



Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Disebabkan *Overclaim* Pada Deskripsi Produk Kosmetik X (Perawatan Wajah)

Aanisah Nida Tahaanii¹, Waluyo²

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Abstract

Received: 23 Oktober 2023
Revised: 30 Oktober 2023
Accepted: 06 November 2023

Perlindungan hukum bagi konsumen yang disebabkan adanya produk kosmetik yang overclaim ini tentu sangat diperlukan bagi pihak konsumen itu sendiri. Dimana tujuan dari perlindungan konsumen pada produk kosmetik ialah menumbuhkan kesadaran bagi pihak pelaku usaha untuk jujur dan bertanggung jawab dalam menjual produknya. Karena overclaim pada suatu produk ini termasuk pada suatu perbuatan yang melanggar hak konsumen. Sehingga, diharapkan dengan adanya pemahaman terkait perlindungan konsumen pada produk kosmetik, menjadikan pelaku usaha dapat selalu bertanggung jawab pada produk yang mereka jual.

Keywords: *perlindungan konsumen, overclaim, kosmetik*

(*) Corresponding Author: nidatahaanii07@gmail.com

How to Cite: Tahaanii, A. N., & Waluyo, W. (2023). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Disebabkan *Overclaim* Pada Deskripsi Produk Kosmetik X (Perawatan Wajah). <https://doi.org/10.5281/zenodo.10077406>.

PENDAHULUAN

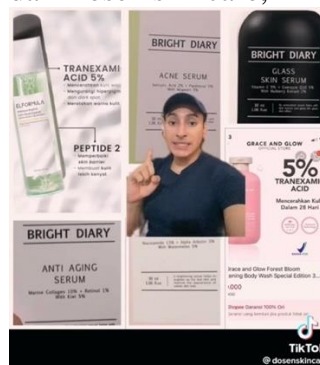
Tak sedikit, wanita-wanita di Indonesia menginginkan dapat tampil cantik dengan hasil maksimal dalam waktu yang cepat, sehingga lupa atau bahkan tidak peduli dengan kandungan yang ada pada produk kosmetik tersebut, dengan cara mencari alternatif lain dan tergoda dengan harganya yang jauh lebih murah, tapi bisa mendapatkan hasil yang diinginkan. Hal demikian sangat membahayakan mereka sendiri sebagai konsumen dari produk kosmetik. Ditambah, seiring berkembangnya zaman, para pelaku usaha semakin dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif. Sehingga, tak sedikit pula oknum yang muncul memanfaatkan peluang bisnis ini dengan licik. Mulai dari ketidaksesuaian *ingredients*, menambahkan bahan-bahan berbahaya untuk kesehatan, sampai pemalsuan produk kosmetik. Selain itu, sasaran empuk bagi para oknum pelaku usaha ini ialah menjual produk mereka pada pembeli yang ada di daerah pelosok, yang tidak mengerti tentang produk kosmetik karena kurangnya ilmu pengetahuan.

Hal yang demikian itu, tentunya merugikan hak-hak masyarakat sebagai konsumen kosmetik, yang seharusnya para pelaku usaha bertanggung jawab dengan janji mereka atas apa yang mereka perbuat agar selaras dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK). Karena setiap pelaku usahanya wajib menjunjung tinggi kejujuran serta bertanggungjawab dalam berusaha, sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 3 huruf (e) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

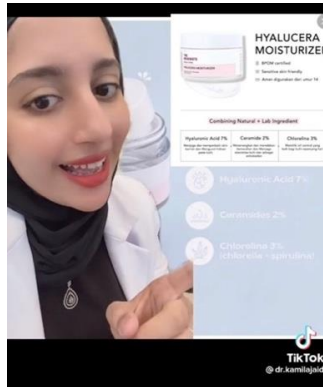
“menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha”.

