

Perlindungan Hukum bagi Konsumen atas Overclaim Produk Skincare di Platform E-Commerce

Legal Protection for Consumers Against Overclaim of Skincare Products on E-Commerce Platforms

Heni Marlina,¹ Desni Raspita,² M Novrianto,^{3*} Chahaya Dewi Bidari⁴, Muhammad Ferdiansyah⁵

^{1,2,3,4} Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Palembang

¹Hmarlina061@gmail.com, ²desniraspita3@gmail.com, ³mnovriantonovrianto28@gmail.com,

⁴cdewibidari@gmail.com, ⁵mferdiansyah496@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.32502/mh.v3i1.9415>

Abstrak. Perlindungan hukum bagi konsumen terhadap overclaim produk skincare yang dijual di platform e-commerce menjadi isu penting di era digital. Banyak konsumen yang terjebak dalam klaim berlebihan yang tidak sesuai dengan kenyataan, merugikan baik secara finansial maupun kesehatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan utama terkait perlindungan konsumen terhadap overclaim produk skincare, yaitu kurangnya pengawasan dan regulasi yang efektif, klaim palsu yang menyesatkan, serta kesulitan konsumen dalam mengakses penyelesaian sengketa dan ganti rugi. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan studi literatur dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah memberikan dasar hukum, implementasi yang lemah, kurangnya kesadaran konsumen, dan mekanisme penyelesaian sengketa yang tidak efisien menjadi tantangan utama. Diskusi ini mengusulkan pembaruan regulasi, peningkatan pengawasan, serta edukasi yang lebih baik bagi konsumen untuk meningkatkan perlindungan hukum dalam transaksi e-commerce.

Kata Kunci: E-Commerce; Overclaim Produk Skincare; Perlindungan Konsumen

Abstract. Consumer protection against overclaim of skincare products sold on e-commerce platforms has become a crucial issue in the digital era. Many consumers fall victim to exaggerated claims that do not reflect reality, which harms them both financially and health-wise. This study aims to identify the main issues related to consumer protection against overclaim skincare products, namely the lack of effective regulation and oversight, misleading false claims, and consumers' difficulties in accessing dispute resolution and compensation. A qualitative method was used, including literature study and interviews. The results show that although the Consumer Protection Law provides a legal basis, weak implementation, lack of consumer awareness, and inefficient dispute resolution mechanisms remain the key challenges. The discussion suggests regulatory updates, improved oversight, and better consumer education to enhance legal protection in e-commerce transactions.

Keywords: E-Commerce; Skincare Overclaim; Consumer Protection

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat industri e-commerce di Indonesia telah memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mengakses berbagai produk, termasuk produk skincare, secara online. Namun, kemudahan ini juga membawa tantangan baru terkait perlindungan konsumen, terutama dalam hal klaim yang berlebihan atau overclaim yang sering kali ditemukan pada produk skincare yang dijual di platform-platform e-commerce. Klaim yang tidak benar atau berlebihan mengenai manfaat produk skincare, seperti klaim dapat memutihkan kulit dalam waktu singkat atau mengatasi masalah kulit berat tanpa bukti yang jelas, dapat menyesatkan konsumen dan berpotensi merugikan mereka. Dalam konteks ini, perlindungan hukum bagi

konsumen menjadi isu yang semakin relevan di era digital saat ini, di mana transaksi jual beli berlangsung cepat dan sulit untuk diawasi dengan efektif.¹

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan kerangka hukum yang jelas untuk melindungi hak-hak konsumen di Indonesia. Dalam pasal 45 ayat 1, undang-undang ini menyatakan bahwa setiap konsumen yang dirugikan berhak untuk menggugat pelaku usaha melalui lembaga penyelesaian sengketa atau peradilan umum. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang merasa dirugikan akibat klaim yang berlebihan atau tidak benar terhadap produk skincare yang mereka beli memiliki saluran hukum untuk menuntut ganti rugi dan memperoleh keadilan. Dalam hal ini, konsumen memiliki hak untuk memperoleh produk yang sesuai dengan yang dijanjikan dalam deskripsi atau iklan, serta memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang akurat dan jujur mengenai produk yang mereka beli.²

Selain hak-hak konsumen, perlindungan hukum juga mencakup kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang jelas, jujur, dan akurat terkait produk yang mereka tawarkan. Hal ini menjadi sangat penting dalam transaksi e-commerce di mana konsumen tidak dapat melihat atau mencoba produk secara langsung sebelum membeli. Dalam transaksi e-commerce, informasi yang akurat mengenai manfaat, komposisi, serta efek samping produk skincare harus disampaikan secara transparan oleh penjual, guna menghindari penipuan dan klaim yang berlebihan. Penelitian menunjukkan bahwa banyak konsumen yang tidak sepenuhnya menyadari potensi risiko dan bahaya dari penggunaan produk skincare yang mengandung bahan kimia berbahaya atau yang tidak sesuai dengan klaim iklannya, sehingga mereka terjebak dalam membeli produk yang tidak sesuai dengan harapan mereka.³

Namun, meskipun ada regulasi yang mengatur perlindungan konsumen, implementasi perlindungan hukum terhadap konsumen di platform e-commerce masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah kurangnya pengawasan yang efektif terhadap produk skincare yang beredar di pasar online. Banyak produk skincare yang tidak terdaftar di Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan tidak memiliki sertifikasi yang valid, sehingga konsumen sering kali tidak menyadari bahwa produk yang mereka beli dapat mengandung bahan berbahaya yang dapat merusak kesehatan kulit mereka.⁴ Fenomena ini semakin diperburuk dengan adanya kurangnya kesadaran konsumen terhadap pentingnya memeriksa kredibilitas dan legalitas produk skincare yang mereka beli secara online.

Selain itu, mekanisme penyelesaian sengketa yang ada di platform e-commerce masih dianggap kurang efektif. Banyak konsumen yang merasa kesulitan untuk mengajukan keluhan atau mendapatkan solusi yang adil terkait produk yang tidak sesuai dengan klaimnya, baik itu berupa pengembalian barang atau ganti rugi. Penelitian menunjukkan bahwa proses pengembalian barang dan penyelesaian sengketa sering kali memakan waktu yang lama dan tidak memberikan hasil yang memadai bagi konsumen yang dirugikan.⁵ Oleh karena itu,

¹ Rafyanka I P Ngabito, "Analisis Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Pengedaran Produk Skincare Yang Terbukti Overclaim," *Law Development and Justice Review* 7, no. 3 (2025): 284–301, <https://doi.org/10.14710/ldjr.7.2024.284-301>.

