

ABSTRAK

Perkembangan industri kosmetik di Indonesia meningkatnya persaingan antar pelaku usaha dalam memasarkan produknya melalui berbagai klaim mengenai kandungan maupun kosmetik. Praktik tersebut berpotensi menimbulkan permasalahan hukum apabila informasi yang disampaikan tidak didukung oleh bukti ilmiah yang memadai sehingga dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesesuaian antara klaim produk SS SKIN *Sunscreen Acne Bright* dengan kondisi aktual produk berdasarkan hasil pengujian laboratorium serta menganalisis bentuk perlindungan hukum dan pertanggungjawaban pelaku usaha berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan peraturan perundang-undangan terkait. Penelitian ini menggunakan metode yuridis empiris dengan spesifikasi penelitian deskriptif analitis. Data diperoleh melalui studi kepustakaan, wawancara dengan Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K), penyebaran kuesioner kepada konsumen, serta pengujian laboratorium terhadap produk SS SKIN *Sunscreen Acne Bright*. Penentuan responden dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan berdasarkan karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan keputusan pembelian dipengaruhi oleh klaim manfaat yang disampaikan dalam promosi produk. Pengujian laboratorium menunjukkan adanya kesesuaian pada parameter kandungan niasinamida, sedangkan pada parameter *Salicylic Acid* kandungan tersebut tidak terdeteksi pada batas deteksi metode yang digunakan (*Limit of Detection/LoD*), serta diperoleh nilai Sun Protection Factor (SPF) yang berbeda dengan informasi yang dicantumkan dalam materi promosi. Temuan tersebut merupakan bukti ilmiah (*scientific evidence*) yang selanjutnya dianalisis bersama hasil kuesioner, wawancara BPOM, dan wawancara LP2K. berdasarkan keseluruhan hasil penelitian dan analisis hukum, ditemukan adanya indikasi ketidaksesuaian antara Sebagian informasi yang disampaikan dalam promosi dengan kondisi aktual produk sehingga berpotensi bertentangan dengan ketentuan mengenai penyampaian informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta Peraturan BPOM mengenai penandaan, promosi, dan iklan kosmetik. Atas pelanggaran yang terbukti memenuhi unsur menurut peraturan perundang-undangan, pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawaban administratif, perdata, maupun pidana sesuai dengan mekanisme hukum yang berlaku.

Kata Kunci: *overclaim*, UUPK, SS SKIN, hukum