

Perlindungan Konsumen Terhadap Skincare Rebranding Berlabel Halal Asing Tanpa Sertifikasi BPJPH

Consumer Protection Against Rebranded Skincare Products with Foreign Halal Labels Without BPJPH Certification

Karin Deany Solikhin

Fakultas Hukum, Universitas Padjadjaran, Bandung, Indonesia
karin24001@mail.unpad.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the effectiveness of consumer protection legal instruments and inter-agency supervisory coordination in addressing the trade practices of rebranded skincare products from China labeled with foreign halal certification without official certification from BPJPH, as well as to examine legal remedies and compensation mechanisms for affected consumers. This research employs a normative juridical method using statutory and conceptual approaches through the analysis of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, Law Number 33 of 2014 concerning Halal Product Assurance, and Law Number 7 of 2014 concerning Trade. The findings demonstrate that consumer protection remains structurally weak due to fragmented inter-agency supervision, lack of regulatory harmonization, weak legal liability construction within imported product distribution chains, and the inability of conventional supervisory systems to adapt to digital global trade practices. The novelty of this research lies in its integrated legal analysis combining consumer protection law, halal product assurance law, and trade law within a unified regulatory framework, alongside proposing the application of strict liability for importers, strengthening class action mechanisms, expanding intermediary liability for e-commerce platforms, and establishing technology-based integrated supervision systems. This study contributes theoretically to the development of integrated concepts of consumer protection and transnational consumer governance, while offering practical policy recommendations to strengthen legal certainty, supervisory coordination, and preventive consumer protection mechanisms in the imported halal cosmetic trade in the digital economy era.

Keywords: Consumer Protection; Halal Product Assurance; Skincare Rebranding

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas instrumen hukum perlindungan konsumen dan koordinasi antarlembaga pengawas dalam mengatasi praktik perdagangan produk skincare *rebranding* asal Tiongkok berlabel halal asing tanpa sertifikasi resmi BPJPH, serta menganalisis upaya hukum dan mekanisme kompensasi bagi konsumen yang dirugikan. Penelitian menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual melalui analisis Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Jaminan Produk Halal, dan Undang-Undang Perdagangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan konsumen masih menghadapi kelemahan struktural berupa fragmentasi pengawasan antarlembaga, belum optimalnya harmonisasi regulasi, lemahnya konstruksi pertanggungjawaban hukum dalam rantai distribusi produk impor, serta ketidakmampuan sistem pengawasan konvensional dalam merespons perdagangan digital global. Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis integratif yang memadukan rezim hukum perlindungan konsumen, jaminan produk halal, dan hukum perdagangan dalam satu kerangka normatif terpadu, sekaligus menawarkan penerapan prinsip *strict liability* bagi importir, penguatan mekanisme *class action*, perluasan *intermediary liability platform* e-commerce, dan pembangunan sistem pengawasan terintegrasi berbasis teknologi. Penelitian ini berkontribusi secara teoritis terhadap pengembangan konsep *integrated consumer protection* dan transnational consumer governance, serta secara praktis memberikan rekomendasi kebijakan untuk memperkuat kepastian hukum, koordinasi pengawasan, dan mekanisme perlindungan konsumen preventif dalam perdagangan kosmetik halal impor di era ekonomi digital.

Kata kunci: Jaminan Produk Halal; Perlindungan Konsumen; *Rebranding Skincare*

1. PENDAHULUAN

Industri kosmetik dan produk skincare di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dalam satu dekade terakhir, dengan nilai pasar yang mencapai triliunan rupiah setiap tahunnya.¹ Fenomena ini didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya perawatan kulit, pengaruh media sosial, dan tren kecantikan yang terus berkembang. Namun, di balik pesatnya pertumbuhan industri ini, muncul berbagai masalah kompleks yang mengancam keamanan dan kepentingan konsumen, terutama terkait produk skincare impor yang beredar di pasar Indonesia.² Salah satu fenomena yang mengkhawatirkan adalah maraknya praktik *rebranding* produk skincare dari Tiongkok yang dipasarkan menggunakan label halal asing tanpa sertifikasi resmi dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Praktik ini melibatkan importir atau distributor yang mengubah kemasan, merek, atau label produk asli dari Tiongkok dengan tujuan menyamarkan asal negara produksi dan memberikan kesan bahwa produk tersebut telah memenuhi standar halal internasional, semata-mata untuk menarik minat konsumen Muslim Indonesia yang secara aktif mencari produk skincare yang terjamin kehalalannya.

Persoalannya semakin kompleks ketika produk *rebranding* ini menggunakan sertifikat halal palsu atau sertifikat halal dari lembaga yang tidak diakui oleh pemerintah Indonesia. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH), semua produk yang beredar di Indonesia dan mengklaim sebagai produk halal harus memiliki sertifikat halal yang dikeluarkan oleh BPJPH. Namun, masih banyak produk *rebranding* skincare yang menggunakan label halal tanpa melalui proses sertifikasi yang sah secara hukum, sehingga berpotensi menyesatkan konsumen dan melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan. Dampak dari praktik ini sangat merugikan konsumen, baik dari aspek ekonomi maupun kesehatan.³ Dari sisi ekonomi, konsumen sering membayar harga yang lebih tinggi untuk produk yang dianggap memiliki kualitas premium atau telah bersertifikat halal, padahal pada kenyataannya produk tersebut hanyalah produk biasa yang telah diganti kemasannya. Dari aspek kesehatan, produk skincare yang tidak melalui pengawasan ketat dan tidak memiliki izin edar yang sah dapat mengandung bahan berbahaya seperti merkuri, hidrokuinon berlebih, atau bahan kimia lain yang dapat menyebabkan iritasi kulit, alergi, bahkan kerusakan permanen pada kulit.⁴

Permasalahan ini sesungguhnya tidak berdiri sendiri sebagai fenomena pasar semata, melainkan mencerminkan adanya ketegangan normatif yang fundamental di antara tiga

¹ Irdiana Syafitri and Atika Sandra Dewi, "Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Produk Skincare Ilegal," *Juripol* 5, no. 2 (August 19, 2022): 124–33, <https://doi.org/10.33395/juripol.v5i2.11697>.

² Atha Raihan Azayaka and Eko Wahyudi, "Perlindungan Hukum Kepada Konsumen Terhadap Produk Skincare Tanpa Izin Edar Yang Dijual Secara Online," *Jurnal Hukum, Politik Dan Ilmu Sosial* 2, no. 2 (May 13, 2023): 147–59, <https://doi.org/10.55606/jhps.v2i2.1622>.

³ Melina Gabriela Winata, "Perlindungan Hukum Bagi Korban Pengguna Produk Kosmetik Ilegal Berbahaya," *Sapientia Et Virtus* 7, no. 1 (March 30, 2022): 34–43, <https://doi.org/10.37477/SEV.V7I1.343>.

⁴ Deski Bertolens Tungga, Thelma S.M Kadja, and Heryanto Amalo, "Perlindungan Konsumen Dari Aspek Hukum Pidana Terhadap Peredaran Kosmetik Ilegal," *Konstitusi : Jurnal Hukum, Administrasi Publik, Dan Ilmu Komunikasi* 2, no. 1 (December 13, 2024): 136–45, <https://doi.org/10.62383/konstitusi.v2i1.398>.

rezim hukum yang saling bersinggungan.⁵ Rezim hukum perlindungan konsumen menuntut adanya pemenuhan hak konsumen atas informasi yang benar dan jujur sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 (UU Perlindungan Konsumen). Rezim hukum jaminan produk halal mewajibkan setiap produk yang mengklaim kehalalan untuk memperoleh sertifikasi resmi melalui mekanisme yang ditetapkan negara sebagaimana diatur dalam UU JPH.⁶ Sementara itu, hukum perdagangan mengatur kewajiban pelaku usaha untuk memenuhi standar dan persyaratan barang yang diperdagangkan sebagaimana termuat dalam UU JPH.⁷ Persoalan yang muncul adalah bahwa ketiga rezim hukum tersebut, meskipun secara normatif saling melengkapi, dalam tataran implementasi justru berjalan secara sektoral dan tidak terintegrasi, sehingga menciptakan celah hukum yang dimanfaatkan oleh pelaku usaha nakal untuk mengedarkan produk *rebranding* dengan label halal palsu tanpa dapat dijangkau secara efektif oleh instrumen penegakan hukum yang ada.⁸

Perlindungan konsumen terhadap praktik perdagangan yang merugikan sebenarnya telah diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan Indonesia, seperti UU Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (UU Perdagangan), dan berbagai peraturan teknis yang dikeluarkan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).⁹ Namun, penerapan dan penegakan hukum terhadap pelanggaran tersebut masih menghadapi berbagai kendala struktural, baik dari sisi koordinasi antarlembaga, keterbatasan sumber daya pengawasan, maupun kompleksitas saluran distribusi produk impor yang kian difasilitasi oleh ekosistem perdagangan digital.¹⁰ Aspek hukum perlindungan konsumen dalam konteks produk skincare yang direbrand dari Tiongkok dengan label halal palsu dengan demikian melibatkan beberapa dimensi hukum yang saling terkait: pertama, aspek hukum perlindungan konsumen yang mengatur hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang kondisi dan jaminan barang; kedua, aspek hukum perdagangan yang mengatur kewajiban pelaku usaha dalam menyediakan barang yang aman dan berkualitas; dan ketiga, aspek hukum jaminan produk halal yang mengatur prosedur dan persyaratan untuk mendapatkan sertifikat halal yang sah.

