

IMPLIKASI HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN HUKUM POSITIF TERHADAP PRAKTIK OVERCLAIM INDUSTRI SKINCARE: ANALISIS HUKUM DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN

Mohamamd Faizin

Sekolah Tinggi Ilmu Syari'ah Darul Falah Bondowoso, Indonesia
mohammadfaizindafa@gmail.com

Nur Muslimah

Sekolah Tinggi Ilmu Syari'ah Darul Falah Bondowoso, Indonesia
nurmuslimah964@gmail.com

Submission	Accepted	Published
Nov 22, 2024	Des 02, 2024	Dss 30, 2024

Abstract

This article aims to analyze the implications of sharia economic law and positive law on overclaim practices in the skincare industry as well as consumer protection in both legal systems. From the perspective of sharia economic law, the practice of overclaiming contradicts basic principles such as fairness, transparency and responsibility. Islamic economic law emphasizes that producers must provide claims that are in accordance with reality and do not harm consumers. Meanwhile, positive law through regulations such as the Consumer Protection Law, Health Law, to BPOM and ITE regulations. in Indonesia also provides clear and firm protection to consumers from the practice of overclaims. to ensure the claims given by producers can be accounted for. The method used is a library research study, which is sourced from literature, with a comparative approach between the norms of sharia economic law and positive legal regulations. This article also adopts a comparative approach to compare these two legal systems in regulating and overcoming overclaim practices. The results show that despite differences in approach, both sharia economic law and positive law have the same objectives, namely protecting consumers and ensuring fair and transparent business practices. These two legal systems complement each other and provide maximum protection for consumers if implemented effectively.

Keyword: *Sharia & Positive Law, Overclaim, Skincare Industry, Consumer Protection.*

Abstrak

Artikel ini bertujuan menganalisis implikasi hukum ekonomi syariah dan hukum positif terhadap praktik *overclaim* dalam industri skincare serta perlindungan konsumen dalam kedua sistem hukum tersebut. Dalam perspektif hukum

ekonomi syariah, praktik *overclaim* bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar seperti keadilan, transparansi, dan tanggung jawab. Hukum ekonomi syariah menekankan bahwa produsen harus memberikan klaim yang sesuai dengan kenyataan dan tidak merugikan konsumen. Sementara itu, hukum positif melalui regulasi seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen, UU Kesehatan, hingga peraturan BPOM dan ITE. di Indonesia juga memberikan perlindungan yang jelas dan tegas terhadap konsumen dari praktik *overclaim*. untuk memastikan klaim yang diberikan produsen dapat dipertanggungjawabkan. Metode yang digunakan adalah kajian *library research*, yang bersumber kepustakaan, dengan pendekatan perbandingan antara norma-norma hukum ekonomi syariah dan regulasi hukum positif Artikel ini juga mengadopsi pendekatan komparatif untuk membandingkan kedua sistem hukum ini dalam mengatur dan mengatasi praktik *overclaim*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun terdapat perbedaan dalam pendekatan, baik hukum ekonomi syariah maupun hukum positif memiliki tujuan yang sama, yaitu melindungi konsumen dan memastikan praktik bisnis yang adil serta transparan. Kedua sistem hukum ini saling melengkapi dan memberikan perlindungan yang maksimal bagi konsumen jika diimplementasikan secara efektif.

Kata Kunci: Hukum Syariah & Positif, *Overclaim*, Industri Skincare, Perlindungan Konsumen.

Pendahuluan

Hukum ekonomi syariah adalah hukum yang didasarkan pada prinsip-prinsip syariat Islam yang mengatur kegiatan ekonomi, termasuk transaksi bisnis, perdagangan, dan perlindungan konsumen. Tujuan utamanya adalah mencapai kesejahteraan umat dengan menegakkan keadilan dalam aktivitas ekonomi serta memastikan bahwa setiap transaksi dilakukan sesuai dengan norma-norma agama (Susanto et al., 2023). Salah satu aspek penting dalam hukum ekonomi syariah adalah prinsip keadilan (*al-'adl*). Konsep ini mengharuskan agar segala bentuk transaksi tidak merugikan pihak lain, baik dari segi material maupun spiritual (Usman, Muhammad Abrori, 2025). Dalam industri skincare, ini berarti bahwa produsen tidak boleh memberikan klaim yang berlebihan atau menyesatkan mengenai manfaat suatu produk yang bisa menyebabkan konsumen mengalami kerugian (Dia Meta, Lia Waroka, 2024). Praktik *overclaim* jelas bertentangan dengan prinsip keadilan ini, karena menyebabkan konsumen mendapatkan barang atau jasa yang tidak sesuai dengan harapan mereka. Sebagai tambahan, hukum ekonomi syariah juga menekankan pada prinsip transparansi (*al-wafa' bi al-'ahd*), yang mengharuskan produsen untuk memenuhi janji yang telah disampaikan kepada konsumen dalam bentuk klaim produk Selain itu, hukum ekonomi syariah juga mengharuskan agar transaksi bisnis dilakukan dengan prinsip tanggung jawab (Sutriyono, 2021). Dalam hal ini, produsen harus bertanggung jawab terhadap produk yang mereka jual, baik dalam hal kualitas maupun keselamatan (Hani, 2021). Klaim yang berlebihan tanpa bukti ilmiah yang sah dapat dianggap sebagai pelanggaran terhadap tanggung jawab ini.

