

Perbuatan Melawan Hukum dan Perlindungan Konsumen: Tinjauan Hukum atas Praktik *Skincare Overclaim* Berlandaskan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Ian Satrianta Deardo Ginting

Universitas Dirgantara Marsekal Suryadharma, Indonesia

Email : Ian.satrianta.d.g@gmail.com

Keywords:	Abstract
<i>Unlawful acts; Consumer Protection; Overclaim; Skincare; Responsibilities of Business Actors</i>	<i>The cosmetics and skincare industry in Indonesia is experiencing rapid growth, but this phenomenon is marred by the rampant practice of overclaiming - exaggerated product benefit claims that cannot be scientifically proven. These manipulative practices have negative impacts, ranging from financial losses to skin health risks for consumers, and violate the provisions of Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection. This study aims to analyze consumer protection mechanisms in addressing overclaimed skincare products and to review these practices based on the concept of Unlawful Acts (Perbuatan Melawan Hukum/PMH) along with ideal future solutions. The method used is normative juridical research with a descriptive-analytical approach, utilizing primary legal materials such as the Indonesian Civil Code (KUHPPerdata) and the Consumer Protection Law, as well as secondary materials through library research. The study concludes that overclaiming practices fulfill the elements of PMH under Article 1365 of the Civil Code (act, fault, damage, and causality), thereby generating civil liability for business actors to provide compensation. Furthermore, the enactment of the National Criminal Code (Law No. 1 of 2023) allows corporations to be held criminally liable for systematic deception. As an ideal solution, this study recommends an integrated approach: strengthening regulations and supervision by the Food and Drug Authority (BPOM), shifting towards the principle of strict liability to facilitate proving consumers' medical damages, and improving consumer literacy to minimize information exploitation.</i>
Kata Kunci:	Abstrak
Perbuatan Melawan Hukum; Perlindungan Konsumen; Overclaim; Skincare; Tanggung Jawab Pelaku Usaha.	Industri kosmetik dan <i>skincare</i> di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat, namun fenomena ini diwarnai oleh maraknya praktik <i>overclaim</i> atau klaim manfaat produk yang berlebihan dan tidak dapat dibuktikan secara ilmiah. Praktik manipulatif ini berdampak negatif, mulai dari kerugian finansial hingga risiko kesehatan kulit bagi konsumen, serta melanggar ketentuan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mekanisme perlindungan konsumen dalam mengatasi produk <i>skincare overclaim</i> dan meninjau praktik tersebut berdasarkan konsep Perbuatan Melawan Hukum (PMH) beserta solusi ideal di masa mendatang. Metode yang digunakan adalah penelitian yuridis normatif dengan pendekatan deskriptif analitis, menggunakan bahan hukum primer seperti KUHPPerdata dan UU Perlindungan Konsumen, serta bahan sekunder melalui studi kepustakaan. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa praktik <i>overclaim</i> memenuhi unsur-unsur PMH dalam Pasal 1365 KUHPPerdata (perbuatan, kesalahan, kerugian, dan hubungan kausalitas), sehingga melahirkan tanggung jawab perdata bagi pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi. Lebih lanjut, berlakunya KUHP Nasional (UU No. 1 Tahun 2023) memungkinkan korporasi dimintai pertanggungjawaban pidana atas penyesatan sistematis. Sebagai solusi ideal, penelitian ini merekomendasikan pendekatan terpadu: penguatan regulasi dan

PENDAHULUAN

Industri *skincare* di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya perawatan kulit dan kecantikan, banyak peluang bisnis yang menjanjikan di sektor ini. Mekanisme tersebut diperkuat dengan tingginya penjualan *skincare* di Indonesia dimana dapat dilihat pada pendapatan Industri kosmetik nasional, termasuk *skincare*, akan mencapai pendapatan sebesar USD 9,17 miliar pada tahun 2024, meningkat dari USD 8,09 miliar pada tahun 2023. Selama periode Ramadan 2024, penjualan produk *skincare* dan makeup mencapai Rp 2,04 triliun, meningkat 25% dibandingkan tahun sebelumnya. Produk perawatan wajah mendominasi penjualan dengan total mencapai Rp 740,68 miliar. Penjualan produk kecantikan dan perawatan kulit melalui platform e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia mendominasi pasar, dengan nilai penjualan mencapai Rp 31,9 triliun dari total Rp 61,8 triliun di sektor Fast-Moving Consumer Goods (FMCG) pada tahun 2024.

Berbagai data yang telah dikemukakan diatas mampu menunjukkan bahwa *skincare* memiliki pangsa pasar yang menguntungkan dimana mekanisme ini menjadi peluang bisnis yang menjanjikan. Namun, pada kenyataanya memiliki permasalahan dimana pada mekanisme ini banyak pelaku usaha melakukan *overclaim* pada bisnis *skincare* yang digeluti. *Overclaim* adalah tindakan memberikan janji atau klaim yang tidak realistis mengenai produk, sering kali melebih-lebihkan manfaat yang ditawarkan. Misalnya, sebuah produk *skincare* mungkin mengklaim dapat menghilangkan kerutan dalam waktu singkat, padahal hasil tersebut tidak dapat dibuktikan secara ilmiah (Aditya, 2020).

Baru-baru ini, seorang konten kreator yang dikenal sebagai "Dokter Detektif" mengungkapkan bahwa beberapa produk *skincare* ternama tidak memenuhi klaim yang mereka buat. Melalui uji laboratorium, ia menemukan bahwa kandungan bahan aktif dalam produk tersebut jauh lebih rendah daripada yang diiklankan. Hal ini menunjukkan bahwa banyak produk *skincare* melakukan praktik *overclaim*, yang merugikan konsumen yang mengharapkan hasil yang dijanjikan

Praktik *overclaim* dapat memiliki berbagai dampak negatif bagi para konsumen dimana diantaranya : *Pertama*, kerugian finansial dimana konsumen yang membeli produk dengan klaim berlebihan sering kali mengeluarkan uang untuk hasil yang tidak sesuai harapan. Ini dapat menyebabkan frustrasi dan kehilangan kepercayaan terhadap merek. *Kedua*, iritasi kulit dimana produk yang mengandung bahan kimia keras dapat menyebabkan reaksi alergi atau iritasi pada kulit, seperti kemerahan atau gatal. Ini terutama berbahaya jika produk tersebut tidak memberikan kandungan yang sesuai dengan yang diiklankan. *Ketiga*, penggunaan produk yang tidak sesuai dengan klaimnya dapat merusak lapisan pelindung kulit dan menyebabkan masalah kulit yang lebih serius di masa depan, seperti penuaan dini. *Keempat*, bahan dalam produk *skincare*, seperti

oxybenzone, dapat diserap oleh kulit dan mengganggu keseimbangan hormonal, yang berdampak negatif pada kesehatan secara keseluruhan.

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur bahwa pelaku usaha dilarang memberikan informasi yang menyesatkan tentang produk. Badan pengawas seperti Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) di Indonesia memiliki regulasi yang ketat mengenai iklan dan klaim produk. Jika suatu produk *skincare* mengklaim manfaat yang tidak dapat dibuktikan, produsen dapat dikenakan sanksi hukum. Selain itu, merujuk pada Pasal 1565 KUHPer menyatakan bahwa setiap orang yang melakukan perbuatan melawan hukum yang menyebabkan kerugian kepada orang lain wajib mengganti kerugian tersebut. Produsen yang melakukan *overclaim* dapat dimintakan pertanggungjawaban atas kerugian yang dialami konsumen.

Produsen *skincare* yang melakukan *overclaim* dapat dimintai pertanggungjawaban hukum berdasarkan konsep perbuatan melawan hukum, karena tindakan tersebut tidak hanya merugikan konsumen, tetapi juga mengganggu persaingan usaha yang sehat. Fenomena ini semakin marak seiring berkembangnya perdagangan elektronik. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) pada periode akhir 2024 hingga awal 2025 menemukan 26 produk kosmetik berbahaya yang mengandung merkuri, hidrokinon, dan asam retinoat, serta banyak dipasarkan melalui marketplace dan media sosial dengan klaim hasil instan, seperti memutihkan kulit dalam waktu singkat. Sebagian besar produk tersebut tidak memiliki izin edar atau izinnya telah dicabut, namun tetap beredar secara luas melalui berbagai platform digital. Selain itu, BPOM juga menemukan praktik klaim menyesatkan (*overclaim*) pada sejumlah produk yang sebenarnya telah memiliki izin edar, tetapi mempromosikan manfaat yang tidak sesuai dengan dokumen notifikasi, seperti menghilangkan kerutan secara permanen atau memberikan hasil setara tindakan medis. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengawasan terhadap distribusi dan promosi *skincare* secara online masih menghadapi berbagai tantangan meskipun patroli siber dan penurunan ribuan tautan penjualan telah dilakukan.

