

Efektivitas Regulasi dan Pengawasan Pemerintah dalam Mencegah Manipulasi Komposisi Produk Kosmetik : Kajian Hukum dan Kesehatan

Alexsanro Gabe Simbolon¹, Muhammad Zayyaan Nasco², Masagus Hexal Rizkian³, Achmad Muflihuts Tsaqif⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Indonesia
2310611275@mahasiswa.upnvj.ac.id

Abstract

The main focus of this study is legal protection for consumers in cases of cosmetic product composition fraud and the legal liability of producers based on Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection. BPOM Regulation No. 18 of 2024 is the regulatory basis for supervising the labeling, promotion, and advertising of cosmetics in Indonesia. Although routine supervision is carried out, many products are still found to not meet safety and quality standards due to weak consumer literacy and easy access to illegal products online. The White Tomato case is a real case study of product composition manipulation, which then also shows the low ability of consumers to critically assess product claims. The method in this study is the normative juridical method, an approach that focuses on literature studies and analysis of legal reactions and interactions in society. This study aims to examine the application of positive legal provisions based on applicable laws and regulations, without collecting data through field research. In the context of business law, this manipulation can be categorized as a breach of contract in the supply chain, a breach of warranty, or product liability, either through strict liability or due to negligence. Therefore, law enforcement does not only function as a repressive tool, but also as a preventive instrument to encourage legal compliance, consumer protection, and ethical business sustainability.

Keywords: BPOM, Consumer Protection, Composition Manipulation.

Abstrak

Fokus utama kajian ini adalah perlindungan hukum terhadap konsumen dalam kasus penipuan komposisi produk kosmetik serta pertanggungjawaban hukum produsen berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Peraturan BPOM No. 18 Tahun 2024 menjadi dasar regulatif dalam mengawasi penandaan, promosi, dan iklan kosmetik di Indonesia. Meskipun pengawasan rutin dilakukan, masih ditemukan banyak produk yang tidak memenuhi standar keamanan dan mutu akibat lemahnya literasi konsumen dan kemudahan akses terhadap produk ilegal secara daring. Kasus White Tomato menjadi studi kasus nyata atas manipulasi komposisi produk, yang kemudian juga menunjukkan rendahnya kemampuan konsumen dalam menilai klaim produk secara kritis. Metode dalam penelitian ini adalah metode yuridis normatif, suatu pendekatan yang berfokus pada studi kepustakaan serta analisis terhadap reaksi dan interaksi hukum dalam masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penerapan ketentuan hukum positif berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, tanpa melakukan pengumpulan data melalui penelitian lapangan. Dalam konteks hukum bisnis, manipulasi ini dapat dikategorikan sebagai wanprestasi dalam rantai pasok, pelanggaran jaminan, maupun tanggung jawab produk, baik secara *strict liability* maupun karena kelalaian. Oleh karena itu, penegakan hukum tidak hanya berfungsi sebagai sarana represif, tetapi juga sebagai instrumen preventif untuk mendorong kepatuhan hukum, perlindungan konsumen, dan keberlanjutan bisnis yang beretika.

Kata kunci: BPOM, Perlindungan Konsumen, Manipulasi Komposisi.

Copyright (c) 2025 Alexsanro Gabe Simbolon, Muhammad Zayyaan Nasco, Masagus Hexal Rizkian, Achmad Muflihuts Tsaqif

✉Corresponding author: Alexsanro Gabe Simbolon

Email Address: 2310611275@mahasiswa.upnvj.ac.id (Fakultas Hukum, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Indonesia)

Received 15 June 2025, Accepted 21 June 2025, Published 27 June 2025

PENDAHULUAN

Industri kecantikan, khususnya produk perawatan kulit (skincare), telah mengalami pertumbuhan yang signifikan di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Peningkatan ini dapat dilihat dari data penjualan produk kecantikan yang meningkat sebesar 4,75% pada tahun 2023. Fenomena ini mencerminkan bahwa penggunaan skincare bukan lagi sekadar tren, melainkan telah menjadi bagian

dari kebutuhan primer bagi masyarakat. Namun, seiring dengan tingginya permintaan terhadap produk skincare, muncul pula berbagai permasalahan terkait keakuratan informasi yang disajikan pada label produk. Belakangan ini, publik dikejutkan dengan maraknya kasus penipuan dalam industri kecantikan, di mana sejumlah produk kecantikan terbukti melakukan klaim yang berlebihan atau tidak sesuai dengan kenyataan. Salah satu kasus yang menjadi sorotan adalah produk skincare milik dr. Richard Lee, seorang dokter kecantikan sekaligus pemilik klinik Athena, yang mengklaim produknya mengandung ekstrak tomat putih dengan manfaat tertentu. Klaim ini menuai kontroversi setelah seorang praktisi kesehatan yang dikenal sebagai "Dokter Detektif" melakukan investigasi independen dan mengungkapkan adanya ketidaksesuaian antara klaim produk dengan komposisi yang sebenarnya.

Padahal, regulasi mengenai klaim kosmetik, termasuk produk skincare, telah diatur dengan jelas dalam Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 22 Tahun 2022. Regulasi ini menetapkan bahwa setiap klaim produk yang terdaftar harus didukung oleh data ilmiah yang sah serta uji klinis yang memadai sebelum produk tersebut memperoleh izin edar. Selain itu, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, khususnya Pasal 8 ayat (1) huruf e, menegaskan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, atau informasi lain yang tercantum dalam label. Meski regulasi telah ada, kenyataannya masih terdapat banyak pelanggaran yang terjadi. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai efektivitas pengawasan pemerintah serta kesadaran masyarakat sebagai konsumen dalam mengidentifikasi ketidaksesuaian antara klaim produk dengan komposisinya. Oleh karena itu, artikel ini akan mengkaji dua pokok permasalahan, yaitu: (1) bagaimana tingkat kemandirian masyarakat dalam mengidentifikasi ketidaksesuaian kandungan produk skincare dengan tabel komposisi, dan (2) sejauh mana regulasi dan pengawasan pemerintah efektif dalam mencegah praktik manipulasi komposisi produk skincare yang dapat membahayakan kesehatan konsumen.

