

## Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas *Overclaim Sun Protection Factor* (SPF) Pada Produk Tabir Surya X

**Nabilla Dhinggar Arumbi**

Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret

**Sapto Hermawan**

Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret

**Asianto Nugroho**

Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret

Alamat: Ir. Sutarmi 36A, Kentingan, Jebres, Surakarta Kampus

Korespondensi Penulis: [nabillaarumbi@student.uns.ac.id](mailto:nabillaarumbi@student.uns.ac.id)\*

**Abstract.** *The high public demand for sunscreen creates business opportunities for entrepreneurs. However, due to this substantial demand, it cannot be denied that some business actors resort to deceptive practices to maximize profits. This includes distributing sunscreen with exaggerated SPF claims or overclaiming SPF, indicating that the lab test results differ from what is stated on the label. The research method employed is qualitative, with a normative-empirical type of juridical research. The findings reveal that overclaiming constitutes a violation of consumer rights under Article 4 of the UUPK. Additionally, business actors infringe upon other provisions, namely, Articles 7, 8, and 17 of the aforementioned law. The responsibility of business actors for SPF overclaims is outlined in Article 19 of the UUPK, compelling them to compensate consumers for resulting damages. This serves as an implementation of Liability Based on Fault and Product Liability.*

**Keywords:** *legal protection, entrepreneurs, sunscreen, overclaim SPF*

**Abstrak.** Tingginya permintaan masyarakat terhadap tabir surya memberikan peluang bisnis terhadap pelaku usaha, namun terhadap tingginya permintaan tersebut tidak dipungkiri bahwa adanya pelaku usaha yang berbuat curang untuk mendapatkan keuntungan sebanyak – banyaknya, seperti mengedarkan tabir surya namun melebihi – lebihkan SPF atau overclaim SPF, yang memiliki arti bahwa hasil uji lab berbeda dengan yang tertulis pada label. Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis penelitian yuridis normative-empiris. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perbuatan overclaim merupakan pelanggaran terhadap hak – hak konsumen pada pasal 4 UUPK, selain itu pelaku usaha juga melanggar ketentuan lain yakni pasal 7,8, dan 17 *UU a qou*. Adapun bentuk tanggung jawab pelaku usaha atas overclaim SPF merujuk pada Pasal 19 UUPK, maka pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi yang timbul kepada konsumen sebagai bentuk dari penerapan tanggung jawab atas dasar kesalahan (*Liability Based on Fault*) dan tanggung jawab produk (*Product Liability*).

**Kata kunci:** Perlindungan Hukum, Pelaku Usaha, Tabir Surya, *Overclaim SPF*

### LATAR BELAKANG

Indonesia, sebagai negara yang memiliki dua iklim dan terletak di garis ekuator, menghadapi tingginya irradisasi matahari yang memiliki pengaruh buruk pada kulit akibat radiasi sinar ultraviolet (UV)<sup>1</sup> efek buruk pertama dari sinar UV adalah kemampuannya membakar kulit, menjelaskan mengapa kulit terasa panas dan memerah saat terpapar sinar

<sup>1</sup> Rahmawati, R., Muflihunna, A., & Amalia, M. (2018). *ANALISIS AKTIVITAS PERLINDUNGAN SINAR UV SARI BUAH SIRSAK (Annona muricata L.) BERDASARKAN NILAI SUN PROTECTION FACTOR (SPF) SECARA SPEKTROFOTOMETRI UV-VIS*. *Jurnal Fitofarmaka Indonesia*. Hal

matahari<sup>2</sup> Dampak kedua melibatkan kulit menjadi kusam, kering, dan keriput, serta meningkatkan risiko penuaan dini dan kanker kulit.

Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG) menyatakan bahwa indeks sinar UV di Indonesia mencapai tingkat risiko bahaya hingga ekstrem, dengan beberapa kota potensial mencapai suhu 40 derajat Celsius<sup>3</sup>. Kementerian Kesehatan mengimbau penggunaan produk kosmetik, termasuk *sunscreen*, untuk memproteksi kulit dari pancaran ultraviolet.