Dengan hadirnya Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) ini, memang ditujukan sebagai jaminan untuk memenuhi hak-hak dari konsumen. Kendatipun peraturan ini disebut-sebut sebagai peraturan asuransi pembeli atau konsumen, bukan berarti pemerintah hanya menjamin kebutuhan para pembeli atau konsumen saja. Tetapi, pemerintah juga tetap memperhatikan kebutuhan para penjual atau para pelaku usaha dalam proses berusaha. (Nadyah N., 2021). Dan dalam proses tersebut, suatu produk kosmetik dapat dikatakan berhasil atau efektif ketika konsumen mereka merasakan khasiat dari kandungan pada produk kosmetik yang digunakan. Namun, jika ternyata konsumen mereka tidak mendapatkan manfaat atau bahkan apa yang dipromosikan tidak sesuai dengan hasilnya, maka akan menimbulkan kerugian bagi para konsumen. Maka, agar tidak terjadi hal demikian, para pelaku usaha seharusnya melakukan upaya preventif dengan memprioritaskan keamanan, kenyamanan, serta keselamatan konsumen.

Kemudian, pelaku usaha pun berkewajiban memberi informasi tentang produk yang mereka jual dengan prinsip kejujuran. Karena konsumen berhak memperoleh informasi yang sesuai dan jelas, sebagaimana ditegaskan pada Pasal 4 huruf (c) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen bahwa konsumen memiliki hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dari suatu barang ataupun jasa. Seperti adanya *overclaim* pada beberapa persenan penting bahan pada produk kosmetik x yang memang tidak sesuai dengan aturan bpom. Maka hal tersebut akan bertentangan dengan Pasal 7 huruf (b) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen bahwa pelaku usaha berkewajiban untuk memberi informasi yang jelas dan jujur mengenai manfaat dari barang yang mereka jual. Seperti pada pemberitaan di salah satu akun media sosial, yang menyatakan bahwa beberapa produk memang tidak memberikan informasi yang jelas dengan melakukan klaim berlebihan atau *overclaim* pada persenan penting produknya entah pada kemasan ataupun pada laman promosi mereka. Berikut merupakan beberapa laman yang membahas terkait *overclaim* yang ada pada akun dr. Kamila dan Dosen skincare,



Gambar 1: Kasus *Overclaim* pada produk kosmetik
 Sumber: Akun Media Sosial (Tiktok) Dosen Skincare



Gambar 2: Kasus *Overclaim* pada *moisturizer*

Sumber: Akun Media Sosial (Tiktok) Dr. Kamilajaidi

Kemudian, perusahaan yang bersangkutan telah mengakui dan meminta maaf pada BPOM dan masyarakat terkait adanya *Overclaim* pada produk kosmetik x, yang menjadikan ketidaksesuaian dengan kemanjuran yang dinyatakan pada kemasannya. Oleh karena itu, berkaitan dengan timbulnya permasalahan yang terjadi di masyarakat. Penulis berkeinginan untuk menulis Proposal Skripsi ini dengan judul **“PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DISEBABKAN *OVERCLAIM* PADA DESKRIPSI PRODUK KOSMETIK X (PERAWATAN WAJAH)”**.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana Bagaimana wujud perlindungan hukum bagi setiap konsumen disebabkan *overclaim* pada deskripsi produk kosmetik x (perawatan wajah)?

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui serta memahami terkait bentuk perlindungan hukum bagi setiap konsumen disebabkan *overclaim* pada deskripsi produk kosmetik x (perawatan wajah).

Manfaat Penelitian

1. Dapat mengetahui bentuk perlindungan hukum bagi konsumen disebabkan *overclaim* pada deskripsi produk kosmetik x (perawatan wajah).
2. Dapat mengetahui bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha terkait pemenuhan hak-hak konsumen terhadap adanya *overclaim* pada deskripsi produk kosmetik x (perawatan wajah).

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Umum Tentang Hukum Perlindungan Konsumen

Pengertian Perlindungan Konsumen

Pengertian dari Perlindungan Konsumen menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen secara garis besar ialah segala tindakan atau upaya yang memberikan jaminan adanya suatu kepastian hukum yang bertujuan untuk memberikan perlindungan pada konsumen. Tetapi, yang dimaksud dengan memberikan perlindungan pada konsumen ialah melindungi hak-hak konsumen dengan cara menjaga harkat dan martabat setiap konsumen. Dengan begitu, secara tidak langsung menjadikan setiap pelaku usaha memiliki sikap yang jujur juga bertanggungjawab dalam menjalankan usahanya. Karena, selain terdapat suatu maksud atau tujuan hukumnya yakni memberikan

perlindungan pada masyarakat, terselip pula tujuan lainnya ialah melindungi konsumen karena memiliki kedudukan yang lemah.