Artikel ini bertujuan untuk menekankan pentingnya kejujuran dalam klaim produk serta transparansi pada label komposisi, guna mencegah praktik overclaim yang dapat menyesatkan dan membahayakan konsumen. Di samping itu, artikel ini juga menyoroti pentingnya peran regulasi pemerintah sebagai instrumen perlindungan konsumen yang sah secara hukum. Edukasi terhadap masyarakat agar menjadi konsumen yang lebih kritis, cerdas, dan sadar hukum juga menjadi fokus utama, mengingat pentingnya literasi dalam membaca label produk, memahami kandungan bahan aktif, serta mengecek legalitas produk secara mandiri. Tak kalah penting, tulisan ini juga mendorong sikap proaktif masyarakat dalam melaporkan dugaan pelanggaran dan menekankan tanggung jawab moral dan hukum pelaku usaha dalam memastikan keamanan dan kebenaran informasi produk yang mereka pasarkan. Melalui pendekatan ini, diharapkan tercipta ekosistem industri kecantikan yang lebih sehat, transparan, dan bertanggung jawab.

METODE

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian hukum normatif atau yuridis normatif. Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji mendefinisikan penelitian hukum normatif sebagai penelitian yang dilakukan dengan menelaah bahan pustaka atau data sekunder. Penelitian ini disebut juga sebagai penelitian hukum kepustakaan, berbeda dengan penelitian hukum sosiologis atau empiris yang fokus utamanya pada pengumpulan data primer. Jenis penelitian ini dilakukan dengan menelaah dan mengkaji bahan hukum primer maupun sekunder terkait dengan perlindungan konsumen dalam kasus penipuan komposisi produk dan tanggung jawab sebagai pemroduksi barang sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua pendekatan utama yaitu pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah berbagai peraturan perundang-undangan yang relevan untuk mengidentifikasi pertanggungjawaban hukum produk kosmetik dalam kasus manipulasi komposisinya serta perlindungan hukum terhadap konsumen. Sementara itu, pendekatan konseptual digunakan untuk menganalisis permasalahan berdasarkan konsep-konsep hukum yang mendasari peraturan terkait. Pendekatan ini bertujuan untuk melihat kesesuaian antara norma hukum positif dengan nilai-nilai dan doktrin hukum yang berkembang dalam ilmu hukum, guna memberikan pemahaman yang lebih mendalam terhadap isu hukum yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat Kemandirian Masyarakat dalam Mengidentifikasi Ketidaksesuaian Kandungan Produk Skincare dengan Tabel Komposisi

Tingkat kemandirian masyarakat dalam mengidentifikasi ketidaksesuaian kandungan produk skincare dengan tabel komposisi pada umumnya masih tergolong rendah. Banyak konsumen belum memiliki pengetahuan yang memadai mengenai bahan-bahan aktif maupun zat berbahaya yang sering ditemukan dalam produk skincare. Selain itu, kemampuan masyarakat untuk membaca dan memahami label komposisi pada kemasan juga masih terbatas, sehingga mereka cenderung menerima informasi yang tertera tanpa melakukan verifikasi lebih lanjut. Rendahnya literasi terkait keamanan kosmetik ini membuat masyarakat rentan terhadap manipulasi komposisi produk oleh produsen yang hanya mementingkan keuntungan. Hanya sekitar 20-30% mahasiswa yang secara aktif mempertimbangkan dan membaca komposisi produk kosmetik sebelum membeli, sementara sebagian besar lebih terpengaruh oleh tren, iklan, dan rekomendasi media sosial tanpa memverifikasi bahan yang terkandung.

Pemerintah Indonesia melalui Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) telah mengatur dan mengawasi peredaran produk kosmetik di Indonesia. Melalui Peraturan BPOM No. 18 tahun 2024 tentang Penandaan, Promosi dan Iklan Kosmetik. Cakupan regulasi tersebut meliputi ketentuan teknis

dalam proses produksi, pengemasan, pelabelan, distribusi, hingga penarikan produk dari peredaran apabila terbukti tidak memenuhi standar keamanan dan mutu. BPOM secara berkala melaksanakan intensifikasi pengawasan melalui inspeksi langsung, uji laboratorium, serta pemantauan penjualan daring. Klinik kecantikan, toko fisik, dan platform e-commerce menjadi target utama pengawasan. Hasil pengawasan lapangan menunjukkan bahwa masih banyak produk kosmetik yang beredar tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Fenomena ini diperburuk oleh dua faktor utama. Pertama, tingginya permintaan masyarakat terhadap produk kosmetik, terutama yang menjanjikan hasil instan seperti pemutih kulit atau anti-penuaan. Kedua, kemudahan akses masyarakat terhadap produk ilegal melalui kanal digital yang belum sepenuhnya diawasi secara menyeluruh. Banyak konsumen yang tidak menyadari risiko kesehatan dari penggunaan produk ilegal atau memilih untuk mengabaikannya demi hasil yang cepat.

Kasus White Tomato yang melibatkan dr. Richard Lee menjadi ilustrasi nyata dari rendahnya kemandirian konsumen dalam mengevaluasi klaim produk skincare. Produk ini dipasarkan dengan klaim mengandung ekstrak tomat putih yang memiliki manfaat khusus, namun investigasi independen mengungkapkan ketidaksesuaian antara klaim tersebut dengan komposisi sebenarnya yang tidak mengandung bahan aktif seperti yang diiklankan. Konsumen yang tidak terbiasa membaca dan memahami tabel komposisi produk menjadi rentan terhadap klaim over-claim dan pemasaran yang menyesatkan, sehingga mereka membayar harga tinggi tanpa mendapatkan manfaat yang dijanjikan. Fenomena ini menunjukkan bahwa rendahnya literasi kosmetik dalam produk menyebabkan konsumen sulit mengidentifikasi produk yang sesuai dan aman sesuai kebutuhan kulit mereka. Selain itu, pengaruh kuat dari media sosial tidak jarang mengaburkan objektivitas konsumen dalam memilih produk. Hal ini membuat konsumen lebih mementingkan popularitas keamanan dan kesesuaian komposisi produk.

Kasus White Tomato juga menegaskan pentingnya transparansi dan akuntabilitas produsen dalam mencantumkan komposisi produk secara jelas dan benar. Ketidaksesuaian klaim dengan kandungan nyata tidak hanya merugikan konsumen secara ekonomi tetapi juga dapat membahayakan kesehatan kulit jika produk mengandung bahan yang tidak diketahui atau berbahaya. Oleh karena itu, peran regulasi dan pengawasan dari BPOM maupun Kementerian Kesehatan sangat diperlukan untuk memastikan keamanan produk yang beredar di pasaran.

