

**SKRIPSI**  
**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PROMOSI**  
**PRODUK KECANTIKAN YANG BERLEBIHAN**



Diajukan Oleh:

**MAYDHA ADE PUTRI FADILA**

**NIM. 2210211320122**

**PROGRAM SARJANA**  
**PROGRAM STUDI HUKUM**  
**FAKULTAS HUKUM**  
**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**  
**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI**  
**Banjarmasin, Januari, 2026**

**SKRIPSI**  
**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PROMOSI**  
**PRODUK KECANTIKAN YANG BERLEBIHAN**



Diajukan Oleh:

**MAYDHA ADE PUTRI FADILA**

**NIM. 2210211320122**

**PROGRAM SARJANA**  
**PROGRAM STUDI HUKUM**  
**FAKULTAS HUKUM**  
**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**  
**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI**  
**Banjarmasin, Januari, 2026**

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PROMOSI  
PRODUK KECANTIKAN YANG BERLEBIHAN**

**SKRIPSI**

Untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum  
Pada Program Studi Hukum Fakultas Hukum  
Universitas Lambung Mangkurat

Diajukan oleh  
**Maydha Ade Putri Fadila**  
**NIM. 2210211320122**

**PROGRAM SARJANA**

**PROGRAM STUDI HUKUM**

**FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN  
TEKNOLOGI**

**Banjarmasin, Januari 2026**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PROMOSI  
PRODUK KECANTIKAN YANG BERLEBIHAN**

Diajukan oleh

**MAYDHA ADE PUTRI FADILA  
NIM. 2210211320122**

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang panitia penguji  
pada hari Senin tanggal 12 Januari 2026 dan  
dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing,



**Dr. Hj. Syahrida, S.H., M.H.  
NIP. 19830903 200912 1 002**

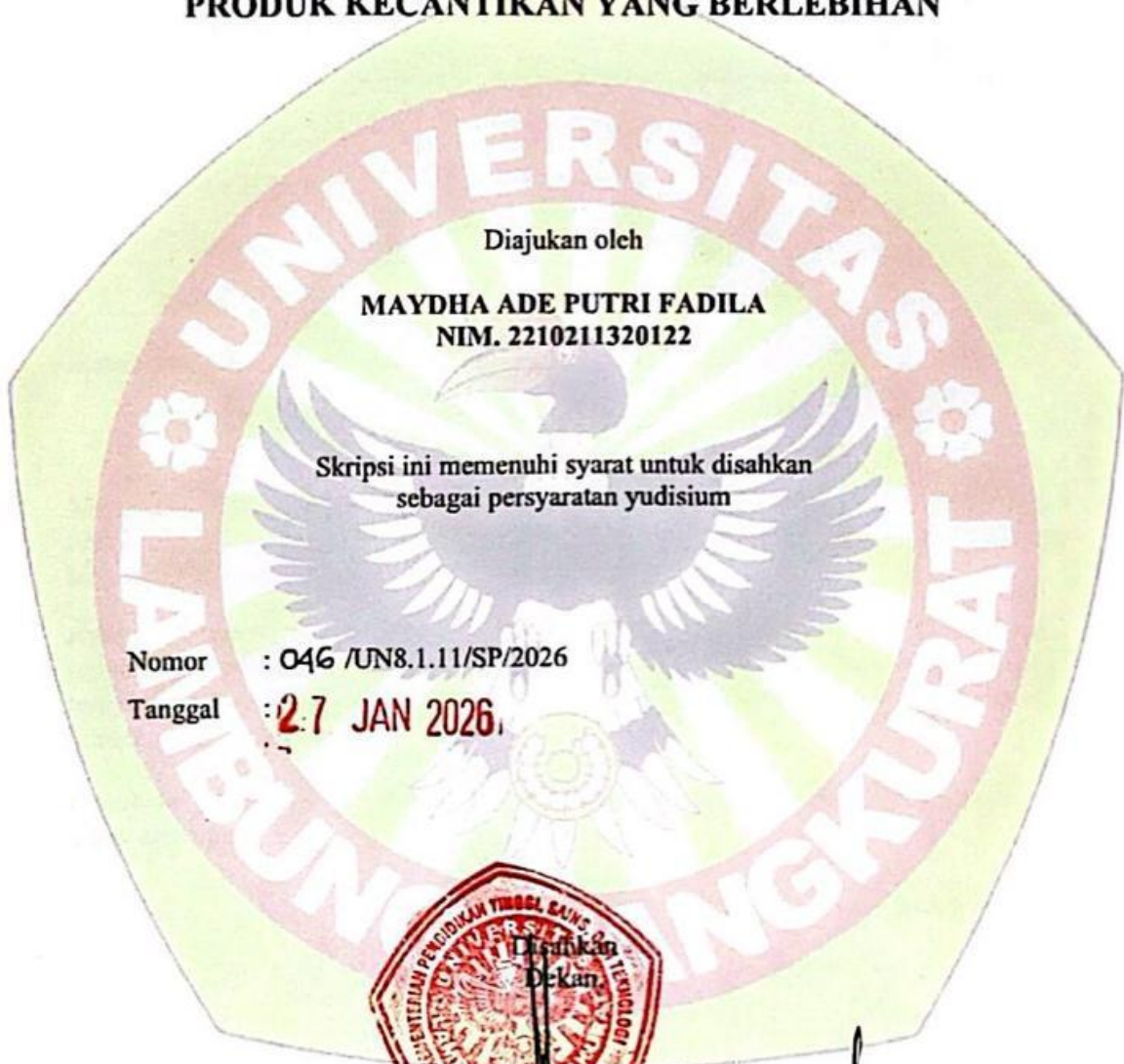
Diketahui  
Hari, tanggal, Januari 2026  
Koordinator Program Studi,



