



## Efektivitas Regulasi Nasional Dalam Mengatasi Praktik Overclaim Produk Skincare

Jerry Shalmon<sup>1</sup>, Manuel Mekel<sup>2\*</sup>, Khalif Rafa Eko Putra<sup>3</sup>, Nadia Anastacia Putri Fadjar<sup>4</sup>, Prameysa Khaira Dewanti<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Hukum, Universitas Pelita Harapan, Tangerang, Banten, Indonesia

<sup>2</sup>Fakultas Hukum, Universitas Pelita Harapan, Tangerang, Banten, Indonesia

<sup>3</sup>Fakultas Hukum, Universitas Pelita Harapan, Tangerang, Banten, Indonesia

<sup>4</sup>Fakultas Hukum, Universitas Pelita Harapan, Tangerang, Banten, Indonesia

<sup>5</sup>Fakultas Hukum, Universitas Pelita Harapan, Tangerang, Banten, Indonesia

\*Corresponding Author: [01051240@student.uph.edu](mailto:01051240@student.uph.edu)

### Artikel Histori

Direvisi: 02-05-2026

Diterima: 20-06-2026

Diterbitkan: 04-07-2026

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas regulasi nasional dalam mengatasi praktik overclaim dalam pemasaran produk skincare di Indonesia melalui studi kasus AmiraDem Glowing Night Cream Series yang izinnya dicabut oleh BPOM. Praktik overclaim, yaitu pernyataan manfaat produk yang berlebihan dan tidak sesuai dengan bukti ilmiah, merupakan salah satu bentuk pelanggaran terhadap hak konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Meskipun regulasi telah lengkap, termasuk Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika, pelaksanaannya di lapangan masih menghadapi tantangan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan yuridis normatif melalui analisis terhadap bahan hukum primer, sekunder, dan tersier yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa regulasi dan mekanisme pengawasan BPOM secara normatif telah memenuhi prinsip perlindungan konsumen, namun efektivitasnya belum optimal karena lemahnya penegakan hukum, terbatasnya sumber daya pengawas, serta rendahnya efek jera terhadap pelaku usaha yang melanggar. Faktor lain yang memperburuk kondisi ini adalah tingginya biaya uji klaim ilmiah, kurangnya literasi konsumen, serta pengawasan digital yang masih minim. Kasus AmiraDem mencerminkan kesenjangan antara norma hukum (*das sollen*) dan kenyataan di lapangan (*das sein*), sehingga diperlukan penguatan pengawasan, peningkatan transparansi publik, serta edukasi konsumen agar perlindungan hukum di bidang kosmetika dapat terwujud secara efektif.

**Kata Kunci:** Efektivitas Regulasi, *Overclaim*, Produk Skincare, Perlindungan Konsumen.

**Abstract:** This research study is aimed at the assessment of the success of the national regulations in solving the problem of overclaimed phrasing in the Indonesian skincare market. The authors took the AmiraDem Glowing Night Cream Series case, whose distribution permission was withdrawn by BPOM, to explain the concept and pattern of the problem. Overclaim practices refer to the situation that the product benefits are exaggerated or stated without any proof and, at the same time, do not give any revenue to the sellers of skincare products. They also involve the violation of consumer rights since the products are not in compliance with Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection. The government has created a detailed set of rules that incorporate BPOM Regulation No. 3 of 2022 on Technical Requirements for Cosmetic Claims; however, the practical implementation of these rules still encounters massive problems. This study uses a qualitative method with a normative juridical approach, which is supported by the appropriate primary, secondary, and tertiary legal materials. The results gained to show that, from a normative point of view, the rules and BPOM's supervisory work regulate in compliance with consumer protection principles but due to insufficient law

*enforcement, lack of human resources, and the absence of deterrent sanctions, their effectiveness is still minimal. The high cost of scientific claim testing, low consumer literacy, and less digital monitoring are also critical factors that support the statement. The AmiraDem incident is an example of the discrepancy between legal norms (das sollen) and reality (das sein), signaling the requirement for heightened supervision, increased public access to information, and further consumer education to establish effective legal protection in the cosmetic sector.*

**Keywords:** Regulatory Effectiveness, Overclaim, Skincare Products, BPOM, Consumer Protection

## PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara hukum sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Sesuai amanat konstitusi, segala urusan bangsa dijalankan dengan berpegang teguh pada hukum. Artinya, baik pemerintah, dunia bisnis, ataupun individu sebagai warga negara wajib mengikuti aturan yang ada untuk menciptakan keadilan, kepastian, juga melindungi hak setiap orang agar tidak diperlakukan secara sewenang-wenang<sup>1</sup>. Hukum berfungsi bukan hanya sebagai alat pengendali sosial, tetapi juga sebagai sarana untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan menjaga keseimbangan antara kepentingan individu dengan kepentingan umum<sup>2</sup>. Oleh karena itu, dalam era modern yang ditandai dengan meningkatnya kegiatan ekonomi dan perdagangan, negara memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa aktivitas ekonomi berjalan sesuai dengan prinsip keadilan dan etika bisnis yang sehat. Salah satu bentuk tanggung jawab negara hukum dalam bidang ekonomi adalah melalui penyelenggaraan perlindungan konsumen yang bertujuan melindungi masyarakat sebagai pengguna barang dan jasa dari praktik-praktik yang merugikan atau menyesatkan.

