

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dan setelah melalui proses analisis dengan peraturan yang ada, maka penulis simpulkan:

1. Pengawasan BPOM terhadap kandungan produk perawatan kulit dengan klaim berlebihan merupakan mekanisme komprehensif untuk melindungi konsumen melalui dua tahap, yaitu *pre-market* dan *post-market*. Pengawasan dilakukan oleh bidang iklan dan promosi untuk menilai kesesuaian klaim dengan ketentuan yang berlaku, serta bidang pengawasan sampling dan pengujian memastikan keamanan, mutu, dan kebenaran klaim produk setelah beredar. Selain itu, BPOM menjalin kerja sama lintas sektor dengan berbagai pihak untuk menindak pelanggaran di ranah digital. Namun, implementasi pengawasan masih menghadapi kendala, terutama dalam pengawasan produk perawatan kulit yang diedarkan secara digital.
2. Efektif pengawasan BPOM dalam melindungi konsumen pada dasarnya telah terwujud melalui penerapan mekanisme regulasi, pemberian sanksi administratif serta penyediaan kanal pengaduan bagi masyarakat. Namun, persepsi masyarakat, pengalaman konsumen secara langsung serta minimnya sosialisasi yang belum menjangkau seluruh lapisan masyarakat menunjukkan bahwa pelaksanaan pengawasan masih memiliki keterbatasan, terutama terkait tindak lanjut laporan dan transparansi informasi hasil pengawasan. Kondisi ini menegaskan perlunya peningkatan dan penguatan

pengawasan agar pengendalian terhadap produk perawatan kulit yang beredar di masyarakat dapat dilakukan secara optimal dan efektif

3. Pengawasan BPOM terhadap kandungan produk perawatan kulit *overclaim* (klaim berlebihan) masih dihadapkan pada berbagai kendala, seperti pesatnya penjualan di platform digital, lemahnya verifikasi ilmiah, serta rendahnya literasi konsumen. Hambatan lain mencakup keterbatasan sumber daya manusia, koordinasi lintas sektor, dan tumpang tindih klasifikasi produk. Untuk mengatasinya, BPOM menerapkan pengawasan berbasis risiko dengan dukungan teknologi digital, seperti sistem *risk profiling*, *big data*, dan *AI analytic*, serta memperkuat kapasitas laboratorium, kerja sama dengan lembaga riset, dan penerapan sanksi yang lebih tegas terhadap pelanggaran.

B. Saran

1. Bagi BPOM, perlu memperkuat strategi pengawasan terutama di ranah digital dengan mengembangkan sistem pelacakan berbasis teknologi informasi yang mampu mendeteksi perubahan deskripsi produk secara *real time* di e-commerce maupun media sosial. Selain itu, diperlukan peningkatan kapasitas sumber daya manusia dan laboratorium agar klaim produk dapat diverifikasi lebih cepat dan akurat. BPOM juga diharapkan memperluas kerja sama lintas sektor, tidak hanya dengan Kementerian Komunikasi dan Digital serta e-commerce, tetapi juga dengan komunitas akademis, pakar kesehatan, serta lembaga perlindungan konsumen. Di sisi lain, BPOM sebaiknya meningkatkan program edukasi publik melalui kampanye literasi kosmetik berbasis bukti ilmiah agar masyarakat lebih kritis dalam menyikapi klaim produk.

2. Bagi Pelaku Usaha, hendaknya mematuhi regulasi yang berlaku, khususnya Peraturan BPOM Nomor 18 Tahun 2024 tentang Penandaan, Promosi, dan Iklan Kosmetika, dengan memastikan klaim produk yang dicantumkan bersifat objektif, akurat dan memiliki dasar ilmiah. Transparansi informasi terkait bahan, keamanan, dan manfaat produk harus ditingkatkan agar tidak menyesatkan konsumen. Selain itu, pelaku usaha perlu mengembangkan mekanisme internal untuk memastikan iklan dan promosi sesuai dengan standar hukum serta tidak bergantung hanya pada *influencer* yang rawan menimbulkan *overclaim*. Dengan begitu, kepercayaan konsumen dapat terjaga dan risiko sanksi dari BPOM dapat diminimalisir.
3. Bagi Konsumen, perlu meningkatkan literasi hukum dan kesehatan, khususnya terkait hak-hak yang dijamin oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, agar lebih kritis dalam menilai klaim produk perawatan kulit. Konsumen sebaiknya tidak hanya mengandalkan testimoni *influencer*, melainkan juga mencari informasi dari sumber terpercaya seperti situs resmi BPOM atau publikasi ilmiah. Selain itu, konsumen diharapkan aktif melaporkan produk yang dicurigai melakukan *overclaim* melalui Unit Layanan Pengaduan Konsumen (ULPK) dengan menyertakan bukti yang memadai agar laporan dapat ditindaklanjuti secara optimal. Sikap kritis dan partisipasi aktif dari konsumen akan memperkuat upaya perlindungan hukum yang dilakukan BPOM.