Tabir surya memiliki *Sun Protection Factor (SPF)* dan *Protection Grade of UVA (PA)*, yang mencerminkan kemampuannya memproteksi kulit dari pancaran UV yang menggambarkan kemampuannya untuk memproteksi kulit dari pancaran UV. Efektivitas tabir surya bergantung pada nilai SPF-nya, yang berkisar dari 1 hingga 50. Direkomendasikan untuk menggunakan tabir surya yang memiliki SPF di atas 15 dan spektrum perlindungan yang luas agar dapat memproteksi kulit dari pancaran sinar UV A dan UV B. Meskipun demikian, perlu diingat bahwa tabir surya tidak menyediakan perlindungan penuh terhadap sinar UV<sup>4</sup> *Protection Grade of UVA (PA)* merupakan indikator perlindungan kulit terhadap sinar UVA. Sinar UVA memiliki kemampuan untuk menembus lapisan kulit dan memicu proses penuaan dini pada sel-sel kulit, yang disebut sebagai photoaging. Tingkat perlindungan dari sinar UVA biasanya ditunjukkan dengan simbol "+", yang disebut juga dengan istilah Perlindungan UVA (PA). Semakin banyak tanda "+" yang terdapat pada kemasan produk perlindungan kulit, semakin tinggi pula tingkat perlindungan terhadap sinar UVA yang dapat diberikan oleh produk tersebut. Adapun PA memiliki beberapa klasifikasi diantaranya *PA+*, *PA++*, *PA+++*, dan *PA++++*. *PA+* memberikan perlindungan UVA yang minimal, *PA++* memberikan perlindungan cukup, sementara *PA+++* menyediakan perlindungan tinggi terhadap sinar UVA. Pada tingkat tertinggi, *PA++++* memberikan perlindungan sangat tinggi terhadap sinar UVA.

*Overclaim SPF* pada beberapa merek tabir surya lokal menjadi sorotan. *Overclaim* adalah melebihi – lebihkan sesuatu, dalam hal ini adalah melebihi – lebihkan kandungan SPF, seperti yang diungkapkan oleh seorang tiktoker dimana uji laboratorium menunjukkan bahwa beberapa merek tersebut mengklaim *SPF* yang tidak sesuai dengan hasil uji lab, sebagaimana tertulis pada label mengklaim 50 SPF *PA+++* namun pada kenyataannya hasil uji lab menunjukkan hanya memiliki kandungan SPF sebesar 2 SPF.

---

<sup>2</sup> Isfardiya, S. H., & Safitri, S. R. (2014). "Pentingnya melindungi kulit dari sinar ultraviolet dan cara melindungi kulit dengan sunblock buatan sendiri". *Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan*, 3(2), 126– 133.

<sup>3</sup> Rosa, Nikita. (2023). "3 Kota Ini Berpotensi 'Terpanggang' Suhu 40 Derajat Celcius, Ini Kata BMKG" diakses dari <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6978768/3-kota-ini-berpotensi-terpanggang-suhu-40-derajat-celcius-ini-kata-bmkg>. Pada tanggal 2 Februari 2024.

<sup>4</sup> Syarif, M. Wasitaatmadja. 2011. *Dermatologi Kosmetik*, Edisi Ke-2. Fkui, Jakarta.

Kasus ini menunjukkan pelanggaran terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), khususnya hak yang dipunyai oleh konsumen dalam Pasal 4, dan pelanggaran pada Pasal 7, 8 sampai 17 UUPK yang mengatur perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha serta larangan dalam melakukan promosi. Konsumen yang merasa dirugikan, seperti Evi Triana yang mengungkapkan wajahnya menjadi bruntusan dan menghitam setelah menggunakan tabir surya ini dibawah terik matahari dengan selang waktu yang tidak lama. Atas kerugian tersebut, konsumen pengguna tabir surya X dapat menuntut tanggung jawab pelaku usaha atas *overclaim SPF*, yang mengakibatkan kerugian secara materiil dan immateriil. Oleh karena itu, Judul penelitian ini mencerminkan urgensi penelitian mengenai *Tanggung Jawab Pelaku Usaha terhadap Overclaim SPF pada Produk Tabir Surya X*.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian normatif – empiris. Penelitian hukum normative empiris adalah penulisan yang menekankan pada pelaksanaan hukum dan juga praktek hukum yang dijalankan oleh masyarakat<sup>5</sup> Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan perundang – undangan (*statue approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Data primer diperoleh melalui wawancara sementara data sekunder bersumber dari literatur hukum, peraturan perundang-undangan, dan sumber informasi terkait. Adapun teknik pengumpulan data berupa studi kepustakaan (*library research*) dan penelitian lapangan (wawancara) Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan metode berpikir deduktif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

*Overclaim* atau klaim berlebihan yang dilakukan oleh pelaku bisnis tentu sangat merugikan konsumen karena bagi konsumen hak – haknya tidak terepenuhi, adapun hak tersebut antara lain, konsumen memiliki hak untuk merasa nyaman, aman, dan terlindungi saat menggunakan barang atau jasa. Ini berarti mereka berhak untuk tidak mengalami ketidaknyamanan, ancaman, atau risiko yang tidak diinginkan selama proses penggunaan barang atau jasa tersebut. Selanjutnya konsumen berhak untuk mendapatkan informasi yang akurat, mudah dipahami, dan jujur tentang kondisi serta jaminan terkait dengan barang atau jasa yang mereka konsumsi. Hal ini mencakup informasi tentang kualitas, manfaat, risiko, serta

---

<sup>5</sup> Rommy Haniitijo Soemitro, (1990). *Metode Penelitian Hukum dan Jurimetri*. Jakarta: Ghalia Indonesia. Hlm.44

syarat dan ketentuan penggunaan barang atau jasa tersebut, serta yang terakhir konsumen memiliki hak untuk menyuarakan pendapat dan keluhan mereka terkait barang atau jasa yang mereka gunakan. Ini berarti mereka berhak untuk didengar dan direspons atas pendapat, masukan, atau keluhan mereka oleh pihak yang terkait, seperti pelaku usaha atau penyedia jasa. Hal ini memungkinkan konsumen untuk mengungkapkan pengalaman mereka dan memperoleh solusi jika terjadi masalah atau ketidakpuasan terhadap barang atau jasa yang mereka konsumsi. Sebagaimana yang termaktub dalam Pasal 4 huruf a, huruf c dan huruf d. Perbuatan pelaku usaha tersebut juga mencerminkan bahwa pelaku usaha tidak menjalankan kewajibannya sebagai pelaku usaha yang terdapat di dalam Pasal 7 UUPK.

Selain itu, jika demikian pelaku usaha telah melakukan tindakan *overclaim*, sehingga dipastikan pelaku usaha juga melakukan pelanggaran terhadap aturan lain yaitu pada Pasal 8, 9,10 dan Pasal 17 karena *overclaim* dapat dikategorikan sebagai bentuk kejahatan dalam penandaan pemasaran atau penawaran. Pemasaran dan penawaran merupakan aktivitas yang bertujuan untuk memperkenalkan atau menyebarkan informasi mengenai suatu produk atau layanan dengan tujuan menarik minat pembelian konsumen terhadap produk atau layanan yang sedang atau akan ditawarkan. Adapun contoh promosi yang bisa dilakukan adalah mengiklankan produknya. Pada saat pelaku usaha mengiklankan produknya tersebut mengindikasikan bahwa pelaku usaha juga telah memberikan informasi dengan ada ketidaksesuaian antara apa yang dijanjikan dalam iklan atau promosi dengan apa yang sebenarnya dirasakan atau diperoleh oleh konsumen setelah menggunakan produk kosmetik tersebut. Hal ini menunjukkan adanya praktik pemasaran yang tidak jujur dan mungkin menyesatkan konsumen saat membeli produk tersebut. Tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha secara jelas melanggar berbagai ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Tanggung jawab adalah tindakan yang diambil oleh seseorang dengan kesadaran akan kewajibannya terhadap akibat dari perbuatannya. Dalam konteks tanggung jawab pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya, pelaku usaha diharapkan bersedia menanggung risiko atas segala konsekuensi dari perbuatannya yang dapat menyebabkan kerugian, sehingga konsumen berhak meminta tanggung jawab dari pelaku usaha dengan meminta ganti rugi.

Umumnya, tanggung jawab terdapat tiga, antara lain *accountability*, *responsibility* dan *liability*.<sup>6</sup> Tanggung jawab *accountability* merujuk pada kewajiban terkait aspek finansial dan kepercayaan. Tanggung jawab secara *responsibility* merujuk pada kewajiban dalam konteks hukum yang berlaku secara publik. Sedangkan tanggung jawab *liability* merujuk pada kewajiban hukum sesuai dengan hukum perdata.<sup>7</sup> Adapun, prinsip tanggung jawab dalam hukum dapat diuraikan berdasarkan prinsip *liability based on fault* yakni atas dasar kesalahan, prinsip *presumption based on fault* yakni atas dasar praduga selalu bertanggung jawab, *presumption of nonliability* memiliki unsur atas praduga selalu tidak bertanggung jawab, *strict liability* atau mutlak, serta *limitation of liability* artinya pembatasan tanggung jawab .<sup>8</sup> UUPK juga mengatur bentuk tanggung jawab secara tanggung jawab perdata, pidana dan administrasi negara.

Mengenai tindakan *overclaim SPF* maka akan dikenakan jenis tanggung jawab atas kesalahan dan tanggung jawab mutlak (*product liability*)

#### **a. Tanggung Jawab atas dasar Kesalahan (*Liability Based On Fault*)**

Pelaku usaha akan mengemban tanggung jawab hukum ketika unsur-unsur kesalahan menyebabkan kerugian pada konsumen, dan dalam situasi tersebut, pelaku usaha diwajibkan mempertanggungjawabkan dirinya. Mempromosikan suatu produk dengan informasi yang tidak benar atau tidak sesuai dengan sifat produk itu sendiri merupakan tindakan yang melanggar hukum, dan sebagai hasilnya, pelaku usaha diharuskan untuk memberikan ganti rugi.

Pasal 1365 KUHPperdata menguraikan lebih lanjut tentang elemen-elemen kesalahan, di mana disebutkan bahwa setiap tindakan yang melanggar hukum dan mengakibatkan kerugian bagi pihak lain mengharuskan pelaku yang bertanggung jawab atas tindakan tersebut untuk mengganti kerugian yang timbul. Berikut adalah penjelasan mengenai unsur – unsur dalam rumusan Pasal 1365 KUHPerdata:

1. Adanya perbuatan, melibatkan tindakan kelalaian dari pelaku usaha yang melanggar Pasal 8 ayat (1) UUPK, dimana pelaku usaha tidak memenuhi standar kondisi yang mengacu pada kondisi fisik atau kualitas yang diharapkan dari produk atau layanan. Kemudian terhadap jaminan yang mencakup janji atau klaim terkait dengan kinerja atau kualitas produk atau layanan, begitu juga dengan keistimewaan yang mengacu pada fitur

---

<sup>6</sup> K. Martono, *Kamus Hukum dan Regulasi Penerbangan*, Edisi Pertama, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2007, hlm 306-307.

<sup>7</sup> *Ibid.* hal.308

<sup>8</sup> Kelik Wardiono, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Penerbit Ombak, Yogyakarta, 2014, hlm.77-83

unik atau kelebihan yang membedakan produk atau layanan tersebut dari yang lainnya, dan serta kemanjuran yang seharusnya menunjukkan sejauh mana produk atau layanan tersebut efektif dalam memenuhi tujuan atau kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Semua ini adalah informasi yang harus akurat dan jelas dalam memberikan pemahaman kepada konsumen tentang produk atau layanan yang mereka beli atau gunakan.

2. Unsur kesalahan, terlibat dalam tindakan atau perbuatan pelaku usaha yang melakukan promosi produk yang tidak jujur, tidak benar, dan tidak sesuai dengan kondisi serta jaminan produknya, termasuk khasiat produk yang tertuang di dalam label kemasan.
3. Adanya kerugian yang diderita oleh konsumen, melibatkan dua jenis kerugian, Pertama, materiil dapat diukur dengan jumlah uang yang telah dikeluarkan konsumen untuk membeli produk yang tidak sesuai dengan klaim penandaan label yang diberikan. Kedua, ada kerugian immateriil yang melibatkan dampak negatif terhadap kesehatan akibat penggunaan produk yang dapat mengancam keamanan dan keselamatan konsumen. Dengan kata lain, kerugian tersebut meliputi aspek finansial dan juga kesehatan atau keselamatan konsumen.
4. Hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian, menyiratkan bahwa tindakan pelaku usaha dalam melakukan promosi yang tidak sesuai dengan kandungan barang dapat menyebabkan konsumen mengalami kerugian materiil dan immateriil. Dalam hal pertanggungjawaban berdasarkan unsur kesalahan, diperlukan pembuktian terhadap kelalaian yang dilakukan oleh pelaku usaha. untuk memperoleh ganti rugi.
5. Terlebih lagi, terdapat tanggung jawab mutlak atau lebih dikenal dengan *Product Liability* yang melibatkan keterlibatan pelaku usaha terhadap produk yang diedarkan, yang dapat mengakibatkan kerugian karena cacat bawaan pada produk tersebut. Tanggung jawab produk mencakup kewajiban pelaku usaha berdasarkan perjanjian atau kontrak, serta kewajiban berdasarkan tindakan yang melanggar hukum.<sup>9</sup>

Sebagai konsumen melihat bahwa sudah adanya notifikasi BPOM pada suatu produk kosmetik memberikan keyakinan bahwa produk tersebut telah melalui pengawasan yang ketat dan aman digunakan, dengan ini bentuk perlindungan hukum yang dapat diberikan kepada konsumen yang mengalami kerugian atas beredarnya serta penggunaan produk tabir surya dengan overclaim SPF dan tidak memenuhi ketentuan untuk di edarkan, dapat menuntut ganti rugi, karena *overclaim SPF* pada tabir surya jika tidak tidak didasari hasil riset menyebabkan

---

<sup>9</sup> Miru, Ahmad. *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*. (Depok, Raja Grafindo, 2017), 31-32.

kegunaan produk tersebut diragukan bahkan tidak menutup kemungkinan kegunaan obat tersebut tidak sesuai dengan khasiat yang dinyatakan. Dapat dikatakan produk tersebut termasuk produk cacat dan pelaku usaha harus bertanggung jawab atas produk tersebut yang menyebabkan kerugian kepada konsumen.

Pasal 19 UUPK bahwa pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk memberikan kompensasi atas kerugian yang disebabkan, termasuk kerusakan yang timbul, tanggung jawab atas dampak penemuan, serta kewajiban memberikan ganti rugi atas kerugian yang dialami oleh konsumen. Dengan kata lain, pelaku usaha harus bertanggung jawab secara finansial atau hukum atas dampak negatif yang ditimbulkan oleh produk atau layanannya. Maka, sebagai akibat dari perbuatan yang dilakukannya, pelaku usaha diharuskan memberikan ganti rugi, dan konsumen memiliki hak untuk meminta kompensasi atau ganti rugi dari pelaku usaha dalam situasi di mana mereka mengalami kerugian atau kerusakan yang disebabkan oleh produk atau layanan yang diberikan oleh pelaku usaha. Ini menegaskan bahwa konsumen memiliki hak hukum untuk menuntut pembayaran atau kompensasi atas kerugian yang mereka alami sebagai konsekuensi dari kesalahan atau pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha. Dalam hal ini, konsumen menuntut ganti rugi kepada pelaku usaha yang menghasilkan dan/atau memperdagangkan produk skincare dengan *overclaim SPF* yakni terhadap hasil uji lab tidak sesuai dengan yang tertulis pada label, terkait kerugian yang mereka alami, tuntutan ganti rugi tidak harus bergantung pada adanya pelaksanaan perjanjian; dengan kata lain, setiap kerugian yang dialami oleh konsumen dapat menjadi dasar untuk menuntut ganti rugi. Ganti rugi yang dimaksud dapat berupa pengembalian uang, ganti rugi barang atau jasa sejenis dengan nilai yang setara, serta dapat juga dengan memberi ganti kerugian berupa perawatan kesehatan sesuai hukum yang berlaku

Merujuk pada Pasal 19 Ayat (2), konsumen yang mengalami kerugian sehingga mengakibatkan gangguan pada kondisi kesehatan kulit, seperti timbulnya jerawat, *sunburn*, bahkan potensi terjadinya kanker kulit akibat SPF Palsu dalam jangka lama, berhak menerima ganti rugi berupa uang atau perawatan kesehatan dari pelaku usaha. Tindakan ini merupakan wujud pertanggungjawaban pelaku usaha kepada konsumen. Namun, pertanggung jawaban berupa pemberian ganti kerugian kepada konsumen sesuai dengan kesepakatan para pihak sepanjang nilainya lebih tinggi dari ketentuan Pasal 19 UUPK. Pelaku usaha juga dapat dibebaskan dari tanggung jawab untuk membayar ganti rugi kepada konsumen dalam hal dapat membuktikan bahwa kerugian itu terjadi karena kesalahan dari konsumen itu sendiri sebagaimana diatur pada Pasal 19 ayat (5) UUPK.

Pelaku usaha yang menjual produk dengan mutu di bawah standar yang telah diatur dalam peraturan perundang-undangan, tidak hanya berkewajiban mengganti kerugian, melainkan juga dapat dikenai sanksi sebagai konsekuensi dari tindakannya. UUPK telah mengatur mengenai sanksi administratif dan pidana bagi pelaku usaha yang memproduksi dan/atau mengedarkan produk *overclaim* yang tidak memenuhi standar keamanan, sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 8 Ayat (1) Huruf a UUPK.

Jika terbukti bahwa pelaku usaha menyebabkan kerugian pada konsumen karena klaim SPF yang berlebihan pada tabir surya yang diproduksi dan/atau diperdagangkan oleh mereka, dan tidak memberikan kompensasi sesuai dengan Pasal 19 Ayat (2) dan (3), pelaku usaha berpotensi dikenai sanksi administratif sesuai dengan Pasal 60 Ayat (1) dan (2) UUPK. Ketentuan ini menegaskan bahwa sanksi administratif diberikan oleh pelaku usaha atas kewenangan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) berupa penetapan kerugian maksimum hingga Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

Dengan demikian, pelaku usaha dapat dikenai sanksi administratif sebagai bentuk tanggung jawab atas perbuatannya. BPSK berwenang memberlakukan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar aturan terkait standar produksi dan promosi.<sup>10</sup>

Bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha tabir surya X atas *overclaim SPF* pada produk tabir surya pengeluaran klarifikasi yang dilakukan oleh media *specialist brand X* melalui media platform Instagram dengan mengakui adanya kesalahan terhadap produknya dan lebih lanjut tabir surya X juga telah melakukan penundaan sementara produksi, hal ini dilakukan oleh pelaku usaha dikarenakan dari BPOM juga telah memberikan sanksi administratif bagi pelaku usaha yaitu pembatasan sementara dalam distribusi atau instruksi untuk menarik produk dari peredaran, selain itu produk tabir surya X juga melakukan *re-branding* dengan perbaikan kandungan terkait klaim *SPF* yang dicantumkan pada penandaan dan iklan kosmetik.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### KESIMPULAN

*Overclaim SPF* pada produk tabir surya merupakan pelanggaran hak konsumen yang termaktub dalam Pasal 4 Undang – Undang Perlindungan Konsumen huruf a, huruf c dan huruf c, selain itu perbuatan *overclaim* juga melanggar ketentuan lainnya dalam Undang – Undang Perlindungan Konsumen yakni pada Pasal 8 huruf d dan huruf f dan serta Pasal 17 mengenai

---

<sup>10</sup> Rosmawati. 2018. *Pokok - Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Depok: Prenadamedia Group.

larangan bagi pelaku usaha dalam melakukan iklan promosi. Adapun bentuk tanggung jawab Pelaku Usaha terhadap Tindakan *Overclaim SPF* pada Produk Tabir Surya yaitu dengan memberikan berupa kompensasi atas kerugian yang timbul kepada konsumen sebagai bentuk dari penerapan tanggung jawab atas dasar kesalahan (*Liability Based on Fault*) dan tanggung jawab produk (*Product Liability*) sebagaimana diatur pada Pasal 19 UUPK.