² Gattan Q Tsaqif, "Analisis Manajemen Reputasi Pada Brand Skincare 'The Originote,'" *Humanus* 2, no. 2 (2025): 227–34, <https://doi.org/10.62180/men86f56>.

³ Andreas T Mulyono and Rudy Pramono, "The Regulatory Status Analysis for Updating the Public Legal Awareness on Human Rights in Indonesia," *Jurnal Ham* 13, no. 3 (2022): 459, <https://doi.org/10.30641/ham.2022.13.459-478>.

⁴ Ngabito, "Analisis Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Pengedaran Produk Skincare Yang Terbukti Overclaim."

⁵ Tsaqif, "Analisis Manajemen Reputasi Pada Brand Skincare 'The Originote.'"

diperlukan peningkatan dalam sistem penyelesaian sengketa yang ada di platform e-commerce untuk memberikan rasa aman dan perlindungan yang lebih baik bagi konsumen.

Dalam rangka meningkatkan perlindungan hukum bagi konsumen di platform e-commerce, kerjasama antara pemerintah, pelaku usaha, dan konsumen itu sendiri sangat diperlukan. Pemerintah perlu memperketat pengawasan terhadap produk yang beredar di pasar online, terutama produk skincare, serta memberikan edukasi kepada konsumen mengenai hak-hak mereka dan cara mengenali produk yang berbahaya atau tidak sesuai klaim. Pelaku usaha di sisi lain, harus lebih bertanggung jawab dan transparan dalam memasarkan produk mereka, serta mematuhi regulasi yang ada untuk memastikan bahwa produk yang dijual tidak membahayakan konsumen dan sesuai dengan klaim yang dibuat. Konsumen juga perlu lebih berhati-hati dan aktif dalam memeriksa informasi mengenai produk yang mereka beli sebelum melakukan transaksi.

Secara keseluruhan, perlindungan hukum bagi konsumen terhadap overclaim produk skincare di platform e-commerce sangatlah penting untuk menciptakan iklim transaksi yang sehat dan aman. Dengan adanya regulasi yang jelas, pengawasan yang ketat, dan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif, diharapkan konsumen dapat terlindungi dari praktik-praktik penipuan dan overclaim yang merugikan, serta memperoleh produk yang benar-benar sesuai dengan klaim yang diberikan oleh penjual. Edukasi kepada konsumen dan peningkatan kesadaran terhadap hak-hak konsumen juga harus menjadi prioritas agar konsumen dapat lebih bijak dalam memilih produk skincare yang aman dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menganalisis perlindungan hukum bagi konsumen terhadap overclaim produk skincare di platform e-commerce. Data dikumpulkan melalui dua cara utama: penelitian dokumen dan wawancara. Penelitian dokumen dilakukan dengan menganalisis peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, terutama Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta regulasi terkait produk skincare yang dijual secara online. Dokumen ini akan memberikan dasar hukum dan perspektif terkait perlindungan hukum konsumen.

Selain itu, wawancara dilakukan dengan beberapa pihak yang terkait, seperti konsumen yang pernah membeli produk skincare secara online, pelaku usaha di platform e-commerce, serta pakar hukum yang memiliki pemahaman mendalam mengenai regulasi perlindungan konsumen. Wawancara ini bertujuan untuk menggali pandangan dan pengalaman dari konsumen terkait klaim berlebihan pada produk skincare, serta mengidentifikasi kendala dalam mekanisme penyelesaian sengketa.

Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan mengelompokkan temuan-temuan berdasarkan isu-isu utama yang muncul dalam penelitian, seperti overclaim produk, pengawasan terhadap produk skincare, dan efektivitas mekanisme penyelesaian sengketa. Hasil penelitian diharapkan memberikan rekomendasi untuk perbaikan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kurangnya Pengawasan dan Regulasi yang Efektif terhadap Produk Skincare di Platform E-Commerce

Seiring dengan pesatnya perkembangan dunia digital dan e-commerce, terutama dalam transaksi produk skincare, munculnya masalah terkait pengawasan yang tidak memadai dan regulasi yang belum efektif menjadi isu yang semakin mendesak di Indonesia. Di era digital, konsumen semakin mudah mengakses berbagai produk melalui platform e-commerce, namun hal ini juga membuka peluang bagi praktik bisnis yang tidak bertanggung jawab, terutama terkait dengan produk skincare yang sering kali tidak memenuhi standar keselamatan atau klaim yang berlebihan. Dengan fenomena ini, perlindungan hukum bagi konsumen menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa mereka tidak menjadi korban penipuan atau membeli produk yang tidak sesuai dengan klaim yang dijanjikan.⁶

Salah satu permasalahan utama yang muncul adalah lemahnya penegakan hukum dalam mengatur produk-produk yang beredar di pasar online. Penegakan hukum yang lemah dan kurangnya kesadaran konsumen mengenai hak-hak mereka menjadi faktor utama yang mempengaruhi ketidakefektifan pengawasan terhadap produk yang dijual di e-commerce.⁷ Produk skincare yang beredar di pasar online sering kali tidak terdaftar di Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan tidak memenuhi standar keamanan yang ditetapkan. Hal ini mengarah pada beredarnya produk ilegal yang tidak hanya merugikan konsumen, tetapi juga membahayakan kesehatan mereka. Penjual produk skincare di platform e-commerce sering kali mengabaikan kewajiban untuk mendaftarkan produknya ke BPOM, yang seharusnya menjamin kualitas dan keamanannya. Konsumen pun sering kali tidak menyadari risiko yang mereka hadapi karena kurangnya pengawasan terhadap informasi produk yang tersedia di platform tersebut.⁸