Sebagai upaya memberikan perlindungan kepada konsumen, pemerintah telah menetapkan berbagai regulasi yang mengatur perdagangan elektronik dan peredaran kosmetik. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 melarang pelaku usaha menyampaikan informasi atau iklan yang tidak benar, menyesatkan, maupun berlebihan terkait produk yang diperdagangkan secara online, dengan ancaman sanksi administratif berupa peringatan, penurunan konten, penghentian sementara kegiatan usaha, hingga pencabutan izin berusaha. Di sisi lain, Peraturan BPOM Nomor 12 Tahun 2020 mewajibkan setiap kosmetik memiliki izin edar dan data pendukung keamanan serta klaim manfaat, sedangkan Peraturan BPOM Nomor 32 Tahun 2021 menegaskan bahwa setiap klaim kosmetik harus didukung bukti ilmiah, tidak menyesatkan, tidak menjanjikan hasil instan, dan tidak menyerupai klaim obat atau tindakan medis. Pelanggaran terhadap ketentuan tersebut dapat berakibat pada penarikan produk, pencabutan izin edar, maupun proses hukum sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Penelitian-penelitian terdahulu telah banyak membahas perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik atau peredaran kosmetik ilegal secara parsial. Azzahra,

(2022) meneliti perlindungan hukum konsumen terhadap produk kosmetik ilegal, namun belum secara spesifik mengkaji praktik overclaim. (Mayang Sari, 2021) menganalisis perlindungan hukum terhadap peredaran kosmetik yang merugikan konsumen, tetapi fokusnya lebih pada produk berbahaya dan belum secara khusus membahas klaim menyesatkan. (Prameswari, 2021) meneliti perlindungan hukum konsumen terhadap informasi produk kosmetik, namun belum mengintegrasikan konsep perbuatan melawan hukum secara mendalam. (Pratiwi, 2024) dan (Priaji, 2018) mengkaji aspek legalitas kosmetik, tetapi belum membahas pertanggungjawaban pidana korporasi berdasarkan KUHP Nasional. Dengan demikian, masih terbatas penelitian yang mengintegrasikan konsep perbuatan melawan hukum, perlindungan konsumen, dan pertanggungjawaban pidana korporasi secara komprehensif dalam menganalisis praktik overclaim skincare. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengkaji secara holistik praktik overclaim skincare dari perspektif perbuatan melawan hukum dan perlindungan konsumen, serta merumuskan solusi ideal yang terintegrasi termasuk penerapan strict liability dan pertanggungjawaban pidana korporasi.

Berdasarkan kondisi tersebut, praktik overclaim pada produk skincare menjadi permasalahan hukum yang memerlukan perhatian serius karena berpotensi merugikan konsumen baik dari aspek kesehatan maupun ekonomi. Oleh karena itu, penelitian ini mengangkat judul "Perbuatan Melawan Hukum dan Perlindungan Konsumen: Tinjauan Hukum atas Praktik Skincare Overclaim Berlandaskan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen." Penelitian ini bertujuan menganalisis mekanisme perlindungan konsumen terhadap produk skincare yang melakukan overclaim, mengkaji praktik overclaim dari perspektif perbuatan melawan hukum, serta merumuskan solusi ideal dalam memperkuat perlindungan konsumen di masa mendatang. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu hukum, menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, serta menjadi masukan bagi pemerintah dalam penyusunan kebijakan dan penegakan hukum terhadap pelaku usaha yang melakukan praktik overclaim. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu hukum, khususnya dalam bidang hukum perlindungan konsumen dan hukum perdata, dengan mengintegrasikan konsep perbuatan melawan hukum, strict liability, dan pertanggungjawaban pidana korporasi dalam konteks praktik overclaim skincare. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya, menjadi masukan bagi pemerintah dalam penyusunan kebijakan dan penegakan hukum terhadap pelaku usaha yang melakukan praktik overclaim, serta meningkatkan kesadaran konsumen akan hak-haknya dalam bertransaksi produk skincare.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Menurut Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, penelitian yuridis normatif adalah penelitian data sekunder, atau penelitian bahan perpustakaan dan studi dokumen karena penelitian ini dilakukan atau ditujukan hanya pada peraturan-peraturan yang tertulis atau bahan-bahan hukum yang lain .

Dalam penelitian ini, titik berat objek yang di analisis adalah *praktik overclaim* para pelaku usaha dalam penjualan produk *skincare*. Penelitian yang dilakukan penulis merupakan penelitian dengan tipe yuridis normatif, suatu penelitian yang menggunakan sumber bahan hukum yang berupa perundang-undangan. Dalam tesis ini, data sekunder adalah perundang-undangan terkait perlindungan konsumen

Penelitian yang dilakukan ini bersifat deskriptif analitis, yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan situasi dan permasalahan untuk memperoleh gambaran mengenai situasi dan keadaan, dengan cara memaparkan data-data dan informasi-informasi yang telah dikumpulkan yang kemudian diolah dan dianalisis sehingga menghasilkan suatu kesimpulan. Dalam penelitian ini, permasalahan yang digambarkan adalah mekanisme *praktik overclaim* para pelaku usaha dalam penjualan produk *skincare*

Jenis Data Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah penelitian yuridis normatif oleh karena itu digunakan data sekunder sebagai data utamanya . Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari bahan hukum primer, yaitu hukum perundang-undangan dan bahan hukum sekunder, yaitu fenomena *overclaim* para pelaku usaha dalam penjualan produk *skincare*. Secara lengkapnya, data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

Bahan Hukum Primer

Data primer dapat diartikan sebagai bahan hukum dimana didalamnya terdapat norma serta kaidah dasar yang termuat dalam undnag-undang serta bahan hukum lainnya yang berlaku. Dalam hal ini, bahan hukum primer yang akan digunakan dalam penelitian ini, antara lain, adalah:

1. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (*Burgerlijk Wetboek*);
2. Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Bahan hukum sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer. Dalam penelitian ini, akan digunakan buku-buku dan hasil penelusuran melalui internet yang terkait dengan objek penelitian. Serta, sumber lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti

Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data sekunder dilakukan dengan menggunakan studi pustaka dari bahan-bahan pustaka. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara membaca, mencatat, serta mengutip hal- hal yang berkaitan dengan perlindungan konsumen. Beberapa tempat penulis dapat melakukan pengumpulan data adalah perpustakaan-perpustakaan, maupun mengakses data-data yang berkaitan dengan hukum persaingan usaha

Teknik Analisis Data

Pada mekanisme analisis data yang menekankan pada metode kualitatif dimana peneliti mendeskripsikan atas berbagai pokok permasalahan yang ada. Oleh karenanya, penelitian ini menekankan pada analisis terkait dengan permasalahan yang menekankan pada produk *overclaim* para pelaku usaha dalam penjualan produk *skincare* dimana

peneliti mendialogkan dengan berbagai teori serta regulasi terkait guna menemukan benang merah dari permasalahan yang ada dalam penelitian ini

HASIL DAN PEMBAHASAN

Praktik *Overclaim* Oleh Pengusaha Produk *Skincare* Ditinjau Dari Perbuatan Melawan Hukum Dan Solusi Ideal Di Masa Yang Akan Datang

1. Praktik *Overclaim Skincare* sebagai Perbuatan Melawan Hukum

Praktik *overclaim* dalam bisnis *skincare* merupakan fenomena yang semakin marak seiring pesatnya perkembangan industri kecantikan dan pemasaran digital. *Overclaim* terjadi ketika pelaku usaha menyampaikan klaim manfaat produk yang berlebihan, tidak akurat, atau tidak dapat dibuktikan secara ilmiah. Dalam konteks hukum perdata, praktik ini tidak hanya menjadi persoalan etika bisnis, tetapi juga berpotensi melanggar norma hukum. Oleh karena itu, *overclaim skincare* perlu dianalisis sebagai perbuatan melawan hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 1365 KUHPerdata.

Pasal 1365 KUHPerdata menyatakan bahwa setiap perbuatan melawan hukum yang menimbulkan kerugian kepada orang lain mewajibkan pelakunya untuk mengganti kerugian tersebut. Dari ketentuan ini, doktrin hukum perdata merumuskan empat unsur utama PMH, yaitu adanya perbuatan, adanya kesalahan, adanya kerugian, dan adanya hubungan kausal antara perbuatan dan kerugian. Keempat unsur ini harus terpenuhi secara kumulatif. Praktik *overclaim skincare* dapat dianalisis melalui kerangka unsur-unsur tersebut.

