ANALISIS PERTANGGUNGJAWABAN HUKUM TERHADAP PENGEDARAN PRODUK *SKINCARE* YANG TERBUKTI *OVERCLAIM*

Rafyanka Ivana Putri Ngabito[1]
Universitas Negeri Gorontalo
rafyankaivana@gmail.com

Abstract

This research is motivated by overclaiming which has recently been frequently encountered in the Indonesian skincare market. This overclaim action is carried out by producers and business actors in order to increase sales which can harm consumers materially and immaterially so that there is a need for legal accountability for the parties involved. This research uses a normative type of research. The results of this research show that the distribution of skincare products has several terms and conditions that must be fulfilled by the parties related to the skincare products that will be distributed. Overclaiming actions carried out by producers, business actors and influencers can be held legally accountable in the form of administrative sanctions or criminal sanctions. The overclaim action is directly related to several statutory regulations such as the Health Law, Consumer Protection Law, ITE Law, BPOM Regulations, even the Criminal Code.

Keywords: *skincare; health law; consumer protection.*

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tindakan *overclaim* yang akhir-akhir ini sering ditemui dalam pasar *skincare* Indonesia. Tindakan *overclaim* ini dilakukan oleh produsen dan pelaku usaha guna meningkatkan penjualan yang mana dapat merugikan konsumen secara materil maupun inmateril sehingga perlu adanya pertanggungjawaban hukum atas pihak-pihak terkait. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian normatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pengedaran produk *skincare* memiliki beberapa syarat dan ketentuan yang harus dipenuhi oleh para pihak terkait produk *skincare* yang akan diedarkan. Tindakan *overclaim* yang dilakukan oleh produsen, pelaku usaha, maupun *influencer* dapat diminta pertanggungjawaban hukum baik itu berupa sanksi administratif maupun sanksi pidana. Tindakan *overclaim* berkenaan langsung dengan beberapa peraturan perundang-undangan seperti Undang-Undang Kesehatan, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang ITE, Peraturan BPOM, bahkan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana.

Kata Kunci: *skincare*; hukum kesehatan; perlindungan konsumen.

A. Introduction

Skincare dapat diartikan secara umum sebagai serangkaian kegiatan menggunakan produk tertentu (dalam hal ini kosmetika) yang bertujuan untuk merawat kulit bagian luar tubuh.[1] Menurut *Oxford dictionary*, *skincare* adalah penggunaan krim dan produk khusus untuk merawat kulit. Seiring dengan berkembangnya waktu, *skincare* secara luas dapat dipahami sebagai kegiatan merawat kulit dengan tujuan untuk menjaga kesehatan kulit, menambah kesan penampilan, serta bentuk proteksi terhadap kondisi dan permasalahan kulit. Dengan demikian, di era sekarang ini banyak orang yang menjadikan perawatan kulit (*skincare*) sebagai rutinitas sehari-hari.

Berbicara mengenai *skincare* tentunya bersinggungan dengan istilah 'kosmetika' di Indonesia. "Kosmetika adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar) atau gigi dan membran mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan, dan atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik."[2] Dalam kegiatan merawat kulit tentunya menggunakan produk-produk tertentu yakni bagian dari kosmetika yang dikhususkan pemakaiannya pada kulit (produk *skincare*). Produk *skincare* sendiri diantaranya yakni pembersih wajah (*cleanser*), toner, pelembap, tabir surya (*sunscreen*), *eyecream*, *antiaging*, perawatan jerawat, *whitening*, perawatan flek, dan masker.[3]

Skincare menjadi hal yang tidak ditinggalkan di masyarakat. Berdasarkan data, penjualan produk *skincare* di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Contohnya pada Maret 2024, penjualan produk *skincare* di platform *e-commerce* meningkat 25% dari tahun sebelumnya yang mana total penjualan mencapai 740,68 Miliar Rupiah dengan jumlah 15,5 juta unit terjual untuk produk perawatan wajah dan 249,84 Miliar Rupiah dengan jumlah 8 juta unit terjual untuk produk perawatan tubuh.[4] Dalam bentuk pasar penjualan produk *skincare* yang sebesar ini, perlu menjadi himbauan untuk masyarakat (konsumen) untuk memerhatikan dampak negatif dari pesatnya perkembangan pasar produk *skincare* di Indonesia.

