

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, industri kosmetik dan perawatan kulit di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya produk perawatan kulit yang beredar di pasaran, baik produk lokal maupun impor. Sebagian besar masyarakat saat ini tidak hanya mengandalkan kosmetik sebagai penunjang penampilan individu, tetapi juga memberikan perhatian khusus pada perawatan kulit wajah dan tubuh untuk menjaga kesehatan kulit secara menyeluruh. Kesadaran akan pentingnya merawat diri, terutama dalam hal perawatan kulit, semakin meluas seiring dengan meningkatnya pengetahuan tentang manfaatnya. Perubahan pola pikir ini mendorong baik wanita atau pria untuk aktif melakukan berbagai jenis perawatan kulit sebagai bagian dari gaya hidup sehat. Dengan demikian, perawatan kulit telah menjadi kebutuhan universal yang semakin mendapatkan perhatian serius dari masyarakat luas.

Industri kosmetik dan perawatan kulit di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Kepala Biro Humas Kementerian Perindustrian menyatakan bahwa Indonesia memiliki potensi dan peluang yang signifikan dalam pengembangan industri kosmetik dan perawatan kulit. Hal ini disebabkan oleh sumber daya alam Indonesia

yang berlimpah, terutama tanaman herbal yang telah digunakan secara turun-menurun untuk obat tradisional dan produk kosmetik.¹

Ronggo selaku Kepala Biro Humas Kementerian Perindustrian juga menyebutkan, kinerja ekspor produk kosmetik Indonesia terus menunjukkan tren peningkatan yang cukup menggembirakan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), nilai ekspor produk minyak atsiri, parfum, dan kosmetik Indonesia ke pasar global pada tahun 2023 mencapai USD 842 juta, mengalami peningkatan sebesar USD 16 juta dibandingkan pada tahun 2022 yang tercatat sebesar USD 826 juta. Selain itu, ukuran pasar industri kosmetik pada tahun 2023 mencapai 476.919 produk, yang menunjukkan peningkatan lebih dari sepuluh kali lipat dalam lima tahun terakhir. Bahkan, pertumbuhan pasar kosmetik di Indonesia diperkirakan akan mencapai 4,86% per tahun dalam periode 2024 hingga 2029.²

Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (selanjutnya disingkat BPOM), jumlah pelaku usaha kosmetik mengalami peningkatan dari 819 pada tahun 2021 menjadi 913 pada tahun 2022, yang memperlihatkan pertumbuhan sebesar 20,6% pada tahun tersebut. Pada tahun 2023, industri kosmetik di Indonesia mencatat pertumbuhan sebesar 21,9%, dengan jumlah perusahaan yang meningkat dari 913 pada tahun 2022 menjadi 1.010 perusahaan.³

Peningkatan tersebut didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat mengenai pentingnya menjaga kesehatan dan kecantikan kulit,

¹ “KEMENPERIN: Industri Kosmetik Kian Tumbuh Dan Berdaya Saing Global”, <https://www.komdigi.go.id/berita/artikel-gpr/detail/kemenperin-industri-kosmetik-kian-tumbuh-dan-berdaya-saing-global>, diakses pada tanggal 6 Mei 2025, pukul 20.37.

² *Ibid.*

³ Dwitri Waluyo, “Kinclong Industri Kosmetik Tanah Air”, <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7984/kinclong-industri-kosmetik-tanah-air?lang=1>, diakses pada tanggal 6 Mei 2025, pukul 21.04.

dimana saat ini banyak orang yang lebih memahami bahwa perawatan kulit tidak hanya berkaitan dengan penampilan, tetapi juga berfokus pada kesehatan kulit yang optimal, yang dapat mencegah berbagai masalah kulit di masa depan, seperti jerawat, penuaan dini, dan hiperpigmentasi. Kesadaran ini dipicu oleh peningkatan pengetahuan tentang manfaat perawatan kulit, yang seringkali diperoleh melalui berbagai informasi, termasuk artikel kesehatan, saran dari dermatologis, dan komunitas *online*.⁴

Seiring dengan pesatnya pertumbuhan pasar, muncul berbagai fenomena persaingan tidak sehat pada produsen perawatan kulit yang berupaya menarik minat konsumen, salah satunya melalui praktik *overclaim* atau klaim berlebihan mengenai kandungan dan manfaat produk.⁵

Overclaim berasal dari kata dalam bahasa Inggris yang berarti “klaim berlebihan”, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) klaim didefinisikan sebagai “pernyataan suatu fakta atau kebenaran sesuatu.”⁶ Sedangkan menurut buku *The Taxation Of Companies*, *overclaim* adalah menjelaskan prosedur klaim dalam jumlah berlebihan.⁷

Overclaim dalam konteks industri kecantikan dapat didefinisikan sebagai praktik produsen melalui strategi pemasaran dengan memberikan klaim yang tidak tepat, berlebihan, atau sama sekali tidak didukung oleh bukti ilmiah, klaim tersebut menjanjikan hasil yang tidak realistik, sehingga

⁴ Rizqi Anugrah Putri A. Et. Al., 2024, *Tren Konsumsi Skincare di Kalangan Mahasiswa Berdasarkan Penelusuran Merek Skincare Terpopuler di Kabupaten Banyumas*, Centive Vol. 4, No. 1, hlm. 1070.