Berkaitan dengan hukum perlindungan konsumen, sebenarnya menggambarkan secara menyeluruh terkait asas dan kaidah pada hukum yang mengatur juga memberi perlindungan pada konsumen dengan segala permasalahan yang ada. (Nasution A. , 2017). Pandangan tersebut selaras dengan Pasal 64 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dimana, hukum konsumen pada dasarnya memiliki prinsip-prinsip yang sifatnya mengatur dan melindungi kepentingan bagi konsumen. Sehingga, hukum perlindungan konsumen dimaknai sebagai keutuhan prinsip-prinsip serta kaidah hukum yang memuat ketentuan setiap permasalahan para pihak yakni pelaku usaha barang dan/atau jasa serta pihak konsumen. Dan, walaupun Undang-Undang Perlindungan konsumen ini terlihat hanya memperdulikan atau hanya memperhatikan hak-hak serta kepentingan konsumen, tapi nyatanya pemerintah juga tetap memperhatikan hak-hak bagi setiap pelaku usaha. Karena, pelaku usaha memiliki peran yang sangat penting dalam hal jual beli atau perdagangan serta juga turut serta untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.¹

Pengertian Konsumen dan Pelaku Usaha

Konsumen merupakan salah satu pihak yang juga memiliki kedudukan penting dalam proses jual beli pada barang dan/atau jasa. Karena, sasaran penjualan dari setiap pelaku usaha ialah pada konsumen. Namun, untuk pengertian konsumen sendiri sebenarnya masih umum, walaupun masyarakat sudah mengerti apa arti dari konsumen. Tetapi, jika pengertian dari konsumen berdasarkan Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memiliki arti bahwa, konsumen merupakan setiap orang yang memakai atau pihak yang memanfaatkan barang dan/atau jasa pada orang lain selaku pelaku usaha untuk kepentingannya, namun barang dan/atau jasa tersebut tidak dijual kembali. Sehingga, dapat dikatakan bahwa konsumen ialah pihak pemakai terakhir dari suatu barang dan/atau jasa.

Namun menurut Az. Nasution, S.H. bahwa pengertian dari konsumen terdiri dari beberapa batasan yakni:²

- a. Konsumen dalam artian secara umum ialah setiap individu yang memperoleh barang dan/atau jasa yang digunakan juga dimanfaatkan untuk mencapai tujuan tertentu yang diharapkan atau berdasarkan kepentingan masing-masing.
- b. Konsumen-antara ialah setiap individu yang memperoleh barang dan/atau jasa untuk digunakan juga dimanfaatkan dengan tujuan untuk membuat barang dan/atau jasa lainnya untuk diperjualbelikan atau tujuan untuk mendapatkan keuntungan.
- c. Konsumen akhir adalah setiap individu yang mendapatkan dan memanfaatkan barang dan/atau jasa dengan tujuan hanya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya secara pribadi, atau untuk keluarganya dan/atau untuk rumah tangga yang tentunya tidak diperdagangkan lagi.

¹ Az Nasution, 2006, "Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar", (Jakarta: *Diadit Media*), hlm.4.

² *Opcit*, hlm. 29-30.

Sedangkan pengertian pelaku usaha menurut Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ialah setiap perseorangan atau kelompok seperti badan usaha yang berbentuk hukum maupun tidak yang memang menyelenggarakan kegiatan berusaha melalui bentuk perjanjian perekonomian.³ Sehingga berdasarkan ketentuan dalam pasal tersebut, pelaku usaha tidak hanya diartikan untuk perseorangan saja, tetapi juga diartikan secara luas yang meliputi badan usaha yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang melaksanakan kegiatan berusaha di Indonesia.⁴ Contohnya seperti perusahaan, BUMN, para pedagang, distributor, impoter dan lain sebagainya.

Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha

A. Hak juga Kewajiban Konsumen

Untuk mencapai suatu tujuan dalam hal perlindungan konsumen, pemerintah juga mengatur kebijakan terkait hak dan kewajiban konsumen. Tetapi, walaupun pemerintah telah mengatur tentang hak dan kewajiban dari konsumen dan pelaku usaha, masih ada saja masyarakat yang masih belum menyempatkan dirinya untuk membaca Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Sehingga, sebenarnya sangat penting untuk masyarakat mengetahui tentang Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Karena dalam UUPK terdapat aturan hak-hak konsumen itu sendiri yakni pada Pasal 4 UUPK. Selain hak, konsumen juga memiliki beberapa kewajiban yang harus dijalankan. Adapula kewajiban dari konsumen yang harus dilaksanakan telah ditentukan dalam Pasal 5 UUPK. Dengan adanya kewajiban dari konsumen mulai dari membaca, menaati petunjuknya dari informasinya hingga mengikuti upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen, merupakan suatu hal yang sangat penting. Sehingga, memang perlu untuk diatur dalam suatu undang-undang karena perselisihan antar konsumen dengan pelaku usaha masih kerap kali terjadi. Misalkan, pelaku usaha sudah menyantumkan garansi dalam buku panduan, tapi pihak konsumen enggan membaca kemudian terlewat dan malah menyalahkan pihak pelaku usaha. Sehingga hal-hal demikian ini dapat dihindari karena telah ada kebijakan yang mengatur.

B. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Selain hak dan kewajibannya bagi konsumen, pelaku usaha juga memiliki hak dan kewajiban yang juga telah ditegaskan dalam Pasal 6 dan Pasal 7 undang-Undang Perlindungan Konsumen. Adapun hak-hak yang wajib dipenuhi bagi Pelaku Usaha berdasarkan Pasal 6 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ialah sebagai berikut:

- a. Menerima suatu pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan;
- b. Berhak untuk mendapat sebuah perlindungan hukum
- c. berhak untuk melakukan pembelaan pada diri sendiri terutama pada penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Berhak untuk rehabilitasi nama baik;
- e. Setiap hak lainnya yang diatur dalam ketentuann peraturan perundang-undangan.

³ Sarah Selfina, dkk, 2021, “ Pendidikan Perlindungan Konsumen Kepada Masyarakat Desa di Kecamatan Teon Nila Serua Kabupaten Maluku Tengah”, *Jurnal Pengabdian Hukum*, 1(2), hlm. 65.

⁴ Gabriela Clara B, 2015, “Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Pangan Jajanan Anak di Luar Lingkungan Sekolah Dasar di Kabupaten Sleman”, hlm. 11.

Sedangkan kewajiban yang harus ditunaikan bagi pelaku usaha ketika berusaha berdasarkan Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ialah:

- a. Wajib beritikas baik dalam melakukan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar dengan jujur terkait kondisi sesungguhnya;
- c. Memberikan pelayanan untuk konsumen tentunya tidak diskriminatif;
- d. Dapat menjamin mutu barang yang diproduksi;
- e. Memberikan suatu kesempatan kepada konsumen untuk mencoba barang atau jasa tertentu serta memberikan suatu jaminan;
- f. Memberi ganti rugi ketika barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai.

Sehingga, dalam menyelenggarakan usahanya mulai dari memproduksi hingga memperjualbelikan barang dan/atau jasanya, pelaku usaha harus melakukannya dengan benar sesuai ketentuan yang telah diatur. Karena, Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah menegaskan dalam aturannya terkait hak dan kewajiban dari para pihak, yakni konsumen dan pelaku usaha. Maka, salah satu hal yang terpenting dalam hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha ialah memberikan atau menyediakan informasi yang jelas, benar dan jujur mengenai objek atau barang dan/atau jasa. Jika tidak memberikan informasi yang jelas, benar dan jujur maka, pihak yang menyebabkan kerugian harus memberikan ganti rugi.

Tinjauan Umum Tentang Kosmetik

Pengertian Kosmetik

Definisi dari kosmetik itu sendiri berdasarkan pada Pasal 1 angka 1 Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika dan Pasal 1 angka 1 Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1176/MENKES/PER/VIII/2010 tentang Notifikasi Kosmetika sebenarnya memiliki inti arti yang sama, ialah bahan yang dibuat memang ditujukan untuk digunakan pada tubuh manusia bagian luar seperti, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar, gigi dan mukosa mulut, terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah sebuah penampilan, dan/atau memperbaiki bau badan seseorang sehingga tubuh terpelihara dengan baik. Sedangkan, pengertian kosmetik menurut Retno Iswari ialah suatu bahan ataupun campuran suatu bahan untuk digosokkan, dilekatkan, dipercikkan, disemprotkan, dimasukkan, atau dituangkan pada badan atau bagian badan dengan maksud membersihkan, memelihara, menambahkan daya tarik serta tidak masuk golongan obat.⁵ Berdasarkan pengertian tersebut bahwa adanya kosmetik memang ditujukan untuk memberikan manfaat untuk merawat dan menjaga tubuh manusia agar lebih terawat dengan nilai tambahan dapat menambah daya tarik tersendiri.