Unsur pertama, yaitu adanya perbuatan, terpenuhi melalui tindakan aktif pelaku usaha dalam menyampaikan klaim produk. Klaim yang dituangkan dalam iklan, label, deskripsi produk, maupun promosi digital merupakan perbuatan hukum yang memiliki konsekuensi yuridis. Pelaku usaha secara sadar memilih dan menyampaikan narasi manfaat produk kepada konsumen. Dengan demikian, penyampaian klaim *overclaim* merupakan suatu perbuatan dalam arti hukum perdata.

Unsur kedua adalah kesalahan, yang dalam hukum perdata tidak selalu harus berupa kesengajaan, tetapi dapat pula berupa kelalaian. Dalam praktik *overclaim*, kesalahan dapat terjadi ketika pelaku usaha dengan sengaja melebih-lebihkan manfaat produk atau lalai memverifikasi kebenaran klaim yang disampaikan. Kelalaian tersebut bertentangan dengan kewajiban kehati-hatian dalam kegiatan usaha. Oleh karena itu, unsur kesalahan dalam PMH dapat terpenuhi meskipun tanpa niat jahat.

Overclaim skincare juga merupakan bentuk pelanggaran kewajiban hukum pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar dan jujur kepada konsumen. Kewajiban ini ditegaskan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menjamin hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur. Ketika pelaku usaha menyampaikan klaim yang tidak sesuai dengan fakta, kewajiban hukum tersebut telah dilanggar. Pelanggaran kewajiban hukum merupakan salah satu bentuk perbuatan melawan hukum dalam arti luas.

Selain kewajiban hukum, praktik *overclaim* juga melanggar asas itikad baik dalam hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen. Asas itikad baik menuntut agar para pihak bertindak jujur, wajar, dan tidak menyalahgunakan posisi dominannya. Dalam

hubungan bisnis *skincare*, pelaku usaha memiliki keunggulan informasi dibandingkan konsumen. Penyalahgunaan keunggulan tersebut melalui klaim berlebihan merupakan pelanggaran asas itikad baik.

Pelanggaran asas itikad baik semakin nyata ketika klaim produk dibuat untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen umumnya tidak memiliki kemampuan teknis untuk menilai kebenaran klaim kandungan atau manfaat produk *skincare*. Oleh karena itu, konsumen sangat bergantung pada informasi yang disampaikan pelaku usaha. Ketergantungan ini menempatkan konsumen dalam posisi rentan terhadap praktik *overclaim*.

Unsur berikutnya dalam PMH adalah adanya kerugian. Kerugian akibat *overclaim skincare* dapat bersifat materiil maupun immateriil. Kerugian materiil antara lain berupa kerugian finansial akibat pembelian produk yang tidak memberikan manfaat sebagaimana diklaim. Sementara itu, kerugian immateriil dapat berupa rasa kecewa, gangguan kesehatan kulit, hingga menurunnya rasa aman konsumen.

Kerugian kesehatan akibat *overclaim skincare* memiliki karakteristik khusus karena berkaitan dengan tubuh manusia. Produk *skincare* yang diklaim aman dan efektif, tetapi tidak sesuai kenyataan, dapat menyebabkan iritasi, alergi, atau kerusakan kulit. Kerugian semacam ini tidak selalu dapat diukur secara ekonomis, namun tetap diakui dalam hukum perdata sebagai kerugian immateriil. Pengakuan terhadap kerugian immateriil menunjukkan orientasi hukum perdata pada keadilan substantif.

Selain kerugian individual, *overclaim skincare* juga dapat menimbulkan kerugian sosial yang lebih luas. Praktik klaim menyesatkan merusak kepercayaan publik terhadap industri *skincare* secara keseluruhan. Pelaku usaha yang beritikad baik dapat dirugikan secara tidak langsung oleh praktik *overclaim* pesaingnya. Hal ini menunjukkan bahwa *overclaim* tidak hanya berdampak pada konsumen, tetapi juga pada ekosistem usaha.

Unsur terakhir PMH adalah adanya hubungan kausal antara perbuatan dan kerugian. Dalam kasus *overclaim skincare*, hubungan kausal dapat ditunjukkan melalui keputusan pembelian konsumen yang didasarkan pada klaim menyesatkan. Konsumen membeli dan menggunakan produk karena mempercayai klaim manfaat yang disampaikan pelaku usaha. Ketika klaim tersebut tidak terbukti dan menimbulkan kerugian, terdapat hubungan sebab akibat yang jelas.

Hubungan kausal dalam *overclaim skincare* umumnya bersifat langsung. Klaim yang disampaikan dalam iklan atau deskripsi produk menjadi alasan utama konsumen melakukan pembelian. Tanpa klaim tersebut, konsumen mungkin tidak akan membeli atau menggunakan produk. Oleh karena itu, klaim menyesatkan merupakan faktor determinan terjadinya kerugian.

Dalam doktrin hukum perdata, hubungan kausalitas dapat dianalisis melalui teori sebab akibat yang layak (*adequate causality*). Berdasarkan teori ini, kerugian konsumen akibat *overclaim* merupakan akibat yang wajar dan dapat diperkirakan dari perbuatan pelaku usaha. Pelaku usaha seharusnya dapat memperkirakan bahwa klaim berlebihan dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen. Dengan demikian, unsur kausalitas terpenuhi.

Praktik *overclaim skincare* juga dapat dikualifikasikan sebagai pelanggaran terhadap norma kepatutan dan kehati-hatian. Norma kepatutan menuntut agar pelaku usaha bertindak sesuai standar yang wajar dalam masyarakat. Dalam bisnis *skincare*, standar kepatutan mencakup kejujuran klaim dan tanggung jawab terhadap dampak produk. Pelanggaran norma ini memperkuat karakter melawan hukum dari praktik *overclaim*.

Dari perspektif perlindungan konsumen, *overclaim skincare* merupakan bentuk informasi menyesatkan yang dilarang secara tegas. Larangan ini bertujuan mencegah manipulasi keputusan konsumen melalui klaim yang tidak akurat. Dengan melanggar larangan tersebut, pelaku usaha tidak hanya melanggar UUPK, tetapi juga memperkuat dasar gugatan PMH. Hal ini menunjukkan keterkaitan erat antara UUPK dan Pasal 1365 KUHPerdota.

Pertanggungjawaban perdata atas *overclaim skincare* menempatkan pelaku usaha sebagai pihak yang wajib menanggung akibat hukumnya. Konsumen dapat menuntut ganti rugi atas dasar PMH tanpa harus membuktikan adanya hubungan kontraktual langsung. Fleksibilitas ini menjadikan PMH sebagai instrumen perlindungan konsumen yang efektif. Gugatan PMH juga memungkinkan pengadilan menilai aspek keadilan secara lebih luas.

Dalam praktik peradilan, gugatan PMH terhadap pelaku usaha *skincare* dapat diarahkan pada pemulihan kerugian dan penghentian praktik menyesatkan. Putusan pengadilan tidak hanya berdampak pada para pihak, tetapi juga memiliki efek preventif bagi pelaku usaha lain. Dengan demikian, penegakan PMH berfungsi sebagai sarana kontrol sosial. Fungsi ini penting dalam menghadapi maraknya *overclaim* di era digital.

Praktik *overclaim skincare* juga menunjukkan adanya ketidakseimbangan posisi tawar antara konsumen dan pelaku usaha. Hukum perdata melalui mekanisme PMH berperan mengoreksi ketidakseimbangan tersebut. Perlindungan ini sejalan dengan tujuan perlindungan konsumen untuk menempatkan konsumen pada posisi yang lebih adil. Oleh karena itu, PMH memiliki relevansi kuat dalam konteks *overclaim skincare*.

Dengan terpenuhinya unsur perbuatan, kesalahan, kerugian, dan hubungan kausal, praktik *overclaim skincare* dapat secara sah dikualifikasikan sebagai perbuatan melawan hukum. Kualifikasi ini melahirkan tanggung jawab perdata bagi pelaku usaha untuk mengganti kerugian konsumen. Pendekatan PMH memberikan dasar yuridis yang kuat bagi perlindungan konsumen. Oleh karena itu, analisis *overclaim skincare* sebagai PMH merupakan langkah penting dalam penegakan hukum perdata.

Secara keseluruhan, praktik *overclaim* dalam bisnis *skincare* tidak dapat dipandang sebagai strategi pemasaran semata. Praktik tersebut telah memenuhi karakteristik pelanggaran hukum perdata yang serius. Dengan menggunakan kerangka perbuatan melawan hukum, konsumen memiliki dasar hukum yang jelas untuk menuntut keadilan. Hal ini menegaskan bahwa *overclaim skincare* merupakan perbuatan melawan hukum yang melahirkan tanggung jawab perdata bagi pengusaha.