⁵ Hafizah Hayati dan Elfi, 2024, “The Impact of Overclaim in Skincare Products”, <https://www.kompasiana.com/hafizahhayati2086/6767c2f1c925c462d25e7942/the-impact-of-overclaim-in-skincare-products>, diakses pada tanggal 8 Mei 2025, pukul 10.13.

⁶ Balqis Fallahnda, 2024, "Apa Arti Over Claim Skincare yang Sedang Tren dan Dampaknya?", <https://tirto.id/apa-arti-over-claim-skincare-yang-sedang-tren-dan-dampaknya-g42M#:~:text=Tidak%20jarang%20para%20produsen%20skincare,suatu%20fakta%20atau%20kebenaran%20sesuatu%20%9D>, diakses pada tanggal 18 Mei 2025, pukul 13.31.

⁷ Ragam Info, 2024, "Pengertian Overclaim dan Dasar Hukumnya", <https://kumparan.com/ragam-info/pengertian-overclaim-dan-dasar-hukumnya-23kGDWHzxN/ful>, diakses pada tanggal 18 Mei 2025, pukul 13.52.

melanggar prinsip kejujuran dalam perdagangan dan berpotensi merugikan konsumen.⁸

Beberapa produk perawatan kulit kerap mengklaim memiliki konsentrasi tinggi bahan aktif yang mampu memberikan hasil instan, Contohnya pada tahun 2024 ditemukan bahwa produk *Water Gel Moisturizer* dari brand *The Originote* yang menyebutkan kandungan *Hyaluronic Acid* sebesar 7% untuk menjaga dan memperbaiki *skin barrier* serta mengunci hidrasi, *Ceramide* sebesar 2% untuk menenangkan, meredakan kemerahan, dan menjaga elastisitas kulit, serta *Chlorena* sebesar 3% untuk mengontrol minyak pada kulit sepanjang hari. Namun jika diperhatikan komposisinya, *Sodium Hyluronate*, *Chlorella Vulgaris Extract*, *Spirulina Platensis Extract*, dan *Ceramide NP* berada di urutan tengah hingga akhir dari daftar bahan. Fakta ini menunjukkan bahwa kadar kandungan tersebut lebih rendah dari klaim, yang dapat dilihat dari keberadaan *Phenoxyethanol* sebelum bahan-bahan tersebut, yang seharusnya batas maksimal penggunaan *Phenoxyethanol* menurut BPOM hanya 1%.⁹

Selain itu, merek *Focalskin* pada produk *Acne Skin Repair Serum* mengklaim kandungan utama berupa 3% *Centella Asiatica Extract*, 1% *Camellia Sinesis Leaf Extract*, 3% *Niacinamide*. Namun, setelah diperiksa komposisi lengkap, *Centella Asiatica Extract* tercantum setelah

⁸ Joedy Rodrick, Rafael Muhammad dan Syahira Wanda, 2024, *Tren Overclaim Dalam Iklan Industri Kecantikan: Analisis Etika Terapan Pada Produk Skincare Di Indonesia*, Kabilah: Journal Of Social Community, Vol. 9, No. 2, hlm. 505.

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

Phenoxyethanol, yang menandakan persentasenya di bawah 1%, sehingga klaim pada iklan tidak sesuai dengan fakta kandungan produk.¹⁰

Hal tersebut menunjukkan bahwa kedua produk tersebut telah bertentangan dengan peraturan BPOM Nomor 18 Tahun 2024 tentang Penandaan, Promosi, dan Iklan Kosmetika pada Pasal 2 ayat (2) bahwa “Pemenuhan terhadap penandaan yang objektif, lengkap, dan tidak menyesatkan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dengan ketentuan: (a) objektif dilaksanakan dengan memberikan informasi yang 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.”