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Putra,⁹ regulasi yang ada saat ini sering kali tidak memadai untuk mengatasi kompleksitas transaksi online, terutama dalam hal penyelesaian sengketa dan perlindungan konsumen. Peraturan yang ada tidak dapat mengikuti perkembangan teknologi dan perilaku konsumen yang terus berubah, yang menjadi tantangan utama dalam mengatur transaksi e-commerce. Dalam konteks ini, diperlukan pembaruan regulasi yang lebih responsif terhadap dinamika pasar digital dan perilaku konsumen yang lebih cerdas serta lebih aktif dalam bertransaksi online. Salah satu langkah yang disarankan adalah penerapan sistem penyelesaian sengketa yang lebih efisien, seperti Online Dispute Resolution (ODR), untuk memudahkan konsumen mengajukan keluhan dan mendapatkan solusi yang adil tanpa harus melalui prosedur yang rumit dan memakan waktu. ODR dapat memberikan akses yang lebih cepat dan efektif bagi konsumen untuk menyelesaikan masalah

⁶ Yuyut Prayuti, "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Produk Kesehatan Online: Analisis Regulasi Dan Praktik," *Syntax Idea* 6, no. 4 (2024), <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v6i4.3154>.

⁷ Bayu P Wicaksono, "Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Skin Care HN (Hetty Nugrahati) Yang Tidak Terdaftar BPOM," *JCL* 1, no. 1 (2024): 10, <https://doi.org/10.47134/jcl.v1i1.2290>.

⁸ Wicaksono.

⁹ Dwi Samedo Yusuf Ardiyanto Putra, "Peran Regulasi Dalam Mengatur Perdagangan Online Di Indonesia: Kepatuhan, Penyelesaian Sengketa, Dan Dampaknya Pada Bisnis Online," *Hukmy Jurnal Hukum* 3, no. 2 (2024): 462-74, <https://doi.org/10.35316/hukmy.2023.v3i2.462-474>.

yang mereka hadapi dengan penjual, tanpa perlu bertatap muka atau menghabiskan banyak waktu untuk menyelesaikan sengketa.

Selain itu, pengawasan terhadap produk skincare yang beredar di e-commerce juga perlu ditingkatkan, dengan melibatkan lebih banyak pihak yang berkompeten dan memastikan bahwa produk yang dijual telah terdaftar dan memenuhi standar keselamatan. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) memiliki peran penting dalam memastikan keamanan dan kualitas produk kosmetik, termasuk produk skincare, yang beredar di pasar Indonesia. Namun, menurut Wicaksono,¹⁰ pengawasan yang dilakukan oleh BPOM masih kurang memadai. Banyak produk skincare yang beredar di platform e-commerce tidak terdaftar di BPOM dan bahkan ada yang mengandung bahan berbahaya yang seharusnya tidak boleh digunakan. Produk-produk ini bisa dengan mudah ditemukan di platform online karena pengawasan yang tidak maksimal oleh pihak berwenang. Hal ini memperlihatkan bahwa perlu ada peningkatan koordinasi antar lembaga terkait, termasuk BPOM, Kementerian Perdagangan, dan pihak berwenang lainnya, untuk memastikan bahwa produk skincare yang dijual di e-commerce aman bagi konsumen dan tidak melanggar regulasi yang berlaku.

Pengawasan yang lebih ketat juga perlu didukung dengan peningkatan sumber daya manusia (SDM) yang terlibat dalam pengawasan produk skincare. Pemerintah perlu memperbanyak jumlah tenaga pengawas yang memiliki kompetensi untuk memeriksa produk yang dijual secara online, serta meningkatkan teknologi yang digunakan dalam pengawasan produk. Dengan demikian, pengawasan terhadap produk-produk skincare dapat dilakukan dengan lebih efektif, dan konsumen dapat merasa lebih aman saat berbelanja produk kecantikan secara online.

Selain itu, masalah kurangnya pengawasan juga berkaitan dengan kesadaran konsumen mengenai hak-hak mereka sebagai pembeli. Banyak konsumen yang tidak mengetahui cara mengajukan keluhan atau tuntutan apabila mereka merasa dirugikan akibat klaim yang tidak sesuai atau pembelian produk yang tidak aman. Hal ini disebabkan oleh kurangnya edukasi yang diberikan kepada konsumen mengenai hak-hak mereka dalam transaksi online, khususnya dalam hal membeli produk skincare. Sebagaimana yang disebutkan oleh Jaang,¹¹ peningkatan kesadaran konsumen menjadi hal yang sangat penting untuk mengurangi risiko penipuan dan meningkatkan akuntabilitas pelaku usaha. Konsumen yang lebih sadar akan hak-hak mereka lebih mungkin untuk mengajukan keluhan apabila mereka merasa dirugikan atau membeli produk yang tidak sesuai dengan deskripsi yang diberikan oleh penjual.

Peningkatan kesadaran konsumen dapat dilakukan melalui berbagai pendekatan, seperti kampanye edukasi melalui media sosial, pemberian informasi yang jelas di platform e-commerce, serta pelatihan tentang cara mengenali produk yang berbahaya. Pemerintah, pelaku usaha, dan lembaga terkait perlu bekerja sama untuk memberikan edukasi yang lebih baik kepada konsumen mengenai pentingnya memeriksa keaslian dan legalitas produk yang mereka beli, serta cara untuk melaporkan penipuan atau produk yang tidak sesuai dengan klaim.

¹⁰ Wicaksono, "Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Skin Care HN (Hetty Nugrahati) Yang Tidak Terdaftar BPOM."

¹¹ Syaharie Jaang, "Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Berdasarkan Prinsip Keadilan," *Jurnal Hukum Dan Ham Wara Sains* 2, no. 05 (2023): 349–57, <https://doi.org/10.58812/jhhws.v2i05.303>.

Dengan langkah-langkah ini, diharapkan konsumen dapat lebih memahami hak-hak mereka, dan dengan demikian lebih terlindungi dari praktik penipuan yang merugikan.

