mendorong berkembangnya praktik usaha yang jujur dan bertanggung jawab terhadap produk-produknya.

Berdasarkan permasalahan diatas maka Penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DAN PERTANGGUNGJAWABAN PELAKU USAHA TERHADAP PRAKTIK OVERCLAIM KANDUNGAN PRODUK SKINCARE DI INDONESIA”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini yaitu:

- 1.2.1. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen terhadap praktik *overclaim* kandungan pada produk *skincare* di Indonesia menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen ?
- 1.2.2. Bagaimana bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap kerugian konsumen akibat praktik *overclaim* kandungan produk *skincare* menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen ?

1.3. Tujuan Penelitian

- 1.3.1. Untuk mengetahui perlindungan hukum bagi konsumen terhadap praktik *overclaim* kandungan produk *skincare* di Indonesia menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen.
- 1.3.2. Untuk mengetahui bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap kerugian konsumen akibat praktik *overclaim* kandungan produk *skincare* menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang hukum, khususnya di dalam hukum perdata mengenai perlindungan hukum bagi

konsumen dan pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap praktik *overclaim* kandungan produk *skincare*.

1.4.2. Manfaat Praktis

a. Masyarakat atau Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada konsumen atau masyarakat tentang pentingnya hak-hak konsumen dan resiko yang ditimbulkan dari klaim palsu atau klaim berlebihan pada produk *skincare*. selain itu konsumen akan lebih kritis dalam menanggapi setiap informasi atau promosi produk yang ditawarkan, terutama yang beredar di media sosial dan e-commerce. Penelitian ini juga dapat meningkatkan kesadaran konsumen tentang pentingnya memeriksa kandungan dan klaim produk agar dapat menghindari kerugian baik secara finansial maupun kesehatan.

b. Pelaku Usaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pelaku usaha mengenai kewajiban mereka dalam memberikan informasi yang benar, jelas dan tidak menyesatkan terkait dengan produk yang dijual. Hal ini dapat mendorong pelaku usaha untuk lebih transparan dalam menyampaikan klaim produk mereka, serta mengedepankan kejujuran dalam pemasaran produk. Dengan demikian, pelaku usaha dapat menghindari potensi masalah hukum dan menjaga reputasi mereka di mata konsumen. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha

untuk lebih memahami pentingnya kepatuhan terhadap regulasi yang ada agar usaha mereka dapat berkembang secara etis dan berkelanjutan.

c. Bagi Pemerintah

Penelitian ini memberikan informasi yang berguna bagi pemerintah, khususnya dalam hal pengawasan dan penegakan hukum terhadap pelaku usaha yang melakukan praktik *overclaim*. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pemerintah untuk mengevaluasi efektivitas kebijakan yang ada dan mungkin mengusulkan perubahan atas penambahan regulasi terkait pengawasan dan pengendalian produk *skincare* di Indonesia guna memperkuat perlindungan konsumen. Selain itu, penelitian ini juga menjadi referensi bagi Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) dalam meningkatkan pengawasan terhadap produk *skincare* yang beredar di pasaran.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu hukum, khususnya dalam bidang perlindungan konsumen. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau bahan kajian bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk menggali lebih dalam tentang praktik *overclaim* dalam produk *skincare*. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan pendekatan yang lebih luas.