

## PERTANGGUNGJAWABAN *RESELLER SKINCARE OVERCLAIM* TERHADAP KONSUMEN DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

Oleh:

Angelie Rahelia<sup>1</sup>

Dewa Ayu Dian Sawitri<sup>2</sup>

Universitas Udayana

Alamat: JL. Pulau Bali No. 1, Dauh Puri Klod, Kecamatan Denpasar Barat, Kota  
Denpasar, Bali (80114).

Korespondensi Penulis: [angelierahelia@gmail.com](mailto:angelierahelia@gmail.com), [dewaayudiansawitri@unud.ac.id](mailto:dewaayudiansawitri@unud.ac.id)

**Abstract.** *This research aims to analyze the legal certainty regarding the responsibilities of business actors in carrying out their business and consumer protection against inappropriate product claims (overclaim). This study uses a normative legal method with a statute approach, specifically Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection. The results of the study indicate that the legal certainty of resellers' responsibility for overclaim practices as business actors and consumer protection as injured parties has been clearly regulated in Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection. However, in practice, the public still has little awareness or ignorance of the role of resellers as business actors, although not as primary producers, who also have the same responsibility to ensure the conformity of product claims offered to consumers. Thus, this study emphasizes the importance of resellers' awareness in understanding their responsibilities as business actors that have been clearly regulated in the Consumer Protection Law and the affirmation of consumers' rights under the Consumer Protection Law to obtain legal accountability when product overclaims occur.*

**Keywords:** *Overclaim, Consumer Protection, Reseller, Responsibilities.*

# **PERTANGGUNGJAWABAN *RESELLER SKINCARE OVERCLAIM* TERHADAP KONSUMEN DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

**Abstrak.** Riset ini bermaksud menganalisis ketetapan hukum mengenai tanggung jawab pelaksana usaha dalam melaksanakan usaha nya dan perlindungan konsumen pada klaim produk yang tak selaras (*overclaim*). Riset ini memanfaatkan metode hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan khususnya UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepastian hukum pertanggungjawaban reseller akan praktik *overclaim* sebagai pelaku usaha dan perlindungan konsumen sebagai pihak yang dirugikan telah diatur secara jelas dalam Undang-Undang No 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen. Tetapi, pada prakteknya masyarakat masih memiliki sedikit kesadaran atau ketidaktahuan akan peran reseller sebagai pelaku usaha walaupun bukan sebagai produsen utama yang juga mempunyai tanggung jawab yang sama dengan tujuan meyakinkan kesesuaian klaim produk yang ditawarkan ke konsumen. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan pentingnya kesadaran pihak reseller dalam memahami tanggung jawabnya sebagai pelaksana usaha yang sudah dikelola dengan jelas dalam UU Perlindungan Konsumen serta penegasan hak yang ada di konsumen berlandaskan UU Perlindungan Konsumen untuk mendapatkan pertanggungjawaban hukum saat terjadinya *overclaim* produk.

**Kata Kunci:** *Overclaim*, Perlindungan Konsumen, *Reseller*, Tanggung Jawab.

## **LATAR BELAKANG**

Di zaman digitalisasi kini, pertumbuhan teknologi dan informasi membawa dampak yang signifikan dalam masyarakat. Kemudahan akses dan pertukaran informasi melalui media sosial memberikan manfaat yang lumayan tinggi di beragam sudut kehidupan masyarakat khususnya dalam aspek ekonomi. Contoh nya, para pelaku usaha yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi produk yang mereka perjual belikan untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Para pelaku usaha seringkali mempromosikan produk yang diperdagangkan lewat media sosial agar konsumen tertarik dan membeli produk mereka. Berdasarkan UU no. 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen, khususnya pasal 1 angka (6) mengatakan Promosi ialah aktivitas pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang atau jasa dengan tujuan membuat tertarik keinginan beli konsumen pada barang atau jasa yang nantinya serta sedang diperjualkan. Kemajuan teknologi yang semakin pesat mendorong

produsen untuk melakukan inovasi dalam memperluas distribusi produknya dengan menghadirkan program kemitraan atau *reseller*.

Pesatnya kemajuan teknologi dan informasi membuat masyarakat dapat melihat peluang usaha atau bisnis dengan mudah. Produk-produk yang diperjualbelikan melalui sosial media seringkali *viral* karena promosi yang memiliki daya tarik untuk masyarakat. Seringkali adanya produk viral di sosial media, juga menarik keinginan masyarakat untuk turut menjual produk tersebut dengan program *reseller* karena kuantitas penjualan yang tinggi sehingga membuka peluang usaha yang besar untuk mendapatkan keuntungan. Namun, kesadaran masyarakat akan tanggung jawab nya sebagai reseller atau pelaku usaha masih kurang. Produk yang dijual kembali oleh pihak reseller juga harus dipertanggungjawabkan bila terjadi ketidaksesuaian produk.