Salah satu istilah yang berkembang di dunia *skincare* adalah isitlah '*overclaim'*. Istilah '*overclaim'* baru-baru ini menjadi permasalahan besar dalam dunia *skincare* Indonesia.. *Overclaim* pada produk *skincare* dapat diartikan sebagai produk yang dipasarkan memiliki kandungan atau manfaat yang tidak sesuai dengan klaimnya. Permasalahan terkait *overclaim* produk *skincare* ini sudah berawal sejak tahun 2023 yang mana beberapa produk tabir surya yang memiliki SPF palsu dan tidak sesuai dengan klaim. Kemudian seiring dengan perkembangannya, *overclaim* produk *skincare* juga terjadi pada produk lainnya yang memiliki kadar kandungan yang tidak sesuai dengan klaim. Seorang Dermatologis, Dokter Dian Pratiwi memberikan contoh kasus terkait *overclaim* yang mana sebuah produk *skincare* mengklaim mengandung 5% *niacinamide* yang mana dapat memberikan manfaat untuk memudarkan hiperpigmentasi dan memperbaiki tekstur kulit tetapi setelah dilakukan pengujian terbukti bahwa persentase kandungannya lebih rendah, maka akan menyebabkan produk *skincare* tersebut tidak efektif pada kulit.[5]

Tindakan *overclaim* produk *skincare* ini menjadi suatu strategi pemasaran dalam pasar penjualan produk *skincare*. Misalnya dalam suatu

[1] Irwanto dan Laurensia Retno Hariatiningsih, "Penggunaan Skincare Dan Penerapan konsep Beauty 4.0 Pada Media Sosial (Studi Netnografi Wanita Pengguna Instagram)," *Jurnal Komunikasi* 11, no. 2 (September 2020): 121.

[2] Pasal 1 butir 1 Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1175/MENKES/PERNIII/2010 tentang Izin Produksi Kosmetika.

[3] Sienny Agustin, "Skincare, Kenali Jenis dan Fungsinya" (Alodokter, 18 Desember 2023), https://www.alodokter.com/skincare-kenali-jenis-dan-fungsinya.

[4] mae, "Wow! Warga RI Habiskan Rp 2 Triliun Buat Beli Skin Care & Make Up" (CNBC Indonesia, 12 April 2024), https://www.cnbcindonesia.com/research/20240412142617-128-529966/wow-warga-ri-habiskan-rp-2-triliun-buat-beli-skin-care-make-up.

[5] Magdalena Dian, "Ask The Expert: Bagaimana Sebaiknya Menyikapi Kasus Skincare Overclaim yang Tengah Viral?" (Beauty Journal, 19 September 2024), https://www.beautyjournal.id/article/ask-the-expert-skincare-overclaim.

iklan disebutkan bahwa produk *skincare* tersebut memiliki kandungan dan memiliki manfaat yang terlalu berlebihan untuk sebuah produk kosmetika, ataupun persentase bahan aktif yang ternyata tidak sesuai dengan klaim pada iklan atau kemasan. Tindakan *overclaim* ini tentunya dapat membuat konsumen memiliki ketertarikan untuk membeli dan menggunakan produk *skincare* tersebut. Sehingga, perlu menjadi himbauan bahwa terdapat dampak negatif dalam menggunakan produk *skincare* yang *overclaim* diantaranya seperti produk tidak efektif dan merugikan konsumen secara materil, iritasi pada kulit, perubahan pada tekstur kulit, kerusakan jangka panjang, hingga gangguan hormonal.[6]

Melihat permasalahan *overclaim* produk *skincare* yang semakin marak terjadi, maka sebagai konsumen perlu memerhatikan produk *skincare* yang akan digunakan agar tidak menjadi korban dari penggunaan produk *skincare* yang efektivitas dan manfaatnya lemah. Begitu pun dengan produsen produk *skincare* hendak memerhatikan kualitas produksi dan model pemasaran dari produk *skincare* yang diedarkan. Terkait produksi produk *skincare* di Indonesia tentunya memiliki prosedur, standar, dan regulasi yang mengatur kegiatan produksi sehingga penting untuk menghentikan tindakan *overclaim* karena dapat menimbulkan permasalahan hukum.

B. Research Methods

Pada penelitian ini berfokus pada pertanggungjawaban dalam perspektif hukum positif Indonesia. Dengan demikian, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode normatif dengan pendekatan konseptual dan pendekatan perundang-undangan. Data yang diperoleh adalah merupakan hasil penelusuran media internet dan studi dokumen kemudian akan dianalisis secara deskriptif kualitatif. Penelitian ini berfokus pada analisis terhadap peraturan perundang-undangan sehingga dapat memberikan sudut pandang berdasarkan hukum yang berlaku. Dengan demikian, hasil penelitian terkait fenomena pengedaran produk *skincare* yang terbukti *overclaim* akan dikaitkan dan dianalisis berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia.