Pengetahuan produk menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kemandirian masyarakat. Konsumen yang memahami karakteristik, manfaat, dan risiko bahan aktif dalam skincare cenderung lebih percaya diri dalam memilih produk yang sesuai dan aman. Pengetahuan ini mencakup kemampuan membaca label, mengenali bahan berbahaya, serta memahami manfaat dan urutan penggunaan produk. Namun, masih banyak konsumen yang hanya mengandalkan citra merek dan promosi tanpa memperhatikan komposisi dan sertifikasi produk, sehingga berpotensi tertipu oleh manipulasi label atau klaim yang tidak sesuai.

Upaya peningkatan kemandirian masyarakat harus dilakukan melalui edukasi yang sistematis dan praktis. Hal ini dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan konsumen dalam membaca label

komposisi, mengenali bahan berbahaya, serta memahami pentingnya sertifikasi BPOM. Hal ini dapat meningkatkan kesadaran konsumen agar lebih kritis dan mandiri dalam mengevaluasi produk skincare.

Edukasi dan pelatihan merupakan aspek krusial dalam upaya meningkatkan kemandirian masyarakat, terutama dalam hal literasi dan kesadaran terhadap keamanan produk, termasuk kosmetik. Kemandirian masyarakat dalam memilih, menggunakan, dan mengevaluasi produk kosmetik tidak hanya bergantung pada ketersediaan informasi, tetapi juga pada pemahaman yang benar terhadap informasi tersebut. Oleh karena itu, materi edukasi yang diberikan harus dirancang secara menyeluruh dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Materi penting yang perlu disampaikan seperti cara membaca dan memahami label produk kosmetik, serta pentingnya nomor registrasi BPOM yang menandakan bahwa produk telah melalui proses evaluasi keamanan dan layak edar. Pemahaman terhadap aspek-aspek ini akan membantu masyarakat untuk lebih selektif dan kritis dalam memilih produk yang sesuai dengan label komposisi, sekaligus mengurangi risiko terhadap kesehatan yang ditimbulkan oleh produk ilegal atau berbahaya. Dalam menyampaikan edukasi tersebut, metode yang digunakan memegang peranan krusial dalam menentukan keberhasilan proses pembelajaran. Penelitian dan pengalaman menunjukkan bahwa metode edukasi yang interaktif dan aplikatif, seperti simulasi, diskusi kelompok, permainan edukatif, serta studi kasus nyata, jauh lebih efektif dalam membangun pemahaman dan keterampilan masyarakat dibandingkan metode ceramah konvensional yang cenderung pasif dan membosankan. Pendekatan interaktif mendorong partisipasi aktif peserta, meningkatkan daya ingat, serta memperkuat kemampuan analisis dan pengambilan keputusan. Selain itu, metode ini juga lebih adaptif terhadap berbagai latar belakang peserta, sehingga materi dapat diserap dengan lebih baik oleh berbagai kelompok usia dan tingkat pendidikan.

Namun demikian, efektivitas edukasi tidak dapat bergantung pada satu pihak saja. Diperlukan kolaborasi yang erat antara berbagai pemangku kepentingan, seperti pemerintah sebagai pembuat kebijakan, lembaga pendidikan sebagai pusat pembelajaran, organisasi masyarakat sebagai penggerak di tingkat akar rumput, serta pelaku industri yang memiliki tanggung jawab sosial dalam memproduksi dan memasarkan produk yang aman. Kolaborasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa edukasi mengenai keamanan kosmetik tidak hanya bersifat insidental, tetapi menjadi gerakan berkelanjutan yang sistematis dan terintegrasi. Misalnya, program penyuluhan dapat dilakukan secara rutin di sekolah-sekolah, pesantren, pusat-pusat komunitas, dan fasilitas pelayanan kesehatan, yang disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan masing-masing lingkungan.

Selain itu, pemanfaatan media digital dan media sosial sebagai sarana kampanye edukatif juga sangat penting dalam menjangkau masyarakat luas, terutama generasi muda yang sangat akrab dengan teknologi. Melalui konten visual, video pendek, infografis, dan kampanye daring lainnya, informasi tentang keamanan kosmetik dapat disampaikan dengan cara yang menarik, mudah dipahami, dan mudah dibagikan. Dengan strategi yang tepat dan sinergi antar pihak, edukasi dan pelatihan mengenai keamanan kosmetik tidak hanya meningkatkan kesadaran masyarakat, tetapi juga membentuk budaya konsumsi yang lebih sehat, kritis, dan bertanggung jawab. Pada akhirnya, upaya ini akan berkontribusi

pada terciptanya masyarakat yang mandiri dalam menjaga kesehatan dan keselamatannya melalui pemilihan produk yang aman dan berkualitas.

Efektivitas Regulasi dan Pengawasan Pemerintah dalam Mencegah Manipulasi Komposisi Produk Kosmetik

Pemerintah Indonesia telah membentuk kerangka regulasi yang komprehensif guna menjamin keamanan, mutu, dan manfaat produk kosmetik yang beredar di masyarakat. Dasar hukum yang digunakan antara lain adalah Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan yang secara eksplisit mengatur kewenangan pengawasan terhadap produk kosmetik, serta Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 1998 tentang Pengamanan Sediaan Farmasi dan Alat Kesehatan yang menetapkan pengamanan produk berbasis bahan kimia dan biologis. Selain itu, Peraturan BPOM Nomor 12 Tahun 2023 tentang Pengawasan Pembuatan dan Peredaran Kosmetik menjadi acuan teknis dalam menetapkan standar keamanan dan prosedur perizinan bagi industri kosmetik di Indonesia. Berdasarkan peraturan ini, setiap produk kosmetik wajib memenuhi persyaratan notifikasi dan memperoleh izin edar dari BPOM sebelum dipasarkan kepada masyarakat. Hal ini bertujuan untuk menjamin bahwa seluruh produk yang beredar telah melalui proses evaluasi mutu dan keamanan yang ketat. Evaluasi terhadap efektivitas regulasi dan pengawasan pemerintah dalam mencegah manipulasi komposisi produk kosmetik menunjukkan hasil yang bervariasi. Meskipun Indonesia memiliki kerangka regulasi yang relatif lengkap, implementasi dan penegakannya masih menghadapi berbagai tantangan yang kompleks.