Serta bertentangan dengan Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika pada Pasal 2 “Pelaku usaha wajib menjamin Kosmetika yang diedarkan di wilayah Indonesia memenuhi persyaratan teknis Klaim.” dan Pasal 3 ayat (1) dan (2) yang menyatakan bahwa “Persyaratan teknis Klaim sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 meliputi Klaim pada Penandaan dan Klaim pada Iklan.” “ Klaim pada Penandaan dan Klaim pada iklan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus memenuhi kriteria: a. kepatuhan hukum; b. kebenaran; c. kejujuran, d. keadilan; e. dapat dibuktikan; f. jelas dan mudah dimengerti; dan g. tidak

¹⁰ Adinda Ayu Puspita dan M. Syamsudin, 2024, *Perlindungan Konsumen Terhadap Overclaim Produk Skincare*, Prosiding Seminar Hukum Aktual Climate Change and The Rule of Law, hlm. 74.

boleh menyatakan seolah-olah sebagai obat atau bertujuan untuk mencegah suatu penyakit.”

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen juga telah mengatur tentang hak-hak konsumen, diatur dalam Pasal 4 secara jelas mengatur mengenai hak konsumen, dalam Pasal 4 huruf c menyatakan hak konsumen salah satunya adalah hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Pasal 7 huruf b dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga secara jelas menetapkan bahwa pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan produk yang dijualnya.

Fenomena *overclaim* atau klaim yang berlebihan tanpa didukung oleh bukti komposisi yang tidak tepat dapat menyesatkan konsumen tentang efektivitas dan kandungan yang sebenarnya dari produk yang digunakan. Hal ini memiliki dampak signifikan terhadap konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung. Klaim yang berlebihan dapat menyebabkan berbagai kerugian, seperti kehilangan kepercayaan, membuat konsumen skeptis terhadap merek dan industri kecantikan secara keseluruhan ketika produk yang dijanjikan tidak memberikan hasil yang diharapkan.

Selain itu, kerugian finansial juga dapat terjadi, konsumen merasa uang mereka terbuang sia-sia akibat produk yang tidak memenuhi klaim, dan sering kali harus mengeluarkan biaya tambahan untuk mengatasi efek samping pada kesehatan kulit yang dapat terjadi akibat penggunaan bahan aktif dalam

jumlah yang tidak tepat atau bahan kimia berbahaya. Sehingga menyebabkan iritasi atau kerusakan jangka panjang pada kulit.¹¹

Fenomena ini menimbulkan stigma negatif terhadap produk sejenis, di mana jika banyak produk terbukti melakukan *overclaim*, konsumen akan mulai menghindari semua produk dalam kategori tersebut. Walaupun terdapat merek lain yang dapat dipercaya dan memberikan hasil yang efektif. Situasi ini dapat menghambat pertumbuhan industri kecantikan secara keseluruhan dan menyulitkan merek-merek baru dalam membangun kepercayaan konsumen.

Fenomena ini juga menimbulkan kekhawatiran tentang sejauh mana perlindungan hukum terhadap konsumen telah dilaksanakan secara efektif. Dalam konteks hukum perlindungan konsumen di Indonesia, produsen atau pelaku usaha seharusnya bertanggung jawab atas informasi yang disampaikan kepada konsumen. Namun, masih banyak konsumen yang belum memahami hak-haknya, serta tidak mengetahui langkah hukum yang dapat diambil ketika mereka mengalami kerugian akibat informasi yang menyesatkan dari produk perawatan kulit *overclaim* (klaim berlebihan).

Dalam laporan tahunan BPOM pada tahun 2024, tentang meningkatnya kepatuhan pelaku usaha dalam hal pemenuhan ketentuan sarana, indikator ini dibuat untuk menilai atau mengetahui sejauh mana ketentuan produksi dan distribusi oleh sarana produksi serta sarana distribusi kosmetik dipatuhi sesuai dengan peraturan yang berlaku. Realisasi persentase sarana kosmetik yang memenuhi ketentuan pada tahun 2024 mengalami penurunan sebesar 1,38 poin jika dibandingkan dengan realisasi tahun 2023. Adanya

¹¹ Joedy Rodrick, Rafael Muhammad dan Syahira Wanda, 2024, *Op. Cit.*, hlm. 506.

penurunan persentase sarana yang memenuhi ketentuan pada tahun 2024, terutama pada sarana produksi kosmetik yang mengalami penurunan sebesar 2,75% dibandingkan tahun sebelumnya. Sementara itu, persentase sarana distribusi kosmetik pada tahun 2024 juga mengalami penurunan, penurunan ini berhubungan dengan kinerja BPOM dalam melakukan sampling dan pengujian terhadap 24.827 sampel kosmetik dengan proporsi sebesar 70% diperoleh dari sampling acak dan 30% diperoleh dari sampling yang ditargetkan. Dari seluruh sampel yang diuji, ditemukan 147 sampel (0,59%) tidak memenuhi syarat keamanan dan mutu serta ditemukan 116 sampel (0,47%) mengandung bahan melebihi batas kadar yang diizinkan. Dapat dilihat dari data tersebut bahwa masih kurangnya pengawasan *pre-market* yang dilakukan oleh BPOM sehingga masih ditemukannya produk kosmetik yang tidak memenuhi standar pengawasan BPOM.