**Dr. Muhammad Ananta Firdaus, S.H., M.H.  
NIP. 19830903 200912 1 002**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PROMOSI  
PRODUK KECANTIKAN YANG BERLEBIHAN**



Diajukan oleh

**MAYDHA ADE PUTRI FADILA  
NIM. 2210211320122**

Skripsi ini memenuhi syarat untuk disahkan  
sebagai persyaratan yudisium

Nomor : 046 /UN8.1.11/SP/2026

Tanggal : **27 JAN 2026**



**Dr. Achmad Faishal, S.H., M.H.  
NIP. 19750615 200312 1 001**

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maydha Ade Putri Fadila  
Nomor Induk Mahasiswa : 2210211320122  
Tempat/Tanggal Lahir : Banjarbaru, 01 Mei 2002  
Program Kekhususan : Hukum Perdata  
Bagian Hukum : Perdata  
Program : Program Sarjana (S1)  
Program Studi : Program Studi Hukum

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi saya yang berjudul:

### **PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PROMOSI PRODUK KECANTIKAN YANG BERLEBIHAN**

Merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya aku sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri, kecuali terhadap kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi saya ini hasil jiplakan (dibuatkan atau plagiat), maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut, termasuk bersedia gelar kesarjanaannya saya dicabut sesuai dengan aturan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan itu dibuat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak mana pun.

Banjarmasin, 30 Desember 2025

Yang membuat pernyataan,


Maydha Ade Putri Fadila

NIM. 2210211320122

## **PENETAPAN PANITIA PENGUJI**

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan  
di depan sidang panitia penguji  
pada hari Senin tanggal 12 Januari 2026  
dengan susunan Panitia Penguji

---

### **SUSUNAN PANITIA PENGUJI SKRIPSI**

**Ketua** : Hj. Zakiyah, S.H., M.H.  
**Sekretaris** : Rahmat Budiman, S.H., LL.M.  
**Anggota/Pembimbing** : Dr. Hj. Syahrida, S.H., M.H.