Regulasi produk kosmetik di Indonesia diatur melalui hierarki peraturan yang komprehensif, dimulai dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) sebagai payung hukum utama yang menegaskan hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha. Selain itu, kerangka hukum ini dijabarkan lebih lanjut dalam:

1. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan
2. Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 1998 tentang Pengamanan Sediaan Farmasi dan Alat Kesehatan
3. Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1175/Menkes/Per/VIII/2010 tentang Izin Produksi Kosmetika
4. Peraturan BPOM Nomor 18 Tahun 2015 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika

Menurut analisis Santoso (2022) dalam jurnalnya "Peran Regulasi dalam Pengendalian Mutu Kosmetik", kerangka regulasi ini telah mencakup aspek-aspek penting dalam pengawasan produk kosmetik, mulai dari perizinan produksi, standar keamanan bahan, hingga mekanisme pengawasan *post-market*. Santoso menekankan bahwa ketersediaan regulasi merupakan prasyarat mutlak, namun efektivitasnya sangat tergantung pada implementasi dan penegakan hukumnya.

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) menjadi institusi kunci dalam proses pengawasan terhadap produk kosmetik. BPOM menjalankan tugasnya melalui dua pendekatan utama: pengawasan pra-pasar (*pre-market*) dan pasca-pasar (*post-market*). Pengawasan *pre-market* mencakup tahapan evaluasi dokumen produk, verifikasi sertifikat bahan, serta inspeksi terhadap sarana produksi dan

distribusi. Produk kosmetik yang akan dipasarkan harus melalui proses notifikasi dan uji laboratorium untuk memastikan bahwa komposisi bahan aktif maupun tambahan sesuai dengan standar keamanan dan tidak mengandung zat terlarang. Sementara itu, pada tahap post-market, BPOM melakukan pengawasan terhadap produk yang sudah beredar melalui pengambilan sampel acak, baik secara terbuka maupun melalui investigasi rahasia. Sampel ini kemudian diuji di laboratorium BPOM untuk mendeteksi adanya penyimpangan komposisi atau kandungan bahan berbahaya seperti merkuri, hidrokuinon, atau steroid. Jika ditemukan pelanggaran, BPOM memiliki wewenang untuk menarik produk dari peredaran, memberikan sanksi administratif, hingga melaporkan pelaku usaha ke pihak berwenang untuk proses hukum lebih lanjut. Implementasi pengawasan produk kosmetik di Indonesia merupakan tugas utama Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) sebagai lembaga yang memiliki kewenangan utama. Berdasarkan Laporan Tahunan BPOM (2023), kegiatan pengawasan yang dilakukan meliputi beberapa tahapan esensial:

1. Inspeksi Rutin: Dilakukan secara berkala terhadap fasilitas produksi kosmetik untuk memastikan bahwa produsen mematuhi Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik (CPKB).
2. Sampling dan Testing: Pengambilan sampel produk dari pasar untuk dianalisis di laboratorium guna memverifikasi kesesuaian komposisi produk dengan label dan memastikan tidak adanya bahan berbahaya atau yang tidak diizinkan.
3. Post-market Surveillance: Pemantauan berkelanjutan terhadap produk yang telah beredar di pasaran.
4. Penegakan Hukum: Tindakan administratif dan pidana terhadap pelanggaran.

Namun, efektivitas implementasi pengawasan ini masih terkendala oleh beberapa faktor signifikan:

1. Keterbatasan Sumber Daya

Jumlah inspektur BPOM yang terbatas dibandingkan dengan jumlah industri kosmetik yang harus diawasi menjadi kendala utama. Data BPOM (2023) menunjukkan rasio inspektur terhadap industri kosmetik adalah sekitar 1:150, yang jauh di bawah standar internasional yang idealnya sekitar 1:50. Keterbatasan ini menghambat frekuensi dan kedalaman inspeksi, membuka celah bagi pelaku usaha nakal.

2. Teknologi Pengujian

Kemampuan laboratorium BPOM dalam mendeteksi manipulasi komposisi produk masih menghadapi tantangan, terutama untuk bahan-bahan baru atau metode manipulasi yang semakin canggih. Putra dan Sari (2023) dalam studi mereka "Tantangan Laboratorium Forensik dalam Deteksi Zat Aditif Ilegal" menyoroti bahwa perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam formulasi kosmetik memerlukan investasi besar dalam peralatan dan peningkatan kapasitas analisis.

3. Koordinasi Antar Lembaga

Pengawasan produk kosmetik melibatkan berbagai lembaga, termasuk BPOM, Kementerian Kesehatan, Kementerian Perindustrian, dan pemerintah daerah. Wijaya (2022) dalam jurnalnya "Harmonisasi

Kebijakan Lintas Sektoral dalam Pengawasan Produk Industri" mengemukakan bahwa koordinasi yang kurang optimal antar lembaga dapat menyebabkan tumpang tindih kewenangan, kurangnya berbagi informasi, atau bahkan celah pengawasan yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha. Sinergi yang lebih kuat diperlukan untuk penegakan hukum yang efektif dan komprehensif.

Secara umum, keberadaan regulasi dan mekanisme pengawasan yang dilakukan oleh BPOM telah memberikan dampak positif dalam membatasi peredaran produk kosmetik ilegal dan berbahaya di pasar formal. Di kota-kota besar dan pusat distribusi utama, penerapan regulasi ini cukup efektif dalam meminimalkan risiko konsumen terpapar produk yang mengandung bahan berbahaya. Keberhasilan ini tercermin dari beberapa tindakan nyata yang telah dilakukan BPOM, seperti penyitaan bahan baku ilegal, penutupan fasilitas produksi tanpa izin, serta penindakan terhadap pelaku usaha yang terbukti memanipulasi komposisi produk kosmetik. Namun demikian, efektivitas ini masih menghadapi sejumlah tantangan. Salah satu hambatan utama adalah masih banyaknya produk kosmetik yang tidak memiliki izin edar dan tetap beredar bebas di pasar tradisional maupun platform e-commerce. Produk-produk ini seringkali mengandung bahan yang tidak sesuai standar atau bahkan dilarang, seperti merkuri dan zat pemutih instan lainnya. Kasus yang terjadi di Makassar, misalnya, mengungkap adanya pelaku usaha yang menjual kosmetik berbahan merkuri tanpa izin BPOM dan tidak melalui uji keamanan. Hal ini mengindikasikan adanya celah dalam sistem pengawasan yang belum sepenuhnya dapat menjangkau kanal distribusi informal dan wilayah-wilayah terpencil. Faktor lain yang memengaruhi rendahnya efektivitas pengawasan adalah tingkat kepatuhan yang masih minim dari pelaku usaha dan konsumen. Banyak pelaku usaha yang sengaja mengabaikan regulasi demi mengejar keuntungan jangka pendek. Di sisi lain, sebagian besar konsumen masih belum menyadari pentingnya memilih produk yang telah terdaftar resmi di BPOM. Mereka kerap tergoda oleh harga murah dan janji hasil instan dari produk kosmetik yang justru membahayakan kesehatan jangka panjang.