Untuk mengatasi masalah pengawasan yang kurang efektif, salah satu solusi yang dapat dipertimbangkan adalah pembaruan regulasi yang lebih ketat dan penerapan sistem pengawasan yang berbasis teknologi.¹² Dengan kemajuan teknologi saat ini, terutama dalam hal penggunaan big data dan kecerdasan buatan (AI), pengawasan terhadap produk skincare di platform e-commerce dapat dilakukan dengan lebih efisien. Misalnya, dengan memanfaatkan teknologi untuk melacak dan memeriksa keaslian produk yang dijual di platform e-commerce, serta memantau klaim yang berlebihan dalam deskripsi produk. Teknologi ini dapat membantu pihak berwenang untuk lebih cepat mendeteksi produk yang tidak memenuhi standar dan memastikan bahwa produk yang beredar di pasar aman bagi konsumen.¹³

Secara keseluruhan, kurangnya pengawasan dan regulasi yang efektif terhadap produk skincare di platform e-commerce memerlukan pendekatan yang lebih komprehensif, melibatkan peningkatan regulasi, pengawasan yang lebih ketat, serta edukasi konsumen yang lebih baik. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan perlindungan hukum bagi konsumen dapat meningkat dan mereka dapat bertransaksi dengan lebih aman dan nyaman di era digital ini. Konsumen yang terlindungi dari produk yang tidak sesuai dengan klaim atau yang berbahaya akan merasa lebih aman, dan hal ini akan memperkuat kepercayaan mereka dalam berbelanja online. Oleh karena itu, pembaruan regulasi, peningkatan pengawasan, dan edukasi konsumen adalah langkah-langkah penting yang harus segera diambil untuk menghadapi tantangan ini.

2. Overclaim dan Klaim Palsu pada Produk Skincare yang Dijual Secara Online

Perdagangan produk skincare secara online telah menjadi fenomena yang tak terelakkan di era digital saat ini. Transaksi e-commerce memberikan kemudahan bagi konsumen untuk membeli produk tanpa harus pergi ke toko fisik, namun di sisi lain, hal ini juga membuka peluang untuk praktik penipuan dan klaim berlebihan yang merugikan konsumen. Salah satu masalah yang semakin mendesak adalah overclaim dan klaim palsu pada produk skincare yang dijual di platform e-commerce. Banyak produk skincare yang dipasarkan dengan klaim-klaim yang tidak dapat dibuktikan secara ilmiah, seperti janji-janji untuk memutihkan kulit dalam waktu singkat, menghilangkan jerawat dengan instan, atau mengatasi masalah kulit berat tanpa memberikan bukti yang jelas. Klaim-klaim semacam ini tidak hanya menyesatkan, tetapi juga berpotensi membahayakan kesehatan konsumen, baik secara fisik maupun finansial.¹⁴

Overclaim dan klaim palsu pada produk skincare bukanlah hal baru, namun dalam konteks e-commerce, masalah ini semakin diperburuk oleh akses mudah yang dimiliki oleh konsumen terhadap produk dari berbagai penjuru dunia. Dengan kemudahan akses dan maraknya iklan digital, konsumen cenderung terjebak dalam godaan produk yang terlihat menjanjikan namun sebenarnya tidak terbukti efektivitasnya. Banyak penelitian yang

¹² Hamdari Hamdari and Bambang E Trisno, "Peran Notaris Dalam Perlindungan Konsumen Perdagangan Elektronik Di Indonesia," *Jurnal Jatiswara* 38, no. 1 (2023), <https://doi.org/10.29303/jtsw.v38i1.485>.

¹³ Hamdari and Trisno.

¹⁴ Lily Leonita, "Impact of Celebrity Endorsement on Purchase Intention of Local Skincare Brand: The Role of Perceived Quality and Perceived Value," *Journal of Business Studies and Mangement Review* 6, no. 2 (2023): 128–34, <https://doi.org/10.22437/jbsmr.v6i2.24608>.

menunjukkan bahwa sejumlah besar produk skincare yang dijual secara online membawa klaim yang tidak terbukti, sehingga menimbulkan risiko serius bagi konsumen. Sejumlah produk skincare yang dijual online menawarkan manfaat yang berlebihan tanpa adanya bukti ilmiah yang sah, yang pada akhirnya menyesatkan konsumen dan menyebabkan mereka membeli produk yang tidak sesuai dengan klaim tersebut.¹⁵

Klaim palsu dan overclaim sering kali ditemukan pada produk-produk yang tidak memiliki izin edar yang sah dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) atau yang tidak terdaftar secara resmi. Hal ini memberikan ruang bagi para pelaku usaha untuk mengiklankan produk mereka tanpa adanya pengawasan yang memadai. Produk skincare yang tidak terdaftar atau bahkan mengandung bahan berbahaya dapat beredar bebas di platform-platform e-commerce, membahayakan kesehatan kulit konsumen yang tidak tahu apa yang mereka beli. Misalnya, beberapa produk yang mengklaim dapat mengatasi jerawat dalam waktu singkat atau memberikan kulit yang tampak awet muda ternyata mengandung bahan kimia yang dapat merusak kulit dalam jangka panjang.¹⁶

Salah satu faktor yang berkontribusi terhadap masalah klaim palsu dan overclaim pada produk skincare adalah kurangnya regulasi yang efektif dalam mengawasi produk-produk yang dijual secara online.¹⁷ Meskipun ada Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang mengatur hak-hak konsumen, implementasi dan penegakan hukum terhadap produk skincare yang dijual di e-commerce sering kali tidak memadai. Putra dalam penelitiannya mencatat bahwa meskipun regulasi yang ada sudah mencakup perlindungan konsumen, namun penegakan hukum terhadap klaim yang menyesatkan pada produk skincare masih lemah, terutama di platform e-commerce yang sering kali sulit untuk diawasi.¹⁸ Banyak pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab dalam memasarkan produk mereka dan tidak mendapatkan sanksi yang tegas dari pihak berwenang.

Salah satu tantangan utama dalam mengatasi masalah ini adalah ketidakmampuan regulasi yang ada untuk mengikuti perkembangan pesat teknologi dan perilaku konsumen. Platform e-commerce sering kali lebih cepat berkembang dibandingkan dengan regulasi yang mengatur transaksi jual beli online. Hal ini menyebabkan celah dalam sistem hukum yang memungkinkan praktik bisnis yang merugikan konsumen tetap berlangsung. Penelitian menunjukkan bahwa regulasi yang ada tidak mencakup mekanisme yang cukup untuk menangani klaim palsu dan overclaim secara efektif.¹⁹ Pembaruan regulasi yang lebih ketat dan responsif terhadap perkembangan teknologi digital sangat diperlukan untuk melindungi konsumen dari produk-produk skincare yang tidak sesuai dengan klaim yang diberikan.