C. Results and Discussion

Permasalahan produk *skincare overclaim* menjadi permasalahan besar dalam pasar *skincare* Indonesia. Tindakan *overclaim* produk *skincare* sudah menjadi salah satu opsi dalam pemasaran atau promosi produk *skincare*. Berikut ciri-ciri dari produk *skincare* yang *overclaim* antara lain:[7]

1. Kegiatan promosi yang berlebihan;
2. Izin edar produk yang tidak jelas;
3. Menimbulkan permasalahan pada kulit akibat pemakaian produk.

Dalam beberapa kasus *overclaim* produk *skincare*, beberapa produk *skincare* yang beredar memiliki perbedaan kandungan dengan produk yang diserahkan ke Badan Pengawasan Obat dan Makanan untuk memperoleh izin edar. Produk *skincare* yang terbukti *overclaim* oleh BPOM akan ditindaklanjuti dengan pemberian sanksi administratif berupa teguran atau panggilan ke BPOM. Begitu pun dengan *influencer-ingluencer* di media sosial yang hendak mempromosikan produk *skincre* namun dengan klaim yang berlebihan akan diberikan sanksi administratif dan diberikan edukasi oleh BPOM.[8]

Pemasaran produk *skincare* yang *overclaim* biasanya dilakukan dengan memberikan klaim manfaat yang berlebihan dan tidak realistis untuk sebuah produk kosmetika. Hal ini biasanya dilakukan oleh produsen produk *skincare* agar produk yang diproduksinya dapat beredar dengan luas di masyarakat. Dengan demikian, BPOM menegaskan apabila masyarakat menemukan suatu

[6] "Viral Produk Skincare Overclaim, Apa Dampaknya Jika Menggunakan Produk Overclaim?" (AyoBacaNews, 20 September 2924), https://ayobacanews.com/viral-produk-skincare-overclaim-apa-dampaknya-jika-menggunakan-produk-overclaim.

[7] "3 Ciri Skincare Overclaim, Jangan Tergiur Iklan Lebay" (CNN Indonesia, 19 2024), https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20241025080051-255-1159345/3-ciri-skincare-overclaim-jangan-tergiur-iklan-lebay.

[8] "BPOM Ancam Cabut Izin Edar Kosmetik Overclaim" (CNN Indonesia, 30 September 2024), https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20240930164047-92-1150023/bpom-ancam-cabut-izin-edar-kosmetik-overclaim.

produk *skincare* yang memiliki cara promosi yang berlebihan sebaiknya langsung dilaporkan ke pihak BPOM yang berwenang dalam menelusuri tindakan *overclaim* produk *skincre*.[9]

Selain dari cara promosi produk *skincare* yang berlebihan, produk *skincare* yang tidak memiliki izin edar yang jelas juga dapat dikategorikan sebagai tindakan *overclaim* bahkan disebut juga dengan tindakan ilegal. Produk *skincare* ilegal yang biasa ditemukan di pasaran biasanya menggunakan bahan-bahan yang berbahaya seperti *hidroquinon*, *tretinoin* atau asam *retinoat, klindamisin*, *resorsinol*, dan *fluocinolone*.[10] Dalam beberapa kasus juga ditemukan produk *skincare* yang menggunakan bahan berbahaya dan bahan dilarang yang tidak memiliki izin edar diberi label izin edar dan label komposisi kandungan yang tidak sesuai pada kemasan produk *skincare* tersebut, atau adapun produk *skincare* yang semula ternotifikasi BPOM dan memilik izin edar tetapi dalam tahap produksi menggunakan bahan berbahaya dan bahan dilarang.[11] Sehingga, secara tidak langsung dalam tindakan *overclaim* pada produk *skincare* juga dapat berkaitan dengan penjualan produk *skincare* ilegal.

Meskipun pihak BPOM sudah menegaskan dan menghimbau terkait penjualan produk *skincare* ilegal atau tanpa izin edar serta mengandung bahan berbahaya dan bahan dilarang, beberapa faktor yang menyebabkan penjualan produk *skincare* ilegal dan *overclaim* masih berlanjut diantaranya:[12]

1. Minimnya pengetahuan konsumen terkait pemilihan produk *skincare* yang benar serta adanya rasa ingin memperoleh hasil dengan cepat sehingga masih melanjutkan pemakaian produk skincare yang termasuk dalam kategori berbahaya;
2. Adanya penjual yang masih menjual produk *skincare* yang berbahaya padahal sudah sering diberi himbauan dan edukasi oleh pihak BPOM;
3. Adanya pihak-pihak yang menolak karena minimnya pengetahuan dan rasa takut apabila dilakukan pemeriksaan dan pengujian oleh pihak BPOM.