Untuk mengatasi berbagai hambatan tersebut, diperlukan strategi peningkatan efektivitas dalam regulasi dan pengawasan pemerintah. Salah satunya adalah penguatan aspek hukum, di mana sanksi terhadap pelanggaran harus ditegakkan dengan tegas dan memberi efek jera, baik melalui denda administratif maupun tuntutan pidana bagi pelaku usaha yang terbukti memanipulasi komposisi produk secara sengaja. Selain itu, revisi regulasi yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan pola distribusi kosmetik saat ini juga penting dilakukan, khususnya dalam menghadapi tantangan dari perdagangan digital. Pengawasan berbasis teknologi merupakan pendekatan strategis yang bisa diimplementasikan oleh BPOM. Penerapan sistem digitalisasi produk dengan kode QR atau barcode pada kemasan dapat mempermudah proses verifikasi keaslian produk oleh konsumen dan aparat pengawas. Teknologi ini juga memungkinkan pengawasan lebih efisien terhadap rantai distribusi kosmetik dari produsen hingga ke konsumen akhir. Selain aspek regulasi dan pengawasan, edukasi publik juga menjadi pilar penting dalam menciptakan sistem pengendalian kosmetik yang efektif. Kampanye sosialisasi yang masif mengenai bahaya produk ilegal, cara mengecek legalitas produk, serta

pentingnya menggunakan kosmetik yang terdaftar di BPOM perlu terus digalakkan, baik melalui media massa, media sosial, maupun melalui kerja sama dengan komunitas dan lembaga pendidikan.

Perspektif Hukum Pidana dalam Manipulasi Komposisi Produk Kosmetik

Manipulasi komposisi produk kosmetik dapat dikategorikan sebagai tindak pidana berdasarkan beberapa ketentuan hukum pidana di Indonesia. Analisis hukum pidana terhadap praktik ini mencakup beberapa aspek fundamental yang relevan dengan unsur-unsur kejahatan dan pertanggungjawaban pelaku. Terdapat unsur-unsur Tindak Pidana dalam Manipulasi Komposisi, berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), manipulasi komposisi produk kosmetik dapat dikualifikasikan sebagai:

1. Penipuan (Pasal 378 KUHP): Ketika pelaku usaha sengaja menyajikan informasi komposisi yang tidak benar dengan maksud menguntungkan diri sendiri atau korporasi secara melawan hukum. Prodjodikoro (2021) menjelaskan bahwa unsur-unsur penipuan mencakup adanya tipu muslihat atau serangkaian kebohongan yang menyebabkan orang lain menyerahkan sesuatu atau membuat utang.
2. Penggelapan dalam Jabatan (Pasal 415 KUHP): Dalam konteks pejabat perusahaan yang memiliki tanggung jawab terhadap kualitas produk namun sengaja mengabaikannya.
3. Kejahatan terhadap Keamanan Umum (Pasal 204 KUHP): Terutama ketika manipulasi komposisi mengakibatkan bahaya serius bagi kesehatan masyarakat luas.

Menurut Hamzah (2022), unsur kesengajaan (*dolus*) dalam manipulasi komposisi dapat dibuktikan melalui:

1. Adanya sistem kontrol kualitas yang diabaikan.
2. Dokumen internal yang menunjukkan kesadaran akan penyimpangan.
3. Pola berulang dalam praktik manipulasi.

Pertanggung jawaban Pidana Korporasi

Dalam konteks hukum pidana bisnis, pertanggungjawaban korporasi atas manipulasi komposisi produk kosmetik mengacu pada doktrin *vicarious liability* dan *corporate criminal responsibility*. Muladi & Arief (2020) menjelaskan bahwa korporasi dapat dimintai pertanggungjawaban pidana melalui:

1. *Identification Theory*: Korporasi bertanggung jawab atas tindakan pejabat yang merupakan "directing mind" perusahaan.
2. *Aggregation Theory*: Pertanggungjawaban berdasarkan akumulasi tindakan berbagai individu dalam korporasi.
3. *Organizational Model*: Fokus pada sistem dan budaya organisasi yang memungkinkan terjadinya pelanggaran.

Kemudian, jika melihat dari perspektif hukum bisnis, manipulasi komposisi produk kosmetik berimplikasi pada berbagai aspek legal dan komersial yang memiliki dampak langsung terhadap produk, berikut penjelasannya:

1. *Breach of Contract* dan Wanprestasi

Dalam konteks hubungan bisnis antar perusahaan (business to business atau B2B), praktik manipulasi komposisi produk kosmetik dapat dikategorikan sebagai bentuk *breach of contract* atau pelanggaran kontrak, yang secara hukum dikenal sebagai wanprestasi. Wanprestasi terjadi ketika salah satu pihak dalam perjanjian gagal melaksanakan kewajiban yang telah disepakati tanpa alasan yang sah. Dalam hal ini, apabila pihak supplier atau produsen menyediakan produk kosmetik dengan komposisi yang berbeda dari yang tercantum dalam perjanjian kontrak, maka hal tersebut jelas merupakan bentuk tidak terpenuhinya prestasi sesuai perikatan. Ketidaksiuaian ini tidak hanya melanggar aspek hukum kontraktual, tetapi juga dapat merusak kepercayaan dan reputasi dalam hubungan bisnis jangka panjang. Selain itu, manipulasi komposisi juga dapat mencakup keterlambatan dalam memberikan informasi yang akurat mengenai bahan-bahan yang digunakan dalam produk. Keterlambatan ini dapat menyebabkan mitra bisnis tidak dapat melakukan uji kualitas atau mengurus izin edar tepat waktu, sehingga berdampak pada tertundanya proses distribusi dan kerugian finansial. Hal ini termasuk dalam kategori pelaksanaan prestasi yang tidak tepat waktu, yang juga merupakan bentuk wanprestasi.