Selain regulasi yang lemah, kurangnya kesadaran konsumen mengenai hak-hak mereka juga menjadi salah satu faktor yang memperburuk masalah klaim palsu pada produk skincare.

¹⁵ Sudaryanto Sudaryanto et al., "Determinants of Purchase Intention During COVID-19: A Case Study of Skincare Products in East Java," *Innovative Marketing* 18, no. 1 (2022): 181–94, [https://doi.org/10.21511/im.18\(1\).2022.15](https://doi.org/10.21511/im.18(1).2022.15).

¹⁶ Alifia M Ananda, "Preferences for the Use of Skincare Products in Gen Z Women From the Perspective of Marketing Communication," *Indonesian Journal of Multidisciplinary Science* 3, no. 10 (2024), <https://doi.org/10.55324/ijoms.v3i10.944>.

¹⁷ Ngabito, "Analisis Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Pengedaran Produk Skincare Yang Terbukti Overclaim."

¹⁸ Putra, "Peran Regulasi Dalam Mengatur Perdagangan Online Di Indonesia: Kepatuhan, Penyelesaian Sengketa, Dan Dampaknya Pada Bisnis Online."

¹⁹ Wicaksono, "Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Skin Care HN (Hetty Nugrahati) Yang Tidak Terdaftar BPOM."

Banyak konsumen yang tidak membaca syarat dan ketentuan atau kebijakan privasi sebelum melakukan pembelian. Hal ini membuat mereka tidak memahami hak-hak mereka dan tidak tahu bagaimana cara mengajukan keluhan atau melaporkan produk yang tidak sesuai dengan klaim. Jaang²⁰ menyebutkan bahwa kurangnya pemahaman konsumen tentang hak-hak mereka dan cara mengenali klaim yang tidak benar meningkatkan kerentanannya terhadap penipuan. Produk skincare yang dipasarkan dengan klaim yang tidak terbukti secara ilmiah dapat dengan mudah menarik perhatian konsumen yang tidak mengetahui cara memverifikasi klaim tersebut.

Peningkatan kesadaran konsumen sangat penting untuk melindungi mereka dari klaim palsu dan praktik bisnis yang tidak bertanggung jawab. Edukasi mengenai hak-hak konsumen, cara mengenali klaim yang menyesatkan, serta pentingnya memeriksa legalitas produk sebelum membeli, menjadi langkah yang sangat diperlukan untuk memberdayakan konsumen. Konsumen yang memiliki pemahaman yang lebih baik tentang hak-hak mereka lebih cenderung untuk menghindari klaim yang tidak terbukti dan melaporkan produk yang menyesatkan. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah dan lembaga terkait untuk melakukan kampanye edukasi yang lebih intensif kepada konsumen mengenai cara membeli produk skincare secara aman dan bijak, serta mengenali tanda-tanda klaim palsu.²¹

Selain itu, platform e-commerce juga memiliki tanggung jawab yang besar dalam memastikan bahwa produk yang dijual di situs mereka memenuhi standar keselamatan dan tidak mengandung klaim yang menyesatkan. Platform e-commerce harus mematuhi standar keamanan yang ketat dan melakukan verifikasi terhadap produk yang dijual untuk melindungi konsumen dari risiko yang tidak perlu. Prayuti²² dalam penelitiannya menunjukkan bahwa platform e-commerce perlu lebih proaktif dalam melakukan verifikasi terhadap produk skincare yang dijual, termasuk memeriksa apakah produk tersebut memiliki izin edar dari BPOM dan apakah klaim yang ada dalam deskripsi produk didukung oleh bukti ilmiah yang sah.

Platform e-commerce juga dapat bekerjasama dengan lembaga pengawas seperti BPOM untuk memastikan bahwa produk yang dijual di pasar online telah terdaftar dan sesuai dengan regulasi yang berlaku. Hal ini dapat membantu menurunkan risiko bagi konsumen yang membeli produk tanpa mengetahui apakah produk tersebut aman atau tidak. Oleh karena itu, platform e-commerce harus memainkan peran yang lebih aktif dalam melindungi konsumen dengan menetapkan standar yang lebih ketat dan meningkatkan pengawasan terhadap produk yang dijual di platform mereka.

Secara keseluruhan, masalah overclaim dan klaim palsu pada produk skincare yang dijual secara online memerlukan pendekatan yang komprehensif dan multidimensional. Diperlukan pembaruan regulasi yang lebih ketat untuk mengatasi klaim yang menyesatkan dan memverifikasi produk yang dijual di platform e-commerce. Penegakan hukum yang lebih tegas dan adanya mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih efektif, seperti Online Dispute Resolution (ODR), juga menjadi hal yang sangat penting dalam melindungi konsumen dari

²⁰ Jaang, "Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Berdasarkan Prinsip Keadilan."

²¹ Sudaryanto et al., "Determinants of Purchase Intention During COVID-19: A Case Study of Skincare Products in East Java."

²² Prayuti, "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Produk Kesehatan Online: Analisis Regulasi Dan Praktik."

penipuan. Selain itu, kesadaran konsumen perlu ditingkatkan melalui edukasi yang lebih baik tentang cara mengenali klaim palsu dan hak-hak mereka sebagai konsumen.²³

Dengan langkah-langkah ini, diharapkan konsumen dapat lebih terlindungi dan dapat bertransaksi dengan lebih aman di platform e-commerce, terutama dalam hal pembelian produk skincare. Perlindungan hukum yang lebih baik akan memberikan rasa aman bagi konsumen dan menurunkan risiko kerugian yang disebabkan oleh klaim yang tidak sesuai dengan kenyataan.