⁵ Adinda Ayu, Puspita Kuncoro, and M Syamsudin, "Perlindungan Konsumen Terhadap Overclaim Produk Skincare," *Prosiding Seminar Hukum Aktual Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia*, June 19, 2024, 73–84, <https://journal.uui.ac.id/psha/article/view/34811>.

⁶ Zakiah and Hikmawati Ribi, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Penjualan Skin Care Yang Tidak Memiliki Izin Resmi Di Media Sosial," *Alauddin Law Development Journal* 5, no. 1 (March 10, 2023): 87–96, <https://doi.org/10.24252/aldev.v5i1.35754>.

⁷ Zaenal Arifin et al., "Peningkatan Pemahaman Sertifikat Halal Dan Merek Bagi Paguyuban Sahabat UMKM Kota Semarang," *Jurnal Pengabdian Perguruan Tinggi (Jurnal Pedati)* 1, no. 2 (December 4, 2023): 91–102, <https://doi.org/10.26623/jp.v1i2.8105>.

⁸ Atha Raihan Azayaka and Eko Wahyudi, "Perlindungan Hukum Kepada Konsumen Terhadap Produk Skincare Tanpa Izin Edar Yang Dijual Secara Online."

⁹ Natanael Alfius et al., "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Peredaran Kosmetik Bermerkuri Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen," *Lex Administratum* 12, no. 4 (May 6, 2024), <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/administratum/article/view/55732>.

¹⁰ Ayu, Kuncoro, and Syamsudin, "Perlindungan Konsumen Terhadap Overclaim Produk Skincare."

Urgensi penelitian ini semakin meningkat mengingat dampaknya tidak hanya dirasakan oleh konsumen secara individual, tetapi juga mengancam kredibilitas sistem jaminan halal nasional dan daya saing industri kosmetik dalam negeri.¹¹ Fenomena *rebranding* produk skincare asal Tiongkok dengan label halal palsu juga dapat merusak kepercayaan masyarakat terhadap sistem sertifikasi halal secara umum dan menyebabkan kerugian serius bagi produsen kosmetik halal yang telah menempuh proses sertifikasi secara sah. Oleh karena itu, diperlukan kajian mendalam tentang aspek hukum perlindungan konsumen terhadap praktik perdagangan demikian, serta upaya hukum yang dapat dilakukan untuk memberikan perlindungan yang optimal kepada konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, terdapat beberapa masalah hukum yang perlu dikaji secara mendalam terkait perlindungan konsumen atas produk *skincare rebranding* asal Tiongkok yang diberi label halal asing tanpa sertifikasi BPJPH. Permasalahan utama yang menjadi fokus penelitian ini adalah seberapa efektif instrumen hukum perlindungan konsumen yang ada dalam menangani praktik perdagangan produk *skincare rebranding* yang berpotensi merugikan konsumen, serta bagaimana koordinasi antarlembaga pengawas dapat berjalan secara optimal dalam menegakkan ketentuan hukum terkait jaminan produk halal dan keamanan kosmetik.¹² Selain itu, penelitian ini juga mengkaji bagaimana upaya hukum dapat dilakukan oleh konsumen yang menjadi korban praktik perdagangan produk *skincare rebranding* dengan label halal palsu, serta bagaimana mekanisme kompensasi dan sanksi hukum dapat diterapkan secara efektif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan perlindungan konsumen dan jaminan produk halal. Perumusan permasalahan ini penting untuk dijawab agar dapat memberikan solusi hukum yang komprehensif dalam rangka meningkatkan perlindungan konsumen di sektor industri kosmetik dan skincare.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji aspek perlindungan konsumen terhadap produk kosmetik ilegal, namun secara kritis dapat ditunjukkan bahwa kajian-kajian tersebut mengandung keterbatasan yang signifikan apabila dihadapkan pada kompleksitas fenomena *rebranding* dengan label halal palsu. Penelitian Azayaka menganalisis perlindungan hukum konsumen terhadap produk skincare tanpa izin edar yang dijual secara online dengan menitikberatkan pada peran BPOM dalam pengawasan, sehingga meskipun berhasil mengidentifikasi modus operandi penjualan daring, penelitian tersebut tidak menyentuh dimensi normatif yang lebih dalam mengenai konflik antara rezim hukum perlindungan konsumen dan rezim jaminan produk halal, serta tidak mengkaji bagaimana ketiadaan koordinasi antarlembaga menciptakan celah struktural yang memungkinkan produk

¹¹ Safira Novayani and Diman Ade Mulada, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Penjualan Kosmetik Ilegal Berupa Krim Wajah," *Commerce Law* 3, no. 1 (June 28, 2023), <https://doi.org/10.29303/commercelaw.v3i1.2797>.

¹² Wanto Wanto and Samsuri Samsuri, "Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia," *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2, no. 1 (July 14, 2020): 98, <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>.

rebranding impor lolos dari pengawasan.¹³ Sementara itu, penelitian Zakiah yang menggunakan pendekatan yuridis empiris memberikan gambaran praktik lapangan yang berguna, namun pendekatan tersebut justru menghasilkan analisis yang terlalu terfokus pada dimensi faktual tanpa mengembangkan kerangka normatif yang memadai untuk memahami interaksi antara berbagai rezim hukum yang berlaku, termasuk mekanisme koordinasi antarlembaga pengawas yang menjadi inti persoalan.¹⁴ Penelitian Syafitri yang mengkaji perlindungan hukum terhadap konsumen atas produk skincare ilegal dengan fokus pada sanksi pidana dan perdata memiliki kontribusi penting dalam analisis pertanggungjawaban hukum. Namun, penelitian tersebut belum menganalisis kompleksitas spesifik produk *rebranding* dari negara tertentu yang menggunakan label halal asing tidak bersertifikat BPJPH, sehingga dimensi hukum jaminan produk halal yang merupakan aspek paling krusial dalam fenomena yang dikaji justru tidak tersentuh secara memadai.¹⁵

Sedangkan penelitian Tungga meneliti perlindungan konsumen dari aspek hukum pidana terhadap peredaran kosmetik ilegal, memberikan analisis pertanggungjawaban pidana pelaku usaha yang komprehensif, namun kelemahannya terletak pada ketiadaan pembahasan mengenai mekanisme kompensasi bagi konsumen serta absennya kajian tentang koordinasi lintas lembaga dalam sistem pengawasan yang terintegrasi, yang merupakan dua pilar penting dalam membangun kerangka perlindungan konsumen yang efektif.¹⁶ Terakhir, penelitian Simbala menganalisis perlindungan hukum terhadap konsumen atas peredaran kosmetik bermerkuri dengan kelebihan pada analisis kandungan berbahaya yang spesifik, namun penelitian tersebut belum mengkaji aspek jaminan produk halal dan praktik *rebranding* produk impor yang semakin kompleks di era perdagangan digital, sehingga relevansinya terhadap fenomena yang berkembang saat ini menjadi terbatas.¹⁷

Secara komparatif, dapat disimpulkan bahwa penelitian-penelitian terdahulu beroperasi secara parsial dan sektoral: ada yang fokus pada pengawasan BPOM semata, ada yang menitikberatkan pada sanksi pidana, dan ada yang mengkaji kandungan berbahaya secara teknis, namun tidak ada yang secara holistik mengintegrasikan ketiga rezim hukum yang berinteraksi dalam fenomena *rebranding* dengan label halal palsu. Kesenjangan inilah yang menjadi justifikasi ilmiah dari penelitian ini, yakni perlunya analisis yang mempertemukan dimensi perlindungan konsumen, jaminan produk halal, dan koordinasi kelembagaan dalam satu kerangka kajian yang koheren.

¹³ Atha Raihan Azayaka and Eko Wahyudi, "Perlindungan Hukum Kepada Konsumen Terhadap Produk Skincare Tanpa Izin Edar Yang Dijual Secara Online."

¹⁴ Zakiah and Ribi, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Penjualan Skin Care Yang Tidak Memiliki Izin Resmi Di Media Sosial."

¹⁵ Syafitri and Dewi, "Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Produk Skincare Ilegal."

¹⁶ Deski Bertolens Tungga, Thelma S.M Kadja, and Heryanto Amalo, "Perlindungan Konsumen Dari Aspek Hukum Pidana Terhadap Peredaran Kosmetik Ilegal."

¹⁷ Alfius et al., "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Peredaran Kosmetik Bermerkuri Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen."

Berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu, penelitian ini memiliki kebaruan dan kelebihan dalam beberapa aspek fundamental. Pertama, penelitian ini secara komprehensif menganalisis aspek hukum perlindungan konsumen dengan fokus spesifik pada produk *skincare rebranding* asal Tiongkok yang menggunakan label halal asing tanpa sertifikasi BPJPH, suatu fenomena yang belum dikaji secara mendalam dalam penelitian sebelumnya. Kedua, penelitian ini tidak hanya menganalisis efektivitas instrumen hukum perlindungan konsumen, tetapi juga mengevaluasi secara kritis koordinasi antarlembaga pengawas, yakni BPOM, BPJPH, Kementerian Perdagangan, dan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai, dalam menegakkan ketentuan hukum terkait jaminan produk halal dan keamanan kosmetik, yang merupakan kesenjangan nyata dalam penelitian-penelitian sebelumnya.

