

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keinginan untuk tampil dengan kesan sehat, bersih, dan menarik merupakan hal yang umum dimiliki oleh banyak orang. Banyak metode dapat diterapkan untuk mencapai keinginan ini, mulai dari menjalani gaya hidup yang sehat, membiasakan diri dengan pola makan yang baik, berolahraga, menjauhi penggunaan rokok dan alkohol, mengonsumsi suplemen kesehatan, menggunakan produk perawatan kulit dan sebagainya.¹

Seiring berjalannya waktu, semakin banyak konsumen yang menginginkan produk kosmetik terutama untuk perawatan kulit. Aktivitas perdagangan di ranah digital, yang lebih umum disebut *e-commerce*, menawarkan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen. Kemudahan ini dirasakan oleh konsumen dalam menemukan merek atau produk baru melalui platform *e-commerce*.² Berdasarkan informasi yang ada, penjualan barang perawatan kulit di Indonesia menunjukkan peningkatan setiap tahunnya. Misalnya, pada bulan Maret 2024, penjualan barang perawatan kulit di situs *e-commerce* naik 25% dibandingkan tahun sebelumnya, dengan total pendapatan mencapai 740,68 miliar Rupiah, di mana 15,5 juta unit terjual untuk produk perawatan wajah dan 249,84 miliar Rupiah dengan penjualan 8 juta unit untuk produk perawatan tubuh.³ Dalam dunia perdagangan digital, penting untuk memiliki strategi iklan bagi pelaku usaha dapat menjaga

¹ Pradnya Cyndhe Prameswari dan Ni Putu Purwanti, 2023, Perlindungan Hukum Konsumen Atas Overclaim Kandungan Pada Produk Water Gel Moisturizer The Originote, *Jurnal Kertha Desa*, Vol. 11 No. 9 2023, hlm. 3254-3265

² Adinda Ayu Puspita Kuncoro dan M. Syamsudin, Perlindungan Konsumen terhadap Overclaim Produk Skincare, *Jurnal Prosiding Seminar Hukum Aktual Climate Change and The Rule of Law*, Vol. 2 No. 3, Mei 2024

³ Ngabito, Rafyanka I. P., Analisis Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Penedaran Produk Skincare yang Terbukti Overclaim. *Jurnal Law, Development and Justice Review* 7, no. 3 (2024): 284-301

keberlangsungan usaha dan agar produk yang ditawarkan dikenal oleh konsumen.⁴ Seiring berjalannya waktu, para pelaku usaha perlu semakin menonjolkan kreativitas dan inovasi. Beragam jenis konten dapat dihasilkan, antara lain gambar, teks, video, rekaman suara, atau seni digital, serta pilihan lainnya untuk menyampaikan informasi yang ingin disampaikan. Pesan-pesan tersebut nantinya dapat disebarluaskan melalui berbagai platform media sosial.⁵ Dalam proses memproduksi, menjual, dan mempromosikan barang atau jasa, terdapat sejumlah tindakan yang dilarang bagi pelaku usaha yang diatur oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut sebagai UUPK). Larangan-larangan ini dibuat untuk melindungi konsumen dan memastikan bahwa barang atau jasa yang tersedia adalah produk yang berkualitas dan pantas untuk dipasarkan.⁶

Terdapat pula pandangan yang menyatakan bahwa hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen yang lebih luas. “Az. Nasution berpendapat bahwa hukum konsumen mengandung prinsip-prinsip atau aturan yang bersifat mengatur dan memiliki tujuan untuk melindungi kepentingan konsumen.” Oleh karena itu, hukum perlindungan konsumen atau hukum konsumen dapat dipahami sebagai keseluruhan regulasi yang mengatur hak serta kewajiban konsumen dan produsen yang muncul dalam upaya memenuhi kebutuhan mereka.⁷ “Menurut Inosentius Samsul konsumen merupakan pengguna

⁴ Adinda Ayu Puspita Kuncoro dan M. Syamsudin, 2024, *Op. cit.*, hlm. 74.

⁵ Melin Manik dkk, Tangung Jawab Pelaku Usaha atas Overclaim Produk Skincare di Media Sosial, *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Volume 2*, Nomor 10, 2024, P. 663-668

⁶ 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 Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. YURIJAYA, *Jurnal Ilmiah Fakultas Hukum Pengkajian Masalah Hukum dan Pembangunan*, April 2022.