Pengawasan terhadap peredaran produk kosmetik, khususnya produk perawatan kulit, berada di bawah kewenangan BPOM sebagai lembaga pemerintah nonkementerian yang bertanggung jawab langsung kepada presiden. Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017 tentang Badan Pengawas Obat dan Makanan, BPOM tidak hanya berpusat pada tingkat nasional, melainkan memiliki struktur pelaksanaan di berbagai daerah yang bisa disebut dengan UPT BPOM, klasifikasi UPT BPOM terdiri dari Balai Besar POM disingkat menjadi BBPOM, Balai POM serta Loka POM yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia. UPT BPOM atau Unit Pelaksana Teknis pada Badan Pengawas Obat dan Makanan yang merupakan organisasi bersifat mandiri yang melaksanakan tugas teknis operasional di bidang pengawasan obat dan makanan. Struktur pembagian ini juga diatur dalam

Peraturan BPOM Nomor 19 Tahun 2023 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Pada Badan Pengawas 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 sesuai yang disebutkan dalam Pasal 2 Peraturan BPOM Nomor 19 Tahun 2023 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Pada Badan Pengawas Obat dan Makanan, untuk dibidang kosmetik dipimpin oleh Direktorat Pengawasan Kosmetik. Dalam Pasal 3 pada pengaturan tersebut disebutkan bahwa 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.

Struktur organisasi tersebut menunjukkan bahwa pelaksanaan pengawasan terhadap produk kosmetik, termasuk dalam hal pengawasan terhadap klaim berlebihan, tidak hanya menjadi tanggung jawab BPOM Pusat saja melainkan melibatkan peran aktif UPT BPOM yang ada di setiap daerah dalam pelaksanaan teknis di lapangan yang memastikan produk kosmetik yang beredar telah memenuhi standar keamanan, mutu, dan kemanfaatan sesuai dengan ketentuan yang berlaku, sedangkan BPOM Pusat berfungsi sebagai pengarah kebijakan dan pengambil keputusan strategis atas temuan UPT BPOM. Dengan demikian, sistem pengawasan yang terintegrasi antara pusat dan daerah menjadi dasar penting dalam melindungi konsumen dari potensi kerugian akibat penggunaan produk perawatan kulit yang tidak sesuai dengan ketentuan, seperti yang dialami oleh Shakillah Pinandita.

Untuk memperkuat urgensi penelitian ini, dilakukannya survei awal dengan mewawancara salah satu konsumen produk perawatan kulit yang mengalami kerugian akibat klaim berlebihan dan mempublikasikan pengalamannya di salah satu platform media sosial. Shakillah Pinandita, seorang *content creator* pada platform *TikTok*, mengaku mengalami kerugian akibat penggunaan produk perawatan kulit *overclaim*. Dalam video yang diunggah pada 11 Oktober 2024, ia memperlihatkan sejumlah produk yang diketahui *overclaim* setelah salah satu *influencer* melakukan uji laboratorium. Produk-produk tersebut di antaranya adalah Retinol, krim siang, krim malam HB Dosting dari merek Deviena; *HB Chromosome Day & Night* dari merek H; serta *moisturizer Level Up* dari merek S. Awalnya, Shakillah membeli produk tersebut karena tertarik pada klaim yang dinilai sesuai dengan masalah kulit yang dialami, tanpa memperhatikan secara mendalam kandungan atau manfaat produk. Namun, setelah digunakan ia tidak merasakan manfaat seperti yang dijanjikan, bahkan baru mengetahui bahwa kandungan produk tersebut tidak sesuai dengan klaim yang diberikan.

Dari semua merek yang disebutkan, hanya satu yang memberikan ganti rugi berupa pengiriman produk baru dengan klaim dan formula yang sesuai. Sementara merek lainnya hanya menyampaikan bahwa mereka akan memperbaiki formula tanpa memberikan kompensasi atas kerugian yang dialami. Hasil wawancara dengan Shakillah, ia mengaku mengalami kerugian finansial serta kehilangan kepercayaan terhadap merek-merek tersebut. Ia juga menyatakan kekecewaannya terhadap lemahnya tindakan dari lembaga pengawas seperti BPOM yang menurutnya hanya memberikan sanksi sosial tanpa efek jera yang nyata. Shakillah berharap sistem pengawasan terhadap

produk perawatan kulit dapat diperbaiki, dengan adanya aturan yang jelas, sanksi tegas, dan jaminan perlindungan hukum bagi konsumen agar kepercayaan terhadap produk yang beredar di masyarakat dapat terjaga.