Ketiga, penelitian ini memberikan kontribusi akademis melalui rekomendasi inovatif berupa pembentukan sistem pengawasan terintegrasi berbasis teknologi blockchain dan satuan tugas gabungan lintas lembaga permanen yang secara langsung menjawab kelemahan koordinasi yang teridentifikasi dalam penelitian terdahulu. Keempat, penelitian ini mengkaji secara mendalam mekanisme kompensasi dan sanksi hukum yang dapat diterapkan kepada pelaku usaha, termasuk usulan penguatan mekanisme *class action* dan penerapan prinsip *strict liability* yang belum dibahas secara komprehensif dalam penelitian sebelumnya. Dengan demikian, penelitian ini menjawab kesenjangan penelitian terdahulu dengan memberikan analisis holistik yang mengintegrasikan aspek perlindungan konsumen, jaminan produk halal, koordinasi kelembagaan, dan rekomendasi kebijakan berbasis teknologi untuk menghadapi tantangan perdagangan global.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas instrumen hukum perlindungan konsumen dan koordinasi antarlembaga pengawas dalam mengatasi praktik perdagangan produk *skincare rebranding* asal Tiongkok dengan label halal asing tanpa sertifikasi BPJPH, serta menganalisis upaya hukum dan mekanisme kompensasi bagi konsumen yang menjadi korban praktik perdagangan tersebut.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif yang berfokus pada analisis mendalam terhadap norma hukum yang mengatur perlindungan konsumen dalam konteks produk *skincare rebranding* dari Tiongkok dengan label halal asing tanpa sertifikasi BPJPH. Pendekatan yuridis normatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, mengidentifikasi kesenjangan hukum, dan mengevaluasi efektivitas penerapan norma hukum dalam memberikan perlindungan kepada konsumen. Pemilihan metode ini didasarkan pada pertimbangan bahwa permasalahan yang diteliti pada dasarnya merupakan permasalahan normatif, yakni bagaimana norma hukum yang ada seharusnya diterapkan dan sejauh mana norma tersebut mampu menjangkau praktik *rebranding* yang secara faktual telah merugikan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan sebagai pendekatan utama untuk menganalisis berbagai ketentuan hukum yang mengatur perlindungan konsumen, jaminan produk halal, dan perdagangan kosmetik impor, dengan

meninjau secara sistematis UU Perlindungan Konsumen, UU JPH, UU Perdagangan, serta berbagai peraturan pelaksana terkait pengawasan dan peredaran produk kosmetik. Operasionalisasi pendekatan perundang-undangan dalam penelitian ini dilakukan tidak sekadar dengan menginventarisasi pasal-pasal yang relevan, melainkan dengan menelusuri secara sistematis konsistensi internal antara satu ketentuan dengan ketentuan lainnya dalam satu undang-undang, serta koherensi eksternal antara satu undang-undang dengan undang-undang lain yang bersinggungan dalam mengatur fenomena yang sama. Dengan cara demikian, dapat diidentifikasi apakah terdapat konflik norma, kekosongan hukum, atau ketidakselarasan pengaturan yang menjadi sumber dari lemahnya perlindungan konsumen terhadap produk *rebranding* dengan label halal palsu.

Selain pendekatan perundang-undangan, penelitian ini juga menggunakan pendekatan konseptual untuk menganalisis konsep hukum fundamental dalam perlindungan konsumen, seperti konsep tanggung jawab pelaku usaha, konsep kompensasi, konsep jaminan produk halal, dan konsep pengawasan preventif dan represif. Pendekatan konseptual dioperasionalkan dengan cara menelusuri doktrin-doktrin hukum yang berkembang dalam literatur ilmu hukum, kemudian menggunakannya sebagai kerangka analisis untuk menilai apakah norma hukum positif yang berlaku di Indonesia telah mengakomodasi perkembangan konsep tersebut secara memadai. Sebagai contoh, konsep *strict liability* yang dalam perkembangan doktrin hukum perlindungan konsumen modern dianggap lebih tepat diterapkan pada kasus produk berbahaya digunakan sebagai pisau analisis untuk menilai sejauh mana sistem pertanggungjawaban pelaku usaha dalam hukum positif Indonesia telah mengadopsi prinsip tersebut secara konsisten. Bahan hukum primer yang digunakan meliputi peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan yang relevan, serta fatwa lembaga terkait, sedangkan bahan hukum sekunder mencakup buku teks hukum, jurnal ilmiah, dan hasil penelitian sebelumnya, sementara bahan hukum tersier berupa ensiklopedia hukum dan kamus hukum. Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan yang meliputi penelusuran dan inventarisasi berbagai peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, dan literatur ilmiah yang relevan melalui database hukum resmi seperti JDIH, situs web resmi instansi pemerintah, dan sistem informasi hukum nasional.

Analisis bahan hukum dalam penelitian ini dilakukan melalui serangkaian tahapan yang terstruktur dan saling berkaitan. Tahap pertama adalah inventarisasi dan klasifikasi bahan hukum, di mana seluruh peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, dan doktrin yang relevan dikumpulkan, kemudian diklasifikasikan berdasarkan relevansinya terhadap masing-masing permasalahan penelitian. Tahap kedua adalah interpretasi norma hukum, yang dilakukan dengan menggunakan empat metode penafsiran hukum secara berurutan dan saling melengkapi. Penafsiran gramatikal digunakan untuk memahami makna tekstual dari ketentuan perundang-undangan yang dikaji, misalnya menafsirkan frasa "produk yang beredar di Indonesia" dalam Pasal 4 UU JPH guna menentukan apakah produk *rebranding* termasuk dalam cakupan kewajiban sertifikasi halal. Penafsiran sistematis

digunakan untuk memahami suatu ketentuan dalam konteks keseluruhan sistem hukum yang berlaku, dengan cara mengaitkan pasal yang dikaji dengan pasal-pasal lain dalam undang-undang yang sama maupun undang-undang yang berkaitan. Penafsiran historis digunakan untuk menelusuri latar belakang pembentukan norma hukum guna memahami maksud pembentuk undang-undang, khususnya dalam kaitannya dengan kebijakan pengaturan produk halal impor. Penafsiran teleologis digunakan untuk menilai apakah penerapan suatu norma hukum telah sesuai dengan tujuan hukum yang ingin dicapai, terutama dalam konteks perlindungan konsumen Muslim dari praktik penyalahgunaan label halal. Tahap ketiga adalah konstruksi hukum yang dilakukan ketika ditemukan kekosongan norma atau ketidakselarasan antarketentuan hukum yang tidak dapat diselesaikan melalui interpretasi. Dalam tahap ini digunakan teknik analogi untuk menerapkan norma yang ada pada situasi yang belum diatur secara eksplisit, serta teknik argumentasi *a contrario* untuk memahami akibat hukum dari hal-hal yang secara eksplisit tidak diatur. Tahap keempat adalah analisis komparatif normatif, yaitu membandingkan ketentuan hukum yang berlaku dengan praktik implementasinya sebagaimana terefleksikan dalam putusan pengadilan dan laporan pengawasan lembaga terkait, guna mengidentifikasi kesenjangan antara *das Sollen* dan *das Sein* dalam perlindungan konsumen terhadap produk *rebranding*. Tahap kelima adalah sintesis argumentasi normatif, di mana seluruh hasil analisis dari tahap-tahap sebelumnya diintegrasikan untuk membangun argumentasi hukum yang koheren dan sistematis dalam menjawab permasalahan penelitian, sekaligus merumuskan rekomendasi kebijakan yang secara normatif dapat dipertanggungjawabkan.

Validitas data dijamin melalui penggunaan bahan hukum yang bersumber dari sumber resmi dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis, dengan triangulasi sumber untuk memastikan konsistensi dan akurasi data, serta penerapan prinsip objektivitas dalam analisis untuk menghindari bias peneliti dan memastikan kesimpulan didasarkan pada bukti hukum yang kuat dan dapat diverifikasi.¹⁸

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Efektivitas Instrumen Hukum Perlindungan Konsumen dan Koordinasi Antar Lembaga Pengawas terhadap Perdagangan Produk *Skincare Rebranding* Berlabel Halal Asing Tanpa Sertifikasi BPJPH

Sistem perlindungan konsumen Indonesia untuk produk *skincare* impor dibangun di atas landasan konstitusional yang terdapat dalam Pasal 28D ayat (1) UUD Republik Indonesia 1945, yang menjamin hak setiap orang untuk memperoleh kepastian hukum yang adil dan perlakuan yang sama di hadapan hukum. Pelaksanaan hak konstitusional ini diuraikan melalui UU Perlindungan Konsumen yang secara khusus mengatur hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf c. Kerangka hukum ini

¹⁸ Erika Aurelly Eryansyah and Hanafi Tanawijaya, "Perlindungan Konsumen Terhadap Kosmetik Tanpa Izin Edar: Analisis Putusan Nomor 190/Pid.Sus/2021/Pt Pal," *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia* 8, no. 6 (June 26, 2023): 4536–48, <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v8i6.12657>.