Pemanfaatan promosi melalui sosial media oleh para pelaksana usaha menimbulkan praktik pemasaran produk yang tidak selaras dengan ketentuan yang berlaku dan membawa dampak negatif bagi konsumen. Termasuk praktik *overclaim* atau klaim berlebih ke produk yang dijual. Perbuatan *overclaim* termasuk suatu perbuatan yang dilaksanakan oleh pelaksana usaha dengan tujuan menyediakan informasi yang tak selaras dengan kandungan aslinya pada suatu produk.<sup>1</sup> Salah satu fenomena praktik *overclaim* yang saat ini banyak ditemukan, terjadi dalam industri kecantikan. Industri Kecantikan mendapati peningkatan yang amat pesat sejumlah tahun terakhir ini, terlebih produk skincare. Produk skincare ini diminati seluruh golongan sebab luasnya segmentasi produk yang dipromosikan juga bertumbuhnya kesadaran bangsa indonesia terkait kesehatan serta perawatan kulit mereka.<sup>2</sup>

Praktik *overclaim* pada produk skincare yang dilakukan oleh produsen utama, tentunya sangat merugikan terutama bagi konsumen yang membeli dan memakai produknya. Reseller sebagai pihak yang turut memperjualkan produk tersebut tidak terlepas dari tanggung jawab hukum jika terjadi praktik *overclaim* ini. Reseller memiliki tanggung jawab yang sama seperti produsen utama untuk meyakinkan produk yang diedarkan kepada pelanggan selaras dengan apa yang di promosikan. Hal tersebut juga

---

<sup>1</sup> Yapputro, P. A., & Gunadi, A. (2024). Analisis Yuridis terhadap Tindakan Overclaim Produk Kosmetika Sediaan Sunscreen. *Jurnal Hukum Lex Generalis*, 5(12), hlm.5. Diambil dari <https://ojs.rewangrencang.com/index.php/JHLG/article/view/632>

<sup>2</sup> Pakaila, J. R., Aydin, R.M., & Abbiyya. S. W. (2024). Tren Overclaim dalam Iklan Industri Kecantikan: Analisis Etika Terapan pada Produk Skincare di Indonesia. *Kabilah: Jurnal of Social Community*, 5(2), hlm.505. <https://doi.org/10.35127/kabillah.v9i2.424>

## **PERTANGGUNGJAWABAN *RESELLER SKINCARE OVERCLAIM* TERHADAP KONSUMEN DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

didasarkan pada kedudukan Reseller yang bukan bagian pihak yang dikatakan selalu konsumen pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen, karena Undang-Undang Perlindungan Konsumen memerangkan bahwa yang dimaksud dengan konsumen ialah konsumen akhir.<sup>3</sup>

Reseller yang juga memiliki peran selaku pelaksana usaha berlandaskan UU Perlindungan Konsumen harus memiliki kesadaran akan tanggung jawabnya sebagai pelaku usaha. Memastikan keaslian dan kesesuaian klaim produk yang dijual merupakan salah satu dari beberapa tanggung jawabnya sebagai pelaku usaha. Jika terjadi praktik overclaim, tentu saja pihak yang sangat dirugikan adalah konsumen. Namun di sisi lain, praktik seperti ini juga menurunkan kepercayaan konsumen terhadap industri kecantikan di Indonesia. Hal ini dapat mempengaruhi rendahnya daya saing terhadap perusahaan nasional maupun internasional dan menghambat arus perekonomian Indonesia. Maka dari itu, diperlukannya peraturan yang dapat memberikan kepastian hukum atas tanggung jawab pihak reseller sehingga tidak dapat kabur dari tanggung jawabnya sebagai pelaku usaha. Sehingga kepentingan pengusaha dan konsumen dapat terjamin dalam kerangka hukum yang jelas dan sah.

Riset terdahulu yang dilaksanakan oleh peneliti lain terkait persoalan demikian. Pertama, riset yang dilaksanakan oleh Yolanda Pernando, dengan jurnal yang berjudul “Pertanggungjawaban Penjual dan *Reseller* Terkait Kerusakan Barang Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik”. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa *reseller* juga memiliki pertanggungjawaban atas rusak atau cacatnya barang yang dijual melalui sistem elektronik. Penjual dan *Reseller* memiliki tanggung jawab untuk mengganti barang yang rusak/cacat tersebut kepada konsumen yang ada pada Pasal 19 ayat 1 hingga 5. Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Rafyanka Ivana Putri Ngabito, dengan judul “Analisis Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Pengeedaran Produk *Skincare* yang Terbukti Overclaim”. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa pihak yang terlibat, termasuk produsen maupun penjual yang terbukti melakukan klaim berlebihan (overclaim), dapat dikenai tanggung jawab administratif berupa teguran, penarikan, dan pencabutan izin edar produk. Selain itu, mereka juga dapat dimintai pertanggungjawaban hukum secara perdata dalam bentuk ganti rugi karena kerugian konsumen, serta

---

<sup>3</sup> Pernando, Y. (2022). Pertanggungjawaban Penjual dan Reseller Terkait Kerusakan Barang dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Jurnal Notarius, 1(2), hlm.297.

pertanggungjawaban pidana yakni hukuman penjara serta denda sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan, seperti UU Kesehatan, UU Perlindungan Konsumen, UU ITE, peraturan BPOM, hingga KUHP.