Berdasarkan uraian di atas, diperlukan penelitian mendalam mengenai pengawasan BPOM terhadap kandungan perawatan kulit *overclaim* (klaim berlebihan) yang beredar di masyarakat dalam menjamin keamanan produk perawatan kulit dan menanggulangi *overclaim* yang dapat merugikan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji lebih lanjut mengenai **“PENGAWASAN BPOM TERHADAP KANDUNGAN PRODUK PERAWATAN KULIT *OVERCLAIM* (KLAIM BERLEBIHAN) DALAM UPAYA PERLINDUNGAN KONSUMEN.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan yang akan dibahas dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk pengawasan BPOM terhadap kandungan produk perawatan kulit *overclaim* (klaim berlebihan) dalam upaya perlindungan konsumen?
2. Bagaimana efektivitas pengawasan BPOM terhadap kandungan produk perawatan kulit *overclaim* (klaim berlebihan) dalam upaya perlindungan konsumen?
3. Apa kendala yang dihadapi BPOM dalam Pengawasan terhadap kandungan produk perawatan kulit *overclaim* (klaim berlebihan) dan upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasinya?

C. Tujuan Penelitian

Jika ditinjau berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bentuk pengawasan BPOM terhadap kandungan produk perawatan kulit *overclaim* (klaim berlebihan) dalam upaya perlindungan konsumen.
2. Untuk mengetahui efektivitas pengawasan BPOM terhadap kandungan produk perawatan kulit *overclaim* (klaim berlebihan) dalam upaya perlindungan konsumen.
3. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi BPOM dalam Pengawasan terhadap kandungan produk perawatan kulit *overclaim* (klaim berlebihan) dan upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasinya.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai penulis dari pembahasan proposal skripsi ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat secara teoritis atau keilmuan, yaitu manfaat yang ditujukan oleh peneliti dalam memberikan dedikasi pada perkembangan bidang keilmuan yang dialami.¹² Manfaat teoritis dapat dijelaskan dengan menunjukkan bagaimana perkembangan hukum perdata dan studi ilmiah yang terkait dapat diterapkan dalam praktik. Pada penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan referensi ilmu hukum, khususnya mengenai bentuk regulasi dan pengawasan BPOM terhadap kandungan produk perawatan kulit

¹² Soerjono Soekanto, 2007, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI-Press, Jakarta, hlm. 18.

overclaim (klaim berlebihan), memperjelas konsep *overclaim* dalam konteks perlindungan konsumen, serta memberikan landasan hukum dan ilmiah untuk pengembangan kebijakan dan penegakan hukum yang lebih efektif demi melindungi konsumen dari klaim berlebihan yang menyesatkan.

2. Manfaat Praktis

- a. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat atau sebagai bahan rujukan kepada masyarakat agar dapat mengetahui pentingnya memahami klaim yang terdapat pada produk perawatan kulit, sehingga dapat membuat keputusan yang lebih bijak dalam memilih produk.
- b. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi produsen perawatan kulit untuk lebih transparan dalam menyampaikan informasi mengenai produk mereka, serta menghindari praktik *overclaim* yang dapat merugikan konsumen.
- c. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan rekomendasi kepada lembaga terkait untuk memperkuat regulasi dan pengawasan terhadap produk *skincare*.
- d. Diharapkan penelitian ini, produsen akan lebih memperhatikan kualitas dan keamanan produk yang ditawarkan, sehingga dapat meningkatkan standar industri perawatan kulit di Indonesia.
- e. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan edukasi bagi masyarakat mengenai hak-hak konsumen dan pentingnya melaporkan produk yang tidak memenuhi standar keamanan.

E. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan serangkaian kegiatan dalam mencari kebenaran suatu studi penelitian, yang diawali dengan suatu pemikiran yang membentuk rumusan masalah, dengan dibantu dan persepsi penelitian terlebih dahulu, sehingga penelitian bisa diolah dan dianalisis yang akhirnya membentuk kesimpulan.¹³ Dengan memperoleh hasil yang maksimal dalam penulisan penelitian ini, sehingga tercapai sasaran dan tujuan yang diinginkan dapat tercapai, maka metode penelitian dalam penulisan sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Penelitian merupakan suatu proses kegiatan pengumpulan, pencatatan, analisis data yang dilakukan secara sistematis untuk mendapatkan jawaban (kesimpulan) untuk membantu dalam pengambilan keputusan.¹⁴ Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian empiris, atau penelitian yang dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap realitas dalam penerapan hukum di masyarakat atau dalam lembaga pemerintahan.¹⁵

Penelitian empiris digunakan untuk menganalisis hukum sebagai perilaku masyarakat yang berperan dalam kehidupan sehari-hari, di mana individu selalu berinteraksi dan berhubungan dalam berbagai aspek kemasyarakatan.¹⁶

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif yang berarti pendekatan terhadap masalah dilakukan dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan

¹³ Syafrida Hafni Sahir, 2021, *Metodologi Penelitian*, Penerbit KBM Indonesia, Banguntapan, hlm. 1.