Dalam produksi produk skincare, tentunya BPOM sebagai lembaga yang berwenang memberikan standarisasi dan persyaratan terhadap produksi produk *skincare* di Indonesia. Baik kepada produsen maupun pelaku usaha terdapat standar bahan yang dilazimkan dalam produk *skincare* seperti penggunaan bahan yang memiliki batas kadar atau batas penggunaan, bahan pewarna, bahan pengawet, dan bahan tabir surya serta bahan yang tidak dilazimkan dalam penggunaan produk *skincare* yang diatur sesuai dengan peraturan.[13] Melalui peraturan ini juga dapat menjadi acuan bagi konsumen dalam memperoleh pengetahuan terkait bahan produk *skincare* yang tergolong sebagai bahan berbahaya dan bahan dilarang serta kadar dari bahan aktif yang boleh digunakan dalam sebuah produk *skincare*.

Untuk dapat mengedarkan produk *skincare* secara luas di Indonesia, produk *skincare* tersebu harus mendapat notifikasi dari BPOM.[14] Notifikasi kosmetika atau notifikasi BPOM merupakan persetujuan yang diberikan oleh Kepala Badan terhadap pemberitahuan dari pelaku usaha untuk mengedarkan kosmetika di wilayah Indonesia setelah pelaku usaha memenuhi persyaratan

[9] Averus Kautsar, "Gaduh Temuan Skincare Overclaim, BPOM RI Angkat Bicara" (detikHealth, 24 Oktober 2024), https://health.detik.com/wellness-beauty/d-7604087/gaduh-temuan-skincare-overclaim-bpom-ri-angkat-bicara.

[10] Pusat Data dan Informasi Obat dan Makanan, "SIARAN PERS: BPOM Tindak Pabrik Kosmetika Ilegal yang Diduga Mengandung Bahan Dilarang" (Badan POM, 16 Maret 2023), https://www.pom.go.id/siaran-pers/bpom-tindak-pabrik-kosmetika-ilegal-yang-diduga-mengandung-bahan-dilarang.

[11] Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat, "BPOM Temukan Lebih Dari 2 Juta Pieces Produk Mengandung Bahan Dilarang/Berbahaya" (Badan POM, 9 Desember 2023), https://www.pom.go.id/berita/bpom-temukan-lebih-dari-2-juta-pieces-produk-mengandung-bahan-dilarang-berbahaya.

[12] Amalia Hamidah dan Budi Mulianto, "Pengawasan Balai Besar Pengawas Obat Dan Makanan (BPOM) Tehadap Produk Kosmetik Tanpa Izin Edar Di Kota Pekanbaru," *Jurnal Mahasiswa Pemerintahan* 1, no. 1 (Januari 2024): 115.

[13] Pasal 4 dan 8 Peraturan Badan Pengawasan Obat dan Makanan Nomor 17 Tahun 2022 tentang Perubahan Atas Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 23 Tahun 2019 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika.

[14] Pasal 2 Peraturan Menteri Kesehatan No. 1176/MENKES/PER/VIII/2010 tentang Notifikasi Kosmetika.

pengajuan permohonan izin edar kosmetika.[15] Notifikasi ini diajukan oleh pemohon notifikasi yakni industri kosmetika, pelaku usaha atau badan usaha di bidang kosmetika, dan importir di bidang kosmetika.[16] Untuk memperoleh notifikasi ini, produk kosmetika yang dapat diajukan permohonan notifikasi adalah produk yang memenuhi kriteria keamanan, kemanfaatan, mutu, penandaan, dan klaim yang diatur berdasarkan peraturan perundang-undangan.[17] Dengan demikian, produk *skincare* yang diedarkan harus memiliki manfaat dan klaim yang sesuai atau dijanjikan pada produk *skincare* tersebut.