Perlindungan konsumen menjadi sangat vital karena hubungan antara pelaku usaha dan konsumen terlalu sering bersifat tidak seimbang; pelaku usaha cenderung memiliki posisi yang lebih dominan dalam hal informasi, modal, dan kendali terhadap produk atau jasa. Dalam situasi seperti ini, hukum hadir untuk memberikan perlindungan agar hak-hak konsumen tetap dihormati, terutama terkait keamanan, kemanfaatan, dan kebenaran informasi produk yang beredar di pasar. Sebagai wujud konkret dari komitmen negara hukum, pemerintah Indonesia menetapkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (untuk selanjutnya disebut UU Perlindungan Konsumen) yang secara tegas menjamin hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. Regulasi ini tidak hanya menjadi pedoman normatif bagi pelaku usaha, tetapi juga instrumen hukum yang memastikan keseimbangan dalam hubungan ekonomi antara produsen dan konsumen sekaligus memperkuat posisi masyarakat dalam menuntut tanggung jawab. Rakyat bisa mencari keadilan jika merasa dirugikan. Pengawasan terhadap keamanan dan kebenaran informasi produk tidak hanya dilakukan secara umum melalui regulasi perlindungan konsumen, tetapi juga secara sektoral melalui lembaga-lembaga teknis yang memiliki otoritas di bidang tertentu. Pada sektor kosmetika, fungsi pengawasan ini diemban oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) sebagai lembaga negara yang bertanggung jawab dalam menjamin mutu, keamanan, dan efektivitas produk yang beredar di masyarakat. BPOM memiliki sejumlah kewenangan, di antaranya untuk merumuskan standar teknis yang mengatur mengenai klaim kosmetika, mekanisme notifikasi produk kosmetik, hingga penegakan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan.

<sup>1</sup> Rais, M. T. R. (2022). NEGARA HUKUM INDONESIA: GAGASAN DAN PENERAPANNYA. *Jurnal Hukum Unsulbar*, 5(2), 11-31. <https://doi.org/10.31605/j-law.v5i2.1854>

<sup>2</sup> Jimly Asshiddiqie, 1956-; (2012). *Gagasan negara hukum Indonesia* / Prof. Dr. Jimly Asshiddiqie, S.H. / . Jakarta : BPHN

Pengawasan kosmetika dilakukan dengan mengacu pada Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika. Peraturan ini menjadi pedoman bagi pelaku industri untuk mengajukan klaim-klaim kosmetika secara proporsional, akurat, dan berdasarkan bukti ilmiah yang valid. Klaim yang tertulis pada label dan iklan harus bisa dibuktikan dengan uji laboratorium dan harus ada manfaat yang bisa dibuktikan secara objektif. Peraturan ini bertujuan untuk mencegah terjadinya pelanggaran overclaim. Overclaim adalah keadaan di mana produsen mengklaim manfaat produk yang tidak sesuai dengan fakta yang ada. Klaim manfaat produk yang tidak sesuai bertentangan dengan Pasal 8 ayat (1) huruf f dan Pasal 9 ayat (1) huruf k Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Permohonan notifikasi kosmetika adalah langkah awal BPOM untuk mengawasi produk kosmetika yang akan beredar. Saat proses notifikasi, produk baru bisa dipasarkan setelah produk dievaluasi dan dinyatakan aman oleh BPOM melalui proses evaluasi/notifikasi produk dan sesuai standar keamanan, mutu, dan klaim kosmetik sebagaimana diatur dalam Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika. Jika tidak sesuai standar, BPOM dapat menjatuhkan sanksi administratif, termasuk peringatan tertulis, penghentian distribusi, pencabutan izin edar, penarikan, dan pemusnahan produk, terhadap kosmetik yang melanggar persyaratan mutu, keamanan, label, notifikasi, atau periklanan. Landasan hukumnya tercantum dalam Peraturan BPOM Nomor 18 Tahun 2024, Peraturan BPOM Nomor 21 Tahun 2022, Peraturan BPOM Nomor 32 Tahun 2021, serta Peraturan Kepala BPOM Nomor 11 Tahun 2017. Untuk kasus kosmetik tanpa izin atau yang mengandung bahan berbahaya, pelanggaran juga bisa berlanjut ke ranah pidana berdasarkan Undang-Undang Kesehatan.

Pada lima sampai tujuh tahun terakhir, terjadi pertumbuhan yang sangat pesat pada industri skincare di Indonesia. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS)<sup>3</sup> dan Euromonitor<sup>4</sup>, industri kosmetik (yang meliputi skincare) bertumbuh cepat, dengan rata-rata 6-9% per tahun. Namun, di saat yang sama muncul banyak produk dengan klaim yang berlebihan (overclaim). Praktik ini bisa menyesatkan dan merugikan konsumen, tidak hanya karena manfaat yang dijanjikan tidak sesuai dengan kenyataan yang ada, bahkan sangat berisiko pada kesehatan, misalnya produk yang mengandung merkuri, hidrokuinon berlebihan, atau sunscreen dengan klaim perlindungan tinggi yang tidak terbukti secara uji laboratorium<sup>5</sup>.

Menurut Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen, praktik overclaim melanggar prinsip dasar dari perlindungan konsumen, yaitu hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur<sup>6</sup>. Namun, pada kenyataannya meskipun sudah berlaku banyak peraturan, mulai dari UU Perlindungan Kesehatan, Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan, sampai Peraturan BPOM Nomor 32 Tahun 2021 tentang Pengawasan Periklanan Kosmetika (untuk selanjutnya disebut Peraturan BPOM 32/2021), Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika (untuk selanjutnya disebut Peraturan BPOM 3/2022) Peraturan BPOM Nomor 21 Tahun 2022 tentang Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika, dan Peraturan BPOM Nomor 18 Tahun 2024 tentang Penandaan, Promosi, dan Iklan Kosmetika (untuk selanjutnya disebut Peraturan BPOM 18/2024), tetap banyak kasus pelanggaran yang terjadi. Pengawasan, penegakan, serta efek jera yang ditimbulkan lemah. Ini menunjukkan terdapat ketidakselarasan antara *das sollen* (aturan) dan *das sein* (realita).