Di sisi lain, hukum positif berperan dalam mengatur berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk yang berkaitan dengan ekonomi dan perlindungan konsumen. Hukum positif adalah sistem hukum yang berlaku dalam suatu negara dan ditetapkan oleh lembaga negara yang berwenang, dengan tujuan untuk menciptakan keteraturan dan melindungi hak-hak masyarakat,

termasuk hak konsumen (Maulida et al., 2024). Di Indonesia, perlindungan konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-Undang ini bertujuan untuk melindungi hak-hak konsumen dari segala bentuk penipuan, eksploitasi, atau produk yang membahayakan keselamatan. Salah satu bentuk penipuan yang diatur dalam UU ini adalah klaim yang berlebihan atau menyesatkan terkait produk atau layanan. Pasal 8 UU Perlindungan Konsumen mengatur tentang larangan terhadap pelaku usaha yang memberikan informasi yang tidak benar atau menyesatkan tentang barang dan jasa yang dipasarkan (UU Ri - Lembaran Negara Republik Indonesia, 1999). Dalam hal ini, praktik *overclaim* dalam industri skincare yang tidak didukung oleh bukti yang sah bisa menjadi objek pelanggaran hukum positif (Bakri & Abrori, 2025).

Selain itu, pemerintah juga melalui Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) memiliki kewenangan untuk mengawasi dan memastikan bahwa produk kosmetik yang beredar di pasaran tidak mengandung bahan yang berbahaya dan bahwa klaim yang diberikan oleh produsen adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan. (Rahul Ferdian et al., 2023) Dalam hal ini, hukum positif memberikan jaminan perlindungan yang jelas dan tegas bagi konsumen terhadap produk yang tidak memenuhi standar atau klaim yang menyesatkan (Andi Susanto, et al 2025).

Praktik *overclaim* dalam industri skincare menjadi salah satu isu penting yang harus diperhatikan baik dari perspektif hukum ekonomi syariah maupun hukum positif. *Overclaim* sering kali dilakukan oleh produsen yang berusaha menarik perhatian konsumen dengan memberikan janji-janji yang tidak realistis terkait manfaat produk skincare. Misalnya, klaim bahwa suatu produk dapat menghilangkan jerawat dalam waktu yang sangat singkat tanpa mempertimbangkan kondisi individu konsumen atau bukti ilmiah yang memadai.

Tinjauan Pustaka

Menurut rafyanka (2024) dalam tulisannya yang berjudul *Analisis Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Pengedaran Produk Skincare yang Terbukti Overclaim*, menyatakan bahwa produsen, pelaku usaha, maupun influencer yang terbukti melakukan *overclaim* produk skincare dapat diminta pertanggungjawaban secara administratif yakni teguran dan penarikan produk, dan sanksi perdata yakni ganti rugi, bahkan pidana berupa penjara dan denda yang diatur menurut peraturan perundangundangan.

Nabila (2024) juga meneliti terkait produk *overclaim* dengan tulisannya menyatakan 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. 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*) (Joedy Rodrick Pakaila, Rafael Muhammad Aydin, 2024).

Joedy (2024) juga menyatakan bahwa klaim-klaim yang tidak akurat dapat menyebabkan kehilangan kepercayaan konsumen, kerugian finansial, serta efek samping negatif pada kesehatan kulit. Selain itu, jurnal ini juga membahas regulasi dan standar etika yang berlaku dalam industri kecantikan, termasuk peran Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dalam mengawasi klaim

produk (Joedy Rodrick Pakaila, Rafael Muhammad Aydin, 2024). Oleh dari itu, tindakan *overclaim* pada produk skincare perlu ditindaklanjuti oleh pemerintah secara tegas sesuai dengan aturan hukum yang berlaku. Peran masyarakat juga penting untuk selalu memerhatikan dan mengawasi tindakan *overclaim* pada pengedaran produk skincare yang terbukti *overclaim*.

Berdasarkan dari isu dan permasalahan yang terjadi dewasa ini, dan disertai penelitian terdahulu, penulis tertarik memaparkan tentang implikasi hukum yang terjadi baik menurut ekonomi syariah maupun hukum positif terhadap praktik *overclaim* dalam industri skincare tersebut, dengan memaparkan analisis hukum serta kaitannya dengan perlindungan konsumen, yang bertujuan agar supaya pembaca mengetahui dan menganalisa permasalahan tersebut, secara hukum dan etika bisnis dalam islam dan hukum positif di Indonesia

Metodologi Penelitian

Tulisan ini menggunakan metode *library research*, yang berfokus pada kajian-kajian kepustakaan, karena sumber-sumber penelitian diambil dari al-Qur'an, artikel jurnal, hasil penelitian sebelumnya dan website online, yang mendukung tema penelitian. Peneliti berperan sebagai perencana, pelaksana pengumpulan data. Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif, yaitu penelitian yang dilakukan atau ditujukan hanya kepada peraturan-peraturan yang tertulis. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui kajian langsung terhadap teks-teks hukum Islam, seperti Al-Qur'an, hadis, serta pendapat ulama terkait prinsip-prinsip muamalah. Sementara itu, data sekunder dikumpulkan dari literatur berupa buku, artikel ilmiah, fatwa, dan referensi lainnya yang relevan dengan topik. Hukum normatif adalah penelitian hukum doktrinal, yang juga disebut sebagai penelitian kepustakaan atau studi dokumen. Soetandyo Wignyosoebroto (2013) mengemukakan bahwa penelitian hukum doktrinal dilakukan guna memperoleh jawaban-jawaban yang benar dengan upaya pembuktian kebenaran yang hendak dicari melalui preskripsi hukum yang termaktub dalam kitab Undang-undang hukum positif atau kitab agama (Dr. Suyanto, SH., MH., M.Kn., 2022).

Pembahasan

Hukum ekonomi syariah adalah seperangkat norma hukum yang bersumber dari ajaran Islam, yang mengatur seluruh kegiatan ekonomi dalam masyarakat, baik individu maupun kolektif, berdasarkan prinsip keadilan, keseimbangan, dan kepatuhan pada syariat. Hukum Ekonomi Syariah adalah kumpulan prinsip, nilai, asas, dan peraturan terkait kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh antar subjek hukum dalam rangka memenuhi kebutuhan yang bersifat komersial dan tidak komersial berdasarkan Al-Qur'an dan Al-Sunnah. (Rahul Ferdian et al., 2023). Dalam ekonomi syariah, setiap transaksi yang dilakukan harus sesuai dengan ketentuan yang ada dalam Al-Qur'an dan Hadis, yang antara lain mencakup larangan terhadap praktik riba, gharar (ketidakpastian), dan maysir (perjudian), serta menekankan pada pentingnya transparansi dan tanggung jawab dalam setiap transaksi (Syekh & Nafis, 2024).

Sistem nilai yang berasal dari agama, secara dominan, memberikan pengaruh pada prinsip-prinsip etika bisnis yang dianut oleh pemeluknya. Max

Weber, dalam karyanya tentang Etika Protestant, menyatakan bahwa kemajuan ekonomi di Eropa Barat berkat ajaran asketisme dalam ajaran Calvin. Namun, hal ini mendapat kritik dari Nurcholis Majid, yang menyebut bahwa Islam, sebagai agama yang telah mengajarkan konsep-konsep bisnis yang unggul sejak lama, sering diabaikan oleh para pengikutnya. Ada banyak prinsip bisnis modern yang diterapkan oleh perusahaan-perusahaan besar dunia yang sebenarnya telah diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW. Salah satunya adalah prinsip kejujuran dan tanggung jawab, yang memiliki peran sentral dalam kesuksesan bisnis (Norvadewi, 2015) .

Ada beberapa prinsip dasar dalam ekonomi Islam, termasuk prinsip halal dan haram yang menetapkan batasan atas kegiatan ekonomi, prinsip kemanfaatan yang memperhatikan rambu-rambu yang telah ditetapkan, prinsip kesederhanaan dalam memiliki dan mengonsumsi barang, prinsip kebebasan ekonomi yang memungkinkan setiap orang untuk menjalankan profesi dalam koridor yang ditetapkan, dan prinsip keadilan ekonomi yang harus menjiwai setiap kegiatan ekonomi. Prinsip kejujuran dan keterbukaan dalam bisnis dianggap sebagai kunci utama keberhasilan. Transparansi terhadap konsumen dan mitra kerja merupakan bagian penting dari prinsip ini. Selain itu, kebebasan dalam berbisnis harus diiringi dengan pertanggungjawaban yang mematuhi koridor hukum, norma, dan etika yang diatur oleh agama Islam. Bisnis yang dilakukan harus menghasilkan manfaat optimal bagi semua pihak yang terlibat, dengan memperhatikan prinsip keadilan. Oleh karena itu, pertanggungjawaban ini akan mengubah perhitungan ekonomi dan bisnis secara fundamental, dengan mengacu pada prinsip keadilan dalam berbagai aspek (Maulida et al., 2024).

Ada beberapa prinsip penting yang harus dipenuhi agar transaksi jual beli dianggap sah dan sesuai dengan syariat.

1. Kesukarelaan (*ridha* atau *taradhi*), yang menekankan bahwa kedua belah pihak, baik penjual maupun pembeli, harus melakukan transaksi dengan kerelaan tanpa adanya paksaan atau manipulasi. Prinsip ini ditegaskan dalam Al-Qur'an, yaitu dalam Surat AnNisa ayat 29:

اَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ بَحَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar kerelaan di antara kamu.” (Quran.Nu.Online.an-Nisa’29, n.d.)

Oleh karena itu, penjual dan pembeli harus sepakat atas harga, barang, dan syarat transaksi tanpa adanya unsur penipuan atau tekanan.

2. Barang dan harga yang jelas. Dalam islam, barang yang dijual harus memiliki kejelasan mengenai kualitas, kuantitas, dan sifatnya, sementara harga harus transparan dan disepakati bersama. Jual beli yang mengandung ketidakpastian atau *gharar* dilarang. Penjual harus memberikan informasi yang jelas dan lengkap tentang barang, seperti kondisi barang baru atau bekas, dan harga harus diumumkan tanpa manipulasi.
3. Bebas dari unsur haram. Islam melarang transaksi yang melibatkan barang atau jasa yang haram, seperti minuman keras, narkoba, atau produk yang

mengandung unsur babi. Selain itu, transaksi yang mendukung praktik maksiat, seperti riba, perjudian, atau aktivitas yang melanggar hukum syariah, juga tidak diperbolehkan. Penjual dan pembeli harus memastikan bahwa barang yang dijual mematuhi hukum syariah.

4. Tidak mengandung riba. Riba, yang berarti pengambilan keuntungan yang berlebihan dalam transaksi utang piutang atau jual beli, dilarang dalam islam karena dapat merugikan salah satu pihak. Dalam praktik penjualan kredit, tidak boleh ada bunga tambahan yang memberatkan pembeli, dan jika pembayaran tertunda, penjual tidak boleh mengenakan denda berbunga. Kejujuran dan amanah .
5. Prinsip kelima yang menjadi pilar utama dalam transaksi jual beli. Penjual harus jujur dalam memberikan informasi tentang barang atau jasa yang dijual, sementara pembeli harus memenuhi kewajibannya dengan jujur pula. Penjual tidak boleh menyembunyikan cacat barang atau memberikan informasi yang menyesatkan, sementara pembeli harus membayar sesuai dengan kesepakatan tanpa melakukan kecurangan.
6. Menghindari penipuan dan spekulasi. Penipuan (*tadlis*) dan praktik yang merugikan pihak lain dilarang dalam transaksi jual beli. Begitu juga dengan spekulasi berlebihan (*maysir*), seperti menjual barang yang belum dimiliki atau menjanjikan keuntungan yang tidak realistis, yang harus dihindari. Penjual tidak boleh menjual barang yang belum dikuasai atau terlibat dalam transaksi yang berbau perjudian.
7. Keadilan dalam transaksi. Islam menekankan pentingnya keadilan antara penjual dan pembeli agar tidak ada pihak yang dirugikan dalam transaksi. Penjual harus menetapkan harga yang wajar sesuai dengan kualitas barang, sementara pembeli juga harus menawar dengan cara yang adil dan tidak merugikan penjual. Tidak melibatkan barang haram atau ilegal. Transaksi yang melibatkan barang curian, palsu, ilegal, atau produk yang membahayakan kesehatan dan lingkungan dilarang dalam islam. Larangan ini bertujuan untuk menjaga keharmonisan, keberkahan, dan kesejahteraan dalam aktivitas ekonomi. (maulida et al., 2024)

Praktik *Overclaim* dalam Industri Skincare

Praktik *overclaim* adalah praktik di mana suatu produk atau layanan diberikan klaim yang berlebihan mengenai manfaat atau khasiatnya tanpa didukung oleh bukti yang sah atau valid. Dalam industri skincare, *overclaim* sering kali terjadi ketika produsen mengklaim bahwa produk mereka dapat menyembuhkan masalah kulit tertentu dalam waktu singkat atau dengan cara yang tidak realistis, tanpa didukung oleh penelitian ilmiah yang memadai. Misalnya, klaim bahwa suatu produk dapat menghilangkan jerawat dalam waktu satu hari atau mengembalikan kulit menjadi halus tanpa adanya bukti klinis atau studi yang membuktikan klaim tersebut, adalah contoh dari *overclaim*. Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, ini jelas bertentangan dengan prinsip keadilan dan transparansi, karena konsumen membeli produk dengan ekspektasi yang

tidak sesuai dengan kenyataan, yang pada akhirnya dapat merugikan mereka. Selain itu, *overclaim* juga dapat merusak kepercayaan konsumen terhadap industri skincare secara keseluruhan. Jika konsumen merasa tertipu oleh klaim yang tidak terbukti, mereka mungkin akan kehilangan kepercayaan pada merek atau bahkan pada industri kosmetik secara keseluruhan. Hal ini tentu saja bertentangan dengan prinsip tanggung jawab yang ada dalam hukum ekonomi syariah, karena produsen seharusnya menjaga reputasi dan kredibilitas mereka melalui praktik bisnis yang jujur dan dapat dipercaya (Ngabito, 2024).

Konsekuensi Hukum Islam Terhadap Praktik *Overclaim*

Praktik *overclaim* dalam Islam dapat dianggap sebagai tindakan penipuan (*gharar*) dan kezhaliman (*zalim*) (Usman, Muhammad Abrori, 2025). Dalam hukum Islam, *gharar* mengacu pada ketidakpastian yang berlebihan dalam suatu transaksi, di mana salah satu pihak tidak tahu atau tidak dapat memastikan apa yang akan diterima (Basyariah, 2022). Dalam konteks *overclaim*, ketidakpastian ini muncul ketika produsen mengklaim manfaat produk yang tidak dapat dibuktikan kebenarannya. Hal ini menciptakan ketidakadilan bagi konsumen, karena mereka membeli produk dengan ekspektasi yang tidak sesuai dengan kenyataan. Selain itu, praktik *overclaim* dapat dianggap sebagai kezhaliman, karena produsen mengambil keuntungan dengan cara menipu atau merugikan konsumen. Umat Islam diajarkan untuk menghindari perilaku yang merugikan orang lain, baik secara fisik maupun finansial. Hukum Islam juga mengajarkan bahwa dosa yang timbul akibat penipuan dalam transaksi harus dipertanggungjawabkan oleh pelaku usaha (Haikal & Efendi, 2024). Dalam hal ini, produsen yang melakukan *overclaim* dapat dikenakan sanksi, baik di dunia maupun di akhirat, karena mereka telah melakukan ketidakadilan terhadap konsumen. Di dunia, sanksi tersebut bisa berupa kewajiban untuk mengganti kerugian yang diderita oleh konsumen, serta meminta maaf dan memperbaiki kesalahan yang telah dilakukan.

Peraturan-Peraturan Hukum Positif Yang Mengatur *Overclaim* Produk

Beberapa peraturan hukum positif di Indonesia secara langsung atau tidak langsung mengatur tentang klaim yang menyesatkan dalam produk dan memberikan perlindungan kepada konsumen. Berikut adalah beberapa undang-undang dan peraturan yang dapat dijadikan dasar hukum untuk menangani praktik *overclaim*:

1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen) adalah undang-undang yang memberikan perlindungan kepada konsumen di Indonesia. Undang-undang ini mengatur berbagai aspek terkait dengan hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha. (UU Ri - Lembaran Negara Republik Indonesia, 1999) Salah satu hal yang sangat relevan dengan praktik *overclaim* adalah ketentuan mengenai larangan untuk memberikan informasi atau klaim yang menyesatkan. Beberapa pasal dalam UU Perlindungan Konsumen yang dapat digunakan untuk mengatasi praktik *overclaim* antara lain: (Presiden Republik Indonesia, 1999)

- a. Pasal 8 Ayat (1): Menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang untuk membuat atau menyampaikan informasi yang tidak benar, yang dapat menyesatkan

konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Pasal ini sangat relevan dengan *overclaim* karena klaim yang dibuat oleh produsen tentang manfaat suatu produk, yang tidak dapat dibuktikan atau dibenarkan secara ilmiah, merupakan klaim yang bisa menyesatkan konsumen.

- b. Pasal 9 Ayat (1) dan (2): Mengatur kewajiban pelaku usaha untuk menyediakan informasi yang jelas, benar, dan tidak menyesatkan tentang barang dan/atau jasa yang dijual, serta mewajibkan untuk memberikan informasi tentang karakteristik barang atau jasa secara jujur. Ini penting karena dalam industri skincare, klaim yang tidak dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah sering kali disamarkan sebagai informasi yang meyakinkan konsumen, tanpa menyebutkan adanya efek samping atau keterbatasan produk.
 - c. Pasal 62: Memberikan sanksi kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan mengenai informasi yang menyesatkan, yang dapat berupa denda atau tindakan hukum lainnya.
2. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan
- Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan (UU Kesehatan) mengatur tentang penyelenggaraan kesehatan di Indonesia, yang mencakup aspek produk-produk kesehatan dan kosmetik. Dalam konteks *overclaim*, produk-produk kosmetik dan skincare yang menyatakan klaim tertentu mengenai khasiatnya harus memenuhi standar yang ditetapkan dalam UU ini, terutama dalam hal keamanan dan efektivitas produk (INDONESIA, 2009).
- a. Pasal 106: Menyebutkan bahwa produk obat dan makanan (termasuk kosmetik) harus memenuhi standar keamanan, khasiat, dan mutu yang telah ditentukan. *Overclaim* yang tidak didasarkan pada bukti ilmiah yang sah dapat berpotensi melanggar ketentuan ini.
 - b. Pasal 107: Mengatur bahwa klaim atau informasi mengenai manfaat produk kesehatan dan kosmetik harus dilakukan dengan benar dan berdasarkan bukti yang ilmiah. Dengan demikian, setiap klaim mengenai produk skincare yang tidak dapat dibuktikan bisa dianggap melanggar ketentuan ini.
3. Peraturan Kepala BPOM Nomor 26 Tahun 2017 tentang Label dan Iklan Produk Kosmetik
- Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 26 Tahun 2017 tentang Label dan Iklan Produk Kosmetik mengatur lebih lanjut mengenai ketentuan yang berkaitan dengan informasi dan klaim yang dapat disampaikan oleh produsen kosmetik, termasuk produk skincare. Dalam peraturan ini, terdapat berbagai ketentuan yang bertujuan untuk melindungi konsumen dari klaim yang berlebihan atau menyesatkan. (Badan POM RI, 2018)
- a. Pasal 16: Menyebutkan bahwa label dan iklan produk kosmetik harus jelas, akurat, dan tidak menyesatkan. Klaim yang menyatakan produk dapat menyembuhkan penyakit atau memberikan hasil yang sangat cepat tanpa bukti ilmiah adalah bentuk klaim yang menyesatkan.

- b. Pasal 17: Menyatakan bahwa iklan produk kosmetik harus sesuai dengan tujuan penggunaan dan tidak boleh menyampaikan informasi yang bisa menimbulkan ekspektasi yang tidak realistis tentang manfaat produk tersebut.
- 4. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE)

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) mengatur tentang penyalahgunaan informasi di dunia maya, termasuk iklan atau promosi produk di internet. Praktik *overclaim* dalam industri skincare sering kali dilakukan melalui media digital, termasuk situs web, media sosial, atau iklan online.

- a. Pasal 27 Ayat (3): Mengatur tentang larangan untuk menyebarkan informasi yang tidak benar dan menyesatkan, yang dapat menyebabkan kerugian bagi orang lain. Dalam konteks ini, klaim yang berlebihan atau tidak dapat dipertanggungjawabkan mengenai produk skincare yang tersebar melalui platform online dapat dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan UU ITE. (Presiden Republik Indonesia, n.d.)
- 5. Analisis Terhadap Praktik *Overclaim* dalam Hukum Positif

Dari berbagai peraturan dan undang-undang di atas, dapat disimpulkan bahwa hukum positif di Indonesia secara tegas melarang praktik *overclaim*, baik melalui UU Perlindungan Konsumen, UU Kesehatan, hingga peraturan BPOM dan ITE. Pelaku usaha yang mengiklankan atau menjual produk dengan klaim yang tidak dapat dibuktikan secara ilmiah dapat dikenakan sanksi administratif maupun pidana, tergantung pada tingkat pelanggaran yang dilakukan (Sutriyono, Rahmat Zubandi Thahir, 2025). Klaim yang berlebihan dan menyesatkan dalam produk skincare yang tidak dapat dibuktikan dengan bukti yang sah berpotensi merugikan konsumen dan melanggar prinsip perlindungan konsumen yang dijamin oleh undang-undang. Oleh karena itu, produsen atau pelaku usaha perlu bertanggung jawab dan memastikan bahwa informasi yang disampaikan mengenai produk mereka adalah benar, akurat, dan dapat dipertanggung jawabkan (Ngabito, 2024).

Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Positif dalam Mengatur Praktik *Overclaim*

Baik hukum ekonomi syariah maupun hukum positif memiliki tujuan yang sama, yaitu melindungi konsumen dan mencegah praktik yang merugikan masyarakat termasuk praktik *overclaim* (Maulida et al., 2024). Kedua sistem hukum ini menekankan pentingnya transparansi dalam memberikan informasi kepada konsumen serta tanggung jawab produsen terhadap produk yang mereka jual (Zainul Arifin, Nur Muslimah, 2025).

Namun, ada perbedaan mendasar dalam cara keduanya diimplementasikan. Hukum ekonomi syariah lebih bersifat moral dan etis, mengandalkan pada prinsip-prinsip agama dan keadilan dalam bisnis, sementara hukum positif bersifat formal dan terstruktur melalui regulasi yang ditetapkan oleh negara. Dalam praktiknya, hukum ekonomi syariah cenderung lebih menekankan pada kepatuhan produsen terhadap prinsip moral, sedangkan

hukum positif lebih menekankan pada penegakan hukum melalui mekanisme yang lebih birokratis dan legalistik (Dia Meta, Lia Waroka, 2024).

Kedua sistem hukum ini saling melengkapi dalam mengatasi praktik *overclaim*. Hukum ekonomi syariah memberikan panduan moral dan etis bagi produsen untuk bertindak adil dan jujur, sementara hukum positif memberikan sanksi yang jelas bagi produsen yang melanggar ketentuan perlindungan konsumen. Oleh karena itu, praktik *overclaim* dapat diminimalisir dengan menggabungkan kedua pendekatan ini dalam mengatur dan mengawasi industri *skincare*.

Kesimpulan

Praktik *overclaim* dalam industri *skincare* merupakan isu yang signifikan yang dapat merugikan konsumen baik secara fisik maupun psikologis. Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, praktik ini bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar yang mengutamakan keadilan, transparansi, dan tanggung jawab dalam setiap transaksi. Hukum ekonomi syariah menekankan bahwa produsen harus memberikan klaim yang sesuai dengan kenyataan dan tidak merugikan konsumen. Transparansi dalam informasi serta kewajiban produsen untuk bertanggung jawab terhadap produk yang mereka jual adalah hal-hal yang harus dijaga agar tidak terjadi penipuan atau manipulasi terhadap konsumen.

Sementara itu, hukum positif melalui regulasi seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen, UU Kesehatan, hingga peraturan BPOM dan ITE. di Indonesia juga memberikan perlindungan yang jelas dan tegas terhadap konsumen dari praktik *overclaim*. UU ini mengatur bahwa pelaku usaha dilarang memberikan informasi yang menyesatkan tentang produk yang mereka pasarkan. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) juga berperan dalam mengawasi produk kosmetik yang beredar di pasaran untuk memastikan bahwa klaim yang diberikan oleh produsen dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dalam hal ini, hukum positif memberikan sanksi yang dapat dikenakan kepada pelaku usaha yang terbukti melanggar aturan yang ada.

Perbandingan antara hukum ekonomi syariah dan hukum positif menunjukkan adanya kesamaan tujuan, yaitu melindungi konsumen dari praktik yang merugikan. Meskipun pendekatannya berbeda, keduanya saling melengkapi. Hukum ekonomi syariah lebih menekankan pada etika dan moral dalam transaksi ekonomi, sementara hukum positif menekankan pada penegakan hukum yang lebih formal dan struktural. Dengan adanya kedua sistem hukum ini, praktik *overclaim* dalam industri *skincare* dapat dikendalikan, dan perlindungan konsumen dapat terjamin lebih baik, baik melalui pendekatan moral maupun mekanisme hukum yang jelas dan tegas.

Secara keseluruhan, implementasi yang efektif dari kedua sistem hukum ini dapat menciptakan lingkungan bisnis yang lebih adil, transparan, dan bertanggung jawab, yang pada akhirnya akan membawa manfaat bagi konsumen, produsen, dan masyarakat luas.

Referensi

- Andi Susanto, Nur Mu'minah, Ismi yatul Hasanah, M. A. (2025). Analisis hukum penjualan baju thrift di tiktok shop perspektik hukum ekonomi syariah dan hukum positif. *KASBANA: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 5(1), 43–70.
- Badan POM RI. (2018). *PerBPOM No 26 Th 2017 tentang Organisasi dan Tata Kerja Faizin, Muslimah : Implikasi Hukum Ekonomi Syariah.....* 78

- Badan Pengawas Obat dan Makanan.
- Bakri, S., & Abrori, M. (2025). *Problematika penerapan diversi bagi anak yang melakukantindak pidana oleh penegak hukum di era generasi beta 12*. 5(1), 1–12.
- Basyariah, N. (2022). Larangan Jual Beli Gharar: Kajian Hadist Ekonomi Tematis Bisnis Di Era Digital. *Mukaddimah: Jurnal Studi Islam*, 7(1), 40–58. <https://doi.org/10.14421/mjsi.71.2902>
- Dia Meta, Lia Waroka, M. A. (2024). Peran Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) UGT Nusantara Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. *KASBANA : Jurnal Hukum Ekonomi Syari'ah*, 4(1), 98–111.
- Dr. Suyanto, SH., MH., M.Kn., M. A. . (2022). *Metode Penelitian Hukum Pengantar Penelitian Normatif, Empiris dan Gabungan*.
- Ghulam, Z. (2016). Relasi Fiqh Muamalat Dengan Ekonomi Islam. *Iqtishoduna*, 8(2), 167–168.
- Haikal, M., & Efendi, S. (2024). Prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syariah dalam Undang-Undang Perbankan Syariah. *MAQASIDI: Jurnal Syariah Dan Hukum*, 13, 26–39. <https://doi.org/10.47498/maqasidi.v4i1.2988>
- Hani, U. (2021). Buku Ajar Fiqih Muamalah. *UNiversitas Islam Negeri Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjary*, 158.
- INDONESIA, P. R. (2009). UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 36 TAHUN 2009 TENTANG KESEHATAN. *Экономика Региона, Kolisch* 1996, 49–56.
- Joedy Rodrick Pakaila, Rafael Muhammad Aydin, S. W. A. (2024). *TREN OVERCLAIM DALAM IKLAN INDUSTRI KECANTIKAN : ANALISIS ETIKA TERAPAN PADA PRODUK SKINCARE DI INDONESIA*. 9(14), 504–510.
- Maulida, Novita, & Siti Femilivia Aisyah. (2024). Etika Bisnis Islam: Implementasi Prinsip Keadilan Dan Tanggung Jawab Dalam Ekonomi Syariah. *El-Iqthisadi Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Hukum Dan Syariah*, 6, 49–61. <https://doi.org/10.24252/el-iqthisady.vi.46740>
- Ngabito, R. I. P. (2024). Analisis Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Pengedaran Produk Skincare yang Terbukti Overclaim. *Law, Development & Justice Review*, 7(3), 284–301.
- Norvadewi. (2015). BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif) Norvadewi. *AL-TIJARY Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 01(1).
- Presiden Republik Indonesia. (n.d.). *Uu Ite Nomor 19 Tahun 2016*.
- Presiden Republik Indonesia. (1999). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia*, 2003(1), 1–46.
- quran.nu.online.an-nisa'29*. (n.d.).
- Rahul Ferdian, L., Febrinayanti Dantes, K., & Ngurah Ardhya, S. (2023). PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP PEREDARAN KOSMETIK YANG BERBAHAYA (Studi Kasus Badan Pengawas Obat dan Makanan di Buleleng). *Jurnal Ilmu Hukum Sui Generis*, 3(4), 216–224.
- Susanto, A., Muslimah, N., Tinggi, S., Syariah, I., & Falah Bondowoso, D. (2023). Akad Ariyah Terhadap Bolpoin Yang Berkurang Substansinya Perspektif Hukum Islam. *KASBANA : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(2), 75–091.
- Sutriyono, Rahmat Zubandi Thahir, M. A. (2025). Penyuluhan Kesadaran Hukum UU No 12 Tahun 1994 Tentang Perubahan Atas UU No 12 Tahun 1985

- Tentang Pajak Bumi Dan Bangunan di Desa Panji Lor Situbondo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 5(1), 182–188. <https://doi.org/10.59818/jpm.v5i1.1222>
- Sutriyono. (2021). Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui TABAH di BMT NU Cermee. *KASBANA : Jurnal Hukum Ekonomi Syari'ah*, 1(1), 1–23.
- Syekh, S., & Nafis, M. (2024). *PERSFEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH*. 935–957.
- Usman, Muhammad Abrori, N. M. (2025). ANALISIS HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PENJUALAN MAKANAN RINGAN TANPA KEMASAN BERSEGEL Usman1,. *KASBANA : Jurnal Hukum Ekonomi Syari'ah*, 5(1), 23–42.
- UU Ri - Lembaran Negara Republik Indonesia. (1999). *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*.
- Zainul Arifin, Nur Muslimah, M. A. (2025). ANALISIS HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN HUKUM POSITIF ATAS PRAKTIK PEMBULATAN HARGA DALAM SISTEM CASH ON DELIVERY PADA E-COMMERCE SHOPEE. *KASBANA: Jurnal Hukum Ekonomi Syari'ah*, 5(1), 1–22. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i2.227.2>