2. Pertanggungjawaban Pidana Korporasi atas Praktik *Overclaim Skincare* Menurut KUHP Nasional

Perkembangan hukum pidana Indonesia menunjukkan pergeseran paradigma dari pemidanaan yang semata-mata berorientasi pada individu menuju pengakuan korporasi sebagai subjek hukum pidana. Perubahan ini secara tegas diakomodasi dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana Nasional melalui Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2023. Dalam konteks bisnis modern, termasuk industri *skincare*, pelanggaran hukum sering kali dilakukan dalam kerangka kebijakan dan kepentingan korporasi. Oleh karena itu, pertanggungjawaban pidana korporasi menjadi instrumen penting dalam menanggulangi praktik *overclaim* yang merugikan konsumen.

KUHP Nasional secara eksplisit mengakui korporasi sebagai subjek hukum pidana yang dapat dimintai pertanggungjawaban atas tindak pidana yang dilakukan untuk dan atas nama korporasi. Pengakuan ini menegaskan bahwa kesalahan pidana tidak lagi terbatas pada individu pelaku lapangan, tetapi juga dapat dibebankan kepada entitas bisnis. Dalam praktik *overclaim skincare*, kebijakan pemasaran dan strategi klaim produk umumnya ditetapkan oleh manajemen korporasi. Dengan demikian, perbuatan menyesatkan tersebut memiliki keterkaitan langsung dengan kepentingan dan keuntungan korporasi.

Pertanggungjawaban pidana korporasi dalam KUHP Nasional didasarkan pada adanya hubungan antara tindak pidana dan kegiatan usaha korporasi. Tindak pidana dianggap dilakukan oleh korporasi apabila perbuatan tersebut dilakukan oleh pengurus, pegawai, atau pihak lain yang bertindak dalam lingkup kewenangannya. Dalam kasus *overclaim skincare*, klaim produk biasanya disusun, disetujui, dan disebarluaskan melalui sistem korporasi. Hal ini menunjukkan bahwa praktik *overclaim* tidak bersifat individual, melainkan struktural.

Unsur kesalahan dalam pertanggungjawaban pidana korporasi tidak selalu dipahami sebagai kesalahan psikologis sebagaimana pada individu. KUHP Nasional mengadopsi pendekatan kesalahan fungsional, yaitu kesalahan yang diturunkan dari kebijakan, pembiaran, atau kegagalan sistem pengawasan korporasi. Apabila korporasi mengetahui atau seharusnya mengetahui adanya klaim menyesatkan namun tetap membiarkannya, maka unsur kesalahan dapat dianggap terpenuhi. Pendekatan ini relevan dalam praktik *overclaim skincare* yang sering kali dilakukan secara sistematis.

Overclaim skincare dapat dikualifikasikan sebagai tindak pidana apabila memenuhi unsur perbuatan menyesatkan yang merugikan konsumen. Dalam konteks KUHP Nasional, perbuatan menyampaikan informasi palsu atau menyesatkan dalam kegiatan usaha yang menimbulkan kerugian dapat dikenai sanksi pidana. Praktik ini menjadi lebih serius apabila berdampak pada kesehatan dan keselamatan konsumen. Dengan demikian, *overclaim skincare* tidak hanya merupakan pelanggaran administratif atau perdata, tetapi juga berpotensi menjadi tindak pidana korporasi.

Hubungan antara pertanggungjawaban pidana korporasi dan perlindungan konsumen menjadi semakin kuat dengan berlakunya KUHP Nasional. Negara tidak lagi memandang kerugian konsumen semata sebagai persoalan privat, tetapi juga sebagai kepentingan hukum yang harus dilindungi secara pidana. Pendekatan ini sejalan dengan

tujuan pemidanaan modern yang menekankan perlindungan masyarakat dan pencegahan kejahatan korporasi. Oleh karena itu, pemidanaan korporasi dalam kasus *overclaim skincare* memiliki dasar filosofis yang kuat.

KUHP Nasional juga mengatur bahwa pertanggungjawaban pidana korporasi tidak menghapus pertanggungjawaban pidana individu pengurus. Artinya, baik korporasi maupun pengurus yang berperan dalam pengambilan keputusan dapat dimintai pertanggungjawaban secara bersamaan. Dalam praktik *overclaim skincare*, direktur, manajer pemasaran, atau pihak yang menyetujui klaim dapat dimintai pertanggungjawaban pidana bersama korporasi. Pendekatan ini mencegah pengalihan kesalahan semata-mata kepada badan hukum.

Bentuk sanksi pidana terhadap korporasi dalam KUHP Nasional bersifat variatif dan proporsional. Sanksi tersebut meliputi pidana denda, pembatasan kegiatan usaha, pencabutan izin, perampasan keuntungan, hingga pengumuman putusan hakim. Dalam konteks *overclaim skincare*, sanksi perampasan keuntungan menjadi sangat relevan karena praktik tersebut bertujuan memperoleh keuntungan ekonomi. Sanksi ini diharapkan menimbulkan efek jera bagi pelaku usaha.

Pidana denda terhadap korporasi dalam KUHP Nasional dirancang dengan mempertimbangkan kemampuan ekonomi korporasi. Pendekatan ini bertujuan agar sanksi pidana benar-benar dirasakan dan tidak dianggap sebagai biaya bisnis semata. Dalam industri *skincare* yang bernilai ekonomi tinggi, denda yang signifikan menjadi instrumen penting untuk mencegah pengulangan praktik *overclaim*. Hal ini menunjukkan orientasi pemidanaan pada pencegahan kejahatan korporasi.

Pertanggungjawaban pidana korporasi juga berkaitan erat dengan konsep kepatuhan korporasi (*corporate compliance*). Korporasi yang tidak memiliki sistem pengawasan internal terhadap klaim produk dapat dianggap lalai dalam mencegah terjadinya tindak pidana. Dalam kasus *overclaim skincare*, ketiadaan mekanisme verifikasi klaim dapat menjadi indikator kesalahan korporasi. Oleh karena itu, KUHP Nasional mendorong korporasi untuk membangun sistem kepatuhan yang efektif.

Dari perspektif kebijakan hukum, pemidanaan korporasi atas praktik *overclaim skincare* bertujuan menciptakan persaingan usaha yang sehat. Pelaku usaha yang jujur dapat dirugikan oleh pesaing yang menggunakan klaim berlebihan untuk menarik konsumen. Dengan adanya ancaman pidana korporasi, negara memberikan sinyal kuat bahwa praktik menyesatkan tidak dapat ditoleransi. Hal ini memperkuat fungsi hukum pidana sebagai alat rekayasa sosial.

Pertanggungjawaban pidana korporasi juga memiliki fungsi simbolik dalam melindungi kepentingan konsumen. Pemidanaan terhadap korporasi besar menunjukkan keberpihakan negara terhadap masyarakat dan konsumen yang berada pada posisi lemah. Dalam kasus *overclaim skincare*, pemidanaan dapat memulihkan kepercayaan publik terhadap industri kecantikan. Fungsi simbolik ini penting dalam menjaga legitimasi hukum pidana.

Meskipun demikian, penerapan pertanggungjawaban pidana korporasi memerlukan pembuktian yang cermat. Aparat penegak hukum harus mampu membuktikan adanya hubungan antara kebijakan korporasi dan perbuatan

menyesatkan. Pembuktian ini dapat bersumber dari dokumen internal, strategi pemasaran, dan struktur pengambilan keputusan korporasi. Dengan pembuktian yang tepat, pembedaan korporasi dapat diterapkan secara adil dan efektif.

Dalam kaitannya dengan KUHP, proses penegakan pidana korporasi mengikuti mekanisme hukum acara pidana yang berlaku. Korporasi dapat berstatus sebagai tersangka atau terdakwa dan diwakili oleh pengurusnya di pengadilan. Mekanisme ini memastikan bahwa hak-hak korporasi tetap dihormati tanpa mengurangi akuntabilitas pidananya. Dengan demikian, sistem peradilan pidana mampu mengakomodasi kompleksitas kejahatan korporasi.

Dengan berlakunya KUHP Nasional, pertanggungjawaban pidana korporasi atas praktik *overclaim skincare* memiliki dasar hukum yang kuat dan jelas. *Overclaim* tidak lagi hanya dipandang sebagai pelanggaran perdata atau administratif, tetapi juga sebagai kejahatan korporasi yang merugikan kepentingan publik. Pendekatan ini melengkapi mekanisme perdata dalam memberikan perlindungan konsumen. Oleh karena itu, pertanggungjawaban pidana korporasi menjadi instrumen strategis dalam mengatasi praktik *overclaim* dalam bisnis *skincare*.