⁷ Puteri Asyifa Octavia Apandy, Melawati, Panji Adam, 2021, Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol.3, No.1, Hlm.13

atau pemakai terakhir suatu produk, baik sebagai pembeli maupun diperoleh dari pemberian, hadiah dan undangan.”⁸

Dengan adanya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen tersebut setiap pelaku usaha 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 yaitu “menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha.” Pemerintah juga peduli terhadap kebutuhan pelaku usaha dalam proses bisnisnya.⁹

Kebutuhan untuk memiliki kulit yang tampak segar dan menarik dapat dianggap sebagai salah satu aspek penting dalam menjaga penampilan, terutama bagi perempuan.¹⁰ Tidak sedikit perempuan di Indonesia ingin terlihat menarik dengan hasil yang optimal dalam waktu singkat, sehingga mereka sering kali mengabaikan atau bahkan tidak memperhatikan komposisi yang terdapat dalam produk kosmetik tersebut. Mereka mencari pilihan lain dan terpengaruh oleh harga yang jauh lebih rendah, tetapi tetap berharap mendapatkan hasil yang diinginkan. Tindakan semacam ini sangat berisiko bagi mereka sebagai pengguna produk kosmetik.¹¹

Oleh karena itu, tak sedikit pula oknum yang muncul memanfaatkan peluang bisnis ini dengan cara yang licik atau melanggar aturan. Sering kali, para

⁸ Bunga Permata Sari dkk, 2022, *Op. cit.*, hlm. 89.

⁹ Melin Manik dkk, 2024. *Op. cit.*, hlm. 663-664.

¹⁰ Lasmi Dewi Santika dkk, Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Overclaim pada Produk Skincare dalam Transaksi Online, *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Ilmu Politik*, Vol. 5, No. 2, Desember 2024

¹¹ Aanisah Nida Tahaanii dan Waluyo, Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Disebabkan Overclaim Pada Deskripsi Produk Kosmetik X (Perawatan Wajah), *Jurnal Wahana Pendidikan*, November 2023, 9 (22), 1-12

pelaku usaha melaksanakan aktivitas pemasaran produk yang tidak mengikuti prosedur yang telah ditetapkan, yang dapat memberikan dampak buruk bagi konsumen yang membeli produk tersebut. Akibat dari tindakan pelaku usaha ini meliputi aspek-aspek seperti kualitas barang, keadaan barang atau jasa, informasi yang tidak akurat, bahkan dapat berujung pada penipuan barang atau jasa.¹²

Tindakan pelaku usaha yang tidak mengikuti prosedur pemasaran salah satunya adalah klaim berlebihan pada suatu produk. Klaim berlebihan adalah pernyataan atau informasi yang berlebihan yang terdapat dalam suatu produk yang dipasarkan yang belum didukung secara ilmiah oleh hasil penelitian, namun sudah disampaikan oleh pelaku usaha memiliki kegunaan dalam pencegahan, perawatan, atau pengobatan. Banyak pelaku usaha yang tetap melakukan klaim berlebihan ini agar produk yang mereka tawarkan dapat menarik perhatian konsumen secara luas. Tindakan ini tentunya bertentangan dengan peraturan atau regulasi yang telah ditetapkan oleh pemerintah atau pihak berwenang.¹³

Salah satu bentuk pemasaran yang tidak tepat adalah produk *Water Gel Moisturizer* dari merek *The Originote*. Dalam brosur yang menjelaskan tentang elemen yang terkandung dalam produk *Water Gel Moisturizer The Originote*, tertera bahwa terdapat *Hyaluronic Acid* sebesar 7% yang bertujuan untuk melindungi dan memperbaiki penghalang kulit serta mengunci kelembapan, *Ceramide* sebanyak 2% yang berfokus untuk mengurangi kemerahan, menenangkan, serta mempertahankan elastisitas kulit yang juga berfungsi sebagai antioksidan, dan terakhir *Chlorena* dengan kadar 3% yang ditujukan untuk mengatur minyak yang bermanfaat bagi kulit sepanjang hari. Menurut Pasal 24

¹² Ini Komang Ari Mastrini, 2023, Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Overclaim Pada Produk Perawatan Kulit (skincare), *Jurnal Ilmiah Fakultas Hukum, Ilmu Sosial, dan Ilmu Politik*

¹³ *Ibid.* hlm. 2.