Ditetapkan dengan Keputusan  
Dekan Fakultas Hukum Universitas Lambung Mangkurat  
Nomor : 63/UN8.1.11/SP/2025  
Tanggal : 08 Januari 2026

## MOTO

Tidaklah mungkin bagi matahari mengejar bulan dan malam pun tidak dapat mendahului siang. Masing-masing beredar pada garis edarnya (**Qs. Yasin: 40**)

Tak ada kata terlambat, tak ada mimpi yang tertunda lanjutkan dan lakukan semua hal yang kamu bisa dan kamu mau (**Doh Kyungsoo**)

## PERSEMBAHAN

**Alhamdulillah Robbil Alamin, segala puji bagi Allah SWT Tuhan penguasa semesta alam, yang atas kuasa dan ridhoNya karya skripsi yang sederhana ini dipersembahkan diperuntukkan bagi orang-orang yang kucintai dan kusayangi:**

### **Ayahnda dan Ibunda terkasih,**

Sebagai tanda bakti, hormat dan sembah sujud Ananda yang tiada terhingga, kupersembahkan kepada kedua ayah dan ibunda **Malik dan Marsilah**, yang telah melahirkan, merawat, menjaga dan mendidik dengan penuh kasih sayang tulus hingga saat ini. Dengan segala kerendahan hati, skripsi ini aku persembahkan kepada ayah dan ibu, sebagai bentuk penghargaan atas kasih sayang, doa, dan perjuangan yang tidak pernah terucap, namun selalu menjadi kekuatan utama dalam setiap langkahku. Semoga Allah SWT senantiasa menganugerahkan kesehatan kepada kita dan melimpahkan perlindungan-Nya dalam setiap langkah. Aamiin.

### **Kedua kakakku tersayang**

Diucapkan terimakasih kepada kedua kakaknda tersayang **Muhammad Fadli Zam-Zam** dan **Mutia Septika Wati**, atas dorongan, motivasi dan semangatnya agar dapat menyelesaikan skripsi ini. Doa, perhatian, dan dukungan yang diberikan memiliki arti yang sangat besar bagiku. Kehadiran kakanda bukan hanya sebagai saudara, tetapi juga sebagai penyemangat dan tempat bernaung yang selalu menguatkan langkah penulis. Semoga kita senantiasa diberikan kesehatan, keberkahan, dan selalu berada dalam lindungan Allah SWT. Aamiin.

## RINGKASAN

Maydha Ade Putri Fadila. Desember 2025. **PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PROMOSI PRODUK KECANTIKAN YANG BERLEBIHAN**. Skripsi, Program Sarjana Program Studi Hukum Fakultas Hukum Universitas Lambung Mangkurat, 53 halaman. Pembimbing Utama: Dr. Hj. Syahrida, S.H., M.H.