Lebih mendalam mengenai atribusi kesalahan, KUHP Nasional secara implisit mengadopsi teori identifikasi (*identification theory*) dalam menentukan niat jahat (*mens rea*) sebuah korporasi. Teori ini memandang bahwa tindakan dan niat dari pejabat tingkat tinggi atau pihak yang bertindak sebagai *directing mind and will* korporasi diakui sebagai tindakan dan niat korporasi itu sendiri. Dalam industri *Skincare*, jika dewan direksi atau manajer kampanye secara sadar merancang dan menyetujui peluncuran iklan yang memuat *overclaim*, maka kesadaran tersebut secara otomatis diatribusikan sebagai niat jahat dari entitas korporasi, sehingga badan hukum tersebut sah untuk dipidana secara mandiri.

Implementasi pertanggungjawaban pidana korporasi dalam kasus *overclaim skincare* juga menggeser penerapan asas *ultimum remedium* (pidana sebagai upaya terakhir). Mengingat besarnya kerugian ekonomi dan risiko kesehatan yang ditimbulkan oleh produk kecantikan bermasalah terhadap masyarakat luas, instrumen pidana korporasi kini dapat difungsikan sebagai sarana yang berjalan paralel dengan sanksi administratif. Hal ini menunjukkan pergeseran kebijakan pidana bahwa negara menganggap kejahatan manipulasi informasi komersial sebagai ancaman serius yang tidak cukup diselesaikan hanya dengan penarikan produk semata.

Pengakuan korporasi sebagai subjek tindak pidana juga menjadi instrumen efektif untuk merobek tirai pelindung korporasi (*piercing the corporate veil*). Selama ini, para pemilik modal atau petinggi perusahaan sering berlindung di balik status entitas perdata badan hukum untuk menghindari jerat hukum pribadi atas praktik manipulasi pemasaran. Melalui regulasi KUHP Nasional, tabir pelindung administratif ini dapat disingkirkan, memungkinkan aparat penegak hukum untuk memburu dan merampas aset hasil kejahatan korporasi sekaligus menghukum aktor-aktor intelektual di baliknya secara proporsional.

Sesuai dengan konstruksi yuridis KUHP Nasional, pembedaan korporasi atas praktik *overclaim* memerlukan pemenuhan kriteria bahwa tindak pidana tersebut

dilakukan dalam lingkup bisnis atau untuk mencapai tujuan korporasi. Kampanye pemasaran *skincare* yang menyesatkan jelas merupakan instrumen utama yang didesain korporasi guna mendongkrak pangsa pasar dan volume penjualan. Keterkaitan langsung antara disinformasi publik dan tujuan akumulasi kapital perusahaan inilah yang memperkuat landasan filosofis mengapa korporasi harus memikul beban pidana.

Salah satu aspek paling progresif dalam pidana korporasi modern adalah penilaian hukum terhadap budaya kerja internal perusahaan (*corporate culture*). Apabila sebuah perusahaan *skincare* menetapkan target penjualan yang irasional, sehingga secara struktural menekan divisi pemasaran untuk mengarang klaim fiktif demi mencapai target tersebut, maka budaya korporasi yang toksik ini merupakan bukti kuat adanya kesalahan fungsional. Dalam kacamata hukum pidana, kegagalan manajemen dalam membangun iklim bisnis yang beretika adalah bentuk kelalaian pidana yang sah untuk dihukum.

Lebih jauh lagi, praktik *overclaim* yang dilancarkan secara sistematis acap kali bermuara pada perolehan aset finansial dalam sirkulasi yang sangat masif. Dalam kerangka penegakan hukum tindak pidana ekonomi yang terpadu, keuntungan finansial ilegal hasil penipuan klaim ini dapat dikategorikan sebagai tindak pidana asal (*predicate offense*) untuk kejahatan pencucian uang (*money laundering*). Oleh karenanya, jerat pertanggungjawaban pidana korporasi *skincare* dapat menjangkau pelacakan dan pembekuan aliran dana perusahaan yang disembunyikan melalui instrumen perbankan.

Terkait dengan sanksi tambahan, KUHP Nasional juga merumuskan sanksi tindakan pidana yang sangat vital, yakni penutupan seluruh atau sebagian tempat usaha korporasi untuk jangka waktu tertentu. Bagi entitas korporasi kosmetik yang secara berulang (residivis korporasi) dan terstruktur memproduksi iklan menyesatkan yang mengakibatkan krisis kesehatan kulit publik, pengadilan berwenang mutlak membekukan operasional pabrik, mencabut lisensi, hingga memutus jalur distribusinya. Ancaman sanksi eksistensial ini didesain untuk mencabut akar kejahatan ekonomi dari hulu ke hilir.

Dimensi pemulihan hak korban secara langsung turut diakomodasi dalam sistem pidana korporasi modern melalui mekanisme penggabungan tuntutan ganti rugi (restitusi) dalam satu putusan pidana. Konsumen yang mengalami kerugian klinis akibat termakan janji palsu produk *skincare* dapat memperoleh keadilan secara lebih efisien tanpa harus menempuh jalur perdata yang berbelit. Hakim pidana berwenang memerintahkan korporasi terdakwa untuk membayarkan restitusi kolektif kepada korban, mengedepankan prinsip keadilan restoratif (*restorative justice*) di tengah penegakan hukum represif.

Keberhasilan penuntutan pidana korporasi di sektor kosmetik menuntut sinergitas yang tak terpisahkan antar-lembaga negara. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) sebagai lembaga otoritas sains wajib berkoordinasi erat dengan Kepolisian dan Kejaksaan Agung dalam proses pro-justitia. Hasil uji klinis dari laboratorium forensik BPOM yang memvalidasi bahwa klaim khasiat tidak didukung oleh komposisi aktual produk, merupakan alat bukti ilmiah (*scientific evidence*) yang menjadi fondasi tak

terbantahkan bagi jaksa dalam membuktikan unsur perbuatan menyesatkan di pengadilan.

Mengingat lanskap pemasaran *skincare* terkini dikendalikan oleh ekosistem digital, penegakan pidana korporasi dihadapkan pada urgensi audit forensik digital. Jejak kejahatan berupa draf persetujuan iklan, instruksi pimpinan di grup komunikasi internal, hingga algoritma distribusi konten fiktif di media sosial harus dapat disita secara sah. Kemampuan aparat dalam mengamankan alat bukti elektronik ini menjadi penentu utama untuk merekonstruksi dan membuktikan skema niat jahat (*mens rea*) korporasi secara komprehensif.

Pengungkapan skema *overclaim* yang dirancang rapi di balik pintu tertutup korporasi sangat membutuhkan partisipasi aktif pelapor internal (*whistleblower*). Staf riset dan pengembangan (R&D) atau tim pemasaran yang masih menjunjung integritas ilmiah harus dilindungi oleh hukum secara maksimal ketika mereka membongkar praktik manipulasi tersebut kepada penegak hukum. Perlindungan terhadap saksi pelapor ini sangat krusial untuk menembus tembok diam korporasi, yang sering kali diikat paksa oleh instrumen perjanjian kerahasiaan (*non-disclosure agreement*).

Dalam konteks perdagangan lintas batas, instrumen pidana korporasi dalam KUHP Nasional juga diproyeksikan untuk menghadapi tantangan yurisdiksi atas perusahaan multinasional. Sering kali produk *skincare* dengan narasi *overclaim* diimpor dari perusahaan asing yang berkedudukan di luar negeri. Namun, dengan penerapan asas teritorialitas dan asas perlindungan, negara tetap memiliki landasan yurisdiksi untuk menuntut cabang perusahaan asing atau distributor resmi di Indonesia yang mengamplifikasi *overclaim* tersebut, memastikan tegaknya asas persamaan di hadapan hukum (*equality before the law*).

Sebuah terobosan progresif lainnya dalam pembedaan korporasi menurut KUHP Nasional adalah opsi penempatan korporasi di bawah pengawasan ketat. Apabila sebuah entitas *Skincare* terbukti bersalah namun produk utamanya (yang tidak bermasalah) masih krusial bagi hajat hidup pekerja dan perputaran ekonomi lokal, pengadilan dapat menjatuhkan sanksi berupa perombakan susunan direksi. Negara dapat menunjuk pengawas eksternal independen untuk merestrukturisasi sistem kepatuhan hukum (*compliance system*) perusahaan tersebut dari dalam selama periode pidana berlangsung.