Riset ini bermaksud melaksanakan analisis bagaimana pertanggungjawaban pihak *reseller* jika terjadi *overclaim* produk yang merugikan konsumen, walau *reseller* tidak secara langsung memproduksi produk yang diperjualkan. Penelitian ini akan mengkaji persoalan tersebut berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang dimanfaatkan pada riset ini ialah metode Hukum Normatif dengan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*). Dimana pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan meninjau suatu peraturan perundang-undangan yang bisa memberikan sudut pandang berlandaskan hukum yang berlaku dalam pemecahan suatu isu. Sumber bahan hukum pada penelitian ini meliputi dari sumber hukum primer serta sekunder. Sumber hukum primer meliputi KUHP, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen. Sumber hukum sekunder meliputi sejumlah buku, tinjauan pustaka, sejumlah jurnal ilmiah, serta hasil riset sebelumnya yang berfungsi sebagai bahan pendukung terhadap sumber hukum primer.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pertanggungjawaban *Reseller Skincare Overclaim* terhadap Konsumen**

*Overclaim* ialah perbuatan klaim berlebihan yang dilaksanakan dengan menyediakan penjelasan yang tak selaras pada label pada kemasan. Dikenal dengan *overclaim* ialah ketidaksesuaian antara isi, takaran, jaminan, kemanjuran, serta komposisi, sampai tanggal expired di kemasan produk ataupun labelnya (Tahaanii & Waluyo, 2023).<sup>4</sup> Praktik *overclaim* ini marak terjadi pada industri kecantikan, dengan tujuan menarik lebih banyak konsumen dengan iklan yang menggiurkan agar para calon konsumen membeli produk yang dijual dan bisa memperoleh keuntungan yang tambah tinggi. Perkara ini tidak sejalan dengan ketentuan Pasal 7 huruf b UU No. 8 Tahun 1999

---

<sup>4</sup> Akbar, S.S., Safitri, N., Mutaqin, f., & Sakti, M. (2025). Pertanggungjawaban Hukum Owner Skincare terkait Overclaim pada Produk Kecantikan. *Forschungsforum Law Jurnal*, 2(1), hlm.83.  
<https://doi.org/10.35586/flj.v2i1.9889>

## **PERTANGGUNGJAWABAN *RESELLER SKINCARE OVERCLAIM* TERHADAP KONSUMEN DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

mengenai Perlindungan Konsumen (UUPK) yang mengatur bahwa “Pelaku usaha berkewajiban untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan”. Pencantuman informasi merupakan aspek penting sebelum akhirnya konsumen melakukan pembelian, kebenaran serta transparansi informasi terkait kandungan serta klaim yang terdapat di produk *skincare* yang disediakan oleh pelaksana usaha terkait produknya ialah informasi utama yang harus disampaikan. jika pemilik usaha mencantumkan informasi klaim *skincare* dengan *overclaim* selaku bentuk rencana marketing, pelanggan dapat menemui kerugian materiil serta immateriil yakni uang yang hilang, waktu yang terbuang, kerugian di kulit, serta kekecewaan emosional.<sup>5</sup>

Dalam usaha untuk memperluas audiens promosi produknya, beberapa pelaku usaha membuka kesempatan bagi orang lain untuk turut menjual produknya ke masyarakat lebih luas dengan membuka program kemitraan atau reseller. *Reseller* bersumber dari bahasa inggris. Kata “*re*” pasa bahasa Indonesia kembali serta “*sel*” artinya menjual, adapum “*er*” artinya pelaku. Jadi, *reseller* ialah individu yang membeli produk barang/jasa yang nantinya dipasarkan kembali dengan tujuan memperoleh keuntungan dari hasil penjualan.<sup>6</sup> *Reseller* turut serta mempromosikan produk yang dijual kepada masyarakat untuk dijual kembali dan mendapatkan keuntungan. Sehingga, *reseller* tidak dianggap sebagai konsumen karena UU Perlindungan Konsumen hanya menjelaskan bahwasanya pelanggan selaku konsumen akhir. Sebagaimana Pasal 1 angka 2 berbunyi “konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.” Walau pada praktiknya pihak *reseller* juga membeli produk dari produsen utama terlebih dahulu, namun tidak memenuhi unsur ‘tidak dengan tujuan dipasarkan’ dalam pasal tersebut.

