

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Permasalahan

Industri perawatan kulit (*skincare*) di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perawatan kulit serta pengaruh dari tren media sosial dan budaya kecantikan global. Menurut *platform* data global Statistica Kementerian Perindustrian, pasar industri kosmetik di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir, di mana pada tahun 2025 pendapatan pasar kosmetik di Indonesia mencapai Rp 34,6 triliun<sup>1</sup>. Perkembangan ini mendorong produsen untuk memperluas portofolio produk dan mempercepat strategi pemasaran agar dapat merebut perhatian konsumen dengan cepat.

Kondisi persaingan yang semakin sengit, pelaku usaha cenderung menggunakan klaim manfaat yang menarik dan sering kali dilebih-lebihkan agar produk mereka tampak unggul, berbeda, dan cepat laku. <sup>2</sup>Praktik *overclaim* ini bukan hanya dapat menyesatkan konsumen tetapi juga menimbulkan kerugian material dan immaterial bagi konsumen. Selain itu, praktik *overclaim* juga dapat merusak kepercayaan masyarakat terhadap produk sejenis di pasaran, karena konsumen merasa tertipu cenderung kehilangan kepercayaan tidak hanya pada merek tertentu tetapi juga pada industri secara keseluruhan.

---

<sup>1</sup> Nurdin Akhmad, *Pasar Industri Kosmetik RI Tumbuh 4,73 Persen Per Tahun*, TopBusiness.id, 2025, <https://tinyurl.com/bdff38ua>. Akses Pada 03 November 2025.

<sup>2</sup> Joedy Rodrick Pakaila, Rafael Muhammad Aydin, & Syahira Wanda Abbiyya, *Tren Overclaim Dalam Iklan Industri Kecantikan: Analisis Etika Serapan Pada Produk Skincare di Indonesia*, *Kabilah: Journal of Social Community*, Vol. 9, No, 2, Desember 2024, hlm. 505.

Fenomena *overclaim* menjadi lebih kompleks karena didukung oleh ekosistem digital dan media sosial, di mana pesan pemasaran dapat tersebar dengan cepat, *influencer* dan *endorsement* turut memperkuat narasi bahwa sebuah produk memiliki manfaat.<sup>3</sup> Promosi melalui *influencer* terhadap produk *skincare* yang *overclaim* melanggar prinsip perlindungan konsumen, di mana fenomena ini semakin memperburuk keadaan karena konsumen sering kali mempercayai testimoni atau rekomendasi dari figur publik tanpa melakukan verifikasi terhadap kebenaran klaim yang disampaikan.

Kondisi ini memunculkan persoalan utama bahwa konsumen sebagai pihak yang relatif lemah dalam hubungan pasar memerlukan perlindungan yang efektif agar tidak dirugikan oleh klaim yang tidak sesuai realitas.<sup>4</sup> Rahmawanty menjelaskan bahwa mekanisme perlindungan hukum yang ada saat ini perlu dikaji ulang dan diperkuat agar mampu menjawab tantangan baru yang muncul akibat digitalisasi pemasaran termasuk penyebaran informasi yang sulit dikendalikan di media sosial.

Di Indonesia, perlindungan konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang menetapkan hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha termasuk larangan bagi pelaku usaha membuat pernyataan yang menyesatkan atau manipulatif. Namun, implementasi regulasi tersebut terkait produk *skincare* yang *overclaim* masih

---

<sup>3</sup> Vidia Rezki Maulida & Mustapa Khamal Rokan, Hukum Melakukan Promosi Produk Overclaim Oleh Influencer Ditinjau Dari Perlindungan Konsumen (Studi: Produk Skincare), *Jurnal Media Hukum*, Vol. 13, No. 2, September 2025, hlm. 222.