Manfaat Kosmetik

Dengan penggunaan kosmetik, tentu memiliki manfaat bagi setiap orang yang menggunakannya. Adapun manfaat-manfaat yang akan didapatkan ialah:

- 1) Membersihkan serta merawat kulit;
- 2) Dapat menunda penuaan dini;
- 3) Merawat bagian rambut;

⁵ Difa W I, dan Salma Zavira, 2020, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Klinik Kecantikan Atas Penggunaan Kosmetik Racikan Dokter", *Perspektif*, 25(2), hlm.108.

- 4) Menghindari dari beberapa masalah kulit (menghilangkan bekas jerawat, mencegah munculnya flek, mengecilkan pori-pori dan lain sebagainya;
- 5) Merubah penampilan seseorang;
- 6) Dapat memperbaiki kekurangan pada tubuh seseorang.

Sehingga, dengan seseorang menggunakan produk kosmetik. Apa yang diharapkan atau yang ingin diperbaiki dalam dirinya dapat terselesaikan tetapi membutuhkan proses dan waktu yang tidak sebentar.

Klasifikasi Kosmetik

Berdasarkan Surat Keputusan Kepala Badan Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.4.1745 tentang Kosmetik berdasarkan bahan dan golongan serta maksud evaluasi dari produk kosmetik bahwasannya terbagi menjadi 2 (dua) golongan yakni :

1. Kosmetik golongan I ialah:
 - a. Kosmetik yang digunakan untuk bayi;
 - b. Kosmetik yang digunakan disekitar mata, rongga mulut dan mukosa lainnya;
 - c. Kosmetik yang mengandung bahan dengan persyaratan kadar dan penandaan;
 - d. Kosmetik yang mengandung bahan dan fungsinya belum lazim serta belum diketahui keamanan dan kemanfaatannya.
2. Kosmetik golongan II ialah kosmetik yang tidak termasuk golongan I

Selain itu, klasifikasi pada kosmetik terbagi lagi menurut manfaat yang didapat yakni sebagai berikut:⁶

a. Kosmetik Perawatan Kulit

Kosmetik untuk perawatan kulit tentu diperuntukkan untuk merawat kebersihan serta kesehatan kulit. Adapun jenisnya yakni:

1. Kosmetik untuk melakukan pembersihan pada kulit seperti, sabun *cleansing balm*, *cleansing milk*, dan lain sebagainya.
2. Kosmetik untuk melembabkan kulit seperti, *moisturizing cream* dan lain sebagainya.
3. Kosmetik untuk mengampelas kulit (*peeling*) seperti, scrub dan lain sebagainya.
4. Kosmetik untuk pelindung kulit seperti, *sunscreen*, *sunblock* dan lain sebagainya.

b. Kosmetik Riasan (*make-up*)

Pada kosmetik ini, lebih cenderung atau berfungsi untuk mempercantik seseorang dengan penggunaan berbagai produk *make-up* seperti, maskara, *blush*, *lipstick* atau *liptint* dan lain sebagainya

Tinjauan Umum Tentang Klaim

Pengertian Klaim Kosmetika

Pengertian dari klaim kosmetika berdasarkan pada Pasal 1 angka 2 Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika ialah suatu pernyataan berbentuk informasi yang berkaitan dengan manfaat, keamanan, dan/atau pernyataan lainnya tentang kosmetika. Sedangkan pengertian dari Penandaan Kosmetika yang biasa disebut dengan Penandaan berdasarkan Pasal 1 angka 3 Peraturan Badan Pengawas Obat

⁶ Tanpa nama, 2021, "Pengertian Kosmetik, Penggolongan, dan Persyaratan", *Kanal Pengetahuan*, diakses melalui <https://www.kanalpengetahuan.com/pengertian-kosmetik-penggolongan-dan-persyaratannya>, pada tanggal 23 Desember 2022.

dan Makanan tentang Persyaratan Teknis Kosmetika ialah segala bentuk informasi tentang kosmetik seperti gambar, tulisan, atau kombinasi dari keduanya, atau bentuk lainnya yang disertakan atau dicantumkan atau ditempelkan pada kemasan produk yang kemudian langsung dilakukan proses percetakan pada produknya.