Selain itu, diatur juga pada Pasal 1 angka 3 UU Perlindungan Konsumen “Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan

---

<sup>5</sup> Kuncoro, A. A. P. (2024). Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Penggunaan Kata Overclaim pada Iklan Produk Skincare. Universitas Islam Indonesia. hlm. 93. diakses dari <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/48880/19410333.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

<sup>6</sup> Fajri, D. L. (2022). *Pengertian, contoh, dan cara menjadi reseller*. Katadata.co.id. Tersedia di <https://katadata.co.id/lifestyle/tips-dan-trik/62395dcf28131/pengertian-contoh-dan-cara-menjadi-reseller> diakses tanggal 3 November 2025.

hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.” Jika terjadi masalah terkait produk *skincare* yang dipesan. Jika terjadi *overclaim* pada produk *skincare* yang dijual oleh reseller, maka akan menimbulkan konflik antara konsumen dan reseller.<sup>7</sup> Tidak dapat dipungkiri bahwasanya *reseller* mempunyai tanggung jawabnya sebagai pelaku usaha yakni bagaimana *reseller* memastikan bahwasanya produk *skincare* yang telah dibeli oleh konsumen selaras dengan apa yang dinyatakan saat diiklankan reseller. Selanjutnya diatur dalam Pasal 20 UU Perlindungan Konsumen Yang mengungkapkan Pelaksana usaha periklanan bertanggung jawab untuk iklan yang dibuat serta semua akibat yang muncul oleh iklan tersebut.

Menurut Titik Triwulan pertanggungjawaban mesti mempunyai pondasi, yakni hal yang mengakibatkan munculnya hak hukum pada individu dengan tujuan menuntut orang lain juga dalam bentuk perkara yang menghadirkan kewajiban hukum orang lain dengan tujuan bertanggung jawabannya. Menurut hukum positif Indonesia, jika seseorang mengalami kerugian karena mengonsumsi barang atau jasa tertentu, konsumen berhak menuntut pihak yang menyebabkan kerugian tersebut. Pihak yang menyebabkan kerugian dapat berupa produsen, supplier, grosir, pengecer, atau pihak yang terlibat dalam pemasaran produk tersebut, terlepas dari siapa yang melakukan tindakan yang menimbulkan kerugian ke pelanggan.<sup>8</sup> Tanggung jawab ialah tindakan yang dilaksanakan oleh individu selaku wujud dari kesadaran nantinya kewajibannya saat menanggung suatu dampak dari tindakannya yang sudah dilaksanakannya. Saat melangsungkan usahanya, pelaksana usaha mesti berani membawa resiko untuk semua yang menjadi tanggung jawabnya seban perbuatan yang dilaksanakan.<sup>9</sup>

Saat terjadi suatu kerugian yang ditemui oleh pelanggan yang membeli produk melalui pihak produsen maupun reseller, konsumen akhir berhak melakukan complain utk kerugian yang didapati. Karena pada perkara ini, *Reseller* mempunyai tanggung jawab penuh pada kerugian yang ditemui oleh pelanggan yang membeli lewat pihak reseller.

---

<sup>7</sup> Adiguna, A. R., Rahmatiar, Y., & Abas, M. (2025) Perlindungan Hukum Terhadap Reseller terkait Overclaim Produk Skincare Ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Jurnal Hukum to-ra: Hukum Untuk Mengatur Masyarakat. 11(2), hlm. 317. DOI.10.55809/tora.v11i2.555

<sup>8</sup> ibid, hlm.319.

<sup>9</sup> Dewi, E. W. (2015). Hukum Perlindungan Konsumen. Yogyakarta: Graha Ilmu, hlm 67.

## **PERTANGGUNGJAWABAN *RESELLER SKINCARE OVERCLAIM* TERHADAP KONSUMEN DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

Kerugian seperti ketidaksesuaian produk dengan klaim yang ditawarkan pada kemasan maupun pada iklan promosi tentu menimbulkan kerugian bagi konsumen. Maka dari itu, pihak *reseller* selaku penjual dapat menghubungi pihak produsen utama sebagai bentuk tanggung jawab dengan memberikan kompensasi maupun penggantian produk sesuai ketentuan yang berlaku.