¹⁴ Dr. Annita Sari, *Et. Al.*, 2023, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*, CV. Angkasa Pelangi, hlm. 8.

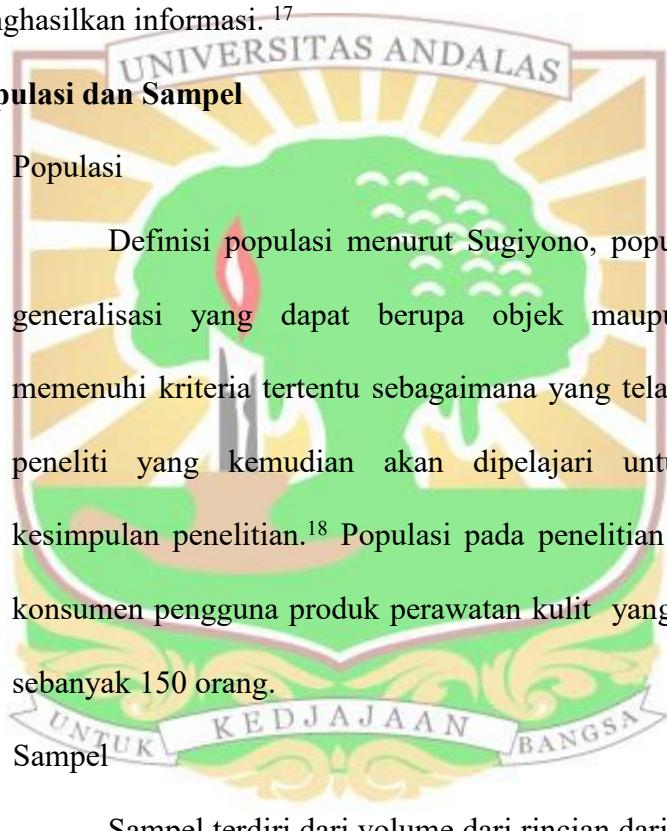
¹⁵ Muhammain, 2020, *Metode Penelitian Hukum*, Mataram University Press, Mataram, hlm. 59.

¹⁶ Bambang Waluyo, 2002, *Penelitian Hukum dalam Praktek*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 43.

objek penelitian melalui data yang telah dikumpulkan secara sistematis, kemudian diolah untuk menghasilkan kesimpulan yang dapat diterapkan secara umum. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk menyusun deskripsi, gambaran, atau representasi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, karakteristik, serta hubungan antara fenomena yang diteliti. Proses ini meliputi pengumpulan data, pengolahan data, verifikasi data, dan penarikan kesimpulan untuk menghasilkan informasi.¹⁷

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi



Definisi populasi menurut Sugiyono, populasi sebagai area generalisasi yang dapat berupa objek maupun subjek yang memenuhi kriteria tertentu sebagaimana yang telah ditetapkan oleh peneliti yang kemudian akan dipelajari untuk mendapatkan kesimpulan penelitian.¹⁸ Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh konsumen pengguna produk perawatan kulit yang penulis tetapkan sebanyak 150 orang.

b. Sampel

Sampel terdiri dari volume dari rincian dari populasi tersebut. Tahapan untuk menentukan besaran sampel dilakukan dengan pengukuran sampel yang didapat ketika melakukan penelitian terhadap suatu objek atau subjek. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yang merupakan pendekatan pengambilan sampel sumber data yang mempertimbangkan faktor-faktor tertentu,

¹⁷ Ajat Rukajat, 2018, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*, CV Budi Utama, Yogyakarta, hlm. 36.

¹⁸ Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung, hlm. 255.

seperti objek atau subjek yang dianggap paling mendekati dan sesuai mengenai apa yang akan diteliti.¹⁹ sampel dari penelitian ini adalah pengguna produk perawatan kulit *overclaim* yaitu berjumlah sebanyak 107 orang.

Dalam hal melengkapi penelitian penulis, penulis juga mewawancara pengguna produk perawatan kulit *overclaim* untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi konsumen sehingga akan memperjelas kaitannya dengan bentuk perlindungan hukum yang seharusnya di peroleh oleh konsumen pengguna produk perawatan kulit *overclaim*.