Perkembangan industri kosmetik, khususnya produk perawatan kulit (*skincare*), mengalami pertumbuhan yang pesat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perawatan dan kesehatan kulit. Kondisi ini mendorong pelaku usaha untuk bersaing melalui berbagai strategi pemasaran, salah satunya dengan menonjolkan klaim keunggulan produk. Namun, dalam praktiknya masih sering ditemukan promosi yang mengandung klaim berlebihan (*overclaim*), yaitu pernyataan yang dilebih-lebihkan dan tidak sepenuhnya didukung oleh bukti ilmiah yang memadai. Strategi tersebut diterapkan oleh pelaku usaha untuk menarik minat konsumen agar melakukan pembelian, meskipun klaim yang disampaikan tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi atau fakta yang sebenarnya. Praktik *overclaim* berpotensi menyesatkan konsumen karena menciptakan ekspektasi yang tidak realistis terhadap manfaat produk, serta melanggar hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur. Larangan terhadap promosi yang tidak sesuai dengan kenyataan telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang memberikan sanksi pidana maupun denda bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan tersebut. Dalam proses produksi produk kecantikan (*skincare*) di Indonesia, pelaku usaha wajib memenuhi prosedur standar serta ketentuan regulasi yang telah ditetapkan. Ketentuan tersebut bertujuan untuk mencegah praktik klaim berlebihan (*overclaim*) serta menjamin keamanan produk kecantikan sebelum dipasarkan kepada konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk perlindungan bagi konsumen. Serta mendorong pelaku usaha agar lebih memperhatikan batasan-batasan promosi, khususnya dalam pemasaran produk kecantikan sebelum produk tersebut diedarkan kepada konsumen. Pelaku usaha dituntut untuk menggunakan bahasa promosi yang jujur, proporsional, dan tidak menimbulkan penafsiran yang menyesatkan. Hal ini penting mengingat konsumen sering berada pada posisi yang lemah karena bergantung pada informasi yang disampaikan oleh pelaku usaha. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis bentuk dan efektivitas pengawasan pemerintah terhadap praktik promosi produk kecantikan yang mengandung klaim berlebihan (*overclaim*), serta menelaah sejauh mana peran lembaga terkait dalam penegakan hukum telah dilaksanakan secara optimal. Peran pemerintah menjadi sangat krusial dalam menanggulangi maraknya praktik promosi berlebihan pada produk kecantikan yang terjadi dalam beberapa waktu terakhir. Melalui penelitian ini, diharapkan konsumen memperoleh pemahaman yang memadai sebagai dasar dalam memilih produk kecantikan yang akan digunakan. Di sisi lain, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pelaku usaha dalam menyusun strategi promosi yang sesuai dengan ketentuan hukum, sehingga produk dapat diterima oleh

konsumen tanpa perlu menggunakan klaim yang tidak mencerminkan kondisi dan karakteristik produk yang sebenarnya.

Penelitian dalam skripsi ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan sifat preskriptif-analitis, yang bertujuan untuk merumuskan rekomendasi atau langkah-langkah hukum yang seharusnya diterapkan dalam menyelesaikan permasalahan tertentu. Adapun tipe penelitian yang digunakan adalah sistematika hukum, yaitu dengan mengkaji dan menyusun ketentuan hukum secara terstruktur dan terpadu. Pendekatan yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), yang dilakukan dengan menelaah seluruh peraturan perundang-undangan dan regulasi yang berkaitan dengan objek penelitian. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan pendekatan historis (*historical approach*) guna menelusuri latar belakang serta perkembangan pengaturan hukum terkait permasalahan yang dikaji. Fokus penelitian ini diarahkan pada perlindungan konsumen yang kerap mengalami kerugian akibat praktik promosi berlebihan yang dilakukan oleh pelaku usaha, khususnya yang tidak memberikan informasi secara transparan mengenai kandungan produk yang dipasarkan.

Promosi pada produk kecantikan memiliki peran dalam membentuk persepsi konsumen terhadap keamanan dan efektivitas produk. Oleh karena itu, kegiatan promosi harus dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku agar tidak menyesatkan konsumen. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) melalui Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 dan Peraturan BPOM Nomor 18 Tahun 2024 secara tegas mengatur batasan klaim yang boleh dicantumkan dalam promosi kosmetik. Batasan tersebut meliputi larangan penggunaan klaim yang seolah-olah menyatakan produk sebagai obat, klaim pencegahan atau penyembuhan penyakit, penggunaan istilah medis, janji hasil mutlak atau instan, serta klaim yang tidak didukung oleh data ilmiah. Ketentuan ini diperkuat oleh Etika Pariwisata Indonesia yang mewajibkan penggunaan bahasa iklan yang objektif, jujur, dan tidak menyesatkan. Dengan demikian, promosi produk kecantikan yang diperbolehkan adalah promosi yang selaras dengan fungsi kosmetik, didukung bukti ilmiah, tidak mengandung klaim medis, serta tidak merugikan konsumen. Pembatasan ini bertujuan menciptakan hubungan hukum yang seimbang antara pelaku usaha dan konsumen serta menjamin perlindungan konsumen dari praktik promosi yang menyesatkan. Untuk menjamin kepatuhan terhadap ketentuan tersebut, pemerintah melalui BPOM melakukan pengawasan berkelanjutan yang meliputi inspeksi fasilitas produksi, pengambilan dan pengujian sampel produk, pengawasan pasca peredaran, serta penegakan hukum berupa sanksi administratif hingga pidana terhadap pelaku usaha yang melakukan promosi berlebihan (*overclaim*). Meskipun regulasi telah tersedia, pelaksanaan pengawasan masih menghadapi kendala, seperti masih beredarnya produk tanpa izin edar dan tingginya permintaan konsumen terhadap produk yang menjanjikan hasil instan. Oleh karena itu, pengawasan pemerintah perlu dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan, disertai peningkatan kesadaran konsumen agar lebih cermat dalam memilih produk. Dengan pengawasan yang efektif, diharapkan praktik promosi berlebihan dapat diminimalisir dan hak-hak konsumen dapat terlindungi secara optimal.