ayat (2) huruf b Peraturan Badan Pengawasan Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 Tentang Label Pangan Olahan menyatakan bahwa “pencantuman nama bahan dalam daftar bahan harus disusun secara berurutan dimulai bahan yang digunakan paling banyak dengan pengecualian untuk vitamin, mineral, dan/atau BTP.”¹⁴

Apabila dilihat lebih lanjut terkait komposisi produk *Water Gel Moisturizer The Originote* posisi *sodium hyaluronate*, *chlorella vulgaris extract*, *spirulina platensis extract*, dan *ceramide NP* terletak di tengah hingga akhir komposisi. Untuk mengetahui bahwa kandungan yang disebutkan di atas tadi tidak sesuai dengan klaimnya, dapat dilihat pada penulisan kandungan *phenoxyethanol* yang berada sebelum penulisan kandungan *chlorella vulgaris extract*, *spirullina plantesis extract*, dan *ceramide NP*. Konsentrasi penggunaan bahan aktif *phenoxythanol* atau pengawet menurut BPOM adalah maksimal 1% oleh karena itu kandungan *chlorella vulgaris extract*, *spirullina plantesis extract*, dan *ceramide NP* tidak sesuai dengan klaim yang tercantum pada iklan yang diberikan yakni *Chlorena* sebesar 3% dan *Ceramide* sebesar 2%.¹⁵

Contoh lain berasal dari merek *ElsheSkin*, didirikan pada tahun 2014 menjadi salah satu pelopor produk kecantikan lokal asal Yogyakarta.¹⁶ Salah satu produknya yang dibicarakan yaitu produk serum retinol yang mengklaim terkandung 2% encapsulated retinol, setelah dilakukan uji lab hasilnya jauh lebih

¹⁴ Pradnya Cyndhe Prameswari dan Ni Putu Purwanti, 2023, *Op. cit.* hlm.3256.

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ Nabila Mecadinisa, Diary Fimela: Kisah Cyntha Octavia Membangun *ElsheSkin* dan Cita-Citanya untuk Mendunia, Fimela, <https://www.fimela.com/beauty/read/4688446/diary-fimela-kisah-cyntha-octavia-membangun-elshe-skin-dan-cita-citanya-untuk-mendunia>, diakses 14 Januari 2025 Jam 19.32.

rendah yaitu hanya 0,000037%, atas hasil uji lab tersebut produk ini termasuk kategori klaim berlebihan yang merugikan konsumen.¹⁷

Tindakan klaim berlebihan yang telah dilakukan oleh pelaku usaha bertentangan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha 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 yang menyatakan bahwa “hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.” Untuk melindungi konsumen dalam mendapatkan informasi terkait kandungan suatu produk Pasal 8 Ayat (1) huruf d Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa “Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.” Untuk mengatur informasi dalam periklanan produk terdapat pada Pasal 17 Ayat (1) huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa “Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa.”

Selain itu, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) memiliki peranan penting dalam mengawasi peredaran produk perawatan wajah di Indonesia. BPOM bertanggung jawab untuk melindungi konsumen dari klaim berlebihan.

¹⁷ Fierdha Abdullah Ali, Diduga serum retinol Elsheskin, Dokter Detektif sebut hasil uji lab terbukti overclaim: Mohon brand owner segera perbaiki, Hops.id, <https://www.hops.id/unik/29413654592/n>, diakses 14 Januari 2025 Jam 20.15.

Berdasarkan Pasal 5 Ayat (1) huruf a Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 22 Tahun 2020 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis di Lingkungan Badan Pengawas Obat dan Makanan, Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) masuk klasifikasi Unit Pelaksana Teknis di Lingkungan Badan Pengawas Obat dan Makanan yang selanjutnya disebut UPT BPOM. Menurut Pasal 1 Ayat 1 “UPT BPOM adalah satuan kerja yang bersifat mandiri yang melaksanakan tugas teknis operasional tertentu dan/atau tugas teknis penunjang tertentu di bidang pengawasan obat dan makanan.” UPT BPOM berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Badan, yang secara teknis dibina oleh Deputi sesuai bidang tugasnya dan secara administratif dibina oleh Sekretaris Utama (Pasal 2 Ayat 1). UPT BPOM mempunyai tugas melaksanakan tugas teknis operasional di bidang pengawasan Obat dan Makanan pada wilayah kerja masing-masing sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (Pasal 3).