diperkuat dengan Pasal 7 huruf b yang mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang yang diperdagangkan. Dalam konteks produk skincare impor, regulasi hukum menjadi lebih kompleks karena melibatkan aspek perdagangan internasional yang diatur dalam UU Perdagangan. Pasal 57 UU Perdagangan mengatur kewajiban pelaku usaha untuk memenuhi standar dan persyaratan barang yang diperdagangkan, termasuk standar keselamatan, keamanan, kesehatan, dan lingkungan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan. Selain itu, Pasal 62 UU Perdagangan juga mengatur kewajiban pelaku usaha untuk mencantumkan label dalam bahasa Indonesia pada barang yang diperdagangkan yang mencakup informasi tentang identitas dan komposisi produk. Secara normatif, kerangka hukum tersebut tampak memadai. Namun, evaluasi kritis terhadap efektivitas penerapannya dalam praktik mengungkapkan kelemahan struktural yang fundamental. Pertama, terdapat kelemahan dalam formulasi norma pertanggungjawaban pelaku usaha.¹⁹ UU Perlindungan Konsumen menganut sistem pertanggungjawaban yang masih mensyaratkan pembuktian unsur kesalahan dalam banyak kasus, sementara praktik *rebranding* produk skincare melibatkan rantai distribusi yang panjang dan berlapis sehingga konsumen sangat sulit mengidentifikasi dan membuktikan kesalahan pihak yang bertanggung jawab. Ketentuan Pasal 19 UU Perlindungan Konsumen yang mewajibkan pelaku usaha memberikan ganti rugi pada praktiknya sulit diterapkan karena tidak secara tegas mengatur siapa yang bertanggung jawab ketika kerugian konsumen melibatkan lebih dari satu pelaku usaha dalam rantai distribusi. Kondisi ini menciptakan celah hukum yang secara sistematis menguntungkan pelaku usaha dan merugikan konsumen.²⁰

Selain persoalan koordinasi kelembagaan, efektivitas perlindungan konsumen juga dipengaruhi oleh kemampuan negara dalam membangun sistem pengawasan yang adaptif terhadap perubahan pola perdagangan digital global. Praktik perdagangan produk skincare *rebranding* dengan label halal palsu pada dasarnya berkembang melalui pemanfaatan *marketplace*, media sosial, dan sistem distribusi digital yang memungkinkan produk impor masuk ke pasar domestik secara cepat dan sulit terlacak.²¹ Kondisi ini menyebabkan mekanisme pengawasan konvensional yang bersifat administratif dan manual menjadi tidak lagi memadai untuk menghadapi karakteristik perdagangan modern yang lintas yurisdiksi dan berbasis teknologi. Oleh karena itu, diperlukan transformasi paradigma pengawasan menuju *digital regulatory enforcement* yang memungkinkan integrasi data antara BPOM, BPJPH, Direktorat Jenderal Bea dan Cukai, serta *platform e-commerce* dalam satu sistem pengawasan terpadu. Model demikian penting untuk memastikan proses verifikasi legalitas

¹⁹ Varra Kharisma Putri and Reni Budi Setianingrum, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Kosmetik Impor Tanpa Izin Edar Melalui Marketplace," *Adagium: Jurnal Ilmiah Hukum* 3, no. 2 (July 20, 2025): 285–306, <https://doi.org/10.70308/adagium.v3i2.222>.

²⁰ I Gede Tirtayasa, I Nyoman Putu Budiarta, and Ni Made Puspasutari Ujjanti, "Perlindungan Konsumen Terhadap Peredaran Kosmetik Yang Mengandung Zat Berbahaya Di Kota Denpasar," *Jurnal Konstruksi Hukum* 3, no. 1 (January 24, 2022): 1–5, <https://doi.org/10.22225/jkh.3.1.4224.1-5>.

²¹ Kharisma Putri and Budi Setianingrum, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Kosmetik Impor Tanpa Izin Edar Melalui Marketplace."

impur, validitas sertifikasi halal, dan keamanan produk dapat dilakukan secara simultan sejak tahap *pre-market* hingga *post-market surveillance*.

Di sisi lain, kelemahan pengawasan terhadap produk skincare impor juga menunjukkan bahwa perlindungan konsumen di Indonesia masih berorientasi pada pendekatan reaktif, yakni penindakan setelah kerugian terjadi, dan belum sepenuhnya mengedepankan prinsip *preventive consumer protection*. Padahal, dalam perkembangan hukum perlindungan konsumen modern, negara dituntut untuk hadir tidak hanya sebagai regulator dan penegak sanksi, tetapi juga sebagai institusi yang secara aktif melakukan mitigasi risiko terhadap potensi kerugian konsumen. Dalam konteks ini, penguatan sistem pengawasan berbasis *early warning system* menjadi sangat penting untuk mendeteksi indikasi pelanggaran sejak tahap importasi dan distribusi awal. Dengan demikian, perlindungan hukum tidak semata-mata diwujudkan melalui pemberian sanksi kepada pelaku usaha setelah pelanggaran terjadi, melainkan melalui pembangunan sistem hukum yang mampu mencegah beredarnya produk bermasalah sebelum sampai kepada konsumen. Pendekatan preventif demikian sejalan dengan prinsip kepastian hukum dan asas perlindungan konsumen yang menempatkan keamanan, keselamatan, dan hak atas informasi yang benar sebagai hak fundamental konsumen dalam sistem perdagangan nasional.²²

UU JPH telah menetapkan sistem jaminan produk halal yang komprehensif. Berdasarkan Pasal 4 UU JPH, semua produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia harus bersertifikat halal jika produk tersebut dinyatakan halal. Pasal 29 UU JPH dengan tegas menyatakan bahwa sertifikat halal hanya dapat diterbitkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa halal yang diterbitkan oleh MUI, tanpa memberikan pengecualian terhadap sertifikat halal yang dikeluarkan oleh lembaga asing. Sanksi hukum atas pelanggaran ketentuan jaminan produk halal diatur dalam Pasal 56 UU JPH, yang mengancam pidana penjara paling lama lima tahun atau denda paling banyak dua miliar rupiah. Namun, terdapat kelemahan normatif yang serius dalam ketentuan ini. Ketentuan Pasal 4 UU JPH yang mewajibkan sertifikasi halal bagi produk yang "dinyatakan halal" justru secara tidak langsung membiarkan produk yang tidak mencantumkan klaim halal untuk beredar tanpa kewajiban sertifikasi. Praktik *rebranding* memanfaatkan celah ini dengan menggunakan label halal dari lembaga asing yang tidak diakui BPJPH, sehingga secara formal terlihat memiliki sertifikasi, namun secara substansial tidak memenuhi persyaratan hukum Indonesia. Lebih jauh, ancaman sanksi pidana dalam Pasal 56 UU JPH dalam praktiknya sulit ditegakkan karena kompleksitas pembuktian dalam kasus yang melibatkan banyak lapisan importir dan distributor. Ketiadaan ketentuan yang secara eksplisit mengatur tanggung jawab renteng di antara seluruh pihak dalam rantai distribusi menjadi kelemahan normatif yang membuat sanksi tersebut kehilangan daya efektifnya. Pengawasan produk skincare impor dilakukan oleh BPOM berdasarkan kewenangan yang diberikan melalui Peraturan Presiden No. 80 Tahun 2017. BPOM memiliki kewenangan

²² Theresia Gabriella and Handar Subhandi Bakhtiar, "Perlindungan Hukum Kepada Konsumen Terkait Peredaran Kosmetik Ilegal," 2020, <https://doi.org/10.21067/jph.v8i1.8521>.

untuk melakukan pengawasan pra-pasar dan pasca-pasar produk kosmetik, termasuk menerbitkan pemberitahuan kosmetik, melakukan inspeksi, pengambilan sampel, dan pengujian laboratorium. Namun, dalam praktiknya, pengawasan BPOM menghadapi kendala yang signifikan dalam memantau produk *rebranding* yang masuk melalui kanal perdagangan online dan distribusi tidak resmi.²³ Sumber daya pengawasan yang terbatas dan kompleksitas rantai pasokan produk impor merupakan tantangan utama yang menyebabkan pengawasan tidak dapat berjalan secara optimal.²⁴

Koordinasi antarlembaga pengawas dalam penanganan produk *skincare rebranding* dengan label halal palsu melibatkan banyak pemangku kepentingan dengan kewenangan yang berbeda, yaitu BPOM sebagai regulator produk kosmetik, BPJPH sebagai otoritas jaminan produk halal, Kementerian Perdagangan sebagai regulator perdagangan, Direktorat Jenderal Bea dan Cukai sebagai pengawas titik masuk barang impor, serta YLKI dan lembaga perlindungan konsumen lainnya sebagai advokat konsumen. Secara normatif, masing-masing lembaga telah memiliki kewenangan yang diatur dalam peraturan perundang-undangan tersendiri. Namun secara implementatif, justru kejelasan pembagian kewenangan tersebut melahirkan masalah baru berupa fragmentasi pengawasan yang tidak terintegrasi. Kelemahan koordinasi yang paling kritis terletak pada tidak adanya mekanisme pertukaran data secara *real-time* antarlembaga pengawas. BPOM yang memiliki data lengkap produk kosmetik yang telah mendapatkan notifikasi tidak secara otomatis melakukan verifikasi silang dengan database BPJPH untuk mengonfirmasi keabsahan sertifikat halal yang tercantum pada kemasan produk. Demikian pula, BPJPH tidak memiliki akses terhadap data produk kosmetik yang beredar di pasar untuk memantau produk yang mengklaim halal tanpa sertifikasi yang sah. Kondisi ini bukan sekadar persoalan teknis administratif, melainkan mencerminkan ketiadaan arsitektur kelembagaan yang dirancang secara terintegrasi untuk merespons fenomena pelanggaran yang bersifat lintas sektor. Akibatnya, produk dengan label halal palsu dapat beredar di pasar dalam waktu yang cukup lama sebelum terdeteksi, dan ketika terdeteksi pun sering kali tidak jelas lembaga mana yang memiliki kewenangan utama untuk mengambil tindakan penegakan hukum.