Di sisi lain, ketika produk yang disuplai tidak memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan dalam kontrak, seperti kadar bahan aktif yang lebih rendah atau keberadaan zat terlarang yang tidak diungkapkan, maka hal tersebut masuk ke dalam kategori pelaksanaan prestasi yang tidak sesuai. Kondisi ini bukan hanya berisiko hukum, tetapi juga dapat menimbulkan konsekuensi serius terhadap keselamatan konsumen akhir dan keberlanjutan bisnis klien. Dengan demikian, manipulasi komposisi dalam hubungan B2B bukan sekadar pelanggaran etika bisnis, tetapi juga dapat menimbulkan konsekuensi hukum yang signifikan dalam bentuk gugatan wanprestasi. Perusahaan yang dirugikan memiliki hak untuk menuntut ganti rugi, pembatalan kontrak, atau kompensasi lain sebagaimana diatur dalam hukum perdata dan klausul kontraktual yang berlaku. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk menjaga integritas kontrak dengan mematuhi secara ketat ketentuan mengenai komposisi, kualitas, dan waktu pelaksanaan yang telah disepakati dalam kerjasama bisnis.

2. *Product Liability* dalam Hukum Bisnis

Konsep *product liability* atau tanggung jawab hukum atas produk menjadi sangat relevan dalam konteks kasus manipulasi komposisi produk kosmetik. *Product liability* memberikan dasar hukum bagi konsumen untuk menuntut pertanggungjawaban dari produsen atas kerugian yang ditimbulkan akibat penggunaan produk yang cacat atau membahayakan. Dalam hal ini, terdapat tiga pendekatan utama dalam *product liability* yang dapat diterapkan, yaitu *strict liability*, *negligence*, dan *breach of warranty*. Pertama, dalam prinsip *strict liability*, produsen dapat dimintai pertanggungjawaban secara mutlak atas kerugian yang dialami konsumen, tanpa perlu membuktikan adanya unsur kesengajaan atau kelalaian. Artinya, selama terbukti bahwa produk yang beredar menyebabkan kerugian akibat komposisi yang dimanipulasi atau mengandung bahan berbahaya, produsen tetap bertanggung jawab secara hukum. Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan perlindungan maksimal bagi konsumen dan mendorong produsen untuk lebih berhati-hati dalam setiap tahap produksi.

Kemudian, pendekatan *negligence* atau kelalaian menitikberatkan pada kesalahan produsen dalam menjalankan kewajiban uji mutu dan pengawasan (quality control) terhadap produk yang mereka hasilkan. Dalam konteks kosmetik, kelalaian dapat terjadi ketika produsen gagal menguji kandungan bahan secara menyeluruh, mengabaikan standar keamanan yang ditetapkan, atau lalai dalam mencantumkan informasi komposisi secara jujur dan lengkap. Akibatnya, produk yang beredar tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan berpotensi membahayakan kesehatan pengguna. Ketiga, *breach of warranty* atau pelanggaran terhadap jaminan produk mencakup ketidaksesuaian antara produk yang dijanjikan dengan kenyataan yang diterima konsumen. Produsen kosmetik sering memberikan jaminan mengenai keamanan, efektivitas, atau kandungan alami produk mereka. Namun, jika ditemukan bahwa produk tersebut mengandung bahan berbahaya atau tidak sesuai dengan komposisi yang tertera pada label, maka hal ini dapat dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap jaminan eksplisit maupun implisit. Dalam kondisi demikian, konsumen berhak menuntut kompensasi atas kerugian yang timbul, baik secara fisik maupun ekonomi.

3. Dampak Terhadap Reputasi dan *Brand Value*

Dampak manipulasi komposisi produk kosmetik tidak hanya terbatas pada aspek hukum dan keselamatan konsumen, tetapi juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap reputasi perusahaan dan nilai merek (*brand value*). Penelitian oleh Hartono dan Kusuma (2023) menunjukkan bahwa perusahaan yang terlibat dalam kasus manipulasi komposisi mengalami penurunan *brand value* secara drastis, dengan rata-rata penurunan mencapai 35 hingga 50 persen. Hal ini mencerminkan bagaimana pelanggaran terhadap kepercayaan konsumen dapat langsung mempengaruhi persepsi pasar dan nilai komersial suatu merek, terutama dalam industri kosmetik yang sangat bergantung pada citra, loyalitas pelanggan, dan kepercayaan terhadap kualitas produk. Selain itu, kasus manipulasi komposisi juga mengakibatkan *loss of consumer trust* atau hilangnya kepercayaan konsumen, yang dalam praktiknya membutuhkan waktu pemulihan yang cukup lama, yaitu antara tiga hingga lima tahun. Selama periode tersebut, perusahaan harus melakukan berbagai upaya perbaikan seperti rebranding, reformulasi produk, kampanye edukasi publik, serta penguatan sistem pengawasan internal untuk membangun kembali kredibilitas di mata konsumen dan mitra bisnis. Proses pemulihan ini tidak hanya memakan waktu, tetapi juga sumber daya yang besar, sehingga menjadi beban tambahan bagi keberlangsungan operasional perusahaan. Tak kalah penting, perusahaan yang terlibat dalam kasus semacam ini juga harus menghadapi *litigation cost* atau biaya hukum yang cukup besar, yaitu sekitar 10 hingga 15 persen dari pendapatan tahunan (*annual revenue*). Biaya ini meliputi penyelesaian sengketa hukum, denda administratif, konsultasi hukum, serta kompensasi kepada konsumen yang dirugikan. Dalam banyak kasus, beban finansial dari litigasi ini dapat mengganggu arus kas perusahaan dan menurunkan daya saingnya di pasar. Oleh karena itu, manipulasi komposisi bukan hanya isu kepatuhan regulasi, tetapi juga menjadi risiko strategis yang dapat merusak kelangsungan dan reputasi jangka panjang suatu merek di industri kosmetik yang sangat kompetitif.