## **SARAN**

Diharapkan Pemerintah, yang bertindak sebagai perancang, pelaksana, dan pengawas hukum serta undang-undang terkait perlindungan konsumen, harus sepenuhnya memperhatikan dinamika yang terjadi dalam kegiatan produksi saat ini. Hal ini bertujuan agar tujuan para pelaku usaha dalam mencapai keuntungan dapat berjalan dengan lancar tanpa menimbulkan kerugian pada pihak konsumen. Mengenai perbuatan *overclaim* yang dilakukan oleh pelaku usaha, regulasi dalam Undang-Undang belum secara tegas dijabarkan. Oleh karena itu, diperlukan rekonstruksi hukum untuk menambahkan aturan-aturan terkait *overclaim*. Langkah ini bertujuan agar konsumen dapat dilindungi secara jelas dari tindakan yang dapat menyebabkan kerugian yang signifikan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Miru, Ahmad. (2017). *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*. Depok: Raja Grafindo.
- K. Martono. (2007). *Kamus Hukum dan Regulasi Penerbangan*. Edisi Pertama, RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Elia Wuria Dewi. (2015). *Hukum Perlindungan Konumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015).
- Soemitro, Rommy Haniitijo. (1990). *Metode Penelitian Hukum dan Jurimetri*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rosmawati. 2018. *Pokok - Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Depok: Prenadamedia Group.
- Adzhani, A., Darusman, F., & Aryani, R. (2022, July). “*Kajian Efek Radiasi Ultraviolet Terhadap Kulit*.” In *Bandung Conference Series: Pharmacy* (Vol. 2, No. 2, pp. 106-112).
- Diffey, B. (2023). “*When should sunscreen be applied: The balance between health benefit and adverse consequences to humans and the environment*”. *International Journal of Cosmetic Science*, 45, 45-51.
- Donglikar MM, Deore SL. *Sunscreens: a review*. *Pharmacogn J*. 2016;8(3):171-179

- Isfardiyana, S. H., & Safitri, S. R. (2014). “*Pentingnya melindungi kulit dari sinar ultraviolet dan cara melindungi kulit dengan sunblock buatan sendiri*”. *Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan*, 3(2), 126– 133.
- Jacoeb, T. N. A., Siswati, A. S., Budiyanto, A., Triwahyudi, D., Sirait, S. A. P., Mawardi, P., Budianti, W. K., Dwiwana, R. F., Widasmara, D., & Maria, R. (2020). *Pengaruh Sinar Ultra Violet Terhadap Kesehatan Kajian Terhadap Berjemur (Sun Exposures)*. Perhimpunan Dokter Spesialis Kulit & Kelamin Indonesia (PERDOSKI), 1–15
- Maulida, Ade Rizka. (2014). “*Pengujian Stabilitas Fisik Sediaan Losion Tabir Surya Berbasis Minyak Sawit Merah Kombinasi Titanium Dioksida dan Oktil Metoksisinamat*.” Medan: Universitas Sumatera Utara
- Rahmawati, R., Muflihunna, A., & Amalia, M. (2018). *ANALISIS AKTIVITAS PERLINDUNGAN SINAR UV SARI BUAH SIRSAK (Annona muricata L.) BERDASARKAN NILAI SUN PROTECTION FACTOR (SPF) SECARA SPEKTROFOTOMETRI UV-VIS*. *Jurnal Fitofarmaka Indonesia*.
- Theresia, L. (2009). *Etiologi, Patogenesis Dan Klasifikasi Kelainan Pigmentasi*. *Simposium Everything*
- Syarif, M. Wasitaatmadja. 2011. *Dermatologi Kosmetik*, Edisi Ke-2. Fkui, Jakarta.
- Soer EF, et al. *Pengetahuan Mengenai Sunscreen dan Bahaya Paparan Sinar Matahari Serta Perilaku Mahasiswa Teknik Sipil Terhadap Penggunaan Sunscreen*. *Jurnal Farmasi Komunitas* [Online]. 2020;7(2): 63-68. Dari: <https://e-journal.unair.ac.id>.
- Soeratri, Widji. Ifansyah, Noor. Epipit, Soemiati. (2005). *Penentuan Persentase Transmisi Eritema dan Pigmentasi Beberapa Minyak Atsiri*. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Widyawati,Erni., Ayuningtyas N.D dan Pitasari P.A. (2019). *Penentuan Nilai SPF Ekstrak dan Losio Tabir Surya Ekstrak Etanol Daun Kersen (Muntingia calabura L.) Dengan Metode Spektrofotometri UV-Vis*. Semarang: Akademi Farmasi Nusaputera
- Kitab Undangg – Undang Hukum Perdata
- Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Undang – Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan
- Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 30 Tahun 2020 Tentang Persyaratan Teknis Penandaan Kosmetik