Maydha Ade Putri Fadila. Desember 2025. **PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PROMOSI PRODUK KECANTIKAN YANG BERLEBIHAN.** Skripsi, Program Sarjana Program Studi Hukum Fakultas Hukum Universitas Lambung Mangkurat, 53 halaman. Pembimbing Utama: Dr. Hj. Syahrida, S.H., M.H.

### ABSTRAK

Perkembangan industri produk kecantikan menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Kondisi tersebut mendorong para pelaku usaha untuk secara masif mempromosikan produk mereka melalui berbagai media massa. Namun, di tengah persaingan usaha yang semakin ketat, sebagian pelaku usaha cenderung menggunakan strategi promosi dengan klaim yang berlebihan (*overclaim*) guna menarik minat konsumen. Padahal, promosi produk perawatan kulit (*skincare*) telah diatur secara tegas dalam peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang bertujuan untuk melindungi hak-hak konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis batasan promosi produk kecantikan yang diperbolehkan dalam kegiatan pemasaran serta mengkaji bentuk pengawasan pemerintah terhadap praktik promosi produk kecantikan yang berlebihan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan sifat preskriptif analitis, melalui pendekatan perundang-undangan dan pendekatan historis. Bahan hukum yang digunakan meliputi bahan hukum primer, sekunder, dan tersier yang diperoleh melalui studi kepustakaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi produk kecantikan harus dilakukan secara jujur, tidak menyesatkan, dan sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, peraturan BPOM, serta Etika Pariwara Indonesia. Pengawasan terhadap promosi produk kecantikan dilakukan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) melalui perizinan, pengawasan pasca-edar, dan penegakan sanksi terhadap pelanggaran. Namun, praktik promosi berlebihan masih banyak dilakukan oleh pelaku usaha. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan konsumen. Pelaku usaha dituntut untuk meningkatkan kepatuhan terhadap ketentuan hukum dan etika promosi, sementara konsumen perlu dibekali literasi yang memadai agar mampu bersikap kritis terhadap informasi promosi yang diterima. Dengan pengawasan yang konsisten serta peningkatan kesadaran seluruh pihak, praktik promosi produk kecantikan yang menyesatkan diharapkan dapat diminimalisir sehingga perlindungan konsumen dapat terwujud secara optimal.

**Kata kunci (keyword):** Perlindungan Konsumen, *Overclaim*, Produk Kecantikan, BPOM.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatu,

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Perlindungan Konsumen Terhadap Promosi Produk Kecantikan Yang Berlebihan”** sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Hukum Program Studi Hukum Fakultas Hukum Universitas Lambung Mangkurat.

Penyusunan skripsi ini merupakan sebuah proses akademik yang memerlukan ketekunan. Dalam perjalanannya, penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak dapat terlepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Achmad Faishal, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin atas kepemimpinan dan kebijakan yang telah menciptakan lingkungan akademik yang mendukung proses pendidikan penulis.
2. Ibu Dr. Hj. Syahrída, S.H., M.H. selaku dosen pembimbing, yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu, tenaga, serta pemikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Seluruh dosen pengajar peminatan khusus hukum perdata fakultas hukum universitas lambung mangkurat yang telah membekali penulis dengan pengetahuan dan pemahaman hukum yang mendalam.
4. Seluruh dosen Fakultas Hukum Universitas Lambung Mangkurat yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan yang bermanfaat sebagai dasar dalam penyusunan skripsi ini.