Sehingga, dalam memperkenalkan hingga mengedarkan suatu produk termasuk juga produk kosmetik, para pelaku usaha wajib menyertakan penandaan yang jujur, benar, sesuai, dan akurat. Alasan diperlukannya penandaan pada suatu produk termasuk produk kosmetik ialah, agar setiap konsumen yang hendak membeli tidak mengalami kekeliruan dengan informasi yang dicantumkan dalam penandaannya. Selain itu, dapat membantu memudahkan setiap konsumen untuk menentukan produk mana yang ingin digunakan. Sebagaimana yang telah ditegaskan dalam Pasal 1 ayat (8) Keputusan BPOM Nomor HK.00.05.4.1745 terkait penandaan dalam suatu produk ialah suatu keterangan yang cukup yang berkaitan dengan manfaat produk, keamanan, tata cara penggunaan suatu produk, hingga informasi lainnya yang berkaitan dengan produk kosmetik yang dicantumkan pada brosur, kemasan produk dan lain sebagainya. Tentunya,

Pengertian *Overclaim*

Pengertian dari *overclaim* ialah klaim berlebihan. Sehingga, maksud dari *overclaim* atau klaim berlebihan disini ditujukan pada produk dari kosmetik x. Klaim berlebihan dalam suatu produk termasuk juga produk kosmetik, tentu sangat dilarang. Karena, hal tersebut dapat mengancam keamanan juga keselamatan konsumen yang menggunakannya.⁷ Beberapa ciri adanya tindakan *overclaim* ialah pelaku usaha memberikan informasi yang tidak sesuai pada kemasan produk ataupun pada labelnya, entah ketidaksesuaian isi, takaran, jaminan, kemanjuran, komposisi, hingga tanggal kadaluwarsa dan lain sebagainya. Maka, jika pelaku usaha melakukan tindakan *overclaim*, sudah pasti pelaku usaha tersebut telah melanggar ketentuan pada Pasal 8, 9, dan 10 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang mengatur terkait perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Disebabkan *Overclaim* Pada Deskripsi Produk Kosmetik X (Perawatan Wajah)

Kerugian yang muncul akibat adanya *overclaim* pada deskripsi produk dari kosmetik x tentunya dapat membahayakan juga mengancam keselamatan pihak konsumen. Karena, dalam suatu produk kosmetik keselamatan, keamanan, juga kenyamanan ialah hal yang sangat penting yang menyangkut kesehatan seseorang. Oleh karena pentingnya keselamatan konsumen seperti ketika membeli produk kosmetik x ini wajib diperhatikan, maka pemerintah membuat suatu aturan yang ditujukan untuk melindungi pihak konsumen yakni Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang kemudian disebut sebagai Undang-Undang Perlindungan Konsumen⁸.

⁷ Bunga Permata Sari, dkk, 2022, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait *Overclaim* Pelaku Usaha Dalam label Obat Ditinjau Dari Pasal 8 Ayat (1) Huruf d Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen" *Yurijaya*, hlm. 90.

⁸ Difa Wrdatul Izza dan Salma Zavira, 2020, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Klinik Kecantikan Atas Penggunaan Kosmetik Racikan Dokter", *Perspektif*, 25 (2), hlm. 110.

Adapun makna dari perlindungan konsumen itu sendiri terdapat pada pada Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dan menurut Ahmad Miru dan Sutarman Yodo kalimat yang menegaskan “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum” ini diharapkan dapat menjadi pelindung bagi pihak konsumen dari adanya perbuatan-perbuatan pelaku usaha yang merugikan pihak konsumen. Karena, tak sedikit perbuatan pelaku usaha yang sengaja dilakukan yang memang merugikan pihak konsumen bahkan hingga mengancam keamanan dan keselamatan pihak konsumen. Meskipun penamaan Undang-Undang ini dengan perlindungan konsumen, bukan berarti segala bentuk kepentingan pelaku usaha tidak turut diperhatikan.⁹ Karena, dalam hal ini seperti pada jual beli produk kosmetik x, pihak konsumen memiliki posisi yang lebih lemah dibandingkan pihak pelaku usaha, dimana pihak pelaku usaha memang lebih mengerti tentang produk yang dijual.