Adapun menurut Undang-Undang Kesehatan[18] yang memberikan penjelasan bahwa sediaan farmasi yang salah satunya berupa kosmetika hanya dapat diedarkan setelah mendapatkan izin edar, penandaan dan informasi harus memenuhi syarat objektivitas serta tidak menyesatkan. Apabila terdapat temuan kasus produk *skincare* yang sudah mendapat izin edar tetapi dikemudian hari produk *skincare* tersebut terbukti *overclaim* yakni tidak memenuhi persyaratan mutu, keamanan, dan kemanfaatan, maka pemerintah berwenang dalam mencabut izin edar, melakukan penarikan, melakukan penyitaan, bahkan melakukan pemusnahan.

Apabila melihat dari sisi konsumen sebagai pihak yang menggunakan produk *skincare*, tentunya konsumen memiliki perlindungan yang diatur menurut peraturan perundang-undangan yakni dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Undang-Undang ini memberikan hak konsumen termasuk dalam penggunaan produk *skincare* yakni:[19]

1. Hak untuk memperoleh kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan produk;
2. Hak atas informasi terhadap produk secara jelas, benar, dan jujur.

Sementara itu, terkait tindakan *overclaim* pada produk *skincare* menurut undang-undang ini dapat dikategorikan berdasarkan pasal 8 ayat (1) Undang-Undang ini, yakni:[20]

1. Menjual produk yang tidak memenuhi syarat atau tidak sesuai standar;
2. Menjual produk yang tidak sesuai dengan jaminan, keistimewaan, atau kemanfaatan seperti yang diinformasikan dalam label atau keterangan dari produk tersebut;
3. Menjual produk yang tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, atau penggunaan tertentu seperti yang diinformasikan pada label atau keterangan produk;
4. Menjual produk yang tidak sesuai dengan janji atau klaim yang diinformasikan dalam label, etiket, keterangan, iklan, maupun promosi penjualan produk.

Berdasarkan peraturan BPOM apabila produsen atau pelaku usaha melakukan tindakan *overclaim* dalam pengedaran produk skincare maka akan mendapat sanksi administratif dari BPOM sebagai lembaga yang berwenang. Terkait tindakan *overclaim* yang melanggar Undang-Undang Perlindungan Konsumen seperti penjelasan di atas juga dapat diminta pertanggungjawaban pidana yakni penjara maksimal 5 tahun dan denda paling banyak 2 Miliar Rupiah.[21] Adapun amanat dari Undang-Undang Kesehatan yang memberikan sanksi pidana yakni pidana penjara maksimal 10 tahun dan denda maksimal 1 Miliar bagi pelaku yang melakukan produksi maupun mengedarkan sediaan farmasi termasuk kosmetika yang tidak memenuhi standar dan persyaratan keamanan, khasiat atau kemanfaatan, dan mutu.[22]

Selain itu, tindakan *overclaim* pada produk *skincare* juga dapat diterapkan dengan sanksi pidana menurut Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP). Seperti tindakan penipuan dan tindakan persaingan curang yang mana produsen maupun menjual melakukan tindakan *overclaim*

[15] Pasal 1 butir 2 Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 21 Tahun 2022 tentang Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika.

[16] Pasal 6 ayat (2) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 21 Tahun 2022 tentang Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika.

[17] Pasal 2 Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 21 Tahun 2022 tentang Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika.

[18] Pasal 106 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan.

[19] Pasal 4 huruf a dan c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

[20] Pasal 8 ayat (1) huruf a, d, e, dan f Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

[21] Pasal 62 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

[22] Pasal 196 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan.

pada penjualan produk *skincare* guna mendapatkan keuntungan dapat dipidana penjara.[23] Pasal ini juga diterapkan ke pihak-pihak terkait yang juga melakukan tindakan *overclaim* pada produk skincare seperti *influencer* yang memasarkan atau mempromosikan produk *skincare* dengan menggunakan strategi *overclaim*, atau dapat dikategorikan dalam pelanggaran penyebaran informasi yang menyesatkan serta merugikan konsumen dalam transaksi elektronik yang dapat diberikan sanksi pidana maksimal 6 tahun penjara dan denda maksimal 1 Milyar rupiah.[24]

D. Conclusion

Berdasarkan hasil pengumpulan data dan analisis hukum yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan k dalam beberapa poin sebagai berikut:

1. Tindakan *overclaim* pada produk *skincare* merupakan sebuah strategi untuk memberikan klaim manfaat atau khasiat yang berlebihan pada produk *skincare*, baik itu melalui label kemasan produk maupun iklan dan promosi produk;
2. Tindakan *overclaim* pada produk *skincare* bertujuan untuk meningkatkan penjualan *skincare*;
3. Konsumen yang menjadi korban terhadap tindakan *overclaim* produk *skincare* dapat memperoleh perlindungan hukum yang diatur menurut peraturan perundang-undangan;
4. Pihak-pihak yang terkait yakni produsen, penjual, maupun *influencer* yang terbukti melakukan *overclaim* dapat diminta pertanggungjawaban hukum sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang meliputi Undang-Undang Kesehatan, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang ITE, peraturan BPOM, bahkan KUHP

[23] Pasal 378 dan 382 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana.