Dengan tujuan mengajukan komplain ke pelaksana usaha pertama, pastinya wajib tersedia perjanjian antara pihak *reseller* dengan pelaksana usaha pertama tadi. Sebenarnya *reseller* diatur dengan peraturan pelaksana usaha pertama atau dengan kesepakatan perjanjian yang sudah disusun serta disetujui.<sup>10</sup> KUHP khususnya Pasal 1313 yakni “Suatu persetujuan adalah suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan diri terhadap satu orang lain atau lebih.” Menurut M. Yahya Harahap, SH berpendapat bahwa perjanjian ialah ikatan hukum kekayaan/harta benda 2 orang atau lebih, yang menghadirkan kekuatan hak ke 1 pihak dengan tujuan mendapatkan prestasi serta mengharuskan pada orang lain agar mencapai prestasi. Pada perjanjian yang telah disepakati pihak *reseller* dan produsen utama, harus terdapat hak serta kewajiban semua pihak pada pelaksanaan program *reseller* tersebut. Termasuk ketentuan pengajuan komplain dan penggantian produk oleh produsen utama. Maka dari itu pihak produsen maupun *reseller* harus cermat dalam membuat suatu perjanjian agar setiap hak serta kewajiban yang wajib dipenuhi terbukti sah secara hukum seperti dalam hal pertanggungjawaban jika terjadinya kasus *overclaim* produk yang diajukan oleh konsumen.

Berdasarkan UU No 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen khususnya Pasal 8 ayat (1) huruf (f) mengungkapkan Pelaksana usaha dilarang membuat atau memperdagangkan barang atau jasa yang tidak selaras dengan janji dikatakan dalam label, etiket keterangan, iklan perdagangan barang atau jasa tadi. Selaku kewajiban hukum, maka produsen wajib menjalankannya dengan niat baik serta tanggung jawab. Apabila pembuat bersalah tak menjalankan kewajibannya, nantinya perkara ini bisa dirujuk sebagai alasan dengan tujuan menuntut produsen secara hukum dengan tujuan membayar semua kerugian yang muncul berkaitan dengan tidak dilakukannya kewajiban itu.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Pernando, Y. Op.cit., hlm. 298

<sup>11</sup> Pernando, Y. Op.cit., hlm 303.

Salah satu contoh kasus mengenai *overclaim* produk yang harus dipertanggungjawabkan oleh pihak *reseller* yaitu kasus Daviena Skincare dalam produk Daviena Sleeping Mask Retinol Booster tertulis mengandung 2% Actosome Retinol. Namun, dari hasil uji laboratorium, ternyata kandungannya tidak sesuai. Daviena Sleeping Mask Retinol terdapat 0,03% Retinol Murni saja atau seukuran dengan 1% Actosome Retinol.<sup>12</sup> Selain itu produk *skincare* Daviena lainnya yang ternyata *overclaim* yaitu Power Of Moonlight Body Lotion yang mengklaim dengan dosis tinggi HB Dosting 7× yang dapat mencerahkan kulit dengan cepat namun dari hasil uji laboratorium kadar Niacinamide pada produk *skincare* Power Of Moonlight Body Lotion sebesar 0% tidak terdeteksi maksudnya adalah kadar kandungan Niacinamide sangat rendah atau tidak ada sama sekali.<sup>13</sup>

Daviena *skincare* merupakan salah satu contoh nyata bagaimana promosi melalui media sosial berdampak sangat besar bagi kegiatan usaha. Produk Daviena *skincare* sempat sangat *viral* di media sosial dan membuat masyarakat tertarik untuk ikut menjual produk tersebut dengan menjadi *reseller* Daviena Skincare. Namun nyata nya, produk Daviena *skincare* ada yang terbukti *overclaim* atau tidak sesuai dengan klaim yang diberikan saat promosi. Hal ini menyebabkan adanya pertanggungjawaban hukum pihak *reseller* atas tidak sesuainya produk yang diterima konsumen, karena pihak *reseller* memiliki kewajiban sebagai untuk meyakinkan produk yang dipasarkan selaras dengan label atau klaim yang dituliskan. Saat konsumen membeli barang dari pihak *reseller* dan barang yang didapatkan terbukti tidak selaras dengan klaim (*overclaim*) nantinya konsumen bisa menggugat *reseller* secara perdata, dengan alasan berlangsungnya wanprestasi atas transaksi dagang antara pembeli dengan reseller. UU Perlindungan Konsumen menyediakan kewenangan ke konsumen dengan tujuan mengusulkan gugatan perdata terhadap produsen maupun penjual apabila terdapat ketidaksesuaian pada barang yang dibeli.