---

<sup>3</sup> Badan Pusat Statistik (BPS), Statistik Industri Manufaktur Besar dan Sedang 2023, Jakarta: BPS, 2024. Euromonitor International, Beauty and Personal Care in Indonesia Report, London: Euromonitor, 2023.

<sup>4</sup> Badan Pusat Statistik (BPS), Statistik Industri Manufaktur Besar dan Sedang 2023, Jakarta: BPS, 2024. Euromonitor International, Beauty and Personal Care in Indonesia Report, London: Euromonitor, 2023.

<sup>5</sup> Badan Pusat Statistik (BPS), Statistik Industri Manufaktur Besar dan Sedang 2023, Jakarta: BPS, 2024. Euromonitor International, Beauty and Personal Care in Indonesia Report, London: Euromonitor, 2023.

<sup>6</sup> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42).

Pelaku usaha pada dasarnya memiliki tanggung jawab hukum dan moral dalam menyampaikan informasi maupun klaim terkait produk yang mereka pasarkan, termasuk pada sektor kosmetika dan perawatan kulit (skincare). Pemberian informasi yang akurat, jelas, serta tidak menyesatkan merupakan bentuk perlindungan terhadap hak konsumen untuk mengetahui karakteristik dan keamanan suatu produk sebelum menggunakannya. Transparansi informasi mengenai komposisi, manfaat, serta cara penggunaan produk menjadi aspek yang sangat krusial, mengingat setiap individu memiliki kondisi dan jenis kulit yang berbeda. Penyesuaian produk dengan kebutuhan kulit konsumen merupakan langkah penting untuk menghindari risiko ketidakcocokan, seperti munculnya iritasi, alergi, atau breakout yang dapat berdampak negatif terhadap kesehatan kulit.

Namun dalam praktiknya, masih banyak pelaku usaha yang mengabaikan kewajiban tersebut dengan cara menampilkan klaim berlebihan (*overclaim*) dalam promosi atau iklan produk skincare. Strategi promosi semacam ini biasanya dilakukan dengan menonjolkan manfaat produk secara hiperbolis, tanpa dukungan bukti ilmiah yang memadai, dengan tujuan utama menarik perhatian konsumen dan mendorong minat beli. Tindakan ini tidak hanya menyalahi prinsip kejujuran dalam perdagangan, tetapi juga berpotensi melanggar hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar dan bertanggung jawab. Pada akhirnya, praktik *overclaim* menjadi bentuk manipulasi pasar yang merugikan konsumen karena menimbulkan harapan yang tidak realistis terhadap efektivitas produk, sekaligus mengabaikan nilai dasar etika bisnis yang seharusnya dijunjung tinggi oleh pelaku usaha. Fenomena pelanggaran terhadap prinsip transparansi informasi produk tersebut tercermin secara nyata dalam kasus AmiraDem Glowing Night Cream Series, yang menjadi sorotan publik setelah BPOM mencabut izin edar produknya pada 7 Agustus 2025, ketika BPOM merilis daftar resmi produk kosmetik yang ditarik dari peredaran akibat ketidaksesuaian antara klaim dan komposisi produk. Berdasarkan hasil uji laboratorium dan evaluasi yang dilakukan BPOM, ditemukan adanya perbedaan antara informasi yang tercantum dalam iklan serta label dengan kandungan sebenarnya, sehingga produk tersebut dinilai tidak memenuhi syarat keamanan maupun kebenaran klaim manfaat yang dipromosikan. Berdasarkan hasil uji laboratorium dan evaluasi yang dilakukan BPOM, ditemukan adanya ketidaksesuaian antara klaim yang tercantum dalam iklan dan label produk dengan komposisi sebenarnya, di mana produk tersebut mengandung bahan yang tidak sesuai dengan pernyataan manfaat yang dipromosikan. Klaim produk yang menyebutkan manfaat “mencerahkan kulit secara alami dan aman” terbukti tidak didukung oleh bukti ilmiah yang sah serta tidak mencerminkan komposisi yang sebenarnya, sehingga termasuk dalam kategori *overclaim*<sup>7</sup>.

Kasus ini menunjukkan pentingnya efektivitas regulasi dalam pengawasan klaim kosmetika, terutama terkait tingkat risiko produk dan sejauh mana Peraturan BPOM 3/2022 beserta UU Perlindungan Konsumen mampu memberikan batasan dan standar pembuktian terhadap klaim yang diajukan. Keduanya memberikan dasar normatif tentang kewajiban bahwa klaim produk harus ada bukti ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan serta tidak *misleading*. AmiraDem seharusnya menjadi refleksi bagi pengawas birokrasi dan pelaku usaha tentang efektivitas regulasi.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penelitian ini bertujuan untuk menjawab dua rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana efektivitas regulasi dan penegakan hukum dalam mengatasi praktik *overclaim* pada produk skincare di Indonesia?
2. Bagaimana faktor internal dan eksternal yang berkontribusi terhadap lemahnya pengawasan BPOM pada produk skincare?

