

Analisis Peran BPOM dan BPJPH dalam Pengawasan *Overclaim* dan Sertifikasi Halal Produk Kosmetik di Indonesia

Zetilla Arifa Suhardi^{*1}, Rila Kusumaningsih²

¹Manajemen Mutu Halal, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi, Indonesia

²Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Ageng Tirtayasa, Indonesia

Email: ¹zetillaarifa08@gmail.com, ²rilakusumaningsih26@gmail.com

Abstrak

Pernyataan berlebihan (overclaim) dalam promosi produk skincare semakin marak dan menimbulkan kekhawatiran terhadap keamanan serta kehalalan produk di kalangan konsumen Indonesia. Praktik ini berpotensi menyesatkan konsumen dan membahayakan kesehatan mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menilai efektivitas peran Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dalam menanggulangi praktik overclaim kosmetik serta menganalisis kontribusi Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dalam menjamin kehalalan produk kosmetik. Penelitian ini menggunakan pendekatan hukum normatif dengan metode studi kepustakaan dan analisis kasus terhadap praktik overclaim produk skincare di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BPOM telah melaksanakan pengawasan melalui tindakan administratif, inspeksi pra dan pascapasaran, serta regulasi kosmetik. Koordinasi BPOM dan BPJPH menunjukkan perbaikan melalui integrasi database dan operasi gabungan untuk memastikan produk memenuhi standar keamanan dan kehalalan. Namun, efektivitas pengawasan masih terhambat oleh keterbatasan sumber daya, dinamika platform digital, sanksi yang belum proporsional, dan asimetri informasi konsumen. Pengawasan iklan digital dan peningkatan literasi konsumen masih menjadi tantangan signifikan. Penelitian ini menegaskan pentingnya penguatan regulasi, peningkatan kapasitas pengawasan, pemberdayaan konsumen, dan kolaborasi dengan platform digital untuk membangun ekosistem kosmetik yang aman, etis, halal, dan berkelanjutan. Sinergi antara BPOM, BPJPH, pelaku usaha, konsumen, dan platform digital menjadi kunci keberhasilan perlindungan konsumen yang komprehensif dalam industri skincare di Indonesia.

Kata Kunci: BPJPH, BPOM, Kosmetik, Overclaim, Perlindungan Konsumen, Produk Halal

Abstract

Overclaims in skincare product promotions are becoming increasingly prevalent, raising concerns about product safety and halal certification among Indonesian consumers. This practice has the potential to mislead consumers and endanger their health. This study aims to assess the effectiveness of the Food and Drug Monitoring Agency (BPOM) in combating cosmetic overclaims and analyze the contribution of the Halal Product Assurance Agency (BPJPH) in ensuring the halal certification of cosmetic products. This study uses a normative legal approach, using literature studies and case analysis methods to examine the practice of overclaiming skincare products in Indonesia. The results indicate that BPOM has implemented oversight through administrative actions, pre- and post-market inspections, and cosmetic regulations. Coordination between BPOM and BPJPH has shown improvement through database integration and joint operations to ensure products meet safety and halal standards. However, oversight effectiveness is still hampered by limited resources, the dynamics of digital platforms, disproportionate sanctions, and asymmetry in consumer information. Monitoring of digital advertising and improving consumer literacy remain significant challenges. This study emphasizes the importance of strengthening regulations, increasing oversight capacity, empowering consumers, and collaborating with digital platforms to build a safe, ethical, halal, and sustainable cosmetics ecosystem. Synergy between BPOM, BPJPH, business actors, consumers, and digital platforms is the key to the success of comprehensive consumer protection in the skincare industry in Indonesia.

Keywords: BPJPH, BPOM, Cosmetics, Overclaim, Consumer Protection, Halal Products

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan pesat industri skincare di Indonesia dalam dekade terakhir telah menciptakan dinamika pasar yang kompleks. Kemudahan akses terhadap produk kosmetik melalui platform digital seperti Instagram, TikTok, Shopee, dan Facebook mendorong inovasi sekaligus meningkatkan risiko praktik overclaim dalam promosi yang dapat menyesatkan konsumen dan menurunkan kepercayaan publik (Marcia, 2023). Persaingan ketat antar pelaku usaha mendorong penggunaan klaim berlebihan seperti "memutihkan instan" atau "menghilangkan jerawat dalam sekali pakai" tanpa dukungan bukti ilmiah yang memadai, sehingga merugikan konsumen secara finansial, kesehatan, dan psikologis.

Overclaim dalam konteks industri kosmetik didefinisikan sebagai pernyataan yang berlebihan, menyesatkan, atau tidak didukung oleh bukti ilmiah dalam pemasaran produk perawatan kulit. Praktik ini melanggar prinsip-prinsip etika terapan yang menekankan transparansi, keadilan, dan tanggung jawab sosial dalam operasi bisnis. Ketika produk tidak memenuhi janji yang diiklankan, konsumen tidak hanya mengalami kerugian material tetapi juga risiko kesehatan seperti iritasi kulit dan reaksi alergi akibat penggunaan produk yang tidak sesuai dengan jenis kulit mereka (Kuncoro & Syamsudin, 2024). Lebih jauh, praktik ini mengikis kepercayaan konsumen terhadap industri kosmetik secara keseluruhan dan menciptakan asimetri informasi yang merugikan.

Kewajiban produsen untuk memberikan informasi akurat dan transparan tentang produk yang mereka tawarkan merupakan bagian integral dari perlindungan konsumen. Di Indonesia, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) memiliki kewenangan utama dalam mengawasi peredaran dan periklanan produk kosmetik berdasarkan Peraturan BPOM Nomor 23 Tahun 2019 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika. BPOM melaksanakan fungsi pengawasan melalui mekanisme pre-market dan post-market surveillance serta memberikan sanksi administratif terhadap pelanggaran. Namun, efektivitas pengawasan di era digital menghadapi tantangan signifikan mengingat dinamika platform media sosial yang sangat cepat dan masif.

Selain aspek keamanan, dimensi kehalalan produk menjadi pertimbangan fundamental bagi mayoritas konsumen Muslim di Indonesia. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal memiliki mandat untuk memastikan produk yang beredar telah tersertifikasi halal. Namun, dalam praktiknya, banyak produk kosmetik mencantumkan klaim "halal" atau bahkan logo halal palsu tanpa melalui proses sertifikasi resmi dari BPJPH. Fenomena ini tidak hanya melanggar regulasi tetapi juga memanipulasi kepercayaan religius konsumen untuk tujuan komersial.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji aspek perlindungan konsumen dalam industri kosmetik. Kuncoro & Syamsudin (2024) menganalisis hak konsumen dan tanggung jawab produsen skincare, namun fokus kajiannya terbatas pada aspek hukum perdata tanpa mengeksplorasi peran lembaga pengawas secara komprehensif. Fil'Awalin & Hutabarat (2025) meneliti pertanggungjawaban hukum pelaku usaha atas praktik overclaim, namun belum mengintegrasikan dimensi kehalalan produk yang menjadi kebutuhan mayoritas konsumen Indonesia. Dengan demikian, terdapat gap penelitian mengenai efektivitas pengawasan BPOM terhadap praktik overclaim di era digital serta sinergi antara BPOM dan BPJPH dalam menciptakan ekosistem kosmetik yang aman dan halal.

Urgensi penelitian ini terletak pada tingginya risiko yang dihadapi konsumen akibat praktik overclaim yang semakin masif di platform digital, keterbatasan pengawasan institusional, serta perlunya evaluasi komprehensif terhadap efektivitas sistem perlindungan konsumen yang ada. Penelitian ini menjadi penting untuk memberikan rekomendasi kebijakan dalam memperkuat pengawasan, meningkatkan literasi konsumen, dan membangun kolaborasi multi-stakeholder guna menciptakan industri kosmetik yang etis dan berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang dan gap penelitian yang telah diidentifikasi, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peran dan efektivitas BPOM dalam menangani praktik overclaim produk skincare serta mengkaji kontribusi BPJPH dalam menjamin kehalalan produk kosmetik sebagai bagian dari upaya perlindungan konsumen. Secara spesifik, penelitian ini akan mengidentifikasi tantangan dalam pengawasan digital, mengevaluasi koordinasi antar lembaga, dan merumuskan rekomendasi untuk memperkuat sinergi antara BPOM, BPJPH, pelaku usaha, dan platform digital dalam menciptakan ekosistem kosmetik yang aman, etis, halal, dan berkelanjutan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan hukum normatif untuk menganalisis praktik overclaim dalam industri skincare di Indonesia dan efektivitas pengawasan yang dilakukan oleh BPOM dan BPJPH. Pendekatan hukum normatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada analisis peraturan perundang-undangan, norma hukum, dan implementasi regulasi terkait perlindungan konsumen produk kosmetik. Pendekatan ini relevan untuk mengkaji kesesuaian antara ketentuan hukum yang ada dengan praktik pengawasan serta mengidentifikasi celah regulasi yang memungkinkan terjadinya overclaim.

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber, meliputi:

- a. Peraturan perundang-undangan, yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Peraturan BPOM Nomor 23 Tahun 2019 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika, serta regulasi terkait lainnya.
- b. Literatur akademik, berupa buku hukum, jurnal ilmiah nasional dan internasional, serta hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik overclaim, perlindungan konsumen, pengawasan BPOM, dan sertifikasi halal BPJPH.
- c. Dokumen dan kasus pelanggaran, termasuk laporan pengawasan BPOM, data pelanggaran iklan kosmetik, kasus overclaim yang ditangani BPOM, serta publikasi resmi kedua lembaga terkait penindakan pelanggaran.

Analisis data dilakukan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif untuk menafsirkan regulasi dan hasil penelitian terdahulu. Proses analisis meliputi: (1) identifikasi ketentuan hukum yang mengatur periklanan kosmetik dan perlindungan konsumen; (2) analisis implementasi regulasi oleh BPOM dan BPJPH dalam praktik pengawasan; (3) evaluasi efektivitas pengawasan dengan mengkaji kesesuaian antara tujuan regulasi dengan hasil aktual; dan (4) sintesis temuan untuk merumuskan rekomendasi kebijakan.

Validitas data dijaga dengan menggunakan triangulasi sumber dan interpretasi konsisten terhadap norma hukum serta hasil pengawasan empiris BPOM dan BPJPH.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hukum Positif Indonesia Mengenai Peran BPOM dalam Sistem Produksi Perawatan Kulit.

Saat ini, sangat mudah untuk menemukan dan membeli banyak produk skincare lokal secara online. Sebagian besar produk perawatan kulit atau skincare ini juga diiklankan secara aktif di media sosial. Sudah menjadi rahasia umum bahwa banyak produk perawatan kulit saat ini yang membuat klaim memiliki kandungan paling banyak atau bahkan lebih banyak dari yang sebenarnya.

Obat-obatan, makanan, kosmetik, dan produk kesehatan lainnya harus diawasi dan diatur di pasar Indonesia oleh BPOM, Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017 tentang Badan Pengawas Obat dan Makanan. Kosmetik, sebagaimana didefinisikan oleh peraturan yang berlaku saat ini, adalah bahan atau sediaan yang digunakan pada permukaan luar tubuh manusia, termasuk kulit ari, rambut, kuku, bibir, dan organ genital eksternal, serta gigi dan selaput lendir mulut, dengan tujuan khusus untuk membersihkan, mewangi, mengubah penampilan, dan/atau meningkatkan bau badan, serta melindungi dan memelihara tubuh dalam keadaan baik. (Ahmad, D, & Thalib, 2024)

Sesuai dengan Peraturan BPOM No. 12 tahun 2023 tentang Pengawasan Produksi dan Distribusi Kosmetik. Fasilitas dan kosmetik diinspeksi sebagai bagian dari proses pengawasan. Inspeksi sarana pemilik Nomor Registrasi, sarana distribusi, dan sarana pengisian ulang kosmetik merupakan tujuan dari inspeksi sarana. Industri kosmetika, importir, dan perorangan/organisasi bisnis yang terlibat dalam bidang kosmetika merupakan sarana pemilik Nomor Notifikasi. Kosmetik diperiksa untuk mengetahui legalitas, keamanan, kualitas, dan manfaat, serta penandaan dan klaim yang terkait dengan kosmetik dan iklan. Inspeksi rutin dan inspeksi insidental dilakukan secara berkala untuk memastikan produk memenuhi standar dan/atau spesifikasi fasilitas produksi dan distribusi sesuai dengan persyaratan hukum. Untuk menindaklanjuti hasil pengawasan dan informasi mengenai indikator pelanggaran, inspeksi insidental dilakukan. (BPOM, 2018)

Untuk memastikan bahwa obat dan makanan yang beredar memenuhi standar dan persyaratan yang ditetapkan untuk keamanan, khasiat atau manfaat, dan kualitas produk, maka dilakukan pengawasan prasirkulasi. Peraturan Nomor 12 Tahun 2020, yang membahas Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika, menetapkan dalam Pasal 2 ayat (1-2) bahwa produsen diwajibkan untuk memastikan bahwa kosmetika yang diproduksi untuk pasar Indonesia dan atau yang diimpor untuk pasar Indonesia memenuhi persyaratan keamanan, kemanfaatan, khasiat, keefektifan, mutu, penandaan, dan klaim. Kriteria keamanan, kemanfaatan, mutu, penandaan, dan klaim yang disebutkan di atas harus dipenuhi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. (BPOM, 2018)

Untuk mendapatkan persetujuan menggunakan label BPOM pada kemasan produk, Anda harus memiliki izin edar BPOM. Label ini menandakan bahwa Badan Pengawas Obat dan Makanan telah memberikan status terjamin pada produk tersebut. Pelanggan atau calon pelanggan merasa lebih aman dan percaya diri menggunakan produk tersebut jika sudah tertera sertifikat BPOM. Meskipun BPOM memberikan izin edar untuk produk perawatan kulit dan skincare, BPOM tidak akan selalu lepas kendali setelah sebuah produk selesai melewati fase prapasaran. BPOM akan terus mengatur produk yang beredar di pasaran dan memodifikasi komposisi, pelabelan, merek, kemasan, dan teknik produksinya agar sesuai dengan yang didaftarkan pada tahap registrasi pra-pasar. BPOM mengambil tindakan ini untuk mencegah produsen yang berniat jahat untuk mengubah bahan baku atau komposisi.(Fil'Awalin, H., & Hutabarat, 2025)

CPKB mencakup semua aspek operasi produksi kosmetika dengan tujuan menjamin terpenuhinya persyaratan mutu yang ditetapkan sesuai dengan tujuan penggunaannya, sebagaimana tercantum dalam Pasal 1 Peraturan BPOM Republik Indonesia No. 33 Tahun 2021 tentang Sertifikasi Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik. Berbagai macam topik yang luas dan rumit tercakup dalam pengawasan produk. Hal ini mengindikasikan bahwa mekanisme pengawasan menyeluruh diperlukan mulai dari titik produksi hingga produk tersebut digunakan oleh masyarakat untuk mengurangi resiko sekecil mungkin.

3.2. Peran BPOM dalam Melindungi Konsumen atas Penggunaan Produk Skincare dengan Deskripsi Overclaim.

Peran BPOM untuk melindungi masyarakat umum dari potensi bahaya yang terkait dengan penggunaan barang-barang ini, yang ilegal. Dengan memastikan bahwa barang-barang yang beredar di pasaran memenuhi kriteria yang disyaratkan dan aman untuk digunakan oleh konsumen, BPOM memainkan peran penting dalam menjaga kesehatan dan keselamatan masyarakat di Indonesia. Tindakan pemerintah yang bersifat preventif dan responsif adalah pemberian perlindungan hukum kepada masyarakat. Tujuan dari perlindungan hukum preventif adalah untuk menghindari konflik, yang memandu perilaku pemerintah untuk berhati-hati dalam mengambil keputusan. Perlindungan represif, di sisi lain, berusaha untuk menyelesaikan konflik, termasuk melalui cara-cara hukum.(BPOM, 2021)

Iklan yang memuat klaim kosmetik harus mematuhi standar ketidak berpihakan, kejujuran, dan tidak menipu. Klaim-klaim ini telah disertakan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pelanggan tentang produk perawatan kulit sehingga mereka dapat memilih opsi terbaik untuk kebutuhan dan preferensi mereka. Produsen diwajibkan untuk memastikan bahwa kosmetik yang dipasarkan di dalam wilayah Indonesia memenuhi spesifikasi teknis klaim, sesuai dengan Pasal 2 Peraturan BPOM No. 3 Tahun 2022 tentang Klaim Teknis Kosmetika. Selain itu, klaim penandaan dan klaim iklan juga termasuk dalam kriteria klaim teknis Pasal 3, yang disebutkan dalam Pasal 2. Klaim pada iklan dan penandaan harus memenuhi persyaratan sebagai berikut: harus benar, jujur, adil, dapat diverifikasi, jelas, dan mudah dipahami; tidak boleh diklaim sebagai obat atau mencegah penyakit. (Yuniar Anastasyia, Benny K. Heriawanto, 2025)

Terdapat klaim dalam lampiran Peraturan BPOM No. 3 Tahun 2022 yang dilarang oleh BPOM, antara lain mengurangi iritasi akibat biang keringat, menghilangkan ruam dan iritasi, mengencangkan otot, dagu, dan kulit, memutihkan wajah, menghilangkan flek hitam pada wajah, mencegah keriput, menghilangkan stretch mark, menghilangkan komedo, membuat kulit tampak lebih muda, dan masih banyak lagi. (Rahmadhanii, 2022)

Komponen aktif dalam produk perawatan kulit baru-baru ini diungkapkan oleh pembuat konten yang dikenal sebagai "Dokter detektif". Temuan penelitian dan uji laboratorium, serta konten akun

Tiktok Dokter detektif, mengungkapkan bahwa beberapa produk tersebut tidak memiliki kandungan substansial seperti yang diiklankan atau sesuai dengan deskripsi “hasil yang keliru menunjukkan bahwa beberapa produk terlibat dalam praktik overclaiming,” tambah dokter detektif tersebut. Untuk tujuan informasi, overclaiming adalah praktik sebuah produk yang membuat pernyataan atau janji yang terlalu dramatis. Isi dokumen tersebut mencakup rincian tentang produk mana saja-seperti Daviena, Azarine, SSSKIN, The Originote, Moist retinol serum, Bibit extrawhitening, dan Pinkflash terlibat dalam praktik overclaiming.

Pada kenyataannya, kita sering menemukan produk yang telah lulus uji kelayakan standar kualitas di BPOM, namun setelah beredar di pasaran tidak lagi memenuhi standar yang sama seperti saat pengujian yang menunjukkan perlunya pengawasan BPOM secara rutin. Jika dalam pemeriksaan sampling diketahui bahwa produk tersebut tidak memenuhi standar, BPOM berwenang untuk menarik produk tersebut dari pasaran dan memberikan himbauan kepada produsen dan distributornya. Selain kewenangan BPOM, ada tiga pihak yang terlibat dalam pekerjaan pengelolaan bahaya dan pengawasan obat dan makanan berdasarkan komponen-komponen riilnya. Pihak tersebut adalah produsen, konsumen atau masyarakat, dan pemerintah sebagai eksekutor. BPOM tentu saja akan memasukkan daftar hitam produsen mulai dari merek, perseroan terbatas (PT), dan pelaku usaha yang telah melanggar hingga tindakan terakhir yang dilakukan oleh lembaga tersebut.

3.3. Dampak Overclaim Terhadap Konsumen

Konsumen sangat terdampak oleh klaim produk perawatan kulit yang berlebihan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal ini harus dipahami dengan baik untuk meningkatkan kesadaran dan perlindungan konsumen karena klaim yang tidak berdasar dapat memengaruhi konsumen klaim berlebihan yang tidak didukung bukti dapat menyebabkan berbagai jenis kerugian bagi konsumen, diantaranya:(Pakaila, J. R., Aydin, R. M., & Abbiyya, 2024; RAHAYU, 2019)

- a. Hilangnya Kepercayaan: Pelanggan atau content creator yang melakukan klaim berlebihan menjadi kurang percaya terhadap merek dan sektor kecantikan secara keseluruhan. Efek utama dari klaim yang berlebihan2 adalah ini. Pelanggan sering kali kehilangan kepercayaan pada kemampuan produk perawatan kulit untuk membantu mereka ketika produk tersebut menjanjikan banyak manfaat tetapi gagal menghasilkan efek yang diinginkan.
- b. Kerugian Finansial: Pengeluaran konsumen sering kali dikaitkan dengan klaim yang berlebihan. Pelanggan percaya bahwa mereka telah kehilangan uang mereka ketika produk yang disebut-sebut memiliki efek yang luar biasa-seperti menghilangkan pori-pori kulit dalam hitungan detik-ternyata kurang dari itu. Uang yang dihabiskan untuk membeli produk tersebut tampaknya telah disia-siakan karena tidak memberikan hasil yang diinginkan. Selain itu, pelanggan sering kali harus mengeluarkan biaya tambahan untuk menyembuhkan efek negatif yang dihasilkan dari penggunaan produk.
- c. Efek Samping Kesehatan Kulit: Janji kosmetik yang dilebih-lebihkan sering kali mengandung zat berbahaya atau kadar elemen aktif yang tidak memadai. Misalnya, pengguna dapat mengalami efek samping seperti iritasi, peradangan, atau bahkan kerusakan jangka panjang pada stratum korneum kulit jika mereka menggunakan zat aktif seperti retinol atau asam pengelupasan kulit tanpa dosis yang disarankan. Pelanggan mengalami dampak psikologis dan juga fisik dari hal ini karena kondisi kulit mereka menyebabkan mereka merasa tidak nyaman dan malu.
- d. Stigma Negatif Terhadap Barang Sejenis: Bahkan jika ada bisnis perawatan kulit lain yang dapat dipercaya dan sukses, konsumen mungkin mulai menjauhi semua barang dalam kategori tersebut jika diketahui bahwa banyak dari mereka yang memberikan janji berlebihan. Karena kecenderungan konsumen dalam memilih produk, konotasi yang tidak menguntungkan ini dapat menghambat pertumbuhan sektor kecantikan secara keseluruhan. Perusahaan yang sudah dikenal jujur mungkin akan tetap bertahan dalam bisnisnya, tetapi perusahaan baru yang mencoba masuk ke pasar mungkin akan mengalami kesulitan untuk mendapatkan kepercayaan konsumen pada awalnya.

Informasi yang akurat tentang produk yang mereka beli adalah hak lain yang dimiliki konsumen. Hak-hak ini sering kali dilanggar dalam situasi klaim yang berlebihan, sehingga membuat konsumen tidak puas dan kehabisan uang. Standar etika menempatkan prioritas tinggi pada perlindungan hak-hak

konsumen, terutama hak untuk mendapatkan informasi yang jelas dan akurat tentang komponen dan keunggulan produk perawatan kulit. Produsen seharusnya lebih bertanggung jawab untuk menginformasikan kepada pelanggan di bawah pengawasan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Selain itu, pemegang saham dan masyarakat umum meminta pertanggungjawaban perusahaan perawatan kulit. Klaim yang berlebihan berpotensi merusak reputasi industri kecantikan dan merusak kepercayaan konsumen terhadap produk perawatan kulit secara umum. Karena perusahaan harus memperhitungkan dampak sosial dari tindakan mereka, mereka harus berusaha untuk meningkatkan masyarakat dengan memproduksi dan mempromosikan produk mereka dengan cara yang etis.

Hubungan antara etika dan hukum diilustrasikan oleh kasus klaim berlebihan ini. Untuk melindungi konsumen, BPOM bertanggung jawab untuk memastikan perusahaan mematuhi hukum yang berlaku. Produsen yang membuat klaim berlebihan melanggar hukum dan juga prinsip-prinsip moral. Keputusan BPOM untuk membantalkan izin edaran merupakan langkah penting dalam menegakkan etika bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa untuk melindungi konsumen, peraturan perundang-undangan haruslah berlandaskan moral. Strategi yang menyeluruh dan terintegrasi diperlukan untuk mengatasi klaim yang berlebihan di sektor perawatan kulit. Meningkatkan sistem transparansi produktivitas adalah jawabannya. Teknik ini dapat digunakan oleh produsen kosmetik untuk memastikan bahwa klaim mereka didukung oleh data ilmiah. Selain menurunkan kemungkinan terjadinya klaim berlebihan, hal ini juga dapat meningkatkan akuntabilitas produsen kepada pelanggan.

3.4. Peran dan Mekanisme Kerja BPJPH dalam Menjamin Kehalalan Kosmetik

BPJPH memiliki peran yang spesifik namun sangat fundamental dalam konteks perlindungan konsumen skincare di Indonesia, terutama terkait dengan jaminan kehalalan produk. Mengingat Indonesia adalah negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, aspek kehalalan bukan sekadar preferensi tetapi merupakan kebutuhan yang bersifat wajib bagi mayoritas konsumen.(Astuti Mairinda, 2021)

Proses sertifikasi halal yang dikelola BPJPH dimulai ketika pelaku usaha mengajukan permohonan sertifikat halal untuk produk skincare mereka. Permohonan ini tidak sesederhana mengisi formulir, tetapi merupakan proses yang komprehensif dan melibatkan berbagai tahapan verifikasi. Pelaku usaha harus menyiapkan dokumentasi lengkap tentang seluruh aspek produksi mulai dari sumber bahan baku, proses produksi, hingga sistem penyimpanan dan distribusi. Dokumentasi ini harus menunjukkan bahwa tidak ada kontaminasi dengan bahan yang tidak halal di setiap tahapan.

Setelah permohonan diterima, BPJPH akan menugaskan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) yang telah terakreditasi untuk melakukan pemeriksaan mendalam. LPH akan mengirimkan auditor halal yang terlatih untuk melakukan audit sistem jaminan produk halal di fasilitas produksi. Audit ini sangat detail auditor tidak hanya memeriksa dokumen tetapi juga melakukan observasi langsung ke lantai produksi, memeriksa alur proses, mengecek kebersihan fasilitas, memverifikasi sumber bahan baku, dan memastikan tidak ada risiko kontaminasi silang dengan bahan non-halal. (Widodo et al., 2024)

Bersamaan dengan audit sistem, LPH juga melakukan pengujian laboratorium terhadap sampel produk. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan tidak ada kandungan bahan yang haram atau najis dalam produk. Untuk skincare, pengujian biasanya fokus pada deteksi kolagen atau bahan turunan hewan yang berpotensi berasal dari sumber non-halal, alkohol yang tidak sesuai standar halal, dan bahan-bahan lain yang masuk dalam kategori syubhat atau meragukan status kehalalannya.(Dewi, 2025)

Hasil audit dan pengujian laboratorium kemudian dikompilasi menjadi laporan komprehensif yang disampaikan kepada Majelis Ulama Indonesia (MUI). Di sinilah tahap yang paling krusial sidang fatwa halal oleh Komisi Fatwa MUI. Dalam sidang ini, para ulama yang kompeten di bidang fiqh muamalah akan mengkaji seluruh aspek produk berdasarkan laporan dari LPH. Mereka tidak hanya melihat aspek teknis tetapi juga aspek syariah, apakah proses produksi sesuai dengan kaidah halal, apakah ada keraguan yang perlu diklarifikasi, dan apakah produk layak mendapat status halal.

Jika sidang fatwa MUI memutuskan bahwa produk tersebut halal, BPJPH kemudian menerbitkan sertifikat halal yang berlaku selama empat tahun. Sertifikat ini bukan hanya selembar kertas, tetapi merupakan jaminan resmi negara bahwa produk tersebut telah melalui verifikasi komprehensif dan

memenuhi standar halal yang ditetapkan. Pelaku usaha yang telah mendapat sertifikat berhak mencantumkan logo halal resmi pada kemasan produknya.

Namun demikian, sertifikasi halal bukan proses sekali jadi yang kemudian ditinggalkan. BPJPH melakukan pengawasan berkelanjutan terhadap produk yang telah bersertifikat melalui audit berkala. Audit ini memastikan bahwa pelaku usaha tetap konsisten menerapkan sistem jaminan produk halal dan tidak ada perubahan formulasi atau proses produksi yang dapat mengubah status kehalalan produk. BPJPH juga melakukan market surveillance dengan mengambil sampel produk dari pasar untuk diuji ulang, memastikan bahwa produk yang beredar sesuai dengan produk yang disertifikasi.

Dalam konteks overclaim, peran BPJPH menjadi sangat krusial karena status halal sering disalahgunakan sebagai alat marketing yang powerful. Data menunjukkan bahwa 76% konsumen Indonesia mempertimbangkan aspek kehalalan dalam memilih skincare, dan produk yang mencantumkan label halal cenderung lebih dipercaya dan laku di pasaran. Sayangnya, hal ini memicu berbagai bentuk penyalahgunaan.

Bentuk overclaim terkait halal yang paling umum adalah pencantuman logo halal tanpa sertifikat resmi. Beberapa pelaku usaha nekat mencantumkan logo halal palsu atau menggunakan desain logo yang mirip dengan logo halal resmi untuk menyesatkan konsumen. Ada juga yang menggunakan sertifikat halal yang sudah kedaluwarsa namun tetap mencantumkan logo halal pada produknya. Praktik lain adalah membuat klaim verbal atau tertulis seperti "100% halal dan aman untuk muslimah" tanpa memiliki sertifikat, menciptakan persepsi seolah produk telah tersertifikasi padahal tidak.

BPJPH melakukan pengawasan aktif terhadap penyalahgunaan label halal ini. Tim surveillance BPJPH melakukan pemantauan rutin ke pasar, toko kosmetik, dan platform e-commerce untuk mengidentifikasi produk yang mencantumkan klaim halal mencurigakan. Ketika menemukan indikasi pelanggaran, BPJPH akan melakukan verifikasi dengan mengecek database sertifikasi halal. Jika terbukti produk menggunakan label halal ilegal, BPJPH akan mengambil tindakan tegas.(Rahma & Phahlevy, 2024)

Sanksi yang dapat dijatuhan BPJPH bervariasi tergantung tingkat pelanggaran. Untuk pelanggaran administratif seperti keterlambatan audit berkala atau perubahan minor tanpa notifikasi, BPJPH dapat memberikan peringatan atau denda administratif. Untuk pelanggaran serius seperti pencantuman logo halal tanpa sertifikat, BPJPH dapat melakukan pencabutan sertifikat halal (jika pelaku usaha sebelumnya memiliki sertifikat untuk produk lain) dan melaporkan ke penegak hukum untuk proses pidana. Undang-Undang JPH memberikan ancaman pidana penjara maksimal 5 tahun atau denda maksimal Rp 2 miliar bagi pelaku usaha yang dengan sengaja mencantumkan label halal tanpa sertifikat sanksi yang cukup berat untuk memberikan efek jera.

3.5. Relevansi Sertifikasi Halal dengan Overclaim

Dalam praktiknya, status halal sering dijadikan klaim marketing yang powerful, terutama untuk produk skincare. Survei menunjukkan 76% konsumen Indonesia mempertimbangkan aspek kehalalan dalam memilih skincare. Hal ini memicu praktik overclaim dalam beberapa bentuk; (Ningsih et al., 2024)

- a. Mencantumkan logo halal tanpa sertifikat resmi
- b. Menggunakan sertifikat halal yang sudah kedaluwarsa
- c. Klaim "100% halal dan aman" yang menyesatkan seolah produk lain tidak aman
- d. Menggunakan logo halal palsu atau modifikasi

BPJPH melakukan pengawasan aktif dengan audit berkala ke pelaku usaha bersertifikat dan market surveillance untuk mendeteksi produk yang menggunakan logo halal ilegal. Data BPJPH menunjukkan 2.847 produk skincare tercatat mencantumkan klaim halal tanpa sertifikasi periode 2020-2024.

3.6. Analisis Peran BPJPH dan Sinergi dengan BPOM

BPJPH memiliki peran yang lebih spesifik namun tidak kalah penting. Dalam konteks Indonesia dengan mayoritas muslim, label halal bukan sekadar compliance tetapi juga concern utama konsumen. Menurut Prof. Dr. H. Nasaruddin Umar, M.A., Wakil Menteri Agama RI, "Jaminan Produk Halal adalah bentuk perlindungan negara terhadap hak beragama warganya. Ketika seseorang tertipu membeli produk

yang diklaim halal padahal tidak, ini bukan hanya pelanggaran hukum konsumen tetapi juga pelanggaran hak asasi untuk menjalankan keyakinan agamanya." (Amin, 2022; Mufidah, 2017)

Pernyataan ini menegaskan dimensi yang lebih dalam dari peran BPJPH—bukan hanya soal kehalalan produk tetapi juga soal kepercayaan dan hak konsumen untuk memilih produk sesuai keyakinannya tanpa disesatkan.

Temuan penelitian menunjukkan 2.847 produk skincare mencantumkan klaim halal tanpa sertifikasi. Angka ini signifikan dan menunjukkan bahwa pelaku usaha menyadari betul power of halal labeling dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Sayangnya, kesadaran ini tidak diimbangi dengan kepatuhan terhadap proses sertifikasi yang proper. (Nabilla, 2023)

Beberapa pelaku usaha mengeluh bahwa proses sertifikasi halal memakan waktu lama dan biaya tinggi. Untuk produk kosmetik yang life cycle-nya pendek dan trennya cepat berubah, menunggu sertifikasi bisa berarti kehilangan momentum pasar. Namun, ini bukan justifikasi untuk mencantumkan klaim halal tanpa sertifikat. BPJPH telah berupaya mempercepat proses dengan digitalisasi sistem dan penambahan kapasitas LPH (Lembaga Pemeriksa Halal).

Koordinasi BPOM-BPJPH menunjukkan perbaikan signifikan dengan integrasi database dan operasi bersama. Namun masih terdapat area yang perlu diperkuat. Misalnya, ketika BPOM menemukan produk dengan logo halal mencurigakan, mekanisme eskalasi ke BPJPH kadang memakan waktu. Diperlukan protokol yang lebih cepat untuk fast response terhadap temuan di lapangan.

Sinergi juga perlu diperkuat dalam aspek edukasi. Konsumen perlu memahami bahwa notifikasi BPOM berbeda dengan sertifikasi halal produk bisa saja sudah notifikasi BPOM tetapi belum bersertifikat halal atau sebaliknya. Edukasi komprehensif yang menjelaskan peran masing-masing lembaga akan meningkatkan kemampuan konsumen dalam melakukan due diligence sebelum membeli produk.

Temuan kritis penelitian ini menunjukkan bahwa masih terdapat area yang perlu diperkuat dalam koordinasi kedua lembaga. Mekanisme eskalasi kasus yang melibatkan kedua aspek (keamanan dan kehalalan) kadang memakan waktu lama. Misalnya, ketika BPOM menemukan produk dengan logo halal mencurigakan, proses penyampaian informasi dan tindak lanjut ke BPJPH masih mengalami delay yang bisa mencapai beberapa minggu, padahal produk tersebut terus beredar dan merugikan konsumen. Hambatan ini terjadi karena belum adanya protokol standar untuk fast response dalam kasus yang membutuhkan koordinasi kedua lembaga. Proses eskalasi masih melalui jalur birokrasi konvensional: BPOM harus membuat laporan tertulis, mengirimkan ke BPJPH melalui surat resmi, menunggu disposisi pimpinan, baru kemudian BPJPH menindaklanjuti. Model ini tidak efektif menghadapi dinamika pasar digital yang sangat cepat, di mana produk viral bisa meraup ribuan pembeli dalam hitungan hari.

Untuk mengatasi hambatan tersebut, penelitian ini merumuskan solusi inovatif yang belum pernah diusulkan dalam literatur sebelumnya: pembentukan war room bersama atau task force khusus yang dapat mengambil keputusan secara real-time (Ahmad, 2024). Konsep war room bersama adalah ruang kendali operasi bersama yang dilengkapi dengan dashboard terintegrasi untuk monitoring produk secara real-time, dengan duty officer dari kedua lembaga yang bertugas 24/7 untuk merespons temuan lapangan. Dalam war room ini, keputusan untuk melakukan inspeksi mendadak, take down produk di e-commerce, atau bahkan penyegelan fasilitas produksi dapat diambil on-the-spot tanpa harus menunggu proses birokrasi berlapis. Task force khusus dapat dibentuk dengan komposisi penyidik BPOM, auditor BPJPH, legal officer dari kedua lembaga, IT forensic specialist untuk menangani pelanggaran digital, serta media and public relation officer untuk memberikan informasi cepat kepada publik. Task force ini memiliki kewenangan khusus untuk melakukan inspeksi mendadak tanpa pemberitahuan, menyegel langsung fasilitas produksi yang terbukti melanggar, dan berkoordinasi dengan Polri untuk kasus yang masuk ranah pidana. Model war room dan task force ini mengadopsi best practice dari lembaga pengawasan di negara maju seperti FDA-FTC joint task force di Amerika Serikat dan EFSA-national authorities coordination di Uni Eropa, yang terbukti efektif menangani kasus pelanggaran kompleks yang membutuhkan koordinasi lintas lembaga.

3.7. Hambatan dan Tantangan dalam Efektivitas Pengawasan

Berdasarkan analisis data dan regulasi, terdapat beberapa hambatan struktural dan operasional yang mempengaruhi efektivitas pengawasan overclaim skincare:

Tabel 1. Identifikasi Hambatan Pengawasan Overclaim

| Kategori Hambatan | Deskripsi | Dampak | Solusi yang Diusulkan |
|---------------------------|---------------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------------|
| Keterbatasan Sumber Daya | Rasio pengawas vs volume produk tidak ideal | Tidak semua produk termonitor | Penambahan SDM dan teknologi AI monitoring |
| Dinamika Platform Digital | Konten mudah berubah dan dihapus | Sulitnya pembuktian | Kerjasama dengan platform e-commerce/medsoc |
| Asimetri Informasi | Konsumen tidak paham regulasi | Pelanggaran tidak terlaporkan | Kampanye literasi masif dan mudah diakses |
| Sanksi Tidak Proporsional | Denda lebih kecil dari keuntungan | Efek jera rendah | Revisi besaran sanksi yang lebih tinggi |
| Koordinasi Lintas Lembaga | Lambat dalam respons bersama | Penanganan tidak optimal | Protokol koordinasi yang lebih cepat |
| Pembuktian Teknis | Sulit membuktikan klaim berlebihan | Proses hukum terhambat | Standar pembuktian yang lebih jelas |

- a. Keterbatasan sumber daya manusia dan anggaran menjadi hambatan klasik yang dihadapi BPOM dan BPJPH. BPOM memiliki sekitar 3.500 pegawai yang harus mengawasi jutaan produk obat, makanan, kosmetik, dan suplemen di seluruh Indonesia. Dengan 760 perusahaan kosmetik yang memproduksi ribuan produk skincare, ditambah ribuan importir, rasio pengawas terhadap objek pengawasan sangat tidak ideal. BPJPH menghadapi tantangan serupa. Dengan mandat mensertifikasi jutaan produk dari berbagai sektor (makanan, minuman, kosmetik, obat, dll), kapasitas LPH yang tersedia masih terbatas. Waiting list untuk sertifikasi bisa mencapai beberapa bulan, yang kemudian membuat pelaku usaha tergoda untuk mencantumkan klaim halal terlebih dahulu sambil "menunggu" sertifikasi.(Rahma & Phahlevy, 2024)
- b. Dinamika platform digital yang sangat cepat membuat pengawasan konvensional tidak efektif. Seorang pelanggar dapat membuat akun Instagram baru dalam hitungan menit, mem-posting iklan overclaim, meraup pembeli, kemudian menghapus akun dan membuat yang baru ketika mendapat teguran. Model cat-and-mouse game ini sangat menguras energi pengawas. Solusi yang mulai dikembangkan adalah kerjasama dengan platform. Beberapa platform e-commerce seperti Tokopedia dan Shopee telah menjalin MoU dengan BPOM untuk bersama-sama memonitor dan menindak produk ilegal atau overclaim. Ketika BPOM menemukan pelanggaran, platform akan langsung take down produk tersebut tanpa menunggu proses hukum selesai. Namun, kerjasama serupa belum optimal di platform media sosial. (Nuraini, 2025)
- c. Asimetri informasi antara regulator dan konsumen. Banyak konsumen tidak tahu bahwa mereka bisa dan harus mengecek notifikasi BPOM sebelum membeli skincare. Banyak juga yang tidak tahu cara membedakan klaim yang realistik dengan overclaim. Kampanye Cek KLIK yang diinisiasi BPOM adalah langkah positif, namun penetrasinya masih terbatas. Diperlukan kolaborasi dengan influencer, komunitas kecantikan, dan platform media untuk memperluas jangkauan edukasi.(Nuraini, 2025)
- d. Sanksi yang belum proporsional dengan besarnya kerugian konsumen dan keuntungan pelaku usaha. Denda maksimal Rp 2 miliar dalam UUPK sudah tidak relevan lagi dengan skala bisnis skincare saat ini. Sebuah produk viral dengan overclaim bisa meraup omzet puluhan hingga ratusan miliar rupiah sebelum ditindak. Denda Rp 2 miliar hanya sebagian kecil dari keuntungan, sehingga tidak memberikan efek jera. Selain itu, proses hukum pidana yang panjang membuat banyak kasus diselesaikan secara administratif saja. Dari 156 kasus, hanya 4 yang sampai proses pidana. Perlu ada fast track prosecution untuk kasus-kasus pelanggaran berat agar memberikan sinyal tegas kepada pelaku industri.(Kuncoro, 2024)

- e. Koordinasi lintas lembaga yang masih bisa dipercepat. Meskipun sudah ada mekanisme koordinasi regular antara BPOM dan BPJPH, dalam praktik di lapangan masih sering terjadi delay dalam penanganan kasus yang membutuhkan kolaborasi kedua lembaga. Protokol koordinasi yang lebih agile dan real-time perlu dikembangkan, mungkin melalui war room bersama atau task force khusus. (Ahmad, 2024)
- f. Tantangan pembuktian teknis dalam kasus overclaim. Berbeda dengan kasus produk mengandung bahan berbahaya yang bisa dibuktikan melalui uji laboratorium, membuktikan overclaim sering melibatkan penilaian subjektif. Apakah klaim "mencerahkan kulit" sudah termasuk overclaim? Berapa lama durasi yang realistik untuk klaim tertentu? Perlu ada guideline yang lebih detail dan scientific evidence-based untuk memudahkan pembuktian di pengadilan.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa BPOM telah melaksanakan pengawasan overclaim melalui mekanisme notifikasi pra-pasar dan surveillance pasca-pasar, sementara BPJPH menjamin kehalalan produk melalui sertifikasi komprehensif. Sinergi kedua lembaga melalui integrasi database dan operasi gabungan merupakan model kolaborasi dual-agency untuk pengawasan produk berdimensi ganda yang dapat menjadi best practice. Namun, efektivitas pengawasan terhambat oleh keterbatasan sumber daya, dinamika platform digital, asimetri informasi konsumen, sanksi tidak proporsional, delay koordinasi lintas lembaga, dan kompleksitas pembuktian teknis. Data menunjukkan 2.847 produk skincare mencantumkan klaim halal tanpa sertifikasi periode 2020-2024, mengindikasikan besarnya penyalahgunaan label halal sebagai strategi marketing yang memanipulasi kepercayaan religius konsumen.

Implikasi kebijakan mencakup revisi regulasi untuk meningkatkan proporsionalitas sanksi, pembentukan war room bersama atau task force khusus BPOM-BPJPH untuk mempercepat response time menjadi kurang dari 24 jam, implementasi teknologi AI monitoring untuk deteksi dini overclaim, kolaborasi dengan platform digital untuk mekanisme real-time takedown, dan kampanye literasi masif tentang dual verification (cek notifikasi BPOM dan sertifikasi halal BPJPH). Perlindungan konsumen optimal memerlukan kolaborasi multi-stakeholder yang mengintegrasikan regulator, pelaku usaha, platform digital, dan masyarakat dalam menciptakan ekosistem kosmetik yang etis, halal, dan berkelanjutan.

Penelitian lanjutan diperlukan untuk eksplorasi integrasi sistem digital pengawasan melalui aplikasi mobile verifikasi real-time, studi komparatif dengan sistem regulasi FDA dan EMA, analisis efektivitas kampanye edukasi konsumen, kajian mekanisme class action lawsuit sebagai instrumen penegakan hukum tambahan, dan model public-private partnership dalam pengawasan platform digital. Dengan memperkuat koordinasi kelembagaan, pemanfaatan teknologi digital, dan literasi konsumen, diharapkan pengawasan produk kosmetik di Indonesia dapat lebih efektif, akuntabel, dan selaras dengan prinsip perlindungan konsumen yang berkeadilan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, D., & Thalib, M. . (2024). Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Terhadap Peredaran Kosmetik yang Tidak Memiliki Izin Edar “Legal Responsibility Of Perpetrators Against Illegal Cosmetic Circulation.” *Jurnal Legalitas*, 12(2), 108–124.
- Ahmad, S. (2024). Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Kehalalan Produk Impor Yang Beredar Di Indonesia. (*Master’s Thesis, Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*). , 40.
- Amin, S. (2022). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Muslim terhadap produk Pangan yang Tidak Bersertifikat Halal Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. *Doctoral Dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang*.
- Astuti Mairinda. (2021). *Berkenalan Dengan Jaminan Produk Halal di Indonesia*.
- BPOM. (2021). Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2021 Tentang Sertifikasi Cara Pembuatan Kosmetika Yang Baik. *Kementrian Kesehatan RI*, 1

- pasal 1. <https://standar-otskk.pom.go.id/storage/uploads/de1dad09-8386-442d-bc0a-ddb9abf299d9/PerBPOM-No.-33-tahun-2021.pdf>.
- Dewi, T. R. (2025). *Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kandungan Bahan Herbal Terhadap Keputusan Pembelian Program Studi Farmasi Fakultas Kedokteran Dan Ilmu-Ilmu Kesehatan*.
- Fil'Awalin, H., & Hutabarat, S. M. D. (2025). Consumer Legal Protection for Overclaimed Skincare Products. *J De Lega Lata: Urnal Ilmu Hukum*, 10(1), 32-39.
- Kuncoro, A. A. P. (2024). Perlindungan hukum konsumen terhadap penggunaan kata. <https://dspace.uii.ac.id/bitstream/handle/123456789/48880/19410333.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Kuncoro, A. A. P., & Syamsudin, M. (2024). Perlindungan Konsumen terhadap Overclaim Produk Skincare. *Prosiding Seminar Hukum Aktual*, 2(3), 73–84.
- Makanan, B. P. O. dan. (2018). Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 12 Tahun 2023 Tentang Pengawasan Pembuatan Dan Peredaran Kosmetik Dengan. *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2018*, 151(2), 10–17. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/263241/peraturan-bpom-no-12-tahun-2023>.
- Marcia, M. (2023). Perkembangan industri kosmetik di tahun 2023. *East Ventures.*, 1. <https://east.vc/id/berita/insights-id/perkembangan-industri-kosmetik-di-tahun-2023/>
- Mufidah, A. (2017). Kewenangan Kementerian Agama dan MUI dalam sertifikasi halal berdasarkan Undang-undang RI nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal. *Skripsi Sarjana. Fakultas Syariah Dan Hukum UIN*
- Nabilla, Z. (2023). *Pengaruh Label Halal, BPOM dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Di Desa Simpang Beliti*. h.18.
- Ningsih, F. A., Sumantri, S. N., Fachri, S. A., & ... (2024). Sertifikasi Halal Suatu produk Skincare dalam Perspektif Fiqh Kontemporer. *Albayan Journal of ...*, 1(02), 52–61. <https://journal.tabayanu.com/index.php/ajims/article/view/116%0Ahttps://journal.tabayanu.com/index.php/ajims/article/download/116/68>
- Nuraini, S. (2025). Pemasaran Skincare Dengan Cara Overclaim Di E-Commerce (Perspektif Fatwa MUI Dan Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen). (*Bachelor's Thesis, Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*), 1–86. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/84323>
- Pakaila, J. R., Aydin, R. M., & Abbiyya, S. W. (2024). *TREN OVERCLAIM DALAM IKLAN INDUSTRI KECANTIKAN : ANALISIS ETIKA TERAPAN PADA PRODUK SKINCARE DI INDONESIA*. 9(14), 504–510.
- RAHAYU, M. (2019). *Analisis Hukum Pelaksanaan Tugas Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Dalam Pemberian Izin Edar Obat Tradisional*. 1–100. <https://repository.unhas.ac.id/id/eprint/23303/>
- Rahma, A. R., & Phahlevy, R. R. (2024). Overcoming Barriers to Improve Halal Compliance in Indonesia. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 19(3), 10-21070. <https://doi.org/10.21070/ijler.v19i3.1199>
- Rahmadhanii, D. (2022). PerKaBPOM No 3 Persyaratan Teknis KLAIM KOSMETIKA. *Id.Scribd.Com.* <https://id.scribd.com/document/616192221/2022-PerKaBPOM-No-3-Persyaratan-Teknis-KLAIM-KOSMETIKA>
- Widodo, A. C., Rudiana, R., & Nuryanto, Y. (2024). Pengawasan Jaminan Produk Halal (JPH) Oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(10), 12368–12377. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i10.6186>
- Yuniar Anastasyia, Benny K. Heriawanto, I. K. A. (2025). Tugas Badan Pengawas Obat Dan Makanan Dalam Perlindungan Konsumen Atas Skincare Dengan Deskripsi Overclaim. *DINAMIKA ISSN (Print) : 0854-7254 | ISSN (Online) : 2745-9829 Volume 31 Nomor 1 Bulan Januari Tahun 2025, 11675-11688, 31(1)*, 11675–11688.

Halaman Ini Dikosongkan