Evaluasi terhadap mekanisme koordinasi yang ada menunjukkan perlunya reformasi struktural dalam sistem pengawasan produk kosmetik halal. Pembentukan satuan tugas khusus atau lembaga koordinasi permanen yang melibatkan semua pemangku kepentingan terkait merupakan kebutuhan mendesak untuk meningkatkan efektivitas pengawasan. Gugus tugas ini harus dilengkapi dengan otoritas operasional yang jelas, akses ke sistem informasi terintegrasi, dan dukungan sumber daya yang memadai. Selain itu, perlu dikembangkan prosedur operasi standar yang jelas untuk penanganan kasus pelanggaran

²³ Ade Soraya Soraya et al., "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Produk Kosmetik Yang Tidak Memiliki Izin BPOM Di Kabupaten Bireuen," *Jurisprudensi: Jurnal Ilmu Hukum* 1, no. 2 (December 31, 2024): 156–74, <https://doi.org/10.70193/jjihurisprudensi.v1i2.31>.

²⁴ Vitasha Riyanti Putri, F X Joko Priyono, and Magister Kenotariatan, "Perlindungan Hukum Terhadap Produsen Kosmetika Yang Melakukan Perdagangan Jual Beli Online," *Notarius* 12, no. 2 (March 11, 2020): 580–90, <https://doi.org/10.14710/nts.v12i2.28997>.

yang melibatkan berbagai yurisdiksi, serta mekanisme sistem peringatan dini yang dapat mendeteksi produk bermasalah sejak tahap impor sehingga pencegahan dapat dilakukan jauh sebelum produk tersebut sampai ke tangan konsumen.

Efektivitas pengawasan hukum terhadap peredaran produk impor tidak hanya ditentukan oleh keberadaan norma hukum yang bersifat represif, tetapi juga sangat bergantung pada integrasi kelembagaan dan sistem pengawasan preventif yang mampu bekerja secara koordinatif lintas sektor. Dalam konteks perdagangan produk skincare *rebranding* dengan label halal palsu, lemahnya sinkronisasi kewenangan antarlembaga menyebabkan terjadinya *fragmented supervision* yang membuka ruang bagi pelaku usaha untuk memanfaatkan celah administratif dan lemahnya pertukaran data antarlembaga. Oleh karena itu, pembentukan satuan tugas khusus dengan sistem informasi terintegrasi merupakan bentuk penguatan *institutional governance* yang tidak hanya berfungsi sebagai instrumen pengawasan administratif, tetapi juga sebagai mekanisme perlindungan hukum preventif bagi konsumen. Model pengawasan terintegrasi demikian penting untuk memastikan bahwa pengawasan terhadap aspek keamanan produk, legalitas impor, dan validitas sertifikasi halal dapat dilakukan secara simultan dan berkesinambungan, sehingga negara mampu menghadirkan kepastian hukum dan perlindungan konsumen secara lebih efektif di tengah kompleksitas perdagangan digital dan globalisasi produk kosmetik impor.

Dalam perspektif hukum administrasi negara, lemahnya efektivitas pengawasan terhadap produk *skincare rebranding* dengan label halal asing tanpa sertifikasi BPJPH menunjukkan adanya disfungsi regulatif dalam tata kelola pengawasan produk impor di Indonesia.²⁵ Fragmentasi kewenangan antarlembaga pengawas menyebabkan pendekatan pengawasan berjalan parsial dan sektoral, sehingga tidak mampu merespons karakteristik pelanggaran yang berkembang melalui ekosistem perdagangan digital lintas negara. Kondisi demikian memperlihatkan bahwa sistem pengawasan yang saat ini berlaku masih berorientasi pada *administrative compliance* semata dan belum bergerak menuju *integrated risk-based supervision* yang menempatkan perlindungan konsumen sebagai prioritas utama. Dalam konteks ini, penguatan koordinasi antarlembaga tidak cukup dilakukan melalui kerja sama administratif biasa, melainkan memerlukan reformasi kelembagaan berbasis interoperabilitas data, sinkronisasi kewenangan penegakan hukum, serta harmonisasi regulasi teknis antarinstansi terkait. Tanpa adanya integrasi tersebut, efektivitas norma hukum perlindungan konsumen dan jaminan produk halal akan terus mengalami hambatan implementatif yang berdampak pada lemahnya kepastian hukum bagi konsumen.

Selain itu, perkembangan perdagangan digital global menuntut adanya transformasi model pengawasan dari pendekatan represif menuju pendekatan preventif berbasis teknologi. Penggunaan sistem digital terintegrasi seperti *blockchain tracking system*, digital halal *verification*, dan *real-time monitoring* terhadap rantai distribusi produk impor dapat

²⁵ Dzaky Luqyana Fauzi and Suraji Suraji, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Produk Kosmetik Ilegal." *Konstitusi: Jurnal Hukum, Administrasi Publik, Dan Ilmu Komunikasi* 2, no. 3 (June 24, 2025): 243–50, <https://doi.org/10.62383/konstitusi.v2i3.875>.

menjadi instrumen strategis untuk memperkuat sistem perlindungan konsumen di Indonesia.²⁶ Pendekatan ini penting karena praktik *rebranding* produk skincare dengan label halal palsu pada dasarnya merupakan bentuk *regulatory evasion* yang memanfaatkan keterlambatan sistem pengawasan konvensional. Oleh sebab itu, reformasi pengawasan tidak hanya harus berorientasi pada penegakan sanksi setelah pelanggaran terjadi, tetapi juga diarahkan pada pembangunan sistem deteksi dini yang mampu mengidentifikasi potensi pelanggaran sejak tahap importasi, distribusi, hingga pemasaran digital.²⁷ Dengan demikian, negara tidak hanya hadir sebagai regulator yang bersifat represif, tetapi juga sebagai *guarantor of consumer rights* yang secara aktif memastikan terpenuhinya hak konsumen atas keamanan produk, kepastian informasi, dan jaminan kehalalan produk yang beredar di pasar nasional.²⁸

Selain kelemahan koordinasi antarlembaga, efektivitas perlindungan konsumen terhadap produk skincare *rebranding* juga dipengaruhi oleh belum optimalnya harmonisasi regulasi antara hukum perlindungan konsumen, hukum perdagangan, dan hukum jaminan produk halal. Ketiga rezim hukum tersebut pada dasarnya memiliki tujuan yang sama, yaitu menjamin keamanan dan kepastian hukum bagi konsumen, namun dalam implementasinya masih berjalan secara sektoral dengan standar pengawasan yang berbeda-beda. Kondisi ini menyebabkan terjadinya *overlapping* kewenangan sekaligus kekosongan pengawasan pada aspek tertentu, khususnya terhadap produk impor yang dipasarkan melalui platform digital lintas negara. Dalam perspektif *regulatory coherence*, harmonisasi norma menjadi penting agar seluruh instrumen hukum dapat bekerja secara komplementer dan tidak menciptakan ruang interpretasi yang dimanfaatkan pelaku usaha untuk menghindari tanggung jawab hukum. Dengan demikian, reformasi sistem perlindungan konsumen tidak cukup dilakukan melalui penambahan sanksi semata, tetapi juga melalui sinkronisasi regulasi dan penyederhanaan mekanisme pengawasan lintas sektor agar penegakan hukum dapat berjalan lebih efektif, cepat, dan adaptif terhadap dinamika perdagangan digital global.²⁹

Di samping itu, penguatan perlindungan konsumen dalam sektor kosmetik impor juga perlu diarahkan pada peningkatan partisipasi publik dan literasi hukum masyarakat. Konsumen pada era perdagangan digital tidak lagi dapat diposisikan hanya sebagai objek perlindungan hukum, melainkan harus ditempatkan sebagai subjek aktif dalam sistem pengawasan partisipatif. Rendahnya pemahaman masyarakat mengenai legalitas izin edar

²⁶ Fran Casino, Thomas K. Dasaklis, and Constantinos Patsakis, "A Systematic Literature Review of Blockchain-Based Applications: Current Status, Classification and Open Issues," *Telematics and Informatics* 36 (March 1, 2019): 55–81, <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.11.006>.

²⁷ Lasmi Dewi Santika et al., "Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Overclaim Pada Produk Skincare Dalam Transaksi Online," *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik* 5, no. 2 (December 25, 2024): 1039–45, <https://doi.org/10.38035/jihhp.v5i2.3132>.

²⁸ Sri Rahayu Hijrah Hati, Sigit Sulistiyono Wibowo, and Anya Safira, "The Antecedents of Muslim Customers' Intention to Invest in an Islamic Bank's Term Deposits: Evidence from a Muslim Majority Country," *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 7 (September 2, 2021): 1363–84, <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2020-0007>.