4. Jenis dan Sumber Data

Dalam melakukan penelitian, jenis data yang digunakan oleh penulis terdiri dari:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari penelitian lapangan (*field research*) yang berasal dari sumber pertama, baik itu dari responden maupun informan.²⁰ Dalam proses penelitian, penulis mengumpulkan data melalui angket atau kuesioner yang ditujukan kepada responden yaitu pengguna perawatan kulit *overclaim* serta wawancara dengan pihak Direktorat Pengawasan Kosmetik BPOM dan pengguna produk perawatan kulit *overclaim* (klaim berlebihan).

¹⁹ *Ibid*, hlm. 300.

²⁰ I Made Pasek Diantha, 2017, *Metodologi Penelitian Hukum Normatif dalam Justifikasi Teori Hukum*, Pernada Media Group, Jakarta, hlm. 192.

b. Data sekunder

Data sekunder merujuk pada informasi yang diperoleh dari dokumen resmi, peraturan perundang-undangan, buku-buku yang relevan dengan objek penelitian, serta hasil penelitian yang disajikan dalam bentuk laporan, skripsi, jurnal, dan sumber data lainnya. Dalam konteks penelitian hukum, data sekunder dapat dibedakan menjadi bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.

1) Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang memiliki otoritas (*autoratif*) terdiri dari peraturan perundangan-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan perundang-undangan dan putusan pengadilan yang berhubungan dengan objek penelitian.²¹ Adapun beberapa bahan hukum primer yang digunakan, yaitu:

- a) UUD 1945.
- b) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- c) Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 Tentang Hak Asasi Manusia.
- d) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
- e) Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 Tentang Kesehatan

²¹ Peter Mahmud Marzuki, 2026, *Penelitian Hukum*, Kencana, Jakarta, hlm. 35.

- f) Peraturan Presiden Nomor 145 Tahun 2015 Tentang Perubahan Kedelapan atas Keputusan Presiden Nomor 103 Tahun 2001 Tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Kewenangan, Susunan Organisasi, dan Tata Kerja Lembaga Pemerintah Non Departemen
- g) Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017 Tentang Tentang Badan Pengawas Obat dan Makanan
- h) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2024 Tentang Peraturan Pelaksana Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 Tentang Kesehatan
- i) Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2019 Tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional.
- j) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 21 Tahun 2020 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Pengawas Obat dan Makanan
- k) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 32 Tahun 2021 Tentang Pengawasan Periklanan Kosmetika.
- l) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 13 Tahun 2022 Tentang Perubahan atas Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 21 Tahun 2020 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Pengawas Obat dan Makanan



m) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 3 Tahun 2022 Tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika.

n) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 19 Tahun 2023 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Pada Badan Pengawas Obat dan Makanan

o) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 14 Tahun 2024 Tentang Pengawasan Obat dan Makanan yang Diedarkan Secara Daring.

p) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 16 Tahun 2024 Tentang Batas Cemar dalam Kosmetik.

q) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 18 Tahun 2024 Tentang Penandaan, Promosi, dan Iklan Kosmetik.

r) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 25 Tahun 2025 Tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetik.

s) Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 479 Tahun 2023 Tentang Perubahan Bahan yang Diizinkan dalam Kosmetik.

2) Bahan Hukum Sekunder merupakan semua publikasi mengenai hukum yang termasuk dalam dokumen resmi. Bahan ini mencakup buku hukum, jurnal hukum yang



memuat prinsip-prinsip dasar (asas hukum), pandangan para ahli hukum (doktrin), hasil penelitian hukum, serta kamus dan ensiklopedia hukum.²² Adapun beberapa bahan hukum sekunder yang digunakan, yaitu:

a) Buku-buku teks yang berkaitan dengan penelitian ini

b) Kamus-kamus hukum

c) Pendapat para ahli

d) Jurnal hukum

3) Bahan Hukum Tersier, bahan hukum yang merupakan bahan yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum tersier dapat berupa kamus, Ensiklopedia, dan sebagainya atas berbagai istilah yang digunakan.²³ Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah:

a. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Data yang digunakan oleh penulis didapatkan dari undang-undang, buku, karya ilmiah, jurnal penelitian, dan sumber lain yang relevan dengan objek penelitian. Bahan penelitian kepustakaan ini didapatkan oleh penulis dari:

1) Perpustakaan Universitas Andalas

2) Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Andalas

²² *Ibid.* hlm. 181.

²³ Amiruddin dan Zainal Asikin, 2004, *Pengantar Metode Penelitian*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 29.

b. Penelitian Lapangan

Penelitian lapangan dilakukan dengan mengumpulkan data secara langsung atau melalui *online* dengan metode angket atau kuesioner yang berisikan pertanyaan-pertanyaan yang akan dijawab oleh responden pengguna produk perawatan kulit *overclaim* dan wawancara dengan pihak Direktorat Pengawasan Kosmetik BPOM mengenai permasalahan yang sedang diteliti.

5. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan, yaitu:

- a. Studi Dokumen adalah meneliti berbagai sumber yang mencakup peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, buku-buku, dokumen, serta artikel-artikel yang relevan dengan masalah yang diteliti. Selanjutnya penulis menerapkan teknik pengumpulan yang tidak langsung ditujukan kepada subjek penelitian untuk mendapatkan informasi terkait objek yang diteliti.
- b. Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui komunikasi tanya jawab antara pewawancara dan narasumber (responden). Wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan data ketika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk mengidentifikasi permasalahan yang perlu diteliti, serta ketika peneliti ingin menggali informasi yang lebih

mendalam dari responden. Dalam penelitian, penulis mengumpulkan data melalui wawancara dengan pihak Direktorat Pengawasan Kosmetik BPOM dan pengguna produk perawatan kulit *overclaim* (klaim berlebihan).

- c. Angket (Kuesioner) adalah salah satu teknik pengumpulan data dengan mengharuskan responden untuk menjawab serangkaian pertanyaan tertulis dan jawaban responden akan dijadikan bahan penelitian.²⁴ Kuesioner terdiri dari dua bentuk, yaitu kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Kuesioner terbuka meminta responden memberikan jawaban dalam bentuk uraian terhadap pertanyaan yang diajukan. Sementara kuesioner tertutup berisi pertanyaan yang mengharuskan responden memilih satu jawaban dari beberapa pilihan yang tersedia atau menuliskan jawaban secara singkat.²⁵ Pada penelitian ini menggunakan angket dengan jenis pertanyaan tertutup dengan kuesioner yang telah disediakan jawabannya yang sesuai dengan keadaan responden. Angket ditujukan kepada pengguna produk perawatan kulit. Angket disebar melalui media sosial dan memiliki jumlah responden yang mengisi angket sebanyak 150 responden. Media kuesioner menggunakan *website Google Form* yang dapat dikunjungi melalui situs <https://bit.ly/PengawasanBPOMTerhadapPerawatanKulitOverclaim>

6. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

²⁴ Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dn R&D*, Alfabeta, Bandung, hlm. 137.

²⁵ *Ibid.*

a. Pengolahan Data

Pengolahan data merupakan proses mengatur atau menyusun data dengan cara tertentu agar data penelitian dapat dibaca dan diinterpretasikan. Dalam penelitian ini, pengolahan data dilakukan dengan cara

- 1) *editing*, yaitu pemeriksaan dan pengeditan terhadap data yang telah dikumpulkan. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi kekurangan dan memperbaiki data tersebut, sehingga data yang digunakan sesuai dengan judul penelitian dan dapat menghasilkan kesimpulan yang valid.
- 2) *Coding* atau pemberian kode, yaitu jawaban yang telah didapat dari angket maka akan diklasifikasikan berdasarkan jenis jawabannya, yang diberi skor dan penanda jawaban agar dapat diolah dengan mudah.
- 3) *Tabulating*, setelah tahap *editing* dan *coding* selanjutnya yaitu tahap *tabulating* yaitu data yang telah melewati kedua proses tersebut lalu disusun ke dalam diagram dan tabel agar hasil penelitian dapat dibaca dengan mudah.

b. Analisis Data

Setelah data primer dan sekunder dikumpulkan, langkah selanjutnya adalah menganalisis data tersebut dengan menggunakan kualitatif, penulis tidak menggunakan rumus statistik karena data tidak berbentuk angka-angka, data yang diperoleh berdasarkan informasi dan hasil pengumpulan data yang diperoleh langsung dari lapangan dan angket, sehingga semua data tersebut akan disusun

secara sistematis dan jelas yang akan menjadi jawaban atas permasalahan pokok yang sedang diteliti.

F. Sistematika Penulisan

Supaya penulisan ini dapat digambarkan dengan jelas mengenai hal yang akan dibahas dalam penulisan, maka penulis menguraikan penulisan dalam empat bab, dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Pada bab ini membahas materi yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti serta penjelasan mengenai tinjauan tentang perlindungan konsumen, tinjauan tentang *overclaim* dalam produk perawatan kulit, tinjauan tentang peran BPOM dan tinjauan tentang peran BBPOM.

BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Selanjutnya dalam bab ini dijelaskan mengenai bentuk pengawasan BPOM terhadap kandungan produk perawatan kulit *overclaim* (klaim berlebihan) dalam upaya perlindungan konsumen, efektivitas pengawasan BPOM terhadap produk perawatan kulit *overclaim* dan kendala yang dihadapi BPOM dalam pengawasan terhadap kandungan produk perawatan kulit *overclaim* (klaim berlebihan) serta upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasinya.

BAB IV : PENUTUP

Bab ini merupakan kesimpulan serta saran dari hasil penelitian berdasarkan rumusan masalah yang diteliti.