5. Seluruh staf Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Lambung Mangkurat, yang telah memberikan kemudahan akses dan pelayanan dalam memperoleh berbagai referensi yang menunjang penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh staf Bagian Akademik Fakultas Hukum Universitas Lambung Mangkurat, yang telah memberikan pelayanan dan bantuan administratif dengan baik selama penulis menempuh pendidikan.
7. Kedua orang tua tercinta, Bapak Malik dan Ibu Marsilah, yang tanpa henti memberikan doa, kasih sayang, dan dorongan moral sehingga penulis mampu bertahan dan menyelesaikan skripsi ini.
8. Kedua keponakan penulis, Bara dan Hafi, yang kehadirannya mampu memberikan keceriaan dan menghibur penulis di tengah proses penulisan skripsi.
9. Sahabat-sahabat yang telah memberikan dukungan dan motivasi yang sangat berarti, khususnya Ridha Purwantie, Lusiana Eka Putri, Amelia Putri Naazhira, Ryzkyna Intan, Ella Rachmah Dwi Putri, Putri Nabilah Septianti, Muhammad Nanda, dan Rafif Faisol Amin, yang dengan tulus meluangkan waktu untuk menyemangati serta menemani penulis hingga saat ini.
10. Teman-teman terdekat penulis selama masa perkuliahan, terutama Mutiara Hafizah, Rizka Amalia, Gusti Putri Yuli Yana, Pia Rezki, Mawar Anzani, dan Risyda Yani, yang dengan kesediaannya telah memberikan bantuan dan dukungan yang sangat berharga dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih kepada member EXO yang telah menjadi sumber hiburan dan secara tidak langsung telah menghadirkan semangat, sehingga penulis mampu menjalani dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
12. Dan ucapan terimakasih kepada diri sendiri yang telah berjuang dengan penuh ketekunan dan tidak pernah menyerah hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan waktu yang diharapkan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna. Karena itu penulis menerima kritik saran dan masukan yang membangun dengan tangan terbuka dalam rangka menyempurnakan penulisan

skripsi ini. Meskipun demikian, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai pengaturan perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan. Serta dapat menjadi sumber inspirasi bagi mahasiswa lainnya. Dengan segala kerendahan hati, penulis juga berharap hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan manfaat bagi pengembangan ilmu hukum yang lebih baik di masa mendatang.

Banjarmasin, Desember 2025

Maydha Ade Putri Fadila  
Nim. 2210211320122



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR .....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN JUDUL DAN PRASYARAT GELAR.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN SKRIPSI.....	vi
PENETAPAN PANITIA PENGUJI .....	vii
HALAMANAN MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	viii
RINGKASAN .....	ix
ABSTRAK .....	xi
UCAPAN TERIMAKASIH .....	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Latar Belakang.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Rumusan Masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Keaslian Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
E. Metode Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
F. Sistematika Penulisan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Pengertian Perlindungan Konsumen .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Hak-Hak Konsumen .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Pengertian Promosi atau Iklan Berlebihan ..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. Penggunaan Kata Iklan Berlebihan Sebagai Strategi Pemasaran.....	<b>Error!</b>

**Bookmark not defined.**

**BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....**Error! Bookmark not defined.

A. Batasan Promosi Produk Kecantikan yang diperbolehkan dalam Pemasaran Produk.....**Error! Bookmark not defined.**

B. Pengawasan Pemerintah Terhadap Promosi Produk Kecantikan yang Berlebihan (*Overclaim*) .....**Error! Bookmark not defined.**