---

<sup>7</sup> Detik.com, “Daftar 21 Skincare yang Dicabut Izin Edarnya oleh BPOM, Apa Sebabnya?”, 4 Februari 2025.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini adalah penelitian hukum normatif, yang berfokus pada penilaian hukum, dokumen hukum, dan tulisan ilmiah yang berkaitan dengan materi subjek dalam studi. Pendekatan ini digunakan untuk mempelajari efektivitas peraturan nasional dalam pengawasan dan penegakan hukum terhadap klaim berlebihan untuk produk perawatan kulit di Indonesia, khususnya mengenai peran BPOM. Studi ini melampaui deskripsi norma hukum untuk mengevaluasi sejauh mana norma dalam peraturan telah diimplementasikan dalam memberikan perlindungan hukum yang efektif bagi konsumen, mengingat industri kosmetik yang berkembang pesat.

Studi ini menggunakan bahan hukum sekunder yang diperoleh dengan studi kepustakaan. Bahan hukum sekunder terdiri atas bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer terdiri dari instrumen legislatif termasuk UU Perlindungan Konsumen dan Peraturan BPOM 3/2022. Bahan hukum sekunder yang digunakan adalah artikel jurnal dan buku. Bahan hukum tersier tidak digunakan dalam penelitian ini karena seluruh istilah telah diperoleh melalui bahan hukum primer dan sekunder yang relevan.

Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif, yaitu dengan menafsirkan isi bahan hukum dan literatur yang telah dikumpulkan untuk menemukan kesesuaian antara teori dan praktik hukum yang berlaku. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara sistematis guna menjawab pertanyaan penelitian tentang efektivitas regulasi serta mekanisme pengawasan BPOM terhadap praktik overclaim produk skincare. Hasil analisis diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai sejauh mana regulasi nasional mampu melindungi konsumen dari informasi yang menyesatkan serta bagaimana tantangan birokratis dan kebijakan publik memengaruhi pelaksanaannya.

Efektivitas Regulasi dan Penegakan Hukum dalam Mengatasi Praktik Overclaim Produk Skincare di Indonesia UU Perlindungan Konsumen memiliki tujuan utama untuk memberikan jaminan hukum terhadap hak-hak konsumen, termasuk mereka yang membeli produk kosmetik impor melalui platform daring. Undang-undang ini memastikan bahwa setiap konsumen mendapatkan perlindungan yang memadai atas segala potensi kerugian yang mungkin timbul dalam proses transaksi maupun penggunaan produk<sup>8</sup>. Perlindungan terhadap konsumen dibedakan menjadi dua bentuk utama, yaitu perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif<sup>9</sup>.

Perlindungan hukum yang bersifat preventif merupakan bentuk perlindungan yang dilakukan sebelum terjadinya pelanggaran atau sengketa, dengan cara menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen serta memastikan pelaku usaha menjalankan kewajibannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Melalui mekanisme ini, diharapkan timbul keseimbangan antara kepentingan konsumen dan pelaku usaha, serta terwujudnya transaksi yang aman dan transparan di pasar. Sementara itu, perlindungan hukum represif diterapkan setelah terjadinya pelanggaran atau sengketa antara konsumen dan pelaku usaha. Tujuannya adalah untuk memberikan penyelesaian terhadap permasalahan yang timbul, baik melalui mediasi, arbitrase, maupun jalur peradilan, serta memberikan sanksi kepada pelaku usaha yang terbukti melanggar hukum<sup>10</sup>.

Peraturan yang menjadi landasan utama dalam pengaturan klaim produk kosmetika di Indonesia saat ini adalah Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika. Aturan ini menggantikan peraturan kepala BPOM yang terdahulu dan secara

---

<sup>8</sup> Pratiwi, N. K. D. S., & Nurmawati, M. (2019). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Impor Tanpa Izin Edar Yang Dijual Secara Online? *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum*, 7(5), 1. <https://doi.org/10.24843/km.2019.v07.i05.p03>

<sup>9</sup> Tampubolon, W. S. (2016). Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Advokasi*, 04(01), 53–61. <https://doi.org/10.1111/socf.12355>

<sup>10</sup> Rani, A., & Wirasila, A. A. N. (2015). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Persaingan Curang. *Journal Ilmu Hukum*, 4(1), 3.

tegas menetapkan berbagai ketentuan teknis yang harus dipenuhi oleh setiap produsen dalam menyusun klaim produk kosmetikanya. Tujuan utama dari peraturan ini adalah untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada masyarakat tidak bersifat menyesatkan, berlebihan, ataupun tidak sesuai dengan bukti ilmiah yang ada. Dengan demikian, peraturan ini berfungsi sebagai instrumen hukum untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen dari klaim-klaim kosmetik yang bersifat manipulatif atau tidak objektif. Peraturan tersebut menegaskan bahwa setiap bentuk klaim yang diajukan oleh produsen harus memiliki dukungan bukti teknis yang memadai. Klaim tersebut wajib mencerminkan komposisi bahan yang sebenarnya terkandung dalam produk, hasil pengujian laboratorium, serta manfaat yang dijanjikan harus sejalan dengan data ilmiah yang valid. Dengan kata lain, perusahaan tidak diperkenankan membuat klaim yang melebihi bukti yang dapat dibuktikan secara empiris. Prinsip ini diharapkan mampu menjaga kredibilitas produk sekaligus meningkatkan kepercayaan publik terhadap industri kosmetika nasional.

Selain Peraturan BPOM 3/2022, terdapat pula beberapa regulasi lain yang memiliki keterkaitan erat dalam pengawasan klaim dan promosi kosmetika. Kemudian, Peraturan BPOM 32/2021 turut mengatur tata cara penyebaran informasi produk, termasuk dalam konteks iklan di media sosial. Pemerintah juga memperbarui kebijakan tersebut melalui Peraturan BPOM 18/2024 yang memperkuat aspek transparansi dan tanggung jawab pelaku usaha dalam menyampaikan klaim produk secara etis dan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku<sup>11</sup>.