Kemudian, terdapat hak-hak konsumen yang harus dipenuhi dan dilindungi oleh pihak pelaku usaha yang ditegaskan pada Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang dapat dikaitkan dengan jual beli produk kosmetik x yang *overclaim*. Sehingga, berdasarkan hak-hak konsumen terjadinya *overclaim* atau klaim berlebihan pada produk kosmetik x sebenarnya telah melanggar pasal tersebut. Karena, pihak pelaku usaha tidak memenuhi hak-hak dari pihak konsumen yang seharusnya hal tersebut wajib dipenuhi oleh pelaku usaha. Terutama pada bagian pihak konsumen berhak mendapatkan informasi yang benar, jelas, jujur dan sesuai. Selain itu, terjadinya *overclaim* telah melanggar ketentuan lain pada Pasal 8 sampai pada Pasal 17 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang mengatur terkait perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha. Dalam hal adanya *overclaim* pada produk kosmetik x ini berarti pelaku usaha telah memberikan informasi yang tidak benar ataupun tidak jujur terkait kondisi dari produk kosmetik tersebut dan menggunakan kata-kata yang berlebihan.

Selain itu, apa yang dijanjikan dalam klaimnya tidak sesuai dengan manfaat yang didapat oleh pihak konsumen. Hal ini tentunya sangat menyesatkan pihak konsumen ketika membeli produk kosmetik x ini. Semua yang terjadi yang dilakukan oleh pelaku usaha produk kosmetik x benar-benar telah melanggar banyak ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Pada dasarnya *overclaim* ini juga termasuk pada bentuk kejahatan iklan atau promosi yang dilakukan pelaku usaha yang juga memuat informasi tidak benar yakni pernyataan yang menyesatkan atau (*inislead*) dimana pelaku usaha menyebutkan manfaat tertentu tapi pada kenyataannya tidak seperti itu. Sehingga, ketika pihak konsumen dirugikan pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi atas kerugian konsumen tersebut sebagai bentuk tanggung jawab pelaku usaha terhadap pihak konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa, dalam perlindungan hukum bagi konsumen yang disebabkan adanya *overclaim* pada produk kosmetik x ini tentunya terdapat kesalahan yang dilakukan pihak pelaku usaha. Di mana pelaku usaha memberikan klaim berlebihan yang berarti memberikan informasi yang tidak benar. Sehingga, hal tersebut dapat menyesatkan

⁹ *Ibid*, Hlm. 111.

pihak konsumen ketika hendak membeli produk kosmetik tersebut. Dan hal tersebut merupakan hal yang dilarang untuk dilakukan bagi pelaku usaha, selain itu konsumen berhak mendapatkan informasi yang benar, jujur dan sesuai dengan keadaan produk kosmetik yang sebenarnya sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Kemudian, ketika terjadi demikan dan pihak konsumen mengalami kerugian akibat informasi yang menyesatkan, tentu pihak pelaku usaha diwajibkan untuk memberikan kompensasi atau ganti rugi ataupun penggantian kepada konsumen. Karena, dengan informasi yang menyesatkan dapat membahayakan keselamatan konsumen yang mana penggunaan produk kosmetik ini berkaitan dengan kesehatan kulit wajah. dan tanggung jawab ini tidak dapat dialihkan oleh pelaku usaha Karena didalamnya jelas terdapat perbuatan, unsur kesalahan yakni dengan memberikan informasi yang tidak jelas, kerugian yang diderita konsumen, dan adanya hubungan kausalitas diantara keduanya.

Sehingga, pelaku usaha produk kosmetik x sebisa mungkin memberikan klarifikasi pada konsumen dan memperbaiki klaim-klaim yang ada pada deskripsi produk mereka sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Dan ketika ada konsumen yang mengeluhkan kerugian dan meminta ganti rugi dari adanya *overclaim* pada produk kosmetik x maka, pelaku usaha wajib memenuhi hak ganti rugi tersebut dengan berupa uang atau produk terbarunya kepada konsumen terkait.