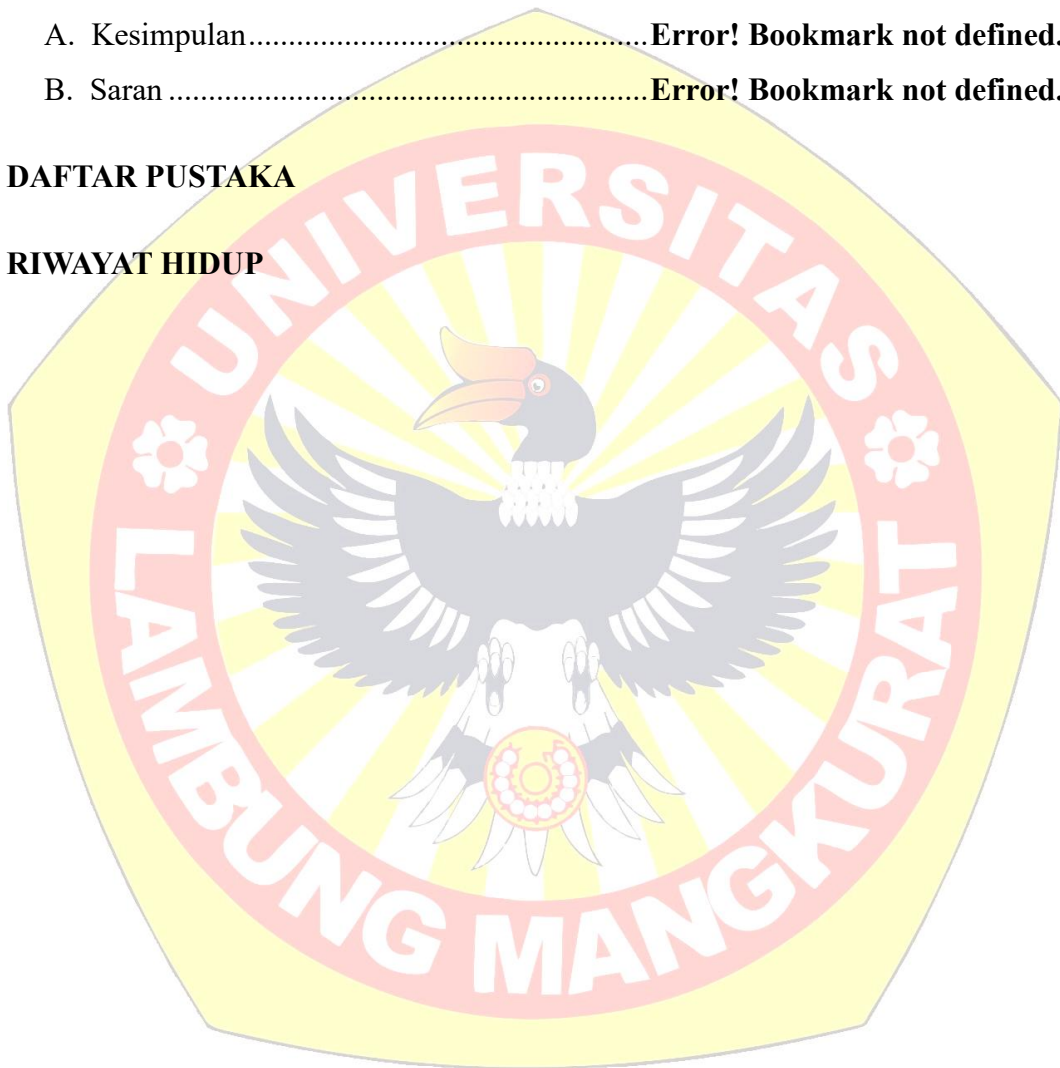
**BAB IV PENUTUP** .....Error! Bookmark not defined.

A. Kesimpulan.....**Error! Bookmark not defined.**

B. Saran .....**Error! Bookmark not defined.**

**DAFTAR PUSTAKA**

**RIWAYAT HIDUP**



## DAFTAR PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)

Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1175/MENKES/PER/VIII/2010

Peraturan Kepala BPOM No. 23 Tahun 2019 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika

Peraturan BPOM No. 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika

Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan.