²⁹ Susilowati Suparto et al., "Harmonisasi Dan Sinkronisasi Pengaturan Kelembagaan Sertifikasi Halal Terkait Perlindungan Konsumen Muslim Indonesia," *Mimbar Hukum - Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada* 28, no. 3 (October 15, 2016): 427, <https://doi.org/10.22146/jmh.16674>.

BPOM, validitas sertifikasi halal BPJPH, serta risiko penggunaan produk skincare ilegal menyebabkan konsumen mudah terjebak dalam praktik *misleading information* yang dilakukan pelaku usaha melalui strategi pemasaran digital. Oleh sebab itu, negara perlu mengembangkan model *consumer legal empowerment* melalui edukasi hukum digital, transparansi akses informasi produk, dan penyediaan sistem verifikasi halal serta izin edar yang mudah diakses publik secara *real-time*. Pendekatan demikian penting untuk membangun kesadaran hukum masyarakat sekaligus memperkuat fungsi preventif perlindungan konsumen, sehingga konsumen tidak hanya memperoleh perlindungan setelah kerugian terjadi, tetapi juga memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi dan menghindari produk bermasalah sejak awal proses transaksi.

3.2 Upaya Hukum dan Mekanisme Kompensasi bagi Konsumen Korban Perdagangan Produk *Skincare Rebranding* Berlabel Halal Palsu

Praktik *rebranding* produk skincare dari Tiongkok melibatkan berbagai modus operandi yang sistematis dan terorganisir, mulai dari perubahan kemasan, penggantian label negara asal, hingga pemalsuan sertifikat halal. Modus *rebranding* umumnya dilakukan dengan mengimpor produk skincare dalam kemasan curah atau kemasan asli, kemudian dilakukan pengemasan ulang menggunakan kemasan baru yang mengandung informasi yang menyesatkan. Pelaku usaha sering menggunakan alamat kantor di negara-negara Timur Tengah atau Malaysia untuk memberi kesan bahwa produk berasal dari negara-negara Muslim, ketika proses produksi sebenarnya dilakukan di Tiongkok. Praktik ini secara langsung melanggar hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf c UU Perlindungan Konsumen. Implikasi hukum dari praktik *rebranding* ini merugikan konsumen dari berbagai aspek secara bersamaan. Konsumen kehilangan hak untuk mengetahui negara asal produksi yang sebenarnya sehingga tidak dapat membuat keputusan pembelian yang tepat. Konsumen dirugikan secara ekonomi karena membayar harga yang lebih tinggi untuk produk yang dianggap memiliki sertifikasi tertentu, padahal kenyataannya tidak demikian. Konsumen berpotensi mengalami kerugian kesehatan karena produk yang direbrand sering kali tidak mengalami kontrol kualitas yang ketat. Dan secara khusus, konsumen Muslim dirugikan secara spiritual karena menggunakan produk yang diyakini halal tanpa memiliki jaminan halal yang valid. Dari perspektif hukum perlindungan konsumen, praktik *rebranding* dengan label halal palsu juga melanggar prinsip itikad baik dalam hubungan kontraktual antara pelaku usaha dan konsumen. Pasal 7 huruf a UU Perlindungan Konsumen mewajibkan pelaku usaha untuk bertindak dengan itikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, sedangkan praktik *rebranding* yang sengaja menyembunyikan informasi penting jelas bertentangan dengan prinsip tersebut. Selain itu, praktik ini juga melanggar Pasal 8 huruf f UU Perlindungan Konsumen yang melarang

pelaku usaha memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan janji yang tercantum dalam label atau informasi produk.³⁰

Selain penguatan mekanisme *class action* dan penerapan prinsip *strict liability*, reformasi perlindungan konsumen terhadap produk skincare *rebranding* juga perlu diarahkan pada perluasan tanggung jawab platform digital sebagai *intermediary liability* dalam ekosistem perdagangan elektronik. Dalam praktik perdagangan modern, *platform e-commerce* tidak lagi sekadar berfungsi sebagai perantara pasif, melainkan telah menjadi bagian integral dari rantai distribusi yang memperoleh keuntungan ekonomi dari setiap transaksi yang berlangsung. Oleh karena itu, platform digital seharusnya dibebani kewajiban hukum untuk melakukan *due diligence* terhadap legalitas produk yang diperdagangkan, termasuk verifikasi izin edar BPOM dan validitas sertifikasi halal BPJPH. Ketidakhadiran pengaturan yang tegas mengenai tanggung jawab platform digital menyebabkan *marketplace* sering berlindung di balik alasan sebagai penyedia layanan teknologi semata, padahal secara faktual platform memiliki kemampuan teknis untuk melakukan filtering dan pengawasan terhadap produk bermasalah. Dalam perspektif *consumer digital protection*, pembebanan kewajiban pengawasan kepada *platform e-commerce* menjadi penting untuk membangun sistem perdagangan digital yang lebih akuntabel dan berpihak pada kepentingan konsumen.

Di sisi lain, mekanisme kompensasi bagi konsumen korban produk skincare ilegal juga perlu dikembangkan melalui pendekatan *restorative consumer protection* yang tidak hanya berorientasi pada penggantian kerugian material, tetapi juga pada pemulihan hak konsumen secara menyeluruh. Kerugian akibat penggunaan produk *skincare rebranding* berlabel halal palsu tidak terbatas pada kerugian ekonomi dan kesehatan, melainkan juga menyangkut kerugian psikologis dan spiritual, khususnya bagi konsumen Muslim yang menjadikan aspek kehalalan sebagai pertimbangan utama dalam memilih produk. Oleh sebab itu, sistem kompensasi ideal seharusnya mengakomodasi pemberian restitusi yang lebih komprehensif, termasuk biaya pemulihan kesehatan kulit, kompensasi atas kerugian immateriil, dan kewajiban pelaku usaha untuk melakukan *corrective advertisement* guna memulihkan informasi yang telah menyesatkan masyarakat. Pendekatan demikian penting agar hukum perlindungan konsumen tidak hanya berfungsi sebagai instrumen penghukuman terhadap pelaku usaha, tetapi juga sebagai sarana pemulihan kepercayaan publik terhadap sistem perdagangan dan jaminan produk halal nasional.³¹

Persoalan yang paling kritis secara normatif adalah bagaimana mengonstruksi tanggung jawab hukum ketika pelanggaran melibatkan beberapa pihak sekaligus dalam rantai distribusi produk impor. Dalam praktik *rebranding*, setidaknya terdapat empat lapis

³⁰ Andre Chen, Anton Diary, and Steward Surbakti, "Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Masker Medis Di PT. Surya Tara Jaya," *UNES Law Review* 7, no. 1 (September 27, 2024): 422–35, <https://doi.org/10.31933/unesrev.v7i1.2329>.

³¹ Dharu Triasih, B. Rini Heryanti, and Doddy Kridasaksana, "Kajian Tentang Perlindungan Hukum bagi Konsumen Terhadap Produk Makanan Bersertifikat Halal," *Jurnal Dinamika Sosial Budaya* 18, no. 2 (August 9, 2017): 214–25, <https://doi.org/10.26623/jdsb.v18i2.571>.

pelaku usaha yang terlibat, yakni produsen asal di Tiongkok, importir yang melakukan pengemasan ulang dan penambahan label halal palsu, distributor yang menyebarkan produk ke berbagai wilayah, dan penjual daring yang memasarkan produk melalui platform *e-commerce*. Ketentuan UU Perlindungan Konsumen yang ada belum secara eksplisit mengatur mekanisme pertanggungjawaban renteng di antara seluruh pihak dalam rantai distribusi ini. Pasal 19 yang mewajibkan pelaku usaha memberikan ganti rugi atas kerugian konsumen tidak memberikan kejelasan tentang siapa yang harus bertanggung jawab ketika kerugian bersumber dari tindakan kolektif berbagai pihak dalam rantai distribusi. Ketidakjelasan normatif ini dalam praktiknya dimanfaatkan oleh masing-masing pihak untuk saling melemparkan tanggung jawab, sehingga konsumen akhirnya tidak mendapatkan kompensasi yang seharusnya. Kelemahan konstruksi pertanggungjawaban ini semakin diperparah oleh kompleksitas perdagangan daring. Pasal 20 UU Perlindungan Konsumen mengatur bahwa pelaku usaha periklanan juga bertanggung jawab atas kerugian konsumen, namun dalam kasus *rebranding* produk yang dipromosikan melalui media sosial dengan identitas yang tidak terverifikasi, sulit untuk mengidentifikasi dan menjangkau pihak yang bertanggung jawab secara hukum. Platform *e-commerce* sebagai fasilitator transaksi juga belum secara tegas diatur tanggung jawab hukumnya dalam konteks produk *rebranding* dengan label halal palsu, sehingga terdapat kekosongan norma yang signifikan dalam menghadapi karakteristik perdagangan digital yang semakin dominan.