[24] Pasal 28 ayat (1) dan 45A ayat (1) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang infomrasi dan Transaksi Elektronik.

Bibliography

Peraturan Perundang-Undangan:

Kitab Undang-Undang Hukum Pidana

Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 21 Tahun 2022 tentang Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika.

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1175/MENKES/PERNIII/2010 tentang Izin Produksi Kosmetika.

Peraturan Menteri Kesehatan No. 1176/MENKES/PER/VIII/2010 tentang Notifikasi Kosmetika.

Undant-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan.

Jurnal:

Hamidah, Amalia, dan Budi Mulianto. "Pengawasan Balai Besar Pengawas Obat Dan Makanan (BPOM) Tehadap Produk Kosmetik Tanpa Izin Edar Di Kota Pekanbaru." *Jurnal Mahasiswa Pemerintahan* 1, no. 1 (Januari 2024): 109–16.

Irwanto, dan Laurensia Retno Hariatiningsih. "Penggunaan Skincare Dan Penerapan konsep Beauty 4.0 Pada Media Sosial (Studi Netnografi Wanita Pengguna Instagram)." *Jurnal Komunikasi* 11, no. 2 (September 2020): 119–28.

Internet:

"3 Ciri Skincare Overclaim, Jangan Tergiur Iklan Lebay." CNN Indonesia, 19 2024. https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20241025080051-255-1159345/3-ciri-skincare-overclaim-jangan-tergiur-iklan-lebay.

Agustin, Sienny. "Skincare, Kenali Jenis dan Fungsinya." Alodokter, 18 Desember 2023. https://www.alodokter.com/skincare-kenali-jenis-dan-fungsinya.

Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat. "BPOM Temukan Lebih Dari 2 Juta Pieces Produk Mengandung Bahan Dilarang/Berbahaya." Badan POM, 9 Desember 2023. https://www.pom.go.id/berita/bpom-temukan-lebih-dari-2-juta-pieces-produk-mengandung-bahan-dilarang-berbahaya.

"BPOM Ancam Cabut Izin Edar Kosmetik Overclaim." CNN Indonesia, 30 September 2024. https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20240930164047-92-1150023/bpom-ancam-cabut-izin-edar-kosmetik-overclaim.

Dian, Magdalena. "Ask The Expert: Bagaimana Sebaiknya Menyikapi Kasus Skincare Overclaim yang Tengah Viral?" Beauty Journal, 19 September 2024. https://www.beautyjournal.id/article/ask-the-expert-skincare-overclaim.

Kautsar, Averus. "Gaduh Temuan Skincare Overclaim, BPOM RI Angkat Bicara." detikHealth, 24 Oktober 2024. https://health.detik.com/wellness-beauty/d-7604087/gaduh-temuan-skincare-overclaim-bpom-ri-angkat-bicara.

mae. "Wow! Warga RI Habiskan Rp 2 Triliun Buat Beli Skin Care & Make Up." CNBC Indonesia, 12 April 2024. https://www.cnbcindonesia.com/research/20240412142617-128-529966/wow-warga-ri-habiskan-rp-2-triliun-buat-beli-skin-care-make-up.

"Pasal 4 dan 8 Peraturan Badan Pengawasan Obat dan Makanan Nomor 17 Tahun 2022 tentang Perubahan Atas Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 23 Tahun 2019 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika," t.t.

"Pasal 6 ayat (2) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 21 Tahun 2022 tentang Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika," t.t.

Pusat Data dan Informasi Obat dan Makanan. "SIARAN PERS: BPOM Tindak Pabrik Kosmetika Ilegal yang Diduga Mengandung Bahan Dilarang." Badan POM, 16 Maret 2023. https://www.pom.go.id/siaran-pers/bpom-tindak-pabrik-kosmetika-ilegal-yang-diduga-mengandung-bahan-dilarang.

"Viral Produk Skincare Overclaim, Apa Dampaknya Jika Menggunakan Produk Overclaim?" AyoBacaNews, 20 September 2924. https://ayobacanews.com/viral-produk-skincare-overclaim-apa-dampaknya-jika-menggunakan-produk-overclaim.