Dalam hal ini pihak *reseller* mempunyai tanggung jawab dalam membayar kerugian yang didapati konsumen. Berdasarkan asas *product liability* yakni tanggung jawab secara perdata dengan langsung dari pelaksana usaha untuk kerugian yang didapati

---

<sup>12</sup> Awalina, H. F., & Hutabarat, S. M. D. (2025). "Consumer Legal Protection for Overclaimed Skincare Products." *DE LEGA LATA: Jurnal Ilmu Hukum*, 10(1), hlm. 33. DOI: 10.30596/dll.v10i1.22493

<sup>13</sup> Adiguna, A. R. Op.cit., hlm. 317

## **PERTANGGUNGJAWABAN *RESELLER SKINCARE OVERCLAIM* TERHADAP KONSUMEN DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

pelanggan sebab menggunakan barang yang dibuat. *Product liability* tercatat pada Pasal 19 UU Perlindungan Konsumen yang menegaskan bahwa pelaksana usaha bertanggung jawab membayar ganti rugi untuk kerusakan, pencemaran, serta kerugian konsumen sebab memakai barang yang dibuat atau yang dipasarkan.<sup>14</sup> Pada UU Perlindungan Konsumen mengatur pula sanksi administratif pada Pasal 60 bagi pelaksana usaha yang melanggar ketentuan. Dimana pelaksana usaha yang melanggar bisa memperoleh sanksi administratif sebesar Rp. 200.000.000,00. Selanjutnya sanksi pidana bisa pula dilimpahkan kepada pelaksana usaha yang melanggar ketentuan, dikelola pada Pasal 61 dan 62 UUPK. Serta hukuman tambahan pada Pasal 63 berupa "a. perampasan barang tertentu; b. pengumuman keputusan hakim; c. pembayaran ganti rugi; d. perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen; e. kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau f. pencabutan izin usaha".

### **Mekanisme Perlindungan Hukum Konsumen atas *Overclaim* Produk berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999**

Pencantuman informasi klaim *skincare* dengan mengandung kata *overclaim* dalam pengiklanan selaku wujud rencana marketing pelaksana usaha dengan menyediakan informasi dengan keliru atau tidak selaras terkait barang dan/atau jasa sampai tak sesuai dengan sejumlah janji seperti diungkapkan pada iklan dengan maksud mendapat keuntungan pribadi atau golongan dengan teknik yang berlawanan dengan hukum atau perundang-undangan, perkara ini nantinya menciptakan kerugian yang dirasakan konsumen.<sup>15</sup> Kerugian yang dirasakan pengguna dapat berwujud kerugian materiil ataupun immateriil. Konsumen membeli produk yang dipromosikan tentunya berharap apa yang diiklankan sesuai dengan apa yang mereka terima. Hal ini tidak sesuai dengan pelaksanaan hak atas informasi ke pelanggan yang dikelola pada Pasal 4 huruf C dan Pasal 7 huruf B UUPK.

Perlindungan hukum pada pengguna produk merupakan hal penting dalam menerapkan prinsip keadilan dan keseimbangan antara pelaku usaha dengan konsumen. Dalam konteks *overclaim* produk *skincare*, konsumen seringkali mengalami posisi sebagai yang dirugikan karena kurangnya kemampuan menilai kebenaran klaim atau

---

<sup>14</sup> Pernando, Y. Op.cit. ,hlm 303

<sup>15</sup> Kuncoro, A. A. P. Op.cit., hlm. 94

promosi yang disampaikan oleh pelaksana usaha. UUPK memberikan jaminan perlindungan bagi konsumen dengan menyediakan sejumlah hak konsumen. Berlandaskan Pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen, Konsumen mempunyai beberapa hak:

“Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa; hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan; hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut; hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen; hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.”

Perlindungan hukum dikelompokkan ke dua macam, yakni perlindungan hukum preventif serta perlindungan hukum represif. Perlindungan hukum preventif termasuk bentuk perlindungan hukum yang diciptakan oleh pemerintah selaku perbuatan pencegahan pada berlangsungnya suatu perkara yang tercatat pada UU tertulis, dengan menyediakan batasan pada pelanggaran yang bisa jadi berlangsung. Perlindungan hukum represif yakni perlindungan hukum yang dihadirkan oleh pemerintah untuk melindungi rakyatnya yang bisa berwujud denda, penjara, atau hukuman lainnya.<sup>16</sup>

Perlindungan Hukum preventif bagi konsumen dengan tegas dikatakan pada pasal 8 UUPK yang menyebutkan sejumlah larangan bagi para pelaksana usaha saat menjalankan usaha nya. Perlindungan ini dimaksudkan untuk menghindari pelaksana usaha berbuat kegiatan yang bisa merugikan pengguna, terutama dalam hal penyediaan informasi, iklan, dan mutu barang atau jasa. Sedangkan, Perlindungan Hukum represif bagi konsumen dinyatakan dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan pasal tersebut, pengguna produk berhak memperoleh ganti rugi atas barang

---

<sup>16</sup> Mastrini, N. K. A. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Overclaim pada Produk Perawatan Kulit (Skincare). Universitas Mataram. hlm. 5.

## **PERTANGGUNGJAWABAN *RESELLER SKINCARE OVERCLAIM* TERHADAP KONSUMEN DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

atau jasa yang dibeli jika tak selaras dengan apa yang diperjanjikan. Sedangkan Perlindungan Hukum untuk konsumen yang mengalami kerugian misalnya akibat *overclaim* produk, dikelola pada Pasal 60 sampai 62 UUPK yang mengatur mengenai sanksi administratif dan sanksi pidana bagi pelaksana usaha yang menyalahi kewajibannya serta hukuman tambahan di pasal 63.