DAFTAR PUSTAKA

A. Sumber Buku

- Ahmad Z, Yahya. 2022. *Problematika Hukum Indonesia*. (Aceh: Syiah Kuala University Press).
- Hadjon, Philipus. Dkk. 2011. *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*. (Yogyakarta: Gajah Mada University Press).
- Nasution, Az. 2006. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. (Jakarta: Diadit Media).
- Permata, Bunga. dkk2022. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Overclaim Pelaku Usaha Dalam label Obat Ditinjau Dari Pasal 8 Ayat (1) Huruf d Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, (Yurijaya).
- Susanto, Happy. 2008. *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. (Jakarta: Transmedia Pustaka).
- Tri Siwi, Celina. 2022. *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: Sinar Grafika).

B. Peraturan Perundang-Undangan

- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Undang-Undang Nomor 36 tahun 2009 tentang Kesehatan.
- Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 30 Tahun 2020 tentang Persyaratan Teknis Penandaan Kosmetika.
- Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 21 Tahun 2021 tentang Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika.
- Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika.

C. Sumber Jurnal

- Anita, Niru dan Nunuk Sulisrudatin. 2015. "Pelaksanaan Perlindungan Konsumen Di Indonesia". *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*. 5 (2).
- Dwiangga, Alvian W dan Teddy Prima Anggriawan, 2022, "Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Dalam Penggunaan Aplikasi di Smartphone", *Journal Incio Legis*, 3(1).
- Farhah Z, Anis. Dkk. 2022. "Tuntutan Berlebihan Dalam Pengiklanan Produk Kosmetik Serta Panduannya Menurut Al-Quran dan Al-Sunnah". *Jurnal Hadhari*. 14 (1).
- Haryanti, Retno. 2017. "Krim Pemutih Wajah dan Keamanannya". *Majalah Farmasetika*". 2 (3).
- Indrayuni, Elly. 2019. "Klasifikasi *Text Meaning Review* Produk Kosmetik Untuk Teks Bahasa Indonesia Menggunakan Algoritma *Naïve Bayes*". *Jurnal Khatulistiwa Informatika*. 2 (1).
- Naima, Nadyah. 2021. "Landasan Yuridis Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Beredarnya Kosmetik (Cream Wajah) Tanpa Izin Yang Merugikan Konsumen.
- Permata S, Bunga. 2022. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait *Overclaim* Pelaku Usaha Dalam Label Obat Ditinjau Dari Pasal 8 Ayat (1) Huruf d Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen". *Yurijaya Jurnal Ilmiah Fakultas Hukum*.
- Pratiwi, Wiwik. 2020. "Negara Hukum, Pemenuhan Perlindungan Konsumen dan HAM (Telaah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen)". *Jurnal Penelitian Hukum Indonesia*. 1 (1).
- Putu D, Luh dan AA Ketut Sukrantha. 2018. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Produk Kosmetik Tanpa Komposisi Bahan". *Kertha Semaya*. 6 (10).
- Selfina, Sarah dkk. 2021. "Pendidikan Perlindungan Konsumen Kepada Masyarakat Desa di Kecamatan Teon Nila Serua Kabupaten Maluku Tengah". *Jurnal Pengabdian Hukum* 1 (2).
- W I. Difa, dan Salma Zavira. 2020. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Klinik Kecantikan Atas Penggunaan Kosmetik Racikan Dokter". *Perspektif*. 25(2).
- Yaurwarin, Wahid. 2020. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pembeli Makanan Berbuka Puasa yang Mengandung Bahan Pengawet dan Bahan Pemanis Buatan (Kajian UU NO.8 Tahun 1999)". *Public Policy*. 1 (1).

D. Lain-lain

- Christha, Renata. 2022. " Hak dan Kewajiban Konsumen serta Pelaku Usaha yang Perlu Diketahui. *Hukumonline*. Diakses melalui <https://www.hukumonline.com/klinik/a/hak-dan-kewajiban-konsumen-serta-pelaku-usaha-yang-perlu-diketahui-lt62e27b1d9c927>. Pada tanggal 16 Desember 2022.
- Dwi, Tyan. 2008. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen". Skripsi.
- Julinar. Tanpa Tahun. "Konsep Kecantikan Dan Pemanfaatan Produk Kosmetik Wajah Pada Mahasiswa Surabaya".
- Khadafi, M. 2016. "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce". Jakarta: Skripsi.
- Tanpa nama. 2021. "Pengertian Kosmetik, Penggolongan, dan Persyaratan". *Kanal Pengetahuan*. Diakses melalui

<https://www.kanalpengetahuan.com/pengertian-kosmetik-penggolongan-dan-persyaratannya>. Pada tanggal 23 Desember 2022.