<sup>4</sup> Rasmia Agustine Rahmawaty, Halimah Zahrah, Yolanda Maharani, & Aldi Misbahul Maad, Perlindungan Konsumen Terhadap Overclaim Produk Skincare di Era Digital: Tinjauan Etika Bisnis dan Hukum Positif, *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Vol. 1, No. 4, Juli 2025, hlm. 2202.

menghadapi berbagai kendala.<sup>5</sup> Penelitian yang pernah dilakukan oleh Indah dan Aryuda, menemukan bahwa meskipun kerangka hukum terkait perlindungan konsumen sudah ada, akan tetapi pengawasan dan pemahaman konsumen masih belum memadai.

Sektor *skincare* juga melibatkan regulasi spesifik dari lembaga pengawas seperti Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) yang bertugas mengawasi izin edar, label, dan klaim produk. Penelitian yang dilakukan oleh<sup>6</sup> Aprilianti *et al*, menemukan bahwa Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) menghadapi tantangan dalam mengawasi ketidaksesuaian antara klaim produk dan bahan atau label yang tercantum yang berimplikasi terhadap perlindungan konsumen. Temuan tersebut menunjukkan bahwa meskipun BPOM memiliki kewenangan dalam memastikan keamanan dan kebenaran informasi pada produk *skincare*, pelanggaran seperti *overclaim* masih sering terjadi karena keterbatasan pengawasan di lapangan serta maraknya promosi digital yang sulit dikendalikan.

Banyaknya kasus merek *skincare* yang melakukan *overclaim* yang terjadi membuat Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) menyatakan akan memperketat pengawasan terhadap peredaran *skincare* dan kosmetik dari bisnis lokal. Kepala BPOM Taruna Ikrar menegaskan bahwa penerbitan izin edar tau *approval* produk di Indonesia hanya diberikan oleh BPOM, beliau juga

---

<sup>5</sup> Auchia Indah & Aryuda, *Illegal Cosmetics Cybers Snare: Seeking Consumer Justice In The Digital World Based On Law No. 8 of 1999 Concerning Consumer Protection*, *JII: Jurnal Impresi Indonesia*, Vol. 3, No, 1, Januari 2024, hlm. 73.

<sup>6</sup> Prashandya Natasya Putri Aprilianti Aris Toteles, & Evi, *The Role of The Indonesian Food and Drug Authority (Badan Pengawas Obat dan Makanan-BPOM) In Skincare Overclaim Cases: Consumer Protection Perspective Due to Negligence In Monitoring Inconsistencies In Product Content and Labeling*, *JLPH: Journal of Law, Politic, and Humanities*, Vol. 5, No, 1, Juli 2025, hlm. 4014.

menegaskan bahwa masyarakat bisa langsung melapor ke BPOM apabila menemui produk *skincare* atau kosmetik lokal yang tidak sesuai aturan, di mana beliau meyakinkan bahwa laporan tersebut akan ditindaklanjuti. Bahkan, saat ini pihak BPOM juga bekerja sama dengan pihak kepolisian, kejaksaan, hingga bea cukai untuk melakukan penindakan terhadap produk-produk yang tak sesuai aturan berlaku<sup>7</sup>.

Pengawasan ketat saja terhadap produk *skincare* yang melakukan *overclaim* tidak cukup, akan tetapi harus ada tindakan tegas dari pihak terkait dalam memberikan sanksi kepada pelaku usaha yang melakukan *overclaim* tersebut. Pelaku usaha wajib bertanggung jawab atas kerugian materiil dan immateriil yang diakibatkan penggunaan klaim berlebihan tersebut, baik berupa dampak finansial bagi konsumen maupun kerugian *non-material* seperti menurunnya kepercayaan dan potensi risiko kesehatan<sup>8</sup>.

Berdasarkan uraian di atas, fokus penelitian ini diarahkan kepada bagaimana penerapan undang-undang perlindungan konsumen dan regulasi terkait dijalankan dalam kasus produk *skincare* yang melakukan *overclaim* di wilayah hukum Kota Lhokseumawe khususnya di Kecamatan Banda Sakti. Analisis ini dilakukan untuk menilai sejauh mana ketentuan hukum tersebut mampu memberikan perlindungan nyata bagi konsumen dalam praktik penggunaan dan pemasaran produk *skincare* yang mengandung klaim berlