

## BAB IV

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian di atas mengenai tinjauan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan *Maqasid syariah* tentang perlindungan konsumen terhadap *overclaim seller* TikTok Shop pada produk *skincare*, maka dalam kesempatan ini penulis bermaksud untuk memberikan kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan sebagai berikut:

1. Perlindungan hukum kepada konsumen terhadap praktik *overclaim* produk *skincare* yang dilakukan oleh Seller TikTok Shop dalam pengiklanan menghasilkan informasi yang tidak jujur, tidak transparan, tidak objektif, tidak benar dan menyesatkan. Oleh sebab itu, perbuatan pemberian informasi klaim dengan kata *overclaim* mengakibatkan konsumen menderita kerugian. Pembentukan peraturan telah secara tegas mengatur hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, persyaratan teknis klaim pada iklan, dan lain-lain namun pelaku usaha tidak mengindahkan hal tersebut. Pemberian informasi klaim produk *skincare* mengandung kata *overclaim* pada pengiklanan tentunya bertentangan dengan Pasal 4 huruf c UUPK, Pasal 7 huruf b UUPK. Konsumen yang dirugikan dari perbuatan pelaku usaha yang *overclaim* dapat mengajukan gugatan. Hukum di Indonesia telah menyediakan beberapa mekanisme penyelesaian sengketa konsumen yang dapat di tempuh oleh pihak yang dirugikan, baik sengketa di pengadilan maupun diluar pengadilan.

Hingga saat ini pelaku usaha masih belum melaksanakan pertanggungjawaban kepada konsumen yang menderita kerugian. Konsumen menderita kerugian diakibatkan oleh para pelaku usaha yang tidak mempedulikan hak-hak konsumen. Upaya tanggung jawab pelaku usaha atas penggunaan kata *overclaim* didasarkan pada prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) dan tanggung jawab produk (*product liability*). Pertanggungjawaban pelaku usaha telah diterangkan dalam Pasal 19 UUPK, Pasal 20 UUPK, Pasal 60 UUPK, Pasal 61 UUPK.

2. Praktik *overclaim* produk *skincare* yang dilakukan oleh seller TikTok Shop tersebut merupakan bentuk pelanggaran terhadap prinsip-prinsip dasar perlindungan dalam Islam. Praktik *overclaim* tidak hanya menyalahi ketentuan yang diatur Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), tetapi juga bertentangan dengan dua dari lima unsur pokok *Maqasid syariah (al-kulliyāt al-khamsah)*, *ḥifẓ al-‘aql* (perlindungan akal), dan *ḥifẓ al-māl* (perlindungan harta). Dengan demikian, *overclaim* yang dilakukan *seller* di TikTok Shop merupakan bentuk tindakan yang merusak kemaslahatan umum dan bertentangan dengan *maqāṣid al-syarī‘ah*. Oleh karena itu, perlu adanya pengawasan ketat dari pemerintah, edukasi konsumen, serta peningkatan kesadaran etis dan religius di kalangan pelaku usaha agar praktik bisnis dijalankan dengan menjunjung asas kejujuran (*ṣidq*), tanggung jawab (*amānah*), dan perlakuan baik (*ihsān*).

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, Adapun saran yang diberikan oleh penulis, sebagai berikut:

1. Perlunya penegakan sanksi yang tegas oleh pemerintah yang berwenang berkaitan dengan pengawasan produk skincare yang diiklankan oleh seller TitkTok Shop, hal ini ditujukan agar pelaku usaha tidak sewenang-wenang yang berakibat tidak terpenuhi hak konsumen. Selain itu, Badan Pengawas Obat dan Makanan dapat lebih sering memberikan pengetahuan kepada masyarakat berkaitan dengan bentuk-bentuk *overclaim* pada skincare, maka kedepannya masyarakat dapat berhati-hati dan meningkatkan literasi terhadap produk skincare yang dikonsumsi, termasuk memahami komposisi, manfaat, dan risiko penggunaannya. Jangan hanya tergiur oleh promosi atau testimoni viral, tetapi pertimbangkan juga aspek keamanan dan izin. Pelaku usaha dapat lebih mengindahkan terkait hak-hak konsumen serta sanksi-sanksi yang akan diterima oleh pelaku usaha yang melanggar terkait klaim pada pengiklanan. Pelaku usaha perlu untuk selalu taat dan mengikuti peraturan tertulis yang telah ditetapkan.
2. Pelaku usaha sebaiknya menjalankan prinsip kejujuran (*ṣidq*) dan tanggung jawab (*amānah*) dalam memasarkan produk, khususnya produk skincare yang berkaitan langsung dengan kesehatan konsumen. Hindari praktik *overclaim* dan sampaikan informasi yang benar, jelas, dan dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh BPOM dan UUPK. Penerapan nilai-nilai *maqasid syariah* harus

dijadikan acuan dalam setiap aktivitas bisnis agar terhindar dari perbuatan yang menimbulkan mafsadah (kerusakan) bagi konsumen. Konsumen perlu meningkatkan literasi terhadap produk skincare yang dikonsumsi, termasuk memahami komposisi, manfaat, dan risiko penggunaannya. Jangan hanya tergiur oleh promosi atau testimoni viral, tetapi pertimbangkan juga aspek keamanan dan izin edar.