4. *Compliance dan Corporate Governance*

Praktik manipulasi komposisi produk kosmetik mencerminkan kegagalan sistemik dalam tata kelola perusahaan, khususnya dalam tiga pilar utama yakni compliance program, risk management, dan internal control. Dari sisi compliance program, kegagalan terjadi ketika perusahaan tidak memiliki atau tidak menerapkan program kepatuhan yang efektif terhadap regulasi yang berlaku. Ketidakefektifan ini bisa berupa kurangnya pemahaman terhadap peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), tidak adanya pelatihan berkala bagi karyawan terkait etika produksi, atau absennya mekanisme audit internal yang secara rutin memverifikasi kesesuaian komposisi produk dengan ketentuan hukum. Tanpa sistem kepatuhan yang kuat, perusahaan rentan melanggar hukum secara berulang tanpa deteksi dini. Lalu, dari perspektif risk management, manipulasi komposisi menunjukkan kegagalan dalam mengidentifikasi, menilai, dan mengelola risiko yang berkaitan dengan keamanan produk dan tanggung jawab hukum. Risiko seperti kerusakan reputasi, tuntutan hukum, dan kerugian finansial seharusnya dapat diprediksi dan diminimalisasi melalui strategi manajemen risiko yang terstruktur. Namun, dalam banyak kasus, perusahaan tidak memiliki kerangka kerja risiko yang memadai, atau mengabaikan indikator awal yang seharusnya menjadi peringatan dini terhadap potensi pelanggaran. Lemahnya internal control atau sistem pengendalian internal dalam proses produksi turut berkontribusi pada terjadinya manipulasi komposisi. Pengendalian internal yang lemah dapat berupa tidak adanya verifikasi silang antar bagian produksi, tidak terdokumentasinya perubahan formula, atau rendahnya pengawasan terhadap sumber bahan baku. Akibatnya, manipulasi bahan atau pencampuran zat berbahaya dapat terjadi tanpa terdeteksi, baik karena kelalaian maupun kesengajaan. Dalam sistem bisnis modern yang mengedepankan transparansi dan akuntabilitas, lemahnya pengendalian internal tidak hanya menjadi masalah teknis, tetapi juga dapat dianggap sebagai bentuk kelalaian korporasi yang berdampak hukum serius.

Menurut Widjaja (2022), perusahaan yang menerapkan Good Corporate Governance (GCG) secara konsisten memiliki tingkat pelanggaran komposisi produk 70% lebih rendah dibandingkan perusahaan yang tidak menerapkan GCG.

Penegakan hukum terhadap kasus manipulasi komposisi produk kosmetik memerlukan pendekatan yang terintegrasi, melibatkan koordinasi erat antara tiga rezim hukum utama: pidana, perdata, dan administratif. Sinergi ini krusial untuk memastikan penanganan kasus yang komprehensif, mulai dari pemidanaan pelaku, pemberian kompensasi bagi korban, hingga penertiban izin usaha. Tanpa koordinasi yang efektif, potensi celah hukum dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha, sehingga merugikan konsumen dan integritas pasar. Berikut adalah penjelasannya :

1. Penegakan Hukum Pidana

Dalam kasus manipulasi komposisi produk kosmetik, hukum pidana menjadi garda terdepan untuk memastikan akuntabilitas dan memberikan keadilan. Fokus utamanya adalah menjatuhkan pidana terhadap individu maupun korporasi yang terbukti terlibat dalam praktik curang ini. Prosesnya melibatkan serangkaian tahapan yang melibatkan lembaga penegak hukum yang berbeda. Kepolisian

memainkan peran sentral dalam tahap penyidikan, mengumpulkan bukti, dan mengidentifikasi pihak-pihak yang bertanggung jawab atas manipulasi. Setelah itu, berkas perkara dilimpahkan ke Kejaksaan yang bertugas melakukan penuntutan di pengadilan. Puncaknya, Pengadilan akan memutus perkara berdasarkan bukti-bukti dan fakta hukum yang ada.

Tujuan utama dari jalur pidana ini adalah memberikan efek jera (*deterrent effect*) bagi pelaku, sehingga mereka tidak mengulangi perbuatannya dan menjadi peringatan bagi pihak lain. Lebih dari itu, penegakan hukum pidana bertujuan untuk menegakkan keadilan publik atas kejahatan yang secara langsung membahayakan kesehatan dan keselamatan masyarakat. Kasus-kasus manipulasi yang melibatkan penggunaan bahan-bahan berbahaya yang dilarang, seperti merkuri atau hidrokinon, atau pemalsuan izin edar, seringkali menjadi prioritas utama penindakan melalui jalur pidana. Hal ini wajar, mengingat potensi ancaman serius yang ditimbulkan terhadap konsumen, mulai dari iritasi kulit hingga dampak kesehatan jangka panjang yang fatal. Penegakan hukum pidana yang tegas diharapkan dapat mengirimkan pesan kuat kepada industri bahwa praktik manipulasi komposisi produk adalah kejahatan serius yang akan ditindak tanpa kompromi.

2. Penegakan Hukum Bisnis

Penegakan hukum bisnis memainkan peran krusial yang melampaui sanksi pidana dan perdata konsumen. Fokusnya adalah menjaga integritas hubungan komersial, akuntabilitas korporasi, serta memitigasi dampak finansial dan reputasi yang merugikan. Secara fundamental, praktik manipulasi dapat dikategorikan sebagai wanprestasi atau *breach of contract* dalam rantai pasok B2B. Misalnya, jika pemasok bahan baku melanggar spesifikasi kontrak, produsen kosmetik dapat mengajukan gugatan wanprestasi untuk menuntut ganti rugi atas biaya produksi ulang atau penarikan produk. Selain itu, konsep tanggung jawab produk (*product liability*) sangat relevan; produsen dapat dimintai pertanggungjawaban mutlak (*strict liability*) atas kerugian konsumen akibat produk cacat tanpa perlu pembuktian kelalaian, atau digugat berdasarkan *negligence* jika kelalaian dalam kontrol kualitas terbukti. Penegakan ini juga mencakup tuntutan atas pelanggaran jaminan (*breach of warranty*) yang diberikan perusahaan mengenai kualitas dan keamanan produk.

