

**PENGAWASAN BPOM DAN PELINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP
IKLAN PRODUK *SKINCARE* KRIM YANG MELAKUKAN KLAIM
MEMUTIHKAN PADA *MARKETPLACE* SHOPEE**

Oleh: Alieyah Camille Havilah¹ dan Annisa Syaufika Yustisia R.²

INTISARI

BPOM dalam menjalankan tugasnya memiliki peraturan dalam memastikan keamanan konsumen dalam penggunaan produk obat dan makanan memiliki peraturan mengenai larangan penggunaan klaim memutihkan pada iklan produk *skincare*. Namun, penggunaan penggunaan tersebut di Shopee masih terjadi sehingga adanya penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengawasan BPOM serta mengkaji perlindungan konsumen terhadap permasalahan ini.

Penulisan hukum ini menggunakan metode penelitian dengan jenis normatif-empiris dengan melakukan analisis terhadap bahan hukum sekunder dan wawancara dengan responden. Penelitian ini bersifat deskriptif berdasarkan data primer dan data sekunder yang didapatkan oleh Penulis. Lebih lanjut, penelitian akan disusun dengan menggunakan analisis data kualitatif dengan pendekatan perundang-undangan serta pendekatan konseptual.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengawasan *post-market* yang dimiliki oleh BPOM cukup efektif dalam memberantas pelanggaran terkait klaim memutihkan pada produk krim *skincare* walaupun masih terdapat pelanggaran. Shopee dalam hal ini tidak memiliki kebijakan khusus terkait ketentuan iklan, klaim, cara promosi, dan deskripsi produk. Selain itu, Shopee hanya menyediakan layanan proteksi efek samping untuk melindungi konsumen sehingga konsumen lebih dapat mengandalkan BPOM serta peraturan dan lembaga lainnya untuk mendapatkan hak-haknya.

Kata Kunci: *False Claim*, Pelindungan Konsumen, Iklan, *Skincare*.

¹ Mahasiswa Strata 1 (S-1) pada Departemen Hukum Perdata di Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

² Dosen pada Departemen Hukum Perdata di Fakultas Hukum Universitas Hukum Gadjah Mada, Yogyakarta.

***BPOM SUPERVISION AND CONSUMER PROTECTION OF SKINCARE
CREAM PRODUCT ADVERTISEMENT WHITENING CLAIM ON
THE SHOPEE MARKETPLACE***

Author: Alieyah Camille Havilah¹ dan Annisa Syaufika Yustisia R.²

ABSTRACT

BPOM, has regulations to ensure consumer safety in the use of drug and food products, including rules regarding the prohibition of whitening claim in skincare products advertisements. However, the use of whitening claims in cream product advertisements on Shopee continues to occur. Therefore, this research aims to analyze BPOM's supervision and consumer protection regarding this issue.

This legal writing uses a normative-empirical type of research by analyzing secondary legal materials and conducting interviews with respondents. This research is descriptive and written based on primary and secondary data obtained by the author. Furthermore, the research will be structured using qualitative data analysis with a statutory approach and a conceptual approach.

This research results show that BPOM's post-market supervision quite effective in addressing violations related to whitening claims in skincare cream products. Shopee, in this case, does not have specific policies regarding advertising provisions, claims, promotional methods, and product descriptions. Additionally, Shopee only provide side effect protection services, so consumers are more reliant on BPOM, the regulations, and other institutions to receive their rights.

Keywords: False Claim, Consumer Protection, Advertisement, Skincare.

¹ Undergraduate Student of Civil Law Department in Faculty of Law Gadjah Mada University, Yogyakarta.

² Lecturer of Civil Law Department in Faculty of Law Gadjah Mada University, Yogyakarta.