

**Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin**  
Volume 2, Nomor 10, 2024, P. 663-668  
Licenced by CC BY-SA 4.0  
E-ISSN: [2986-6340](https://doi.org/10.5281/zenodo.14185002)  
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14185002>

## Tanggung Jawab Pelaku Usaha atas Overclaim Produk Skincare di Media Sosial

Melin Manik<sup>1</sup>, Putri Azri Sipahutar<sup>2</sup>, M. Rivky Abdillah Putra<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>UIN Sumatera Utara

E-mail: [melinmanik54@gmail.com](mailto:melinmanik54@gmail.com)<sup>1</sup>, [putriazri0506@gmail.com](mailto:putriazri0506@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[Rifkykyyy@gmail.com](mailto:Rifkykyyy@gmail.com)<sup>3</sup>

### Abstrak

Penelitian ini didasari oleh perlindungan kepada konsumen atas penggunaan overclaim pada pengiklanan skincare yang dapat merugikan konsumen, seperti overclaim persentase kandungan dan penggunaan klaim dilarang. Penelitian ini membahas terkait tanggung jawab bagi pelaku usaha yang masih menggunakan kalimat overclaim. Metode penelitian yang digunakan jenis penelitian normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Penelitian ini bersumber dari data skunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen mengalami kerugian akibat misinformasi. Tentu saja pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk memberikan kompensasi, kompensasi atau penggantian kepada konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha kosmetik harus menjelaskan se jelas-jelasnya kepada konsumen dan mengoreksi pernyataan-pernyataan yang terdapat pada deskripsi produknya berdasarkan keadaan sebenarnya.

**Kata Kunci:** *Tanggung Jawab, Overclaim, Skincare*

### Abstract

*This study is based on consumer protection against the use of overclaims in skincare advertising that can harm consumers, such as overclaiming the percentage of content and the use of prohibited claims. This study discusses the responsibility for business actors who still use the sentence overclaim. The research method used is a normative research type with a legislative and conceptual approach. This study is based on secondary data. The results of the study indicate that consumers experience losses due to misinformation. Of course, business actors have an obligation to provide compensation, compensation or replacement to consumers. Therefore, cosmetic business actors must explain as clearly as possible to consumers and correct the statements contained in their product descriptions based on the actual situation.*

**Keywords:** *Responsibility, Overclaim, Skincare*

---

### Article Info

Received date: 29 Oktober 2024

Revised date: 9 November 2024

Accepted date: 19 November 2024

### PENDAHULUAN

Wanita Indonesia ingin tampil cantik dengan hasil maksimal dalam waktu singkat sehingga lupa atau bahkan tidak peduli dengan kandungan produk kosmetik, mencari alternatif lain dan tergiur dengan harga yang jauh lebih murah namun bisa mendapatkan hasil yang lebih baik sesuai yang diinginkan. Hal ini sangat berbahaya bagi mereka, para konsumen kosmetik.

Seiring berjalannya waktu, para pelaku ekonomi harus semakin menunjukkan kreativitas dan inovasi. Konten yang dibuat pun beragam, dapat berupa foto, tulisan, video, podcast atau digital Art, dan alternative lainnya untuk menyampaikan pesan yang memang ingin disampaikan. Yang nantinya pesan-pesan itu dapat disampaikan melalui berbagai media sosial seperti Youtube, Instagram, Facebook dan juga Tiktok melalui content creator. Para pelaku usaha juga tidak hanya mengandalkan jual beli ditempat, tetapi dengan memanfaatkan platform jual-beli yang disediakan oleh pihak lain (Shopee, Tokopedia, dsb), dan menyebarluaskan informasi mengenai produk yang dipasarkan. Sehingga, banyak orang yang memanfaatkan peluang bisnis ini dengan cara yang tidak benar atau menghalalkan segala cara. Mulai dari bahan yang tidak cocok, penambahan bahan yang berbahaya bagi kesehatan, hingga produk perawatan kulit palsu. Selain itu, tujuan para pengusaha ini adalah menjual produknya kepada pembeli di daerah terpencil yang kurang paham dengan produk perawatan kulit karena kurangnya pengetahuan.

Setiap pelaku usaha wajib menunjukkan kejujuran dan tanggung jawab dalam kegiatan komersialnya, 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*". Pemerintah juga peduli terhadap kebutuhan penjual atau pedagang dalam proses bisnisnya. (Nadyah N., 2021).

Proses pengembangan suatu produk dapat dikatakan berhasil atau efektif apabila konsumen merasakan manfaat dari bahan-bahan yang terkandung dalam produk skincare digunakan. Namun jika konsumennya tidak mendapatkan manfaat atau bahkan apa yang dipromosikan tidak sesuai dengan hasilnya, maka akan timbul kerugian bagi konsumen. Oleh karena itu, untuk mencegah hal tersebut terjadi, pelaku ekonomi harus melakukan tindakan preventif dengan mengutamakan keselamatan, kenyamanan, dan keamanan.

Seperti pemberitaan salah satu akun media sosial yang menyebutkan bahwa beberapa produk tidak memberikan informasi yang jelas dengan membuat klaim yang berlebihan atau mengklaim persentase yang signifikan tentang produknya, pada kemasannya atau pada halaman iklannya.

Berikut laman sosial media yang membahas terkait overclaim yaitu Dokter Detektif dan Dokter Richard yang membahas Hasil lab produk yang tidak terdeteksi.



**Gambar 1: Kasus Overclaim pada produk Skincare**

Seperti dalam pemberitaan salah satu jejaring sosial, disebutkan beberapa produk tidak memberikan informasi yang jelas dengan melakukan klaim berlebihan atau overclaim pada laman promosi mereka. Oleh karena itu, berkaitan dengan timbulnya permasalahan yang terjadi di masyarakat. Penulis berkeinginan untuk menulis sebuah karya ilmiah dengan judul "Tanggung Jawab pelaku usaha atas Overclaim produk skincare di sosial media".

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian normatif yang bersifat deskriptif dengan pendekatan perundang-undangan (statue approach) dan pendekatan konseptual (conceptual approach). Penelitian ini bersumber dari data skunder, seperti peraturan hukum yang berlaku serta diakui di Indonesia dan artikel, jurnal, hasil penelitian skripsi, buku, dan lain-lain.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengertian Overclaim

Overclaim adalah pernyataan/klaim berlebihan pada produk dari Skincare x. Klaim berlebihan terhadap suatu produk sangat dilarang karena dapat mengancam keselamatan dan keamanan konsumen pengguna produk.<sup>1</sup> Ciri-ciri adanya pernyataan yang berlebihan/tindakan overclaim antara lain adalah pelaku usaha memberikan informasi yang tidak sesuai pada kemasan atau label produk, baik itu informasi yang tidak lengkap mengenai kandungan, dosis, garansi, khasiat, kandungan, tanggal kadaluarsa, dan lain-lain. Maka, jika pelaku usaha melakukan tindakan tersebut, maka dapat dipastikan ia telah melanggar ketentuan pada Pasal 8, 9, dan 10 Undang-Undang Nomor 8 Tahun

<sup>1</sup>Bunga permata sari, dkk, "perlindungan hukum terhadap konsumen terkait overclaim pelaku usaha dalam label obat ditinjau dari pasal 8 ayat (1) huruf d undang-undang noor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen" yurijaya, 2022, hlm 90.

1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang mengatur terkait perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha.<sup>2</sup>

### **Hak Konsumen**

Secara umum terdapat empat hak dasar konsumen yang diakui secara internasional, yakni:

1. Hak untuk mendapatkan keamanan atau the right to safety Konsumen berhak mendapatkan keamanan dari barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepadanya. Produk tersebut tidak diperbolehkan membahayakan apabila dikonsumsi sehingga konsumen tidak dirugikan baik jasmani dan rohani.
2. Hak untuk mendapatkan informasi atau the right to be informed Setiap produk yang dikenalkan dan diperdagangkan yang ditujukan untuk konsumen harus disertai informasi yang benar. Informasi diperlukan agar konsumen tidak mempunyai gambaran yang keliru atas produk barang dan/atau jasa. Informasi dapat disampaikan secara lisan kepada konsumen melalui iklan, atau melalui kemasan produk. Dalam pemberian informasi wajib menyertakan informasi yang jelas, seperti berupa petunjuk pemakaian dan klaim yang jelas.
3. Hak untuk memilih atau the right to choose Hak dalam mendapatkan informasi, dikarenakan informasi yang diberikan oleh pihak yang berkepentingan atau berkompeten sering tidak cukup memuaskan konsumen untuk itu konsumen berhak mengajukan informasi lebih lanjut.
4. Hak untuk didengar atau the right to be heard Apabila konsumen merasakan kuantitas dan kualitas atas suatu barang dan/atau jasa dengan nilai tukar yang diberikannya, ia berhak mendapatkan ganti kerugian yang pantas. Jenis dan jumlah ganti kerugian itu tentu saja harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku atau atas kesepakatan masing-masing pihak

### **Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha**

Pelaku usaha menurut pasal 3 undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen ialah setiap orang atau kelompok, baik badan usaha berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum, yang melakukan kegiatan perdagangan dalam bentuk perjanjian ekonomi.<sup>3</sup>

Dengan demikian, berdasarkan ketentuan pasal ini, badan usaha tidak hanya diartikan sebagai orang perseorangan, tetapi juga dalam arti luas mencakup badan usaha yang berbentuk badan hukum dan badan hukum yang bukan badan hukum yang melakukan kegiatan usaha Indonesia.<sup>4</sup>

Badan usaha juga mempunyai hak dan kewajiban yang ditegaskan dalam Pasal 6 dan 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 pembayaran yang layak;
- b. Berhak untuk mendapat sebuah perlindungan hukum
- c. berhak untuk melakukan pembelaan pada diri sendiri terutama pada
- d. penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- e. Berhak untuk rehabilitasi nama baik;
- f. Setiap hak lainnya yang diatur dalam ketentuann peraturan perundang-undangan.

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

- a. Wajib beritikad baik dalam melakukan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar dengan jujur terkait kondisi sesungguhnya;
- c. Memberikan pelayanan untuk konsumen dan 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.

### **Tanggung Jawab Pelaku Usaha**

Tanggung jawab adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang yang sadar akan kewajibannya terhadap akibat perbuatannya. Dalam rangka tanggung jawab badan usaha dalam

<sup>2</sup>Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

<sup>3</sup> Gbariel clara B, "Pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap konsumen pangan anak di luar lingkungan sekolah dasar kabupaten sleman" 2015, hlm 11

<sup>4</sup> Sarah selfina, dkk, " pendidikan perlindungan konsumen kepada masyarakat desa di kecamatan Maluku tengah" jurnal pengabdian hukum, 2021, hlm 1-2

menjalankan kegiatan usahanya, maka badan usaha harus bersedia menanggung risiko atas segala konsekuensi dari perbuatannya yang dapat menyebabkan kerugian, sehingga konsumen berhak meminta tanggung jawab dari pelaku usaha dengan meminta ganti rugi.

Tanggung jawab terdapat tiga, antara lain akuntabilitas, responsibility dan liabilitas. Tanggung jawab akuntabilitas merujuk pada kewajiban terkait aspek finansial dan kepercayaan. Tanggung jawab secara responsibility merujuk pada kewajiban dalam konteks hukum yang berlaku secara publik. Sedangkan tanggung jawab liabilitas merujuk pada kewajiban hukum sesuai dengan hukum perdata.<sup>5</sup>

Sedangkan, prinsip tanggung jawab dalam hukum dapat berdasarkan prinsip liability based on fault yakni atas dasar kesalahan, prinsip presumption based on fault yakni atas dasar praduga selalu bertanggung jawab, presumption of nonliability memiliki unsur atas praduga selalu tidak bertanggung jawab, strict liability atau mutlak, serta limitation of liability artinya pembatasan tanggungjawab.<sup>6</sup>

Pelaku usaha akan mengemban tanggung jawab hukum ketika unsur-unsur kesalahan menyebabkan kerugian pada konsumen, pelaku usaha diwajibkan mempertanggungjawabkan dirinya untuk mengganti kerugian yang timbul. Berikut penjelasan unsur pada rumusan pasal 1365 KUHPerdara:

1. Terdapat perbuatan kelalaian suatu badan usaha yang melanggar Pasal 8 ayat (1) UUPK, dimana pelaku usaha tidak memenuhi persyaratan standar sebagaimana dimaksud dalam hal kondisi fisik atau kualitas yang diharapkan dari suatu produk atau jasa. Selanjutnya jaminan yang memuat janji atau pernyataan yang berkaitan dengan kinerja atau kualitas produk atau jasa, serta fitur-fitur yang mengacu pada keunikan fitur atau manfaat yang membedakan produk atau jasa dari produk atau jasa lainnya, karena efektivitas yang diharapkan menunjukkan seberapa efektif suatu produk atau jasa dalam memenuhi tujuan atau kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Semua itu merupakan informasi yang harus akurat dan jelas dalam memberikan pemahaman kepada konsumen tentang produk atau layanan yang mereka beli atau gunakan.
2. Unsur kesalahan, terlibat dalam tindakan atau perbuatan pelaku usaha yang mengiklankan produk yang tidak jujur, palsu, atau tidak sesuai dengan ketentuan penggunaan atau jaminan produk, termasuk khasiat produk yang tertuang di dalam label kemasan.
3. Adanya kerugian yang diderita oleh konsumen, melibatkan dua jenis kerugian, Pertama, materiil dapat diukur dengan jumlah uang yang telah dikeluarkan konsumen untuk membeli produk yang tidak sesuai dengan klaim penandaan label yang diberikan. Kedua, ada kerugian immateriil yang melibatkan dampak negatif kesehatan akibat penggunaan produk yang dapat menimbulkan ancaman keselamatan konsumen. Dengan kata lain, kerugian tersebut meliputi aspek finansial dan juga kesehatan atau keselamatan konsumen.
4. Hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian, menyiratkan bahwa tindakan pelaku usaha dalam melakukan promosi yang tidak sesuai dengan kandungan barang dapat menimbulkan kerugian baik materiil maupun nonmateriil bagi konsumen. Dalam hal tanggung jawab didasarkan pada unsur kesalahan, diperlukan pembuktian terhadap kelalaian yang dilakukan oleh pelaku usaha. untuk memperoleh ganti rugi.
5. Tanggung jawab mutlak atau lebih dikenal dengan Product Liability yang melibatkan keterlibatan pelaku usaha terhadap produk yang diedarkan, yang dapat mengakibatkan kerugian akibat cacat bawaan produk. Tanggung jawab produk mencakup kewajiban pelaku usaha berdasarkan perjanjian atau kontrak, serta kewajiban berdasarkan tindakan yang melanggar hukum<sup>7</sup>.

Terkait dengan pertanggungjawaban pelaku usaha telah diterangkan dalam peraturan yang berlaku di Indonesia, Pasal 19 UUPK menerangkan bahwa:

- 1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- 2) Ganti rugi sebagaimana pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian

5 K. Martono, Kamus hukum dan regulasi penerbangan, Edisi pertama, RajaGrafindo persada, Jakarta, 2007, hlm 308

6 Kelik wardiono, Hukum perlindungan konsumen, penerbit ombak, Yogyakarta, 2014, hlm 77-78

7 Miru, ahmad. Prinsip-prinsip perlindungan hukum bagi konsumen Indonesia. (depok, raja grafindo, 2017), hlm 31-32

- santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan berlaku.
- 3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
  - 4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
  - 5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Pasal 20 UUPK menerangkan bahwa pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut. Pada pasal tersebut dalam pengancaman dan penerapan sanksi administrasi dilakukan oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (selanjutnya disebut sebagai BPSK), apabila iklan yang dihasilkan melanggar UUPK atau berakibat dalam menimbulkan kerugian bagi masyarakat.

Pasal 1365 KUHPer menerangkan bahwa tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian itu karena kesalahannya untuk menggantikan kerugian tersebut.

Pasal 1366 KUHPer menerangkan bahwa setiap orang bertanggung jawab, bukan hanya atas kerugian yang disebabkan perbuatan-perbuatan, melainkan juga atas kerugian yang disebabkan kelalaian atau kesembroannya. Pasal 1367 KUHPer menerangkan bahwa seseorang tidak hanya bertanggung jawab, atas kerugian yang disebabkan perbuatannya sendiri, melainkan juga atas kerugian yang disebabkan perbuatan-perbuatan orang-orang yang menjadi tanggungannya atau disebabkan barang-barang yang berada di bawah pengawasannya.

### **Contoh kasus: Tanggung jawab pelaku usaha atas overclaim sun protection factor (SPF) pada produk tabir surya.**

Pernyataan berlebihan SPF oleh beberapa merek tabir surya lokal mendapat perhatian. Klaim yang berlebihan adalah hal yang lebih-lebihkan, dalam hal ini merupakan kandungan SPF yang lebih-lebihkan, karena diungkap oleh seorang tiktoker dimana pada uji laboratorium terdapat kerusakan. Merek menyatakan bahwa SPF tersebut tidak sesuai dengan hasil uji laboratorium, seperti yang tertulis di label diklaim 50 SPF PA+++ namun nyatanya hasil uji laboratorium menunjukkan hanya yang memiliki kandungan SPF 2 SPF.

Kasus ini menunjukkan pelanggaran terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), khususnya hak-hak yang dimiliki konsumen dalam Pasal, dan pelanggaran terhadap Pasal 7, 8, dan 17 UUPK yang mendefinisikan perbuatan terlarang untuk kegiatan ekonomi serta pelanggaran promosi. Konsumen yang merasa dirugikan, seperti Evi Triana yang mengungkapkan wajahnya menjadi bruntusan dan menghitam setelah menggunakan tabir surya dibawah terik matahari dalam waktu singkat. Atas kerugian tersebut, konsumen pengguna tabir surya X dapat menuntut tanggung jawab pelaku usaha atas overclaim SPF, yang mengakibatkan kerugian secara materiil dan immateriil.

Adapun bentuk tanggung jawab Pelaku Usaha terhadap Tindakan Overclaim SPF pada Produk Tabir Surya yaitu dengan memberikan berupa kompensasi atas kerugian yang timbul kepada konsumen sebagai bentuk dari penerapan tanggung jawab atas dasar kesalahan (Liability Based on Fault) dan tanggung jawab produk (Product Liability) sebagaimana diatur pada Pasal 19 UUPK.

### **SIMPULAN**

Tanggung jawab adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang yang sadar akan kewajibannya terhadap akibat perbuatannya. Dalam rangka tanggung jawab badan usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya, maka badan usaha harus bersedia menanggung risiko atas segala akibat yang ditimbulkan oleh perbuatannya, yang mungkin mengakibatkan kerugian, sehingga konsumen berhak menuntut hak tersebut dengan meminta kompensasi.

Kemudian, apabila hal tersebut terjadi dan konsumen menderita kerugian akibat kesalahan informasi, maka tentu saja badan usaha wajib memberikan ganti rugi atau kompensasi atau penggantian kepada konsumen tersebut. Sebab informasi palsu dapat membahayakan keselamatan konsumen bila penggunaan kosmetik berkaitan dengan kesehatan wajah. entitas ekonomi tidak dapat mengalihkan tanggung jawab tersebut karena jelas mengandung tindakan dan unsur kesalahan khususnya akibat pemberian informasi yang tidak jelas, kerugian yang diderita konsumen dan adanya

hubungan sebab akibat antara kedua pihak.

Oleh karena itu, pihak yang bergerak di bidang produk kosmetik x hendaknya memberikan informasi yang sejelas-jelasnya kepada konsumen dan mengoreksi pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam uraian produknya berdasarkan keadaan sebenarnya. Dan apabila konsumen mengadu kerugian dan menuntut ganti rugi akibat tuntutan berlebihan terhadap produk kosmetika x, maka badan usaha wajib menuntut haknya atas ganti rugi berupa uang atau produk baru dari konsumen yang bersangkutan.

Sedangkan kewajiban yang harus dipenuhi oleh badan usaha dalam menjalankan kegiatannya berdasarkan Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:

- a) Harus mempunyai itikad baik dalam menjalankan kegiatannya;
- b) Memberikan keterangan yang sebenar-benarnya mengenai keadaan sebenarnya;
- c) Memberikan pelayanan kepada konsumen dan tidak membeda-bedakan;
- d) Dapat menjamin mutu barang produksi;
- e) Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mencoba barang atau jasa tertentu dan memberikan jaminan;
- f) Menawarkan kompensasi apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai.

Setiap badan ekonomi wajib menunjukkan kejujuran dan tanggung jawab dalam kegiatan usahanya, 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*”. pemerintah juga memperhatikan kebutuhan para penjual atau para pelaku usaha dalam proses berusaha.

## SARAN

Diharapkan pemerintah yang berindak sebagai perancang ,pelaksana,dan pengawas hukum serta undang-undang terkait perlindungan konsumen, harus semua memperhatikan dinamika yang terjadi dalam kegiatan produksi saat ini. Hal ini bertujuan agar tujuan para pelaku usaha dalam mencapai keuntungan dapat berjalan dengan lancar tanpa menimbulkan kerugian pada pihak konsumen. Mengenai perbuatan overclaim yang dilakukan oleh pelaku usaha, regulasi dalam undang-undang belum secara jelas dijabarkan. Oleh karena itu, diperlukan rekonstruksi hukum untuk menambahkan aturan-aturan terkait overclaim. Langkah ini bertujuan agar konsumen dapat dilindungi secara jelas dari tindakan yang dapat menyebabkan kerugian yang signifikan.

Bagi konsumen ataupun calon konsumen yang hendak melakukan pembelian atas produk skincare lebih hati-hati dalam memilih khususnya yang dijual melalui media digital, khususnya lebih memperhatikan atau mencari informasi berkaitan dengan kandungan lengkap atas produk skincare dan tidak mudahnya tergiur atas iklan yang produk skincare yang menggunakan klaim berlebihan. Pelaku usaha khususnya dalam bidang produk skincare seharusnya mengikuti aturan yang berlaku di Indonesia dengan beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, salah satunya dengan tidak menggunakan kalimat overclaim dalam pengiklanan produknya, sebagai salah satu bentuk penegakan hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha. Hal ini ditujukan agar tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen.

## REFERENSI

- Bunga permata sari, dkk, “ perlindungan hukum terhadap konsumen terkait overclaim pelaku usaha dalam label obat ditinjau dari pasal 8 ayat (1) huruf d undang-undang noor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen” yurijaya, 2022
- Gbariel clara B, “Pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap konsumen pangan anak di luar lingkungan sekolah dasar kabupaten sleman ” 2015
- K. Martono,Kamus hukum dan regulasi penerbangan,Edisi pertama, RajaGrafindo persada, Jakarta, 2007,
- Kelik wardiono, Hukum perlindungan konsumen, penerbit ombak, Yogyakarta, 2014,
- Miru,ahmad. Prinsip-prinsip perlindungan hukum bagi konsumen Indonesia. (depok, raja grafindo, 2017),
- Sarah selfina, dkk, “ pendidikan perlindungan konsumen kepada masyarakat desa di kecamatan Maluku tengah” jurnal pengabdian hukum, 2021