Kasus AmiraDem Glowing Night Cream Series merupakan contoh penerapan regulasi dan ketentuan hukum dalam industri kosmetika di Indonesia, sekaligus menunjukkan berbagai tantangan yang muncul dalam pelaksanaannya di lapangan. Masalah ini bahkan sempat menjadi berita di media nasional ketika BPOM mencabut izin edar produk ini. Hal ini karena BPOM menemukan adanya pelanggaran administratif dan ketidaksesuaian klaim manfaat produk dengan hasil uji komposisi dalam dokumen perizinan. Produk ini ada dalam daftar produk yang izin edarnya dicabut dengan nomor notifikasi NA18210101701. Pencabutan izin edar oleh BPOM tersebut mencerminkan pelaksanaan norma-norma yang diatur dalam Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 mengenai kewajiban kesesuaian klaim dan komposisi produk. Ketentuan ini secara jelas menyebutkan bahwa klaim kosmetika harus didukung bukti serta komposisi produk dan tidak menyesatkan konsumen.

Pihak produsen AmiraDem/Doktif menyatakan bahwa izin edar yang dicabut tidak terjadi karena pelanggaran substansi klaim berlebihan, tapi semata-mata untuk alasan administratif. Dalam pengumuman resmi BPOM pada siaran pers Nomor HM.01.1.2.08.25.140 Tanggal 7 Agustus 2025, mereka menyatakan bahwa nomor izin edar yang digunakan sudah tidak berlaku dan harus diperbarui sesuai dengan regulasi baru yang berlaku. BPOM juga menyatakan bahwa sejumlah produk dengan izin edar dan klaim premium beredar tanpa dasar yang valid. Kondisi ini menunjukkan adanya celah regulasi yang berkaitan dengan aspek administratif, sehingga berpotensi dimanfaatkan oleh produsen. Meskipun BPOM memiliki landasan hukum yang kuat dalam melakukan pengawasan, secara substantif lembaga ini belum mampu memberikan pembuktian teknis yang memadai terkait klaim kosmetik di pasaran. Situasi tersebut diperburuk oleh pelaku usaha yang kerap beralasan bahwa secara administratif tidak terdapat pelanggaran, meskipun substansi produknya menimbulkan pertanyaan.

Kasus AmiraDem dapat dijadikan contoh untuk menilai efektivitas regulasi terkait perlindungan konsumen serta bagaimana penegakan hukum dijalankan. Relevansi kasus ini berhubungan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, khususnya Pasal 4 huruf c, yang menegaskan bahwa setiap konsumen berhak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan suatu barang maupun jasa. Dengan demikian, kasus AmiraDem menunjukkan bahwa informasi yang tidak akurat atau

---

<sup>11</sup> Winardi, D. O., & Ramadhania, Z. M. (2023). Penerapan Regulasi BPOM dalam Iklan Kosmetik: Upaya Perlindungan Konsumen dari Klaim Tidak Tepat di Jawa Barat. *Farmaka*, 23(1), 8.

menyesatkan pada produk skincare bukan hanya persoalan etis pemasaran, melainkan juga dapat menjadi pelanggaran terhadap hak konsumen sebagaimana dijamin dalam undang-undang tersebut.

Klaim atas produk skincare harus dijabarkan dengan tepat dan tidak menyesatkan. Bila suatu produk mengklaim suatu manfaat yang tidak sesuai dengan bukti ilmiah atau komposisi bahan yang digunakannya, pelaku usaha tersebut sudah melakukan pelanggaran hukum. Jika memproduksi, mengiklankan, atau menjual suatu barang tidak sesuai dengan keterangan, iklan, atau label yang dijanjikan, maka pelaku usaha juga melakukan pelanggaran hukum, sesuai dengan Pasal 9 ayat (1) huruf k Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Dengan demikian, jika produk seperti AmiraDem Glowing Night Cream terbukti mengklaim komposisi yang berlebihan dan tidak sesuai dengan komposisi yang ada, maka perbuatan tersebut dapat dianggap sebagai pelanggaran hukum, lebih spesifik, pelanggaran hukum yang mengabaikan prinsip dasar perlindungan konsumen seperti yang tertera dalam UU Perlindungan Konsumen.

BPOM sudah memiliki dasar hukum yang kuat yaitu dalam Peraturan BPOM 3/2022 dan Peraturan BPOM 32/2021 untuk melakukan tindakan administratif, dalam hal ini, pencabutan izin edar. Kasus AmiraDem menunjukkan bahwa dalam praktiknya, pencabutan izin edar tidak menjadikan pelaku usaha jera. Hal ini menunjukkan bahwa pencabutan izin edar dianggap sebagai sanksi administratif dan tidak menimbulkan deterrent effect. Produsen yang dicabut izinnya masih dapat mengajukan permohonan izin baru dan kembali memasarkan produknya dengan nama yang sama atau formula yang sedikit dimodifikasi. Kondisi ini menyebabkan efektivitas sanksi menjadi terbatas, karena pelaku usaha tidak benar-benar merasakan konsekuensi ekonomi maupun reputasional yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa aspek penegakan hukum belum sepenuhnya memenuhi prinsip keadilan preventif dan represif, di mana regulasi seharusnya tidak hanya mengatur tetapi juga mencegah secara efektif terjadinya pelanggaran berulang.