UUPK memungkinkan penyelesaian masalah sengketa pelanggan di luar pengadilan dan melalui lembaga peradilan. Berdasarkan ketentuan Pasal 45 ayat (1) “Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.” Jika penyelesaian sengketa di luar pengadilan berdasarkan ketentuan Pasal 47 bisa dilakukan dengan 2 acara yakni penyelesaian perkara konsumen dapat ditempuh melalui jalur penanganan langsung atas tuntutan secara cepat, serta melalui mekanisme formal yang difasilitasi oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).<sup>17</sup>

Berdasarkan Pasal 1 angka 11 UU Perlindungan Konsumen mengatur bahwa BPSK ialah badan yang berfungsi mengurus serta menuntaskan sengketa antara pelaksana usaha serta pelanggan. BPSK didirikan selaku bagian dari forum di luar pengadilan dengan tujuan menuntaskan sengketa yang muncul antara pelaksana usaha serta pelanggan sebab posisi pelanggan yang biasanya menurut sosial finansial tak selaras dengan pelaksana usaha. BPSK didirikan oleh pemerintah berfungsi menuntaskan persengketaan perlindungan konsumen di Daerah Tingkat II atau Kota. Lembaga ini diregulasi lewat UU No. 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen, terutama di Pasal 49 sampai Pasal 58.<sup>18</sup>

Dalam pasal 23 UUPK juga mengatur apabila pelaksana usaha menolak atau tak menanggapi ataupun tak membayar ganti rugi terkait tuntutan pelanggan bisa mengajukan penyelesaian sengketa melalui BPSK atau ke Badan Peradilan di tempat posisi pelanggan. Sengketa konsumen yang diselesaikan melalui BPSK bisa dilaksanakan lewat mediasi, konsiliasi maupun arbitrase. Selain itu, BPSK pun berperan untuk menghadirkan konsultasi perlindungan konsumen serta melaksanakan pengawasan pada pencantuman

---

<sup>17</sup> Adiguna, A. R. Op.cit., hlm. 319

<sup>18</sup> Tatianna, J. & Putra, M. A. P. (2025) Produk Tidak Sesuai di Marketplace: Tanggung Jawab Pelaku Usaha dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen. *Jurnal Media Akademik (JMA)*. hlm. 16  
<https://doi.org/10.62281/v3i1.1464>

klausula baku oleh pelaksana usaha. Pihak yang bisa mengusulkan penyelesaian sengketa lewat BPSK hanya pelanggan atau ahli warisnya yang mendapati kerugian sebab mengkonsumsi barang/jasa tersebut yang merupakan konsumen akhir. UUPK tak menghadirkan hak ke konsumen antara dengan tujuan mengajukan gugatan ke pelaksana usaha baik lewat pengadilan ataupun diluar pengadilan melalui BPSK yakni seperti *reseller*.<sup>19</sup>

## KESIMPULAN DAN SARAN

Pertukaran informasi melalui sosial media dapat terjadi begitu cepat dan mudahnya dengan peningkatan teknologi serta informasi yang meningkat tajam. Hal ini berefek ke beberapa aspek masyarakat khususnya aspek ekonomi. Banyak nya pelaksana usaha yang menggunakan media sosial untuk *platform* dengan tujuan mengiklankan produk yang dijual untuk mencapai audiens lebih luas. Banyak produk yang *viral* melalui trik marketing para pelaku usaha melalui media sosial, membuat penjualan meningkat pesat dan produk cepat habis terjual. Hal ini membuat masyarakat ingin turut menjualkan produk yang *viral* tersebut dengan harapan mendapatkan keuntungan yang cepat dan mudah dengan menjual kembali produk tersebut sebagai *reseller*. Namun, dalam prakteknya masyarakat masih belum cukup memiliki kesadaran akan tanggung jawabnya sebagai *reseller*. Resiko-resiko yang dapat terjadi melalui promosi produk di sosial media seperti tidak sesuainya klaim produk (*overclaim*), juga merupakan tanggung jawab pihak *reseller*. Dimana pihak *reseller* memiliki tanggung jawab untuk memeriksa kesesuaian klaim produk yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen sebelum diperjualkan. Saat terjadi kasus *overclaim* pada sebuah produk yang dijual kepada konsumen, konsumen berhak untuk menuntut pertanggungjawaban terhadap pihak dimana ia membeli produk tersebut. Produsen utama maupun *reseller* memiliki tanggung jawab yang diatur pada UUPK untuk melakukan ganti rugi terkait kerusakan, pencemaran, serta kerugian sebab memakai barang tersebut. Sengketa yang diajukan kepada BPSK hanya dapat diajukan oleh pelanggan atau ahli warisnya yang menemui kerugian sebab mengkonsumsi barang/jasa tersebut. Maka dari itu, kesadaran pihak *reseller* akan tanggung jawabnya sebagai pelaku usaha perlu ditingkatkan. Tindakan *overclaim* pada