3. Kesulitan Konsumen dalam Mengakses Penyelesaian Sengketa dan Ganti Rugi Terkait Produk Skincare yang Dijual Secara Online

Perkembangan pesat e-commerce di Indonesia telah mengubah cara konsumen berbelanja, termasuk dalam membeli produk skincare. Namun, meskipun transaksi online memberikan kemudahan, konsumen juga dihadapkan pada berbagai tantangan, terutama dalam hal perlindungan hak-hak mereka ketika terjadi masalah dengan produk yang dibeli. Salah satu masalah yang signifikan adalah kesulitan konsumen dalam mengakses penyelesaian sengketa dan ganti rugi ketika produk yang mereka beli terbukti cacat atau tidak sesuai dengan klaim yang dibuat oleh penjual. Meskipun Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia memberikan hak kepada konsumen untuk mendapatkan ganti rugi, banyak konsumen yang mengalami kesulitan dalam menuntut hak-hak tersebut. Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara regulasi yang ada dan implementasi yang efektif di lapangan, terutama terkait dengan penyelesaian sengketa dan proses pengajuan klaim ganti rugi.²⁴

Salah satu faktor utama yang menghambat konsumen dalam mengakses hak-hak mereka adalah kurangnya pemahaman tentang prosedur penyelesaian sengketa dan ganti rugi. Meskipun banyak platform e-commerce telah menyediakan saluran untuk mengajukan keluhan atau komplain, namun sering kali informasi mengenai cara mengakses saluran tersebut tidak jelas atau sulit dipahami oleh konsumen. Hal ini terutama terjadi pada konsumen yang tidak terbiasa dengan proses-proses hukum atau tidak memiliki pengetahuan mengenai hak-hak mereka. Penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati,²⁵ menunjukkan bahwa banyak konsumen tidak mengetahui prosedur yang tepat untuk mengajukan keluhan atau tuntutan ganti rugi, yang pada akhirnya membuat mereka merasa putus asa dan tidak berdaya dalam menghadapi masalah. Kurangnya edukasi tentang hak-hak konsumen ini memperburuk situasi dan membuat konsumen merasa bahwa mereka tidak memiliki saluran yang efektif untuk menuntut keadilan.

Masalah transparansi juga menjadi tantangan utama dalam proses penyelesaian sengketa. Banyak konsumen melaporkan bahwa mereka kesulitan untuk menemukan informasi yang jelas dan mudah diakses mengenai prosedur pengaduan dan penyelesaian sengketa di platform e-commerce. Prosedur yang tidak jelas, saluran yang rumit, dan respons yang lambat sering kali membuat konsumen merasa frustrasi dan akhirnya meninggalkan masalah tersebut tanpa

²³ Sudaryanto et al., "Determinants of Purchase Intention During COVID-19: A Case Study of Skincare Products in East Java."

²⁴ Leonita, "Impact of Celebrity Endorsement on Purchase Intention of Local Skincare Brand: The Role of Perceived Quality and Perceived Value."

²⁵ Afifah Abdatillah and Ulfi D Hamida, "Peran Promosi Online Shop Instagram Dalam Menarik Minat Beli Produk Skincare Di KDKoreamask Kediri," *Istithmar Jurnal Studi Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2022): 84–95, <https://doi.org/10.30762/istithmar.v6i2.315>.

mendapatkan solusi. Silalahi²⁶ mengungkapkan bahwa platform e-commerce perlu menyediakan informasi yang lebih jelas mengenai cara konsumen dapat mengajukan keluhan atau tuntutan ganti rugi. Penyediaan panduan yang mudah dipahami mengenai hak-hak konsumen dan cara mengajukan klaim sangat penting untuk membantu konsumen memahami langkah-langkah yang harus diambil jika mereka mengalami masalah dengan produk yang dibeli.

Penting bagi platform e-commerce untuk meningkatkan transparansi dalam setiap tahapan penyelesaian sengketa. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah dengan menyederhanakan proses pengaduan dan membuat informasi mengenai prosedur penyelesaian sengketa lebih mudah diakses oleh konsumen. Platform juga dapat menyediakan sistem pelacakan status pengaduan sehingga konsumen dapat dengan mudah mengetahui perkembangan keluhan mereka. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan konsumen akan merasa lebih diberdayakan dan memiliki kontrol lebih besar atas penyelesaian sengketa yang mereka hadapi.

Selain masalah transparansi, kecepatan dan efektivitas proses penyelesaian sengketa juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam mengakses ganti rugi. Banyak konsumen yang mengeluhkan proses penyelesaian sengketa yang memakan waktu lama dan tidak memuaskan. Berdasarkan penelitian Silalahi,²⁷ proses penyelesaian sengketa yang lambat sering kali menyebabkan konsumen merasa frustrasi dan ketidakpuasan, bahkan dalam beberapa kasus, mereka akhirnya mengabaikan klaim mereka atau berhenti memperjuangkan hak-hak mereka. Hal ini menunjukkan bahwa platform e-commerce perlu meningkatkan sistem penyelesaian sengketa mereka dengan menerapkan mekanisme yang lebih efisien dan responsif.

Salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah dengan menggunakan mekanisme mediasi atau arbitrase untuk mempercepat proses penyelesaian sengketa. Mediasi melibatkan pihak ketiga yang netral untuk membantu kedua belah pihak mencapai kesepakatan, sementara arbitrase melibatkan pihak ketiga yang membuat keputusan akhir yang mengikat. Kedua mekanisme ini dapat membantu mempercepat proses dan memberikan hasil yang lebih adil bagi konsumen, tanpa harus melalui proses litigasi yang panjang dan rumit. Platform e-commerce yang menyediakan saluran mediasi atau arbitrase yang efektif dapat memastikan bahwa sengketa diselesaikan dengan cara yang lebih cepat dan efisien, serta memberikan hasil yang lebih memadai bagi konsumen yang dirugikan.

Selain kesulitan dalam mengakses penyelesaian sengketa, ada juga masalah terkait dengan pertanggungjawaban pelaku usaha. Banyak konsumen merasa bahwa pelaku usaha tidak bertanggung jawab atas produk yang mereka jual, terutama jika produk tersebut terbukti cacat atau tidak sesuai dengan klaim yang dibuat. Leonita²⁸ menjelaskan bahwa konsumen sering kali menghadapi kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi atau pengembalian barang,

²⁶ Putri H Silalahi, "Pertanggungjawaban Pengusaha Atas Produk Skincare Merek Palsu Pada Marketplace Shopee." *Ranah Research Journal of Multidisciplinary Research and Development* 6, no. 4 (2024): 617–28, <https://doi.org/10.38035/rrj.v6i4.857>.