Meskipun BPOM memiliki otoritas untuk menilai kesesuaian klaim dengan bukti ilmiah, proses pembuktiannya memerlukan kajian laboratorium, audit dokumen teknis, serta analisis ilmiah yang mendalam. Sering kali, pelaku usaha berargumen bahwa klaim yang mereka sampaikan bersifat “marketing language” atau “pernyataan non-ilmiah” yang hanya bertujuan promosi. Argumen ini menciptakan ruang interpretasi yang dapat dimanfaatkan untuk menghindari sanksi yang lebih berat. Jika ditinjau dari UU Perlindungan Konsumen, pembuktian ini penting karena Pasal 19 ayat (1) mengatur bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi apabila barang atau jasa yang diterima konsumen tidak sesuai dengan perjanjian atau keterangan yang tercantum dalam label dan iklan. Artinya, apabila overclaim terbukti menyebabkan kerugian baik secara fisik maupun ekonomi, pelaku usaha dapat dimintakan pertanggungjawaban hukum. Namun, lemahnya pengawasan dan lambatnya proses tindak lanjut menyebabkan mekanisme perlindungan konsumen di tingkat praktik belum optimal.

Selain aspek hukum formal, peran media dan masyarakat juga memiliki kontribusi penting dalam mengungkap dan menekan praktik overclaim. Kasus AmiraDem menjadi ramai diperbincangkan setelah berbagai media digital melaporkan pencabutan izin edar oleh BPOM, sehingga publik mengetahui adanya potensi pelanggaran. Hal ini menunjukkan bahwa pengawasan sosial melalui media memiliki dampak besar dalam memperkuat transparansi dan akuntabilitas pelaku usaha. Namun, jika dibandingkan dengan sistem perlindungan konsumen di negara maju, Indonesia masih kekurangan sistem pelaporan publik yang mudah diakses. Konsumen sering kali tidak menyadari bahwa mereka sebenarnya dapat memeriksa status legalitas dan izin edar suatu produk melalui situs resmi BPOM, padahal Pasal 7 huruf b UU Perlindungan Konsumen menegaskan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai produk yang diperdagangkan.

Kasus AmiraDem memperlihatkan bahwa efektivitas regulasi dan penegakan hukum dalam menanggulangi praktik overclaim pada produk skincare di Indonesia masih menghadapi berbagai rintangan dari berbagai aspek, baik struktural, administratif, maupun kultural. Regulasi yang ada memang cukup dianggap secara normatif, namun masih lemah dalam hal implementasi dan daya paksa hukum. Perlu adanya peningkatan koordinasi antara BPOM, Kementerian Perdagangan, dan aparat penegak hukum untuk memperkuat mekanisme penindakan sekaligus meningkatkan literasi konsumen agar lebih kritis terhadap klaim yang disampaikan dalam iklan kosmetika. Dalam kerangka hukum perlindungan konsumen, peran negara tidak hanya sebatas menegakkan aturan, tetapi juga memastikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan hak-hak dasar konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, aman, dan tidak menyesatkan.

Berdasarkan regulasi yang berlaku serta penerapannya dalam kasus AmiraDem Glowing Night Cream Series, dapat disimpulkan bahwa sistem hukum di Indonesia terkait pengawasan klaim kosmetika sudah cukup komprehensif secara normatif. Aturan seperti UU Perlindungan Konsumen dan Peraturan BPOM 3/2022 dengan jelas mengatur bahwa setiap klaim produk harus berbasis bukti ilmiah, sesuai dengan komposisi sebenarnya, serta tidak menyesatkan konsumen. Dalam praktiknya, BPOM telah memiliki instrumen hukum yang memadai untuk menegakkan aturan tersebut, seperti pencabutan izin edar, larangan promosi, dan pengawasan iklan digital, sebagaimana terlihat pada kasus AmiraDem yang izin edarnya dicabut karena pelanggaran klaim.

Namun demikian, efektivitas regulasi tersebut masih dibatasi oleh beberapa kendala, seperti lambatnya proses administratif, lemahnya transparansi hasil pengawasan, serta keterbatasan sumber daya dalam mengawasi produk yang dipromosikan secara daring. Hal ini membuat pelaku usaha masih memiliki ruang untuk berkelit dari tanggung jawab hukum dengan alasan administratif. Agar pengawasan lebih efektif, BPOM perlu memperjelas standar bukti klaim, memperkuat pengawasan di media digital, meningkatkan keterbukaan informasi publik, serta menerapkan sanksi yang lebih tegas dan beragam. Selain itu, edukasi kepada konsumen tentang pentingnya membaca label dan memahami klaim produk juga perlu ditingkatkan, sehingga konsumen tidak mudah tertipu oleh promosi yang berlebihan.

Faktor yang Mempengaruhi Lemahnya Pengawasan BPOM terhadap Overclaim Produk Skincare di Indonesia Dalam praktik pengawasan terhadap produk kosmetika termasuk produk skincare yang dilakukan oleh BPOM, masih terdapat berbagai hambatan yang membuat efektivitas pengawasan belum berjalan optimal. Hambatan tersebut berasal dari faktor internal dalam lembaga maupun faktor eksternal yang berkaitan dengan dinamika industri kosmetik dan perilaku konsumen. Meskipun regulasi nasional mengenai klaim dan keamanan kosmetika sudah cukup lengkap, penerapannya di lapangan masih menghadapi kendala yang cukup serius. Hal ini mengakibatkan sejumlah produk, termasuk skincare yang tidak memenuhi standar, masih beredar di pasaran dan sulit dideteksi oleh sistem pengawasan secara cepat.