Praktik penuntutan pidana korporasi ini juga merupakan sarana judicial untuk menghukum taktik manipulasi visual (*dark patterns*) dalam industri kosmetik. Banyak korporasi merancang kemasan dengan menyematkan klaim khasiat instan dalam tipografi yang mencolok, sementara peringatan efek samping atau komposisi zat iritan disembunyikan menggunakan huruf mikroskopis di area yang sulit dibaca. Hakim dapat mengonstruksikan asimetri desain informasi ini bukan sebagai strategi estetika pemasaran, melainkan sebagai tipu muslihat sistematis untuk membutakan hak informasi konsumen.

Pada konklusinya, integrasi korporasi sebagai subjek delik yang otonom di dalam KUHP Nasional memberikan perisai yuridis yang paling tajam dalam arsitektur perlindungan konsumen nasional. Ancaman sanksi pidana denda yang bernilai masif,

perampasan aset korporasi, hingga stigmatisasi publik akibat putusan pidana akan secara paksa mereformasi etika industri *skincare*. Korporasi tidak lagi dapat memposisikan konsumen semata-mata sebagai objek eksploitasi untuk mendongkrak valuasi bisnis, sebab manipulasi klaim kini berhadapan langsung dengan pedang hukum pidana yang melindungi hak atas kesehatan dan kebenaran informasi publik.

3. Solusi Ideal di Masa yang Akan Datang dalam Mengatasi Produk *Overclaim* dalam Bisnis *Skincare*

Maraknya praktik *overclaim* dalam bisnis *skincare* menunjukkan bahwa mekanisme perlindungan konsumen yang ada belum sepenuhnya efektif. Oleh karena itu, diperlukan solusi ideal yang tidak hanya bersifat represif, tetapi juga preventif dan sistemik. Solusi tersebut harus mampu menjawab tantangan perkembangan bisnis *skincare* yang semakin digital dan kompleks. Pendekatan hukum yang terintegrasi antara hukum perdata, pidana, dan administrasi menjadi kebutuhan mendesak.

Solusi pertama yang penting adalah penguatan regulasi klaim produk *skincare*. Regulasi harus memberikan batasan yang lebih tegas mengenai jenis klaim yang diperbolehkan dan dilarang, khususnya klaim yang menyerupai manfaat medis. Penguatan regulasi ini bertujuan mengurangi ruang abu-abu yang sering dimanfaatkan pelaku usaha untuk melakukan *overclaim*. Dengan aturan yang jelas, kepastian hukum bagi konsumen dan pelaku usaha dapat ditingkatkan.

Selain penguatan norma, efektivitas pengawasan menjadi faktor kunci dalam mengatasi *overclaim*. Pengawasan tidak hanya dilakukan pada tahap pra-peredaran, tetapi juga harus diperkuat pada tahap pasca-peredaran. Dalam praktiknya, banyak *overclaim* muncul setelah produk beredar melalui promosi digital. Oleh karena itu, sistem pengawasan yang adaptif dan berkelanjutan perlu dikembangkan.

Solusi ideal berikutnya adalah optimalisasi peran negara dalam pengawasan digital. Perdagangan *skincare* yang dominan melalui media sosial dan e-commerce menuntut pengawasan berbasis teknologi. Negara perlu memperkuat patroli siber dan kerja sama dengan platform digital untuk menindak konten klaim menyesatkan secara cepat. Pendekatan ini sejalan dengan perlindungan konsumen di era ekonomi digital.

Dari perspektif hukum perdata, penguatan mekanisme gugatan perbuatan melawan hukum juga menjadi solusi penting. Konsumen harus dipermudah dalam mengajukan gugatan atas kerugian yang dialami akibat *overclaim*. Penyederhanaan prosedur pembuktian dan peningkatan akses terhadap bantuan hukum akan memperkuat posisi konsumen. Dengan demikian, PMH dapat berfungsi secara optimal sebagai instrumen perlindungan konsumen.

Solusi berikutnya adalah penguatan peran penyelesaian sengketa di luar pengadilan. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) perlu diperkuat baik dari sisi kewenangan maupun kapasitas kelembagaan. Penyelesaian sengketa yang cepat dan berbiaya ringan akan mendorong konsumen untuk menuntut haknya. Hal ini juga memberikan tekanan bagi pelaku usaha agar lebih berhati-hati dalam menyampaikan klaim produk.

Dalam konteks hukum pidana, penerapan pertanggungjawaban pidana korporasi menurut KUHP Nasional harus dimaksimalkan sebagai solusi jangka panjang. *Overclaim*

skincare yang dilakukan secara sistematis dan menguntungkan korporasi perlu diproses sebagai kejahatan korporasi. Pidanaan korporasi memberikan efek jera yang lebih kuat dibandingkan sanksi administratif semata. Pendekatan ini sejalan dengan tujuan pidana modern yang menekankan pencegahan dan perlindungan masyarakat.

Sanksi pidana terhadap korporasi harus diarahkan pada aspek ekonomi yang menjadi motif utama *overclaim*. Pidana denda yang proporsional dengan keuntungan korporasi serta perampasan keuntungan hasil tindak pidana merupakan solusi yang efektif. Dengan sanksi yang signifikan, praktik *overclaim* tidak lagi dipandang sebagai strategi bisnis yang menguntungkan. Hal ini mendorong perubahan perilaku pelaku usaha secara struktural.

Solusi ideal lainnya adalah mendorong penerapan *corporate compliance* dalam industri *skincare*. Korporasi harus diwajibkan memiliki sistem internal untuk mengawasi klaim produk sebelum dipublikasikan. Sistem kepatuhan ini mencakup verifikasi ilmiah, pengawasan pemasaran, dan evaluasi risiko hukum. Dengan kepatuhan internal yang kuat, potensi *overclaim* dapat ditekan sejak awal.

Selain aspek penegakan hukum, edukasi konsumen merupakan solusi jangka panjang yang tidak dapat diabaikan. Konsumen yang memiliki literasi hukum dan pengetahuan produk yang baik akan lebih kritis terhadap klaim berlebihan. Edukasi ini dapat dilakukan melalui kampanye publik, kurikulum literasi konsumen, dan penyediaan informasi resmi yang mudah diakses. Konsumen yang berdaya akan menjadi pengawas sosial terhadap praktik *overclaim*.

Solusi berikutnya adalah peningkatan transparansi informasi produk. Pelabelan dan deskripsi produk harus disajikan secara jelas, objektif, dan mudah dipahami oleh konsumen. Transparansi ini memudahkan konsumen dalam membuat keputusan pembelian yang rasional. Selain itu, transparansi mengurangi potensi sengketa akibat perbedaan persepsi antara klaim dan kenyataan produk.

Dalam perspektif kebijakan hukum, solusi ideal juga mencakup harmonisasi peraturan perundang-undangan. Sinkronisasi antara hukum perlindungan konsumen, hukum perdata, dan hukum pidana perlu diperkuat agar tidak terjadi tumpang tindih atau kekosongan hukum. Harmonisasi ini akan menciptakan sistem perlindungan konsumen yang koheren dan efektif. Dengan sistem yang terpadu, penegakan hukum terhadap *overclaim* dapat dilakukan secara konsisten.

Solusi ideal lainnya adalah peningkatan koordinasi antar-lembaga penegak hukum dan lembaga pengawas. Koordinasi yang baik memungkinkan penanganan *overclaim* secara cepat dan tepat. Tanpa koordinasi, pelaku usaha dapat memanfaatkan celah birokrasi untuk menghindari tanggung jawab. Oleh karena itu, kerja sama lintas sektor menjadi elemen penting dalam solusi jangka panjang.

Dari sisi pelaku usaha, solusi ideal menuntut perubahan paradigma bisnis. Keberlanjutan usaha tidak lagi dapat dibangun di atas klaim berlebihan dan manipulasi informasi. Bisnis *skincare* yang beretika dan patuh hukum justru akan lebih dipercaya oleh konsumen dalam jangka panjang. Dengan demikian, kepatuhan hukum menjadi investasi reputasi bagi pelaku usaha.

Secara keseluruhan, solusi ideal dalam mengatasi produk *overclaim* dalam bisnis *skincare* harus bersifat komprehensif dan berkelanjutan. Penguatan regulasi, penegakan hukum perdata dan pidana, penerapan pertanggungjawaban pidana korporasi, serta edukasi konsumen harus berjalan secara simultan. Pendekatan terpadu ini akan menciptakan perlindungan konsumen yang efektif dan adil. Dengan demikian, praktik *overclaim* dapat ditekan dan kepercayaan publik terhadap industri *skincare* dapat dipulihkan.