Dalam konteks ini, penerapan prinsip *strict liability* atau tanggung jawab mutlak menjadi sangat relevan untuk dipertimbangkan sebagai solusi normatif. Prinsip *strict liability* pada dasarnya membebaskan tanggung jawab kepada pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen tanpa mengharuskan konsumen membuktikan adanya unsur kesalahan. Dalam doktrin hukum perlindungan konsumen modern, prinsip ini dianggap lebih tepat diterapkan pada kasus produk berbahaya atau produk yang mengandung representasi palsu, karena konsumen berada pada posisi yang sangat tidak seimbang secara informasi dibandingkan dengan pelaku usaha. Penerapan *strict liability* dalam konteks produk *skincare rebranding* dengan label halal palsu akan memiliki implikasi normatif yang signifikan: importir sebagai pihak yang paling bertanggung jawab dalam proses *rebranding* dapat langsung dimintai pertanggungjawaban atas kerugian konsumen tanpa konsumen harus membuktikan elemen kesalahan yang kompleks. Selain itu, penerapan prinsip ini juga akan menciptakan efek pencegahan yang kuat karena pelaku usaha akan terdorong untuk melakukan uji tuntas yang lebih ketat sebelum memasarkan produk. Mekanisme kompensasi bagi konsumen yang dirugikan diatur dalam Pasal 19 UU Perlindungan Konsumen, yang mencakup pengembalian uang, penggantian barang dengan jenis yang sama atau nilai yang setara, serta pelayanan kesehatan dan pemberian santunan. Namun, dalam praktiknya, penerapan ketentuan kompensasi tersebut menghadapi berbagai kendala struktural, terutama dalam mengidentifikasi pelaku usaha yang bertanggung jawab dan menghitung nilai kerugian yang dialami konsumen secara akurat, khususnya kerugian yang bersifat

immateral seperti kerugian spiritual akibat mengonsumsi produk yang tidak terjamin kehalalannya.³²

Alternatif penyelesaian sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 49 UU Perlindungan Konsumen memberikan pilihan yang lebih mudah diakses bagi konsumen dibandingkan dengan proses pengadilan. BPSK memiliki kewenangan untuk menangani sengketa konsumen melalui mediasi, konsiliasi, atau arbitrase dengan biaya yang relatif terjangkau. Namun, efektivitas BPSK dalam menangani kasus produk *skincare rebranding* masih sangat terbatas karena beberapa kelemahan struktural yang mendasar. Kewenangan eksekusi keputusan BPSK yang terbatas menyebabkan putusan yang dihasilkan sering kali tidak dapat dipaksakan pelaksanaannya, terutama ketika pelaku usaha yang dihukum adalah pihak asing atau tidak memiliki aset yang dapat disita di Indonesia. Selain itu, BPSK juga tidak memiliki mekanisme khusus untuk menangani kasus yang melibatkan aspek teknis sertifikasi halal, sehingga kualitas putusnya dalam kasus seperti ini sangat bergantung pada keahlian arbiter yang menangani perkara. Penguatan mekanisme gugatan kelompok atau *class action* menjadi instrumen yang sangat strategis untuk meningkatkan akses keadilan bagi konsumen yang menjadi korban produk *rebranding* dengan label halal palsu. Kerugian konsumen individual dalam kasus seperti ini sering kali relatif kecil secara nominal sehingga tidak ekonomis untuk dituntut secara individual, namun kerugian agregat dari seluruh konsumen yang terdampak bisa sangat besar. Mekanisme *class action* memungkinkan konsumen untuk mengajukan gugatan kolektif sehingga biaya litigasi dapat ditanggung bersama dan proses hukum menjadi lebih efisien. Namun, pengaturan *class action* dalam hukum Indonesia saat ini masih mengandung kelemahan prosedural yang menghambat efektivitasnya, terutama dalam hal persyaratan pembuktian kesamaan kerugian dan mekanisme distribusi kompensasi kepada seluruh anggota kelompok penggugat.³³

Fenomena produk *skincare* yang *direbrand* dengan label halal palsu berdampak negatif yang signifikan terhadap kredibilitas sistem jaminan halal nasional Indonesia. Produsen kosmetik halal asli yang telah menginvestasikan waktu dan biaya untuk mendapatkan sertifikat halal yang sah dari BPJPH kehilangan keunggulan kompetitif ketika produk dengan sertifikat palsu dapat dijual dengan harga yang lebih kompetitif tanpa menanggung biaya sertifikasi yang sebenarnya. Hal ini menciptakan persaingan tidak sehat yang mengganggu iklim bisnis dan mengurangi insentif bagi pelaku usaha untuk mematuhi regulasi jaminan produk halal. Berdasarkan analisis komprehensif tersebut, diperlukan reformasi regulasi yang mengintegrasikan penguatan prinsip *strict liability* bagi importir, kejelasan pertanggungjawaban renteng dalam rantai distribusi produk impor, penguatan prosedural mekanisme *class action*, dan pengembangan dana perlindungan konsumen yang

³² Rizka Amelia Azis and Dimas Nur Bagaskara, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penjualan Produk Kosmetika Ilegalberupa Pomade Secara Online," *Lex Jurnalica* 15, no. 2 (2018), <https://doi.org/10.47007/lj.v15i2.2438>.

³³ I Gede Tirtayasa, Budiarta, and Ujjianti, "Perlindungan Konsumen Terhadap Peredaran Kosmetik Yang Mengandung Zat Berbahaya Di Kota Denpasar."

dibiayai melalui iuran wajib pelaku usaha kosmetik. Reformasi ini secara normatif harus diarahkan pada penciptaan ekosistem hukum yang menempatkan konsumen pada posisi yang secara struktural terlindungi, bukan sekadar memberikan hak-hak formal yang dalam praktiknya sangat sulit untuk direalisasikan.³⁴

Selain reformasi pertanggungjawaban pelaku usaha dan penguatan mekanisme *class action*, perlindungan hukum terhadap konsumen korban produk skincare *rebranding* juga perlu diperluas melalui penguatan pendekatan transnational *consumer protection*. Karakteristik perdagangan produk skincare impor yang melibatkan lintas yurisdiksi menyebabkan penegakan hukum nasional sering kali menghadapi hambatan dalam menjangkau produsen asal di luar negeri, khususnya ketika pelanggaran dilakukan melalui skema importasi tidak langsung dan perdagangan digital lintas negara. Dalam konteks demikian, negara perlu membangun kerja sama regulatif dan pertukaran data dengan otoritas pengawas negara asal produk guna memperkuat mekanisme pelacakan rantai distribusi serta verifikasi legalitas produk impor. Pendekatan ini penting karena perlindungan konsumen modern tidak lagi dapat dibatasi dalam perspektif domestik semata, melainkan harus ditempatkan dalam kerangka *global consumer governance* yang memungkinkan pengawasan terhadap produk impor dilakukan secara lebih komprehensif dan berkelanjutan.³⁵ Dengan demikian, perlindungan konsumen tidak hanya bergantung pada kemampuan penegakan hukum setelah produk beredar di pasar nasional, tetapi juga pada sistem pengawasan lintas negara yang mampu mencegah masuknya produk bermasalah sejak tahap awal perdagangan internasional.

Di samping itu, penguatan mekanisme perlindungan konsumen terhadap produk skincare berlabel halal palsu juga harus diarahkan pada pembangunan *regulatory deterrence* yang mampu menciptakan efek jera secara nyata bagi pelaku usaha. Selama ini, sanksi administratif dan pidana dalam praktik cenderung belum memberikan dampak preventif yang optimal karena masih lebih kecil dibandingkan dengan keuntungan ekonomi yang diperoleh dari perdagangan produk ilegal. Oleh sebab itu, reformasi hukum perlu mengarah pada penerapan *enhanced punitive measures*, seperti pencabutan permanen izin usaha, blacklisting pelaku usaha pada sistem perdagangan digital nasional, pembekuan akses impor, serta publikasi identitas pelaku usaha secara terbuka sebagai bentuk reputational sanction. Pendekatan demikian penting untuk menegaskan bahwa pelanggaran terhadap hak konsumen dan penyalahgunaan label halal bukan sekadar pelanggaran administratif biasa, melainkan bentuk pelanggaran serius terhadap keamanan konsumen, kepastian hukum, dan kepercayaan publik terhadap sistem jaminan produk halal nasional. Dengan penguatan sanksi yang bersifat ekonomis, administratif, dan reputasional secara simultan, sistem perlindungan konsumen diharapkan mampu berfungsi tidak hanya sebagai instrumen

³⁴ Chen, Diary, and Surbakti, "Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Masker Medis Di PT. Surya Tara Jaya."

³⁵ Ari Mariyana Angriyani, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Muslim Dari Produk Pangan Yang Tidak Berlabel Halal Dalam Perspektif Hukum Positif Yang Terkait Di Indonesia Dan Di Korea," *Dialogia Iuridica: Jurnal Hukum Bisnis Dan Investasi* 12, no. 1 (November 21, 2020): 049–063, <https://doi.org/10.28932/di.v12i1.2987>.

penyelesaian sengketa, tetapi juga sebagai sarana pencegahan yang efektif terhadap praktik perdagangan produk skincare ilegal di era perdagangan digital global.