Faktor pertama yang sangat berpengaruh ialah keterbatasan SDM serta anggaran operasional. Jumlah produk yang diawasi sangat banyak, sedangkan jumlah pegawai pengawas masih sangat terbatas. Keterbatasan ini diperparah dengan beban kerja yang tinggi dan minimnya dukungan anggaran untuk melaksanakan inspeksi rutin, pengambilan sampel, serta uji laboratorium terhadap produk yang beredar. Di Kota Padang misalnya menemukan bahwa kekurangan tenaga pengawas dan tingginya beban administrasi membuat pelaksanaan pengawasan terhadap kosmetik ilegal tidak bisa dilakukan secara menyeluruh. Akibatnya, banyak produk yang melanggar aturan masih beredar di masyarakat tanpa terpantau secara langsung.

Kendala lainnya juga terjadi pada pengawasan aktivitas digital melalui patroli siber (cyber patrol). Program ini seharusnya digunakan untuk memantau iklan dan promosi kosmetik di media daring, namun dalam praktiknya masih terbatas dari segi kemampuan teknis dan

jangkauan pemantauan. Pengawasan terhadap iklan digital masih bersifat manual dan belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi deteksi otomatis. Akibatnya, banyak iklan kosmetika yang menyesatkan atau berlebihan tidak segera teridentifikasi. Pola pengawasan semacam ini menunjukkan bahwa sistem pengawasan BPOM masih bersifat reaktif karena baru bertindak setelah adanya laporan dari masyarakat, bukan secara proaktif mencegah pelanggaran sebelum terjadi.

Faktor kedua adalah tingginya biaya pemeriksaan teknis dan verifikasi klaim ilmiah. Bagi pelaku usaha kosmetika berskala kecil dan menengah, biaya pengujian laboratorium untuk membuktikan efektivitas dan keamanan produk sering kali dianggap terlalu berat. Proses verifikasi ini memerlukan fasilitas laboratorium yang lengkap dan tenaga ahli yang kompeten, sementara jumlah laboratorium terakreditasi di Indonesia masih terbatas. Banyak pelaku usaha kecil akhirnya memilih untuk menghindari uji ilmiah secara menyeluruh karena biaya yang besar dan proses yang panjang. Akibatnya, muncul produk dengan klaim berlebihan yang tidak didukung oleh bukti ilmiah yang memadai. Penelitian tentang praktik periklanan kosmetik di Indonesia bahkan menunjukkan bahwa banyak produsen menggunakan pernyataan promosi yang bersifat hiperbolis atau marketing statement tanpa melalui proses verifikasi independen. Mereka menganggap proses validasi ilmiah penuh sebagai beban biaya yang tidak sebanding dengan keuntungan yang akan diperoleh. Faktor ketiga berkaitan dengan penyimpangan birokrasi dan interpretasi administratif. Dalam beberapa kasus, produsen atau distributor produk memanfaatkan status administratif seperti izin edar lama atau masa transisi perizinan untuk tetap menjual produk mereka meskipun standar teknis terbaru sudah diberlakukan. Hal ini menciptakan celah hukum yang membuat produk tidak sesuai regulasi masih dapat beredar. Contoh yang cukup jelas dapat dilihat pada kasus AmiraDem Glowing Night Cream, di mana produsen menyatakan bahwa pencabutan izin edar bukan karena pelanggaran klaim, tetapi hanya disebabkan oleh penyesuaian administratif. Hal seperti ini menunjukkan bahwa pelaksanaan regulasi masih memberikan ruang interpretasi yang dapat disalahgunakan. Selain itu, koordinasi antara BPOM pusat, BPOM daerah, dan lembaga penegak hukum lainnya juga belum sepenuhnya berjalan efektif. Akibatnya, tindak lanjut administratif terhadap pelanggaran sering kali tidak tuntas atau terlambat dilakukan.

Faktor keempat adalah kurangnya literasi konsumen, minimnya publikasi informasi, serta pengaruh besar dari pasar daring. Dalam era digital, penjualan produk kosmetika sebagian besar berlangsung di platform e-commerce dan media sosial. Pengawasan terhadap produk di ruang digital sangat sulit karena sifat peredarannya yang cepat dan meluas. BPOM cenderung lebih sering bertindak setelah menerima laporan pelanggaran dari masyarakat daripada melakukan pemantauan rutin secara proaktif. Kondisi ini menyebabkan produk berisiko tetap beredar dalam waktu yang lama sebelum akhirnya ditindak.

Selain itu, masih banyak konsumen yang tidak mengetahui cara memeriksa legalitas produk melalui situs resmi BPOM atau aplikasi "Cek BPOM". Ketidaktahuan ini mengurangi potensi pelaporan masyarakat terhadap produk yang mencurigakan. Kurangnya transparansi publik mengenai status izin edar produk maupun catatan pelanggaran ini juga membatasi kemampuan masyarakat dalam melakukan kontrol sosial. Padahal, keterlibatan publik merupakan elemen penting dalam memperkuat pengawasan, terutama dalam konteks perlindungan konsumen.

Dengan mempertimbangkan keseluruhan faktor tersebut, lemahnya pengawasan BPOM terhadap produk skincare tidak dapat dipisahkan dari keterkaitan antara beban biaya teknis yang tinggi, keterbatasan kapasitas institusional, dan adanya peluang manuver administratif dari pelaku usaha. Oleh karena itu, pengawasan yang lebih efektif memerlukan reformasi struktural yang bersifat menyeluruh. Beberapa langkah yang dapat dilakukan antara lain memperkuat kapasitas laboratorium pengujian dan kompetensi tenaga pengawas, memperjelas regulasi agar tidak menimbulkan multitafsir administratif, meningkatkan keterbukaan

informasi kepada masyarakat, serta mengembangkan sistem pengawasan digital yang lebih canggih.