Solusi ideal lainnya yang patut dipertimbangkan adalah pelembagaan mekanisme audit klaim independen sebelum produk dipasarkan secara massal. Lembaga riset pihak ketiga atau laboratorium universitas dapat dilibatkan untuk memvalidasi klaim-klaim spesifik yang diajukan oleh produsen. Keterlibatan pihak independen ini akan meminimalisasi bias komersial yang kerap terjadi apabila uji klinis atau pengujian dermatologis hanya dilakukan secara internal oleh perusahaan *skincare* tersebut.

Dalam ekosistem perdagangan elektronik, solusi sistemik menuntut adanya redefinisi tanggung jawab penyelenggara platform digital (*e-commerce*). Selama ini, platform sering berlindung di balik doktrin *safe harbor* yang membebaskan mereka dari tanggung jawab atas konten materi penjual. Ke depan, regulasi harus membebaskan kewajiban uji tuntas (*due diligence*) yang ketat bagi platform untuk secara proaktif menonaktifkan akun atau menghapus tautan etalase produk yang terindikasi kuat mendiseminasi *overclaim*.

Pengawasan pasca-peredaran juga harus bertransformasi dengan mengadopsi teknologi kecerdasan buatan secara institusional oleh otoritas pengawas. Penggunaan algoritma pintar dapat dikerahkan untuk memindai jutaan narasi iklan di media sosial secara otomatis guna mendeteksi kata kunci superlatif atau janji terapeutik yang melanggar pedoman kosmetik. Pemanfaatan teknologi ini akan menjembatani celah keterbatasan sumber daya manusia dalam mengawasi pergerakan pasar *skincare* digital yang perputarannya sangat masif.

Sebagai instrumen pencegahan sosial, penerapan sanksi administratif berupa publikasi daftar hitam (*naming and shaming*) secara terpusat dan mudah diakses oleh publik harus dioptimalkan. Otoritas pengawas bersama lembaga perlindungan konsumen dapat merilis pangkalan data merek-merek *skincare* yang secara sah terbukti melanggar aturan klaim pemasaran. Transparansi rekam jejak ini akan memberikan disinsentif sosial yang fatal bagi reputasi korporasi, sekaligus menjadi referensi utama bagi konsumen sebelum bertransaksi.

Solusi ideal yang holistik juga tidak boleh mengabaikan peran krusial pemengaruh (*influencer*) atau *brand ambassador* yang kini menjadi ujung tombak promosi kosmetik. Perlu dirumuskan regulasi turunan yang secara eksplisit mengatur pertanggungjawaban hukum bagi pihak ketiga yang turut serta mengamplifikasi disinformasi. Apabila seorang influencer mempromosikan *overclaim* tanpa melakukan verifikasi materiil yang memadai, mereka harus dapat ditarik sebagai pihak yang turut bertanggung jawab secara renteng atas kerugian yang dialami pengikutnya.

Konsep tanggung jawab produsen yang diperluas (*extended producer responsibility*) juga harus diaplikasikan pada dimensi peredaran informasi, bukan

sekadar pada peredaran fisik barang. Korporasi *skincare* wajib memikul tanggung jawab penuh atas disinformasi komersial yang disebarkan oleh seluruh rantai distribusinya, termasuk agen, *reseller*, atau afiliator independen. Ketentuan ini akan memaksa perusahaan induk untuk memberikan kurikulum edukasi produk yang akurat dan proporsional secara vertikal kepada seluruh mitra penjualannya.

Pengungkapan praktik manipulasi formulasi atau rekayasa data uji laboratorium di internal perusahaan acap kali menemui jalan buntu tanpa adanya informasi dari orang dalam. Oleh karena itu, penguatan sistem perlindungan bagi pelapor pelanggaran (*whistleblower*) di industri kosmetik menjadi solusi pencegahan yang sangat presisi. Jaminan perlindungan identitas dan kekebalan hukum pidana bagi karyawan peneliti yang melaporkan praktik *overclaim* perusahaannya akan sangat membantu aparat penegak hukum dalam membongkar niat jahat korporasi.

Dari sudut pandang mitigasi kerugian finansial, perancang kebijakan dapat mewajibkan industri kosmetik berskala menengah hingga besar untuk memiliki polis asuransi tanggung jawab produk (*product liability insurance*). Mekanisme ini memastikan bahwa apabila di kemudian hari terjadi gugatan massal akibat kerusakan kulit dari produk yang diklaim aman secara berlebihan, ketersediaan likuiditas untuk mengompensasi konsumen tetap terjamin. Asuransi ini sekaligus mendisiplinkan korporasi secara ekonomi, mengingat premi akan melonjak drastis jika produk mereka teridentifikasi berisiko tinggi.

Mengingat kerugian individual akibat *overclaim skincare* nominalnya acap kali dinilai terlampau kecil untuk diperkarakan secara mandiri, optimalisasi dan penyederhanaan mekanisme gugatan perwakilan kelompok (*class action*) menjadi sarana peradilan yang sangat krusial. Lembaga peradilan harus memperingkas prosedur sertifikasi kelas agar ribuan konsumen yang merasa tertipu oleh satu narasi promosi yang sama dapat bersatu secara efisien. Kekuatan kolektif dan agregasi kerugian ini akan menghadirkan tekanan ekuivalen untuk melawan dominasi finansial korporasi pelanggar.

Pada akhirnya, seluruh solusi yuridis yang diimplementasikan harus bermuara pada paradigma keadilan restoratif (*restorative justice*) dalam bingkai besar hukum perlindungan konsumen. Penegakan hukum tidak boleh hanya berhenti pada kepuasan membalas kecurangan korporasi melalui setoran denda ke kas negara. Sistem hukum harus memprioritaskan manifestasi pemulihan kerugian korban secara empiris, baik dalam wujud pengembalian dana pembelian, pembiayaan rehabilitasi medis dermatologi, hingga kompensasi perbaikan kualitas hidup bagi konsumen yang secara mental terdampak oleh manipulasi industri kecantikan tersebut.

Dari perspektif hukum perdata, penguatan mekanisme gugatan perbuatan melawan hukum sejatinya menjadi solusi penting, di mana konsumen harus dipermudah dalam mengajukan gugatan atas kerugian yang dialami akibat praktik *overclaim*. Sayangnya, hambatan empiris terbesar bagi konsumen saat ini adalah beratnya beban pembuktian kausalitas secara medis di muka persidangan. Kesulitan pembuktian medis ini memiliki korelasi struktural yang erat dengan pandangan Lenny Nadriana terkait kompleksitas pembuktian dalam kasus malapraktik medis di Indonesia. Dalam kajiannya,

dijelaskan bahwa korban sering kali menemui jalan buntu karena dituntut secara prosedural untuk membuktikan kelalaian teknis-medis yang standar keilmuan dan akses datanya berada jauh di luar kapasitas masyarakat awam.

Mengadopsi tantangan pembuktian tersebut ke dalam ranah sengketa kosmetik berbahaya, maka sebagai solusi ideal di masa yang akan datang, institusi peradilan tidak boleh lagi secara kaku berlindung di balik doktrin pertanggungjawaban berbasis kesalahan (*liability based on fault*). Mengingat bahaya pemakaian *skincare overclaim* berisiko tinggi merusak integritas fisik kulit, sistem hukum Indonesia perlu mengakomodasi perluasan prinsip *strict liability* (tanggung jawab mutlak) secara penuh. Melalui doktrin ini, akses keadilan bagi konsumen yang mengalami kerusakan jaringan kulit tidak akan lagi terhalang oleh rumitnya birokrasi pembuktian forensik dermatologi. Pelaku usaha akan secara mutlak diwajibkan memikul tanggung jawab kompensasi seketika apabila klaim produknya terbukti fiktif dan menimbulkan kerugian medis.