4. PENUTUP

Penelitian ini menyimpulkan bahwa efektivitas perlindungan hukum terhadap konsumen korban produk skincare *rebranding* asal Tiongkok berlabel halal asing tanpa sertifikasi BPJPH masih menghadapi kelemahan struktural dan normatif yang serius, meskipun secara formal Indonesia telah memiliki instrumen hukum melalui UU Perlindungan Konsumen, UU JPH, dan UU Perdagangan. Kelemahan tersebut terutama terletak pada fragmentasi pengawasan antarlembaga, belum optimalnya harmonisasi regulasi lintas sektor, lemahnya konstruksi pertanggungjawaban pelaku usaha dalam rantai distribusi produk impor, serta belum adaptifnya sistem pengawasan terhadap karakteristik perdagangan digital global. Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis holistik yang mengintegrasikan rezim hukum perlindungan konsumen, jaminan produk halal, dan hukum perdagangan dalam satu kerangka normatif terpadu, sekaligus menawarkan reformulasi perlindungan konsumen melalui penerapan prinsip *strict liability* bagi importir, penguatan mekanisme *class action*, perluasan *intermediary liability* pada *platform e-commerce*, serta pembangunan sistem pengawasan terintegrasi berbasis digital dan kerja sama lintas negara. Kontribusi penelitian ini tidak hanya bersifat teoritis dalam pengembangan konsep *integrated consumer protection* dan *transnational consumer governance*, tetapi juga memberikan rekomendasi praktis bagi pembentuk kebijakan untuk memperkuat sistem pengawasan, penegakan hukum, dan kepastian hukum perlindungan konsumen di sektor perdagangan produk halal impor pada era ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfius, Natanael, Jolly Simbala, Deine R Ringkuangan, and Meiske Mandey. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Peredaran Kosmetik Bermerkuri Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen." *Lex Administratum* 12, no. 4 (May 6, 2024). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/administratum/article/view/55732>.
- Angriyani, Ari Mariyana. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Muslim Dari Produk Pangan Yang Tidak Berlabel Halal Dalam Perspektif Hukum Positif Yang Terkait Di Indonesia Dan Di Korea." *Dialogia Iuridica: Jurnal Hukum Bisnis Dan Investasi* 12, no. 1 (November 21, 2020): 049–063. <https://doi.org/10.28932/di.v12i1.2987>.
- Arifin, Zaenal, Mulya Virgonita, Iswindari Winta, Diah Sulistiyani, Ratna Sediati, and Muhammad Nawir. "Peningkatan Pemahaman Sertifikat Halal Dan Merek Bagi Paguyuban Sahabat UMKM Kota Semarang." *Jurnal Pengabdian Perguruan Tinggi (Jurnal Pedati)* 1, no. 2 (December 4, 2023): 91–102. <https://doi.org/10.26623/jp.v1i2.8105>.
- Ayu, Adinda, Puspita Kuncoro, and M Syamsudin. "Perlindungan Konsumen Terhadap Overclaim Produk Skincare." *Prosiding Seminar Hukum Aktual Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia*, June 19, 2024, 73–84. <https://journal.uui.ac.id/psha/article/view/34811>.

- Azayaka, Atha Raihan , and Eko Wahyudi. “Perlindungan Hukum Kepada Konsumen Terhadap Produk Skincare Tanpa Izin Edar Yang Dijual Secara Online.” *Jurnal Hukum, Politik Dan Ilmu Sosial* 2, no. 2 (May 13, 2023): 147–59. <https://doi.org/10.55606/jhps.v2i2.1622>.
- Azis, Rizka Amelia, and Dimas Nur Bagaskara. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penjualan Produk Kosmetika Ilegal Berupa Pomade Secara Online.” *Lex Jurnalica* 15, no. 2 (2018). <https://doi.org/10.47007/lj.v15i2.2438>.
- Casino, Fran, Thomas K. Dasaklis, and Constantinos Patsakis. “A Systematic Literature Review of Blockchain-Based Applications: Current Status, Classification and Open Issues.” *Telematics and Informatics* 36 (March 1, 2019): 55–81. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.11.006>.
- Chen, Andre, Anton Diary, and Steward Surbakti. “Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Masker Medis Di PT. Surya Tara Jaya.” *UNES Law Review* 7, no. 1 (September 27, 2024): 422–35. <https://doi.org/10.31933/unesrev.v7i1.2329>.
- Eryansyah, Erika Aurelly, and Hanafi Tanawijaya. “Perlindungan Konsumen Terhadap Kosmetik Tanpa Izin Edar: Analisis Putusan Nomor 190/Pid.Sus/2021/Pt Pal.” *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia* 8, no. 6 (June 26, 2023): 4536–48. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v8i6.12657>.
- Fauzi, Dzaky Luqyana , and Suraji Suraji. “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Produk Kosmetik Ilegal.” *Konstitusi: Jurnal Hukum, Administrasi Publik, Dan Ilmu Komunikasi* 2, no. 3 (June 24, 2025): 243–50. <https://doi.org/10.62383/konstitusi.v2i3.875>.
- Gabriella, Theresia, and Handar Subhandi Bakhtiar. “Perlindungan Hukum Kepada Konsumen Terkait Peredaran Kosmetik Ilegal,” 2020. <https://doi.org/10.21067/jph.v8i1.8521>.
- Hati, Sri Rahayu Hijrah, Sigit Sulistiyo Wibowo, and Anya Safira. “The Antecedents of Muslim Customers’ Intention to Invest in an Islamic Bank’s Term Deposits: Evidence from a Muslim Majority Country.” *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 7 (September 2, 2021): 1363–84. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2020-0007>.
- Novayani, Safira, and Diman Ade Mulada. “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Penjualan Kosmetik Ilegal Berupa Krim Wajah.” *Commerce Law* 3, no. 1 (June 28, 2023). <https://doi.org/10.29303/commercelaw.v3i1.2797>.
- Putri, Vitasha Riyanti, F X Joko Priyono, and Magister Kenotariatan. “Perlindungan Hukum Terhadap Produsen Kosmetika Yang Melakukan Perdagangan Jual Beli Online.” *Notarius* 12, no. 2 (March 11, 2020): 580–90. <https://doi.org/10.14710/nts.v12i2.28997>.
- Santika, Dewi, Lasmi, Ma’ruf Akib, Wahyudi Umar, and Ismi Fajdriah Hamzah. “Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Overclaim Pada Produk Skincare Dalam Transaksi Online.” *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik* 5, no. 2 (December 25, 2024): 1039–45. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v5i2.3132>.
- Soraya, Ade Soraya, Dian Eriani, Munawir, and Faratul Rahmy. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Produk Kosmetik Yang Tidak Memiliki Izin BPOM Di Kabupaten Bireuen.” *Jurisprudensi: Jurnal Ilmu Hukum* 1, no. 2 (December 31, 2024): 156–74. <https://doi.org/10.70193/jjihurisprudensi.v1i2.31>.
- Suparto, Susilowati, Djanuardi D, Deviana Yuanitasari, and Agus Suwandono. “Harmonisasi Dan Sinkronisasi Pengaturan Kelembagaan Sertifikasi Halal Terkait

- Perlindungan Konsumen Muslim Indonesia.” *Mimbar Hukum - Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada* 28, no. 3 (October 15, 2016): 427. <https://doi.org/10.22146/jmh.16674>.
- Syafitri, Isdiana, and Atika Sandra Dewi. “Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Produk Skincare Ilegal.” *Juripol* 5, no. 2 (August 19, 2022): 124–33. <https://doi.org/10.33395/juripol.v5i2.11697>.
- Triasih, Dharu, B. Rini Heryanti, and Doddy Kridasaksana. “Kajian Tentang Perlindungan Hukum bagi Konsumen Terhadap Produk Makanan Bersertifikat Halal.” *Jurnal Dinamika Sosial Budaya* 18, no. 2 (August 9, 2017): 214–25. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v18i2.571>.
- Putri, Kharisma, Varra, and Reni Budi Setianingrum. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Kosmetik Impor Tanpa Izin Edar Melalui Marketplace.” *Adagium: Jurnal Ilmiah Hukum* 3, no. 2 (July 20, 2025): 285–306. <https://doi.org/10.70308/adagium.v3i2.222>.
- Tirtayasa, I Gede, I Nyoman Putu Budiarta, and Ni Made Puspasutari Ujianti. “Perlindungan Konsumen Terhadap Peredaran Kosmetik Yang Mengandung Zat Berbahaya Di Kota Denpasar.” *Jurnal Konstruksi Hukum* 3, no. 1 (January 24, 2022): 1–5. <https://doi.org/10.22225/jkh.3.1.4224.1-5>.
- Tungga, Deski Bertolens, Thelma S.M Kadja, and Heryanto Amalo. “Perlindungan Konsumen Dari Aspek Hukum Pidana Terhadap Peredaran Kosmetik Ilegal.” *Konstitusi: Jurnal Hukum, Administrasi Publik, Dan Ilmu Komunikasi* 2, no. 1 (December 13, 2024): 136–45. <https://doi.org/10.62383/konstitusi.v2i1.398>.
- Warto, Warto, and Samsuri Samsuri. “Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia.” *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2, no. 1 (July 14, 2020): 98. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>.
- Winata, Melina Gabrila. “Perlindungan Hukum Bagi Korban Pengguna Produk Kosmetik Ilegal Berbahaya.” *Sapientia Et Virtus* 7, no. 1 (March 30, 2022): 34–43. <https://doi.org/10.37477/SEV.V7I1.343>.
- Zakiah, and Hikmawati Ribi. “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Penjualan Skin Care Yang Tidak Memiliki Izin Resmi Di Media Sosial.” *Alauddin Law Development Journal* 5, no. 1 (March 10, 2023): 87–96. <https://doi.org/10.24252/aldev.v5i1.35754>.