Meskipun kerangka regulasi mengenai kosmetika di Indonesia telah cukup lengkap, implementasinya masih menghadapi banyak hambatan. Keterbatasan sumber daya, kendala birokrasi, serta tekanan bisnis dan pasar daring menjadi faktor yang saling berhubungan dan mempengaruhi efektivitas pengawasan. Tanpa adanya pembenahan kelembagaan dan kebijakan yang berorientasi pada pencegahan, upaya perlindungan konsumen dari produk kosmetika yang menyesatkan akan sulit untuk dicapai secara maksimal.

## KESIMPULAN

Secara hukum, aturan terkait pengawasan dan penegakan hukum terhadap praktik overclaim pada produk skincare di Indonesia sebenarnya sudah cukup kuat. Dasarnya bisa dilihat dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta dua regulasi BPOM, yaitu Peraturan Nomor 3 Tahun 2022 dan Nomor 32 Tahun 2021, yang secara rinci mengatur soal klaim dan pengawasan iklan kosmetika. Namun, di lapangan, penerapannya belum berjalan maksimal. Masih ada celah administratif, sanksi yang kurang tegas, dan pengawasan yang belum sepenuhnya transparan. Kasus AmiraDem Glowing Night Cream Series menjadi contoh nyata bahwa meskipun aturan sudah jelas, pelaksanaannya masih menghadapi banyak kendala. Efektivitas regulasi bukan hanya bergantung pada aturan yang baik, tetapi juga pada ketegasan dan konsistensi lembaga dalam menegakkannya agar perlindungan konsumen bisa benar-benar dirasakan.

Pengawasan BPOM terhadap praktik overclaim di industri skincare masih lemah karena banyak faktor yang saling berkaitan. Dari sisi internal, keterbatasan jumlah tenaga pengawas, anggaran yang minim, serta fasilitas laboratorium yang belum memadai menjadi hambatan utama. Belum lagi masalah koordinasi antarinstansi yang belum berjalan efektif. Di sisi lain, faktor eksternal seperti rendahnya kesadaran konsumen, lemahnya partisipasi publik, dan pesatnya perkembangan pemasaran digital juga membuat pengawasan semakin rumit. Banyak pelaku usaha memanfaatkan celah administratif dan tingginya biaya uji klaim ilmiah untuk menghindari tanggung jawab hukum. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun aturan sudah ada, efektivitas pengawasan di lapangan tetap sangat bergantung pada kapasitas lembaga, dukungan teknologi, serta kesadaran hukum semua pihak, baik pemerintah, pelaku usaha, maupun masyarakat.

## REFERENSI

- Badan Pusat Statistik (BPS). (2024). *Statistik industri manufaktur besar dan sedang 2023*. Jakarta: BPS.
- Detik.com. (2025, Februari 4). *Daftar 21 skincare yang dicabut izin edarnya oleh BPOM, apa sebabnya?*
- Euromonitor International. (2023). *Beauty and personal care in Indonesia report*. London: Euromonitor.
- Hariato, D. (2010). *Perlindungan hukum bagi konsumen terhadap iklan yang menyesatkan*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Jimly Asshiddiqie. (2012). *Gagasan negara hukum Indonesia*. Jakarta: BPHN.
- Marchella, S., Qanitah, N., Zahrani, N. M., & Handayani, S. (2025). Aspek legalitas dan viralitas dalam peredaran kosmetik tanpa izin BPOM di Indonesia. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 2(4), 181–192. <https://journal.hasbaedukasi.co.id/index.php/jurmie>
- Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 tentang Notifikasi Kosmetika.
- Peraturan BPOM Nomor 18 Tahun 2024 tentang Penandaan, Promosi, dan Iklan Kosmetika.
- Peraturan BPOM Nomor 21 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika.

- Pratiwi, N. K. D. S., & Nurmawati, M. (2019). Perlindungan hukum bagi konsumen terhadap produk kosmetik impor tanpa izin edar yang dijual secara online. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 7(5), 1–10. <https://doi.org/10.24843/km.2019.v07.i05.p03>
- Rais, M. T. R. (2022). Negara hukum Indonesia: Gagasan dan penerapannya. *Jurnal Hukum Unsulbar*, 5(2), 11–31. <https://doi.org/10.31605/j-law.v5i2.1854>
- Rani, A., & Wirasila, A. A. N. (2015). Perlindungan hukum terhadap konsumen akibat persaingan curang. *Journal Ilmu Hukum*, 4(1), 3–12.
- Suhendri, I., Koeswara, H., & Putera, R. E. (2024). Implementasi pengawasan peredaran kosmetika ilegal oleh Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan di Kota Padang. *Menara Ilmu: Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*, 18(2), 101–112.
- Tampubolon, W. S. (2016). Upaya perlindungan hukum bagi konsumen ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Advokasi*, 4(1), 53–61. <https://doi.org/10.1111/socf.12355>
- Tempo.co. (2025, Februari 2). *Apa itu overclaim yang kerap disebut-sebut dalam kasus skincare?*
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42).
- Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 144).
- Winardi, D. O., & Ramadhania, Z. M. (2023). Penerapan regulasi BPOM dalam iklan kosmetik: Upaya perlindungan konsumen dari klaim tidak tepat di Jawa Barat. *Farmaka*, 23(1), 8–15.