²⁷ Silalahi.

²⁸ Leonita, "Impact of Celebrity Endorsement on Purchase Intention of Local Skincare Brand: The Role of Perceived Quality and Perceived Value."

terutama jika pelaku usaha tidak mau menerima tanggung jawab atau memberikan alasan yang tidak jelas. Hal ini sangat merugikan konsumen, yang seharusnya dilindungi oleh undang-undang perlindungan konsumen, namun dalam praktiknya, mereka sering kali merasa dibiarkan tanpa adanya dukungan yang memadai.

Kurangnya penegakan hukum terhadap pelaku usaha yang tidak memenuhi kewajiban mereka untuk memberikan ganti rugi atau pengembalian barang adalah salah satu penyebab utama dari masalah ini. Banyak pelaku usaha yang menghindari tanggung jawab mereka dengan alasan yang tidak masuk akal atau dengan memberikan solusi yang tidak memadai bagi konsumen. Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan penegakan hukum yang lebih ketat terhadap pelaku usaha yang tidak mematuhi kewajiban mereka sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Pemerintah dan lembaga terkait perlu memperkuat pengawasan dan memberikan sanksi yang tegas kepada pelaku usaha yang terbukti melanggar hak konsumen.²⁹

Untuk mengatasi kesulitan konsumen dalam mengakses penyelesaian sengketa dan ganti rugi, diperlukan pembaruan regulasi yang lebih ketat dan pengawasan yang lebih baik terhadap platform e-commerce dan pelaku usaha. Penelitian yang dilakukan oleh Hermawan,³⁰ mengungkapkan bahwa meskipun ada regulasi yang mengatur perlindungan konsumen, penerapannya masih sering kali tidak konsisten, terutama dalam hal transaksi online. Pembaruan regulasi yang mencakup mekanisme yang lebih jelas untuk penyelesaian sengketa dan tanggung jawab pelaku usaha sangat diperlukan untuk memberikan perlindungan yang lebih baik bagi konsumen.

Selain itu, lembaga penegak hukum perlu memiliki kapasitas yang lebih besar untuk menangani kasus-kasus yang melibatkan e-commerce dan produk-produk yang dijual secara online. Hal ini termasuk meningkatkan pelatihan bagi petugas pengawas dan memperkuat sistem pelaporan agar konsumen dapat lebih mudah mengajukan keluhan dan mendapatkan perhatian yang tepat. Dengan adanya regulasi yang lebih ketat dan pengawasan yang lebih baik, diharapkan konsumen dapat merasa lebih aman dan terlindungi saat bertransaksi secara online, serta dapat mengakses ganti rugi dengan lebih mudah jika mereka mengalami masalah dengan produk yang dibeli.³¹

Secara keseluruhan, untuk mengatasi kesulitan konsumen dalam mengakses penyelesaian sengketa dan ganti rugi, diperlukan pendekatan yang komprehensif yang mencakup peningkatan transparansi dalam proses penyelesaian sengketa, edukasi yang lebih baik tentang hak-hak konsumen, serta penegakan hukum yang lebih ketat terhadap pelaku usaha yang tidak memenuhi kewajiban mereka. Platform e-commerce perlu bertanggung jawab untuk menyediakan saluran yang jelas dan efisien bagi konsumen untuk mengajukan keluhan dan mendapatkan penyelesaian sengketa yang adil. Di sisi lain, pemerintah dan lembaga terkait perlu memperbarui regulasi dan meningkatkan kapasitas penegakan hukum untuk memberikan perlindungan yang lebih baik bagi konsumen. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan

²⁹ Karin Sidanta et al., "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen Milenial Pada E-Commerce Di Indonesia," *Indonesian Business Review* 5, no. 2 (2022): 156–73, <https://doi.org/10.21632/ibr.5.2.156-173>.

³⁰ Risma D Hermawan, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online (Studi Pada Aplikasi Grab Toko)," *Sanskara Hukum Dan Ham* 2, no. 02 (2023): 127–36, <https://doi.org/10.58812/shh.v2i02.307>.

³¹ Fransiska N Eleanora, "Pembuktian Tanggung Jawab Produk Bagi Konsumen Terkait Cacat Tersembunyi," *Morality Jurnal Ilmu Hukum* 9, no. 2 (2023): 170, <https://doi.org/10.52947/morality.v9i2.338>.

konsumen dapat merasa lebih aman dan terlindungi dalam melakukan transaksi online, dan hak-hak mereka dapat ditegakkan dengan lebih efektif di era digital ini.

Kesimpulan

Perlindungan hukum bagi konsumen atas overclaim produk skincare di platform e-commerce merupakan isu penting dalam konteks transaksi online yang semakin berkembang. Terdapat tiga permasalahan utama yang harus diatasi agar konsumen dapat terlindungi dengan lebih baik: pertama, kurangnya pengawasan dan regulasi yang efektif terhadap produk skincare yang dijual di platform e-commerce; kedua, adanya klaim berlebihan atau overclaim yang tidak dapat dibuktikan secara ilmiah; dan ketiga, kesulitan konsumen dalam mengakses penyelesaian sengketa dan ganti rugi.

