

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan industri kosmetik di Indonesia mendorong pelaku usaha untuk melakukan berbagai strategi pemasaran melalui klaim dan promosi produk, tetapi dalam praktiknya masih ditemukan penggunaan klaim dan promosi yang melanggar ketentuan perizinan dan norma kesusilaan sehingga berpotensi merugikan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaturan hukum mengenai klaim dan promosi kosmetik di Indonesia serta menganalisis pelaksanaan perlindungan hukum bagi konsumen terhadap pelanggaran tersebut. Metode yang digunakan adalah penelitian hukum non-doktrinal dengan spesifikasi deskriptif-analitis. Data penelitian diperoleh dari data primer melalui wawancara dengan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) serta konsumen dan data sekunder berupa peraturan perundang-undangan, literatur, dan dokumen hukum yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaturan klaim dan promosi kosmetik telah diatur melalui berbagai peraturan, antara lain Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Kesehatan, serta peraturan teknis BPOM. Namun, dalam implementasinya masih terdapat pelanggaran oleh pelaku usaha akibat kurangnya kepatuhan dan keterbatasan efektivitas pengawasan. Perlindungan hukum bagi konsumen dilaksanakan melalui upaya preventif dan represif oleh BPOM, termasuk pengawasan, edukasi, penarikan produk, serta pemberian sanksi dan pertanggungjawaban hukum kepada pelaku usaha yang melanggar.

Kata Kunci : Perlindungan Konsumen, Klaim Kosmetik, Promosi Kosmetik, Produk Kosmetik, BPOM, dan Norma Kesusilaan