---

<sup>19</sup> Rimanda, R. (2019) Keberadaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Sebagai Lembaga Quasi Yudisial di Indonesia. *Jurnal Bina Mulia Hukum*. hlm. 26

# **PERTANGGUNGJAWABAN *RESELLER SKINCARE OVERCLAIM* TERHADAP KONSUMEN DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

promosi produk melalui sosial media merupakan pelanggaran kewajiban pelaku usaha yang diatur dalam UUPK. Reseller perlu menyadari kedudukan nya sebagai pelaksana usaha yang mempunyai tanggung jawab yang setara dengan produsen utama dalam memastikan keaslian dan kesesuaian klaim produk yang ditawarkan kepada konsumen. Konsumen juga perlu meningkatkan kesadaran akan hak nya yang sudah dilindungi dalam UUPK. Jika terjadi pelanggaran akan hak nya, konsumen dapat menyelesaikannya melalui luar pengadilan maupun lewat lembaga peradilan. Jika penyelesaian diluar pengadilan, sengketa bisa dilakukan melalui jalur penanganan langsung atas tuntutan secara cepat, serta melalui mekanisme formal yang difasilitasi oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

## **DAFTAR REFERENSI**

### **Buku**

Dewi, E. W. (2015). Hukum Perlindungan Konsumen. Yogyakarta: Graha Ilmu, hlm 67.

### **Jurnal**

Adiguna, A. R., Rahmatiar, Y., & Abas, M. (2025) Perlindungan Hukum Terhadap Reseller terkait Overclaim Produk Skincare Ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Hukum to-ra: Hukum Untuk Mengatur Masyarakat*. 11(2), hlm. 317. DOI.10.55809/tora.v11i2.555

Akbar, S.S., Safitri, N., Mutaqin, f., & Sakti, M. (2025). Pertanggungjawaban Hukum Owner Skincare terkait Overclaim pada Produk Kecantikan. *Forchungsforum Law Jurnal*, 2(1), hlm.83. <https://doi.org/10.35586/flj.v2i1.9889>

Awalin, H. F., & Hutabarat, S. M. D. (2025). “Consumer Legal Protection for Overclaimed Skincare Products.” *DE LEGA LATA: Jurnal Ilmu Hukum*, 10(1), hlm. 33. DOI: 10.30596/dll.v10i1.22493

Fajri, D. L. (2022). *Pengertian, contoh, dan cara menjadi reseller*. Katadata.co.id. Tersedia di <https://katadata.co.id/lifestyle/tips-dan-trik/62395dcf28131/pengertian-contoh-dan-cara-menjadi-reseller> diakses tanggal 3 November 2025.

Kuncoro, A. A. P. (2024). Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Penggunaan Kata Overclaim pada Iklan Produk Skincare. Universitas Islam Indonesia. hlm. 93.

diakses

dari

<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/48880/19410333.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Pakaila, J. R., Aydin, R.M., & Abbiyya. S. W. (2024). Tren Overclaim dalam Iklan Industri Kecantikan: Analisis Etika Terapan pada Produk Skincare di Indonesia. *Kabilah: Jurnal of Social Community*, 5(2), hlm.505. <https://doi.org/10.35127/kabillah.v9i2.424>
- Pernando, Y. (2022). Pertanggungjawaban Penjual dan Reseller Terkait Kerusakan Barang dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. *Jurnal Notarius*, 1(2), hlm.297.
- Rimanda, R. (2019) Keberadaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Sebagai Lembaga Quasi Yudisial di Indonesia. *Jurnal Bina Mulia Hukum*. hlm. 26
- Tatianna, J. & Putra, M. A. P. (2025) Produk Tidak Sesuai di Marketplace: Tanggung Jawab Pelaku Usaha dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen. *Jurnal Media Akademik (JMA)*. hlm. 16 <https://doi.org/10.62281/v3i1.1464>
- Yapputro, P. A., & Gunadi, A. (2024). Analisis Yuridis terhadap Tindakan Overclaim Produk Kosmetika Sediaan Sunscreen. *Jurnal Hukum Lex Generalis*, 5(12), hlm.5. Diambil dari <https://ojs.rewangrencang.com/index.php/JHLG/article/view/632>

## **Skripsi**

- Mastrini, N. K. A. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Overclaim pada Produk Perawatan Kulit (Skincare). Universitas Mataram. hlm. 5.

## **Peraturan Perundang-Undangan**

Kitab Undang Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang perlindungan Konsumen