1. **Kurangnya Pengawasan dan Regulasi yang Efektif:** Kurangnya pengawasan terhadap produk skincare di platform e-commerce menjadi masalah utama dalam melindungi konsumen. Banyak produk yang tidak terdaftar di Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) atau yang tidak memenuhi standar keselamatan. Meskipun Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan dasar hukum yang jelas tentang hak-hak konsumen untuk mendapatkan perlindungan atas produk yang tidak sesuai, implementasi pengawasan yang lemah menghambat penegakan hukum secara efektif. Untuk itu, pembaruan regulasi yang lebih responsif terhadap perkembangan e-commerce serta peningkatan pengawasan dari pihak berwenang diperlukan untuk melindungi konsumen secara maksimal.
2. **Overclaim dan Klaim Palsu pada Produk Skincare:** Klaim berlebihan atau overclaim terkait produk skincare, seperti janji hasil instan atau klaim yang tidak didukung oleh bukti ilmiah, menjadi praktik yang merugikan konsumen. Hal ini jelas bertentangan dengan prinsip dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menyebutkan bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas, dan tidak menyesatkan (Pasal 4). Untuk mengatasi masalah ini, penegakan hukum yang lebih ketat terhadap klaim palsu serta kewajiban bagi pelaku usaha untuk menyediakan bukti ilmiah terkait klaim yang mereka buat perlu diperkuat. Platform e-commerce juga diharapkan bertanggung jawab dalam memastikan bahwa produk yang dijual memenuhi standar keamanan dan tidak membawa klaim yang menyesatkan.
3. **Kesulitan Konsumen dalam Mengakses Penyelesaian Sengketa dan Ganti Rugi:** Proses penyelesaian sengketa dan pengajuan klaim ganti rugi sering kali memakan waktu lama dan kurang transparan. Meskipun Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan hak bagi konsumen untuk mengajukan tuntutan melalui lembaga penyelesaian sengketa atau peradilan umum (Pasal 45 ayat 1), dalam praktiknya, banyak konsumen yang merasa kesulitan untuk mengakses jalur ini. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan kesadaran konsumen dan menyediakan saluran penyelesaian sengketa yang lebih efisien dan transparan. Penggunaan sistem penyelesaian sengketa yang lebih modern, seperti Online Dispute Resolution (ODR), dapat membantu mempercepat proses ini dan memberikan hasil yang lebih adil.

Referensi

- Abdatillah, Afifah, and Ulfi D Hamida. "Peran Promosi Online Shop Instagram Dalam Menarik Minat Beli Produk Skincare Di KDKoreamask Kediri." *Istithmar Jurnal Studi Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2022): 84–95. <https://doi.org/10.30762/istithmar.v6i2.315>.
- Ananda, Alifia M. "Preferences for the Use of Skincare Products in Gen Z Women From the Perspective of Marketing Communication." *Indonesian Journal of Multidisciplinary Science* 3, no. 10 (2024). <https://doi.org/10.55324/ijoms.v3i10.944>.
- Eleanora, Fransiska N. "Pembuktian Tanggung Jawab Produk Bagi Konsumen Terkait Cacat Tersembunyi." *Morality Jurnal Ilmu Hukum* 9, no. 2 (2023): 170. <https://doi.org/10.52947/morality.v9i2.338>.
- Hamdari, Hamdari, and Bambang E Trisno. "Peran Notaris Dalam Perlindungan Konsumen Perdagangan Elektronik Di Indonesia." *Jurnal Jatiswara* 38, no. 1 (2023). <https://doi.org/10.29303/jtsw.v38i1.485>.
- Hermawan, Risma D. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online (Studi Pada Aplikasi Grab Toko)." *Sanskara Hukum Dan Ham* 2, no. 02 (2023): 127–36. <https://doi.org/10.58812/shh.v2i02.307>.
- Jaang, Syaharie. "Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Berdasarkan Prinsip Keadilan." *Jurnal Hukum Dan Ham Wara Sains* 2, no. 05 (2023): 349–57. <https://doi.org/10.58812/jhhws.v2i05.303>.
- Leonita, Lily. "Impact of Celebrity Endorsement on Purchase Intention of Local Skincare Brand: The Role of Perceived Quality and Perceived Value." *Journal of Business Studies and Mangement Review* 6, no. 2 (2023): 128–34. <https://doi.org/10.22437/jbsmr.v6i2.24608>.
- Mulyono, Andreas T, and Rudy Pramono. "The Regulatory Status Analysis for Updating the Public Legal Awareness on Human Rights in Indonesia." *Jurnal Ham* 13, no. 3 (2022): 459. <https://doi.org/10.30641/ham.2022.13.459-478>.
- Ngabito, Rafyanka I P. "Analisis Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Pengedaran Produk Skincare Yang Terbukti Overclaim." *Law Development and Justice Review* 7, no. 3 (2025): 284–301. <https://doi.org/10.14710/ldjr.7.2024.284-301>.
- Prayuti, Yuyut. "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Produk Kesehatan Online: Analisis Regulasi Dan Praktik." *Syntax Idea* 6, no. 4 (2024). <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v6i4.3154>.
- Putra, Dwi Savedo Yusuf Ardiyanto. "Peran Regulasi Dalam Mengatur Perdagangan Online Di Indonesia: Kepatuhan, Penyelesaian Sengketa, Dan Dampaknya Pada Bisnis Online." *Hukmy Jurnal Hukum* 3, no. 2 (2024): 462–74. <https://doi.org/10.35316/hukmy.2023.v3i2.462-474>.
- Sidanta, Karin, Bobby Christian, Hadi Hadi, Winny Angelia, and Istijanto Istijanto. "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen Milenial Pada E-Commerce Di Indonesia." *Indonesian Business Review* 5, no. 2 (2022): 156–73. <https://doi.org/10.21632/ibr.5.2.156-173>.
- Silalahi, Putri H. "Pertanggungjawaban Pengusaha Atas Produk Skincare Merek Palsu Pada Marketplace Shopee." *Ranah Research Journal of Multidisciplinary Research and Development* 6, no. 4 (2024): 617–28. <https://doi.org/10.38035/rrj.v6i4.857>.

Sudaryanto, Sudaryanto, Jerry Courvisanos, Ivana R Dewi, Rusdiyanto Rusdiyanto, and Jiva R Yuaris. "Determinants of Purchase Intention During COVID-19: A Case Study of Skincare Products in East Java." *Innovative Marketing* 18, no. 1 (2022): 181–94. [https://doi.org/10.21511/im.18\(1\).2022.15](https://doi.org/10.21511/im.18(1).2022.15).

Tsaqif, Gattan Q. "Analisis Manajemen Reputasi Pada Brand Skincare 'The Originote.'" *Humanus* 2, no. 2 (2025): 227–34. <https://doi.org/10.62180/men86f56>.

Wicaksono, Bayu P. "Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Skin Care HN (Hetty Nugrahati) Yang Tidak Terdaftar BPOM." *JCL* 1, no. 1 (2024): 10. <https://doi.org/10.47134/jcl.v1i1.2290>.