Lebih jauh, manipulasi komposisi produk secara langsung mencerminkan kegagalan dalam penerapan Good Corporate Governance (GCG) dan sistem internal perusahaan. Kasus semacam ini dapat memicu tuntutan dari pemegang saham terhadap direksi atau manajemen atas kelalaian yang mengakibatkan penurunan nilai merek dan kerugian finansial signifikan. Penelitian menunjukkan bahwa skandal produk dapat menyebabkan penurunan *brand value* rata-rata 35-50% dan membutuhkan waktu bertahun-tahun untuk memulihkan kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, penegakan hukum bisnis tidak hanya bertujuan untuk menindak pelanggaran, tetapi juga untuk mendorong perusahaan memperbaiki program kepatuhan (*compliance program*), manajemen risiko, dan pengendalian internal mereka. Hal ini penting untuk memastikan perusahaan beroperasi sesuai standar etika dan hukum, sekaligus melindungi kepentingan seluruh *stakeholder* bisnis.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa tingkat kemandirian masyarakat dalam mengidentifikasi ketidaksesuaian kandungan produk skincare dengan tabel komposisi masih tergolong rendah. Sebagian besar konsumen belum memiliki literasi yang memadai mengenai kandungan bahan aktif, fungsi zat tambahan, maupun potensi bahaya dari bahan berisiko yang tersembunyi di balik istilah teknis dalam label produk. Kurangnya kemampuan dalam membaca dan memahami informasi komposisi membuat masyarakat cenderung menerima informasi dari produsen secara pasif, tanpa adanya proses verifikasi atau penalaran kritis. Kondisi ini membuka celah bagi praktik manipulasi komposisi serta penyampaian klaim yang menyesatkan oleh produsen demi kepentingan pemasaran. Di sisi lain, pengawasan dan regulasi pemerintah, terutama melalui peran Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), telah dirancang dengan cukup komprehensif untuk menjamin keamanan konsumen. Namun, implementasi di lapangan masih menghadapi tantangan serius, seperti keterbatasan dalam hal sumber daya manusia, kapasitas laboratorium pengujian, serta keterpaduan koordinasi antar instansi terkait. Kemudahan distribusi produk ilegal melalui platform digital dan media sosial juga memperparah risiko penyebaran produk yang tidak memenuhi standar keamanan. Kasus manipulasi komposisi dalam produk seperti White Tomato menjadi contoh nyata betapa lemahnya perlindungan terhadap konsumen ketika produsen tidak transparan dan konsumen tidak kritis. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kemandirian masyarakat, diperlukan strategi edukasi publik yang sistematis dan berkelanjutan. Program edukasi seharusnya tidak hanya bersifat satu arah atau normatif, tetapi juga interaktif dan kontekstual, melibatkan berbagai pihak seperti lembaga pendidikan, organisasi profesi, dan komunitas konsumen. Pemanfaatan media digital dan platform sosial juga harus dioptimalkan agar informasi edukatif lebih mudah diakses, menarik, dan relevan dengan kebutuhan generasi pengguna skincare masa kini. Dengan menguatnya sinergi antara pemerintah, industri, lembaga pendidikan, serta masyarakat sipil, diharapkan akan terbentuk budaya konsumsi kosmetik yang lebih sehat, cerdas, dan bertanggung jawab, sehingga konsumen tidak lagi menjadi pihak yang rentan, tetapi menjadi agen perubahan dalam menciptakan pasar skincare yang aman dan transparan.

REFERENSI

- Andi Hamzah, "Hukum Pidana dan Pertanggungjawaban Korporasi," *Jurnal Hukum Pidana Indonesia* 10, no. 1 (2022): 25-40.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Republik Indonesia, *Laporan Tahunan Pengawasan Obat dan Makanan Tahun 2023* (Jakarta: BPOM RI, 2023).
- Bambang Hartono dan Candra Kusuma, "Pengaruh Skandal Produk terhadap Nilai Merek Perusahaan Kosmetik," *Jurnal Manajemen Pemasaran* 18, no. 2 (2023): 110-125.
- Budi Santoso, "Peran Regulasi dalam Pengendalian Mutu Kosmetik," *Jurnal Hukum Kesehatan* 8, no. 2 (2022): 45-60.

- Cahyani, Y. B., Putri, A. P. S., Damayanti, F., Ariani, F., Hidayat, R. T., & Darmawan, D. (2025). Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*, 3(2), 126-141.
- Doni Putra dan Anita Sari, "Tantangan Laboratorium Forensik dalam Deteksi Zat Aditif Ilegal pada Produk Kosmetik," *Jurnal Kimia Analitik* 15, no. 1 (2023): 78-92.
- Fiqih, U. Z. (2023). *Analisis Manajemen Resiko Terhadap Kinerja Perusahaan Fintech Syariah (PT Dana Syariah Indonesia)* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- Gunawan Widjaja, *Prinsip-Prinsip Good Corporate Governance* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2022).
- Hilmi, I. L., Rianoor, N. P., & Gatera, V. A. (2022). Hubungan Pengetahuan dan Sikap Terhadap Perilaku Pemilihan Skincare Wajah melalui Media Sosial pada salah satu Universitas Di Karawang Jawa Barat. *Pharmacon: Jurnal Farmasi Indonesia*, 19(2), 203-212.
- Lestari, F. S., & Lu, C. (2025). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Skincare. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 3(02), 49-65.
- Muladi dan Barda Nawawi Arief, *Teori-Teori dan Kebijakan Pidana*, ed. Revisi (Jakarta: PT Alumni, 2020).
- Ngabito, R. I. P. (2025). Analisis Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Pengedaran Produk Skincare yang Terbukti Overclaim. *Law, Development and Justice Review*, 7(3), 284-301.
- Nurjanah, S. (2023). Pengawasan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) terhadap kegiatan iklan Kosmetik: Studi di BPOM RI Surabaya (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- R. Subekti, *Hukum Perjanjian* (Jakarta: Intermasa, 2021).
- Senen, D. M., Machmud, R., & Mendo, A. Y. (2025). PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE SKINTIFIC DI ERBY SHOP. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Keuangan Bisnis Digital*, 4(1), 15-24.
- Tommy Wijaya, "Harmonisasi Kebijakan Lintas Sektoral dalam Pengawasan Produk Industri," *Jurnal Kebijakan Publik* 11, no. 3 (2022): 112-125.
- Wirjono Prodjodikoro, *Asas-Asas Hukum Pidana di Indonesia*, cet. 9 (Bandung: Refika Aditama, 2021).