KESIMPULAN

Mekanisme perlindungan konsumen dalam mengatasi produk *overclaim* pada *skincare* dilaksanakan melalui pendekatan sistemik yang terintegrasi, mencakup tiga instrumen hukum. Pertama, mekanisme perdata berlandaskan UUPK dan KUHPerdata yang memberikan hak bagi konsumen untuk menuntut ganti rugi. Kedua, mekanisme administratif oleh BPOM melalui pengawasan pra-pasar, patroli siber, penarikan produk, hingga pencabutan izin edar. Ketiga, mekanisme pidana menggunakan KUHP dan KUHP Nasional untuk menindak pelanggaran kepentingan hukum masyarakat luas. Ketiga instrumen ini bekerja simultan untuk melindungi hak konsumen atas informasi yang benar dan keamanan produk. Praktik *overclaim* oleh pengusaha *skincare* secara sah memenuhi kualifikasi Perbuatan Melawan Hukum (PMH) berdasarkan Pasal 1365 KUHPerdata karena memenuhi unsur adanya perbuatan menyebarkan informasi menyesatkan, unsur kesalahan (kesengajaan atau kelalaian), serta unsur kerugian nyata (materiil dan kesehatan kulit) yang memiliki hubungan kausalitas langsung dengan perbuatan pelaku usaha. Sebagai solusi ideal di masa mendatang, diperlukan penerapan prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) agar konsumen mudah membuktikan kerugian medisnya di pengadilan, optimalisasi pertanggungjawaban pidana korporasi untuk memberikan efek jera secara ekonomi, serta kewajiban uji tuntas (*due diligence*) bagi *platform e-commerce* untuk memblokir akun yang memperdagangkan produk *overclaim*. Terkait mekanisme perlindungan konsumen, disarankan kepada Pemerintah (khususnya BPOM dan Kementerian Komunikasi dan Digital) untuk lebih agresif dalam memperkuat pengawasan administratif dan patroli siber guna mempercepat pemblokiran (*takedown*) konten pemasaran *skincare* yang menyesatkan. Selain itu, pemerintah dan Lembaga Perlindungan Konsumen dituntut untuk menggencarkan edukasi literasi secara nasional agar masyarakat menjadi konsumen yang kritis dalam memverifikasi nomor izin edar dan daftar komposisi (label) sebelum mempercayai klaim instan. Terkait praktik PMH dan penerapan solusi ideal, disarankan kepada lembaga peradilan agar berani menerapkan terobosan doktrin tanggung jawab mutlak (*strict liability*) dalam memutus sengketa kerugian akibat kosmetik, serta kepada aparat

penegak hukum untuk mengoptimalkan jerat pidana korporasi agar memberikan sanksi struktural yang tegas. Di sisi lain, pelaku usaha *skincare* disarankan untuk mengutamakan kepatuhan hukum dengan melakukan audit klaim independen melalui uji klinis medis yang sah sebelum mempromosikan manfaat produknya ke publik.

REFERENSI

- Aditya, A. (2020). *Unlawful acts according to civil law*. The Digest, 193.
- Agustina, R. (2022). *Perbuatan melawan hukum*. Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia.
- Arief, B. N. (2020). *Bunga rampai kebijakan hukum pidana*. Prenadamedia Group.
- Arief, B. N. (2023). *Pembaharuan hukum pidana Indonesia*. Prenadamedia Group.
- Azzahra, N. P. (2022). *Perlindungan hukum konsumen terhadap produk kosmetik ilegal* [Master's thesis, Universitas Airlangga].
- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2020). *Peraturan BPOM Nomor 12 Tahun 2020 tentang Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika*.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2021). *Peraturan BPOM Nomor 32 Tahun 2021 tentang Pengawasan Iklan Kosmetika*.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2022). *Pedoman klaim kosmetika*. BPOM RI.
- Badrulzaman, M. D. (2021). *Kompilasi hukum perikatan*. Citra Aditya Bakti.
- CNBC Indonesia. (2024). Wow! Warga RI habiskan Rp 2 triliun buat beli skin care & make up. *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/>
- CNBC Indonesia. (2025). Penjualan produk kecantikan tembus Rp 30 triliun. *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/>
- Deny, S. (2024). Industri kosmetik RI moncer, diproyeksi raup pendapatan USD 9,17 miliar di 2024. *Liputan6*. <https://www.liputan6.com/>
- Faizin, M. (2024). Implikasi hukum ekonomi syariah dan hukum positif praktik overclaim. *Al-Bay Jurnal*, 3(1), 70.
- Fitrihabi, N., et al. (2021). Kepastian hukum, kemanfaatan dan keadilan pembedaan. *Al-Jinayah: Jurnal Hukum Pidana Islam*, 7(2), 485.
- Fuady, M. (2021a). *Hukum perlindungan konsumen*. Citra Aditya Bakti.
- Fuady, M. (2021b). *Perbuatan melawan hukum: Pendekatan kontemporer*. Citra Aditya Bakti.
- Garner, B. A. (Ed.). (2019). *Black's law dictionary* (11th ed.). Thomson Reuters.
- Gegen, G. (2021). Legal aspects in the process of damages in civil courts. *Legal Brief*, 11(1), 103.
- Hamzah, A. (2020). *Hukum pidana Indonesia*. Sinar Grafika.
- Harsono, B. (1999). *Hukum agraria Indonesia: Sejarah pembentukan UUPA*. Djambatan.
- Huda, C. (2022). *Dari tiada pidana tanpa kesalahan*. Kencana.
- Indroharto. (2022). *Usaha memahami undang-undang tentang peradilan tata usaha negara*. Sinar Grafika.
- Kelsen, H. (2008). *Teori hukum murni*. Nusamedia.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2023). *Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*.
- Kumalasah, N. (2024). Viral produk skincare overclaim, apa dampaknya jika menggunakan produk overclaim? *Ayobacanews*. <https://ayobacanews.com/>
- Marzuki, P. M. (2011). *Penelitian hukum* (Cet. ke-11). Kencana.

- Mayang Sari, E. (2021). *Perlindungan hukum terhadap peredaran kosmetik yang merugikan konsumen* [Master's thesis, Universitas Malikussaleh].
- Moeljatno. (2021). *Asas-asas hukum pidana*. Rineka Cipta.
- Muladi, & Priyatno, D. (2022). *Pertanggungjawaban pidana korporasi*. Kencana.
- Nadriana, L. (2015). Pembuktian kasus malpraktek di Indonesia. *Lex Publica*, 2(1), 239–254.
- Nadriana, L., Maulidiana, L., & Sopian, A. (2023). Penyelesaian sengketa wanprestasi asuransi antara PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) dan konsumen atas kerusakan barang yang dikirim melalui jasa pengiriman Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Pro Justitia*, 4(1).
- Prameswari. (2021). *Perlindungan hukum konsumen terhadap informasi produk kosmetik* [Master's thesis, Universitas Indonesia].
- Pratiwi, H. S. (2024). *Perlindungan hukum terhadap kosmetik yang tidak mencantumkan informasi bahasa Indonesia* [Undergraduate thesis, UIN Suska].
- Priaji, S. A. A. (2018). *Perlindungan hukum terhadap peredaran kosmetik yang merugikan* [Undergraduate thesis, Universitas Islam Indonesia].
- Rahardjo, H. P. (2023). Perlindungan hukum pembeli atas ketidaksesuaian produk. *Jurnal Hukum*.
- Rahardjo, S. (2014). *Ilmu hukum* (Cet. ke-8). Citra Aditya Bakti.
- Republik Indonesia. (1981). *Kitab Undang-Undang Hukum Acara Pidana (KUHP)*.
- Republik Indonesia. (1999). *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*.
- Republik Indonesia. (2023). *Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2023 tentang Kitab Undang-Undang Hukum Pidana*.
- Ridwan HR. (2021). *Hukum administrasi negara*. RajaGrafindo Persada.
- Salsabila, J. (2024). Marak skincare overclaim dibongkar dokter detektif di TikTok. *Blitar Kawentar*. <https://blitarkawentar.jawapos.com/>
- Setiawan, R. (2020). *Pokok-pokok hukum perikatan*. Binacipta.
- Sidabalok, J. (2022). *Hukum perlindungan konsumen di Indonesia* (Cet. IV). Citra Aditya Bakti.
- Simamora, Y. S. (2023a). Perbuatan melawan hukum dalam hubungan konsumen. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 30(2).
- Simamora, Y. S. (2023b). Strict liability dalam hukum perdata Indonesia. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 30(1).
- Soekanto, S. (2006). *Pengantar penelitian hukum*. UI Press.
- Soekanto, S. (2014). *Pengantar penelitian hukum*. UI Press.
- Soeroso. (2011). *Pengantar ilmu hukum*. Sinar Grafika.
- Subekti. (2020). *Pokok-pokok hukum perdata*. Intermasa.
- Sudarto. (2021). *Hukum dan hukum pidana*. Alumni.
- Tresnawati, S. (2025). Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce. *Jurnal Ilmu Hukum Ekonomi Digital*.
- Utomo, L., & Nadriana, L. (2020). *Buku ajar hukum perusahaan*. Lembaga Studi Hukum Indonesia.
- Wiyono, R. (2023). *Hukum pidana: Teori dan praktik*. Sinar Grafika.
- Yuflikhati, N. (2025). Perbuatan melawan hukum dalam perspektif hukum pidana. *Indonesian Social Order Journal*, 2(1).