Pasal 4 Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 22 Tahun 2020 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis di Lingkungan Badan Pengawas Obat dan Makanan mengatur fungsi UPT BPOM dalam menjalankan tugasnya yang menyatakan bahwa: “Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3, UPT BPOM menyelenggarakan fungsi:

- a. penyusunan rencana, program, dan anggaran di bidang pengawasan Obat dan Makanan;
- b. pelaksanaan pemeriksaan fasilitas produksi Obat dan Makanan;
- c. pelaksanaan pemeriksaan fasilitas distribusi Obat dan Makanan dan fasilitas pelayanan kefarmasian;
- d. pelaksanaan sertifikasi produk dan fasilitas produksi dan distribusi Obat dan Makanan;
- e. pelaksanaan sampling Obat dan Makanan;
- f. pelaksanaan pemantauan label dan iklan Obat dan Makanan;
- g. pelaksanaan pengujian rutin Obat dan Makanan;
- h. pelaksanaan pengujian Obat dan Makanan dalam rangka investigasi dan penyidikan;

- i. pelaksanaan cegah tangkal, intelijen dan penyidikan terhadap pelanggaran ketentuan peraturan perundangundangan di bidang pengawasan Obat dan Makanan;
- j. pelaksanaan pemantauan peredaran Obat dan Makanan melalui siber;
- k. pengelolaan komunikasi, informasi, edukasi, dan pengaduan masyarakat di bidang pengawasan Obat dan Makanan;
- l. pelaksanaan kerja sama di bidang pengawasan Obat dan Makanan;
- m. pelaksanaan pemantauan, evaluasi, dan pelaporan di bidang pengawasan Obat dan Makanan;
- n. pelaksanaan urusan tata usaha dan rumah tangga; dan
- o. pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Kepala Badan.”

Dalam melakukan pengawasan klaim pada label dan iklan pangan olahan diatur pada Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika, setiap klaim yang dicantumkan pada label atau iklan produk harus berdasarkan bukti ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan. Beberapa pasal penting dalam Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika yang mengatur klaim pada label produk kosmetik antara lain:

Peraturan persyaratan umum klaim kosmetika yang harus memenuhi aspek kebenaran, kejelasan, dan tidak menyesatkan konsumen diatur pada Pasal 2 Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika yang menyatakan bahwa: “Pelaku Usaha wajib menjamin Kosmetika yang diedarkan di wilayah Indonesia memenuhi persyaratan teknis Klaim.” Jenis klaim yang diperbolehkan seperti klaim fungsi, penggunaan, dan manfaat yang sesuai dengan komposisi dan tujuan penggunaan produk diatur pada Pasal 3 Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika menyatakan bahwa:

- (1) Persyaratan teknis Klaim sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 meliputi Klaim pada Penandaan dan Klaim pada Iklan.
- (2) Klaim pada Penandaan dan Klaim pada Iklan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus memenuhi kriteria, kepatuhan hukum, kebenaran, kejujuran, keadilan, dapat dibuktikan, jelas dan mudah dimengerti; dan

- tidak boleh menyatakan seolah-olah sebagai obat atau bertujuan untuk mencegah suatu penyakit.
- (3) Selain harus memenuhi kriteria sebagaimana dimaksud pada ayat (2), Pelaku Usaha dalam menetapkan Klaim pada Penandaan dan Klaim pada Iklan juga wajib mengacu pedoman Klaim sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Badan ini.

Dalam mengatur larangan klaim yang tidak dapat dibuktikan kebenarannya atau yang dapat menyesatkan konsumen termasuk klaim berlebihan diatur pada Pasal 4 Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika menyatakan bahwa:

- (1) Pemilik Nomor Notifikasi wajib menjamin Klaim yang tercantum pada Penandaan dan/atau yang telah dipublikasikan dalam Iklan telah sesuai dengan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3.
- (2) Pelaku Usaha yang bukan merupakan Pemilik Nomor Notifikasi wajib menjamin Klaim yang disertakan dalam produk Kosmetika dan/atau dipublikasikan dalam Iklan selain yang disertakan dan/atau dipublikasikan oleh Pemilik Nomor Notifikasi telah sesuai dengan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3.
- (3) Pemilik Nomor Notifikasi yang melakukan publikasi Klaim dalam Iklan juga wajib memantau dan memastikan Klaim yang disertakan dalam produk Kosmetika dan/atau dipublikasikan oleh Pelaku Usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (2) telah sesuai dengan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3.

Pasal 5 Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika menyatakan bahwa:

- (1) Pemilik Nomor Notifikasi dan/atau Pelaku Usaha yang bukan merupakan Pemilik Nomor Notifikasi yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2, Pasal 3 ayat (3) dan/atau Pasal 4 dikenai sanksi administratif.
- (2) Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi: a. peringatan tertulis; b. penarikan; c. pemusnahan; d. penghentian sementara kegiatan; e. pembatalan/pencabutan nomor notifikasi; f. pengumuman kepada publik; dan/atau g. rekomendasi kepada instansi terkait sebagai tindak lanjut hasil pengawasan.
- (3) Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dikenakan oleh Kepala Badan.

Aturan mengenai penandaan, promosi, dan iklan kosmetik terdapat pada Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 18 Tahun 2024 tentang

Penandaan, Promosi, dan Iklan Kosmetik yang merupakan pelaksanaan Pasal 425 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2024 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 Tentang Kesehatan.

Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 18 Tahun 2024 tentang Penandaan, Promosi, dan Iklan Kosmetik menegaskan pentingnya transparansi informasi bagi konsumen, peraturan ini mengamanatkan bahwa penandaan pada kosmetik harus mencantumkan informasi yang jelas lengkap dan tidak menyesatkan yang menyatakan segala sesuatu yang perlu diketahui konsumen sebelum membeli dan menggunakan produk yang diatur dalam Pasal 2 Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 18 Tahun 2024 tentang Penandaan, Promosi, dan Iklan Kosmetik menyatakan bahwa:

- (1) Pelaku Usaha wajib menjamin Kosmetik yang diproduksi dan/atau diimpor untuk diedarkan di wilayah Indonesia telah memenuhi Penandaan, Promosi, dan/atau Iklan yang objektif, lengkap, dan/atau tidak menyesatkan.
- (2) Pemenuhan terhadap Penandaan yang objektif, lengkap, dan tidak menyesatkan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sesuai dengan ketentuan:
 - a. objektif dilaksanakan dengan memberikan informasi sesuai dengan kenyataan yang ada dan tidak boleh menyimpang dari sifat keamanan dan kemanfaatan Kosmetik;
 - b. lengkap dilaksanakan dengan mencantumkan semua informasi yang dipersyaratkan; dan
 - c. tidak menyesatkan dilaksanakan dengan memberikan informasi yang jujur, akurat, dapat dipertanggungjawabkan, tidak boleh memanfaatkan kekhawatiran masyarakat akan suatu masalah kesehatan, serta tidak menyatakan seolah-olah sebagai obat atau bertujuan untuk mencegah suatu penyakit.

Memasarkan produk perawatan wajah secara berlebihan tidak hanya membingungkan konsumen tentang informasi produk, tetapi juga memiliki konsekuensi besar bagi kesehatan fisik dan mental konsumen, serta memengaruhi kepercayaan mereka kepada pelaku usaha dan industri kosmetik secara keseluruhan. Konsumen yang terpicat oleh klaim berlebihan sering kali berakhir

menggunakan produk yang tidak cocok untuk kondisi kulit mereka, yang dapat mengakibatkan efek samping seperti iritasi, alergi, bahkan kerusakan kulit yang permanen. Di samping itu, kekecewaan yang muncul akibat ketidaksesuaian antara klaim produk dan hasil yang diperoleh dapat merusak kepercayaan konsumen terhadap merek, bahkan di seluruh pasar perawatan kulit. Praktik ini juga mengurangi keyakinan konsumen dalam membuat keputusan pembelian yang benar dan memperlebar kesenjangan dalam hubungan antara konsumen dan pelaku usaha serta melemahkan usaha untuk menciptakan lingkungan bisnis yang adil dan bertanggung jawab dalam industri kecantikan.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dalam suatu karya ilmiah dengan judul: **“PENGAWASAN BALAI BESAR PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN (BBPOM) TERHADAP KLAIM BERLEBIHAN PRODUK PERAWATAN WAJAH DI KOTA PADANG”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana bentuk pengawasan Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) terhadap klaim berlebihan produk perawatan wajah di kota Padang?
2. Apa saja kendala dan upaya Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) dalam melaksanakan pengawasan terhadap klaim berlebihan produk perawatan wajah di kota Padang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian tersebut yaitu:

1. Untuk mengetahui bentuk pengawasan Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) terhadap klaim berlebihan produk perawatan wajah di kota Padang.
2. Untuk mengetahui apa saja kendala dan upaya Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) dalam melaksanakan pengawasan terhadap klaim berlebihan produk perawatan wajah di kota Padang.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam berbagai hal diantaranya yaitu:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan pemikiran secara teoritis dalam perkembangan ilmu hukum, khususnya yaitu bidang hukum perdata yang berkaitan dengan hukum perlindungan konsumen.
 - b. Diharapkan hasil penelitian ini dijadikan bahan perbandingan bagi peneliti yang ingin mendalami masalah ini serta dapat mengurangi terjadinya kesulitan untuk mendapatkan bahan bacaan yang berhubungan dengan hal tersebut.
2. Manfaat Praktis
 - a. Masyarakat

Diharapkan dapat memberikan informasi dan pemahaman bagi masyarakat tentang pengawasan Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan

(BBPOM) terhadap klaim berlebihan produk perawatan wajah di Kota Padang.

b. Penulis

Penelitian ini bermanfaat bagi penulis untuk meningkatkan wawasan dan pengalaman dalam pengawasan Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan (BBPOM) terhadap klaim berlebihan produk perawatan wajah di Kota Padang.

c. Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan (BBPOM)

Sebagai bahan masukan Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan (BBPOM) untuk lebih teliti dalam mengawasi produk-produk perawatan wajah yang beredar di masyarakat.

E. Metode Penelitian

Metodologi penelitian adalah ilmu tentang cara melakukan penelitian secara sistematis. Dengan demikian, metodologi penelitian hukum adalah ilmu tentang cara melakukan penelitian hukum secara sistematis. Pada dasarnya, metodologi ini berfungsi untuk memberikan garis besar tentang cara seorang peneliti mempelajari, menganalisis, dan memahami apa yang mereka pelajari saat melakukan penelitian hukum. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa metodologi harus ada dalam penelitian hukum.¹⁸

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian hukum empiris, penelitian hukum empiris merupakan suatu pendekatan dalam studi hukum yang berupaya untuk memahami hukum dalam

¹⁸ Eka N.A.M Sihombing dan Cynthia Hadita, 2022, *Penelitian Hukum*, Setara Press, Malang, hlm. 2.

konteks yang nyata, atau dapat dijelaskan sebagai cara untuk mengamati dan menganalisis bagaimana hukum beroperasi di dalam masyarakat.¹⁹

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini menggunakan jenis pendekatan deskriptif analitis. Penelitian deskriptif analitis adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, tindakan, dan lainnya. Ini dilakukan dengan menggunakan metode ilmiah dalam lingkungan alami dan dengan mendeskripsikan fenomena tersebut dengan kata-kata naratif.²⁰

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan kumpulan atau totalitas dari objek yang memiliki karakteristik atau sifat yang serupa.²¹ Berdasarkan pengertian tersebut maka yang menjadi objek penelitian ini yaitu pihak BBPOM Kota Padang dan penjual produk perawatan wajah di Kota Padang.

b. Sampel

Sampel adalah bagian spesifik yang diambil dari Populasi. Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive random sampling* yaitu metode pengambilan sampel dari sumber informasi dengan alasan atau kriteria tertentu.²² Peneliti mengambil sampel pada penjual produk perawatan wajah secara acak pada 3 (tiga) kecamatan berbeda yaitu

¹⁹ Mieke Yustia Ayu Ratna Sari dkk, 2021, *Metodologi Penelitian Hukum*, Nuta Media, Yogyakarta, hlm. 77.

²⁰ *Ibid.*, hlm. 106.

²¹ Bachtiar, 2021, *Mendesain penelitian hukum*, Deepublish Publisher, Yogyakarta, hlm. 110-111.

²² *Ibid.*

Kecamatan Padang Barat, Kecamatan Padang Utara, dan Kecamatan Koto Tangah.

4. Sumber dan Jenis Data

a. Sumber Data

1) Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dengan pihak yang terkait dengan objek penelitian yang dapat diperoleh secara langsung dari lokasi, bertujuan untuk mengumpulkan data yang relevan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Penelitian Lapangan dilakukan di Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan (BBPOM) di Kota Padang dan penjual produk perawatan wajah di Kota Padang.

2) Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data penelitian melalui pencarian berbagai literatur terkait, baik dengan mendapatkan penjelasan serta mempelajari buku, jurnal dan dokumen yang relevan dengan penelitian. Penelitian kepustakaan ini dilakukan di:

- a) Perpustakaan Pusat Universitas Andalas
- b) Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Andalas
- c) Sumber bacaan lainnya

b. Jenis Data

1) Data Primer

Data primer adalah informasi yang didapat langsung dari sumber utama.²³ Dalam hal ini data diperoleh langsung melalui wawancara dengan pihak yang berwenang dari Balai Besar Pengawas Obat dan

²³ Wiwik Sri Widiarty, 2024, *Buku Ajar Metode Penelitian Hukum*, Publika Global Media, Yogyakarta, hlm. 139.

Makanan (BBPOM) di Kota Padang dan penjual produk perawatan wajah di Kota Padang.

2) Data Sekunder

Data sekunder terdiri dari pengumpulan dan dokumentasi buku, jurnal, makalah ilmiah, kamus, ensiklopedi, dan dokumen lainnya yang terkait dengan topik penelitian²⁴ yang berupa bahan hukum yang terdiri atas :

a) Bahan Hukum Primer

Hukum primer yaitu bahan hukum yang memiliki otoritas.²⁵

Bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- 3) Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan
- 4) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2024 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan
- 5) Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 80 tahun 2017 tentang Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).
- 6) Peraturan Badan Pengawasan Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan
- 7) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 22 Tahun 2020 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis di Lingkungan Badan Pengawas Obat dan Makanan

²⁴ *Ibid.*, hlm. 151.

²⁵ Zainuddin Ali, 2009, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 47.

- 8) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 8 Tahun 2020 tentang Pengawasan Obat dan Makanan yang Diedarkan secara Daring
- 9) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika
- 10) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 18 Tahun 2024 tentang Penandaan, Promosi, dan Iklan Kosmetik

b) Bahan Hukum Sekunder

Bahan Hukum Sekunder yaitu bahan yang menjelaskan tentang bahan hukum primer, seperti draft undang-undang, buku ajar, hasil penelitian di jurnal dan majalah, atau pandangan para ahli di bidang hukum.²⁶

c) Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier adalah bahan yang dapat menjelaskan bahan hukum primer dan sekunder, seperti kamus, ensiklopedia, leksikon, dan sebagainya.²⁷

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah semua sumber atau referensi yang digunakan dalam penelitian, termasuk buku, jurnal, artikel, kamus, ensiklopedia, dan peraturan hukum yang memiliki kaitan dengan penelitian.²⁸

²⁶ Muhaimin, 2020, *Metode Penelitian Hukum*, Mataram University Press, Mataram, hlm. 61-62.

²⁷ Sigit Sapto Nugroho, Anik Tri Haryani, dan Farkhani, 2020, *Metodologi Riset Hukum*, Oase Pustaka, Sukoharjo, hlm. 68.

²⁸ Wiwik Sri Widiarty, 2024. *Op. cit.*, hlm. 188.

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan keterangan lisan dari orang yang dapat memberikan keterangan kepada peneliti. Wawancara dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada orang yang diwawancarai untuk mendapatkan jawaban yang dibutuhkan oleh peneliti.²⁹

6. Pengelolaan dan Analisis Data

a. Pengolahan Data

Pengolahan data adalah mengelola data secara sistematis dan runtut sehingga peneliti dapat menganalisisnya.³⁰ Dalam penelitian ini penulis menggunakan cara *editing* yaitu membenaran apakah data yang dikumpulkan melalui penelitian, dokumen, dan wawancara sudah dianggap relevan, jelas, tidak berlebihan, dan tanpa kesalahan.³¹

b. Analisis Data

Menurut Irawan analisis data merupakan proses yang mengubah data menjadi informasi. Data diperoleh dari pencatatan, sedangkan informasi adalah arti dari hasil pencatatan tersebut.³² Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis yuridis kualitatif yaitu mempelajari data primer dan sekunder dan menyampaikan hasilnya dalam bentuk kalimat yang disusun secara sistematis.³³

²⁹ Muhammad Siddiq Armia, 2022, *Penentuan Metode & Pendekatan Penelitian Hukum*, Lembaga Kajian Konstitusi Indonesia, Banda Aceh, hlm. 42.

³⁰ Muhaimin, 2020, *Op. cit.*, hlm. 103.

³¹ Nur Solikin, 2021, *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum*, Qiara Media, Pasuruan, hlm. 123.

³² *Ibid.*, hlm. 129.

³³ Bambang Sanggono, 2012, *Metode Penelitian Hukum*, Raja grafindo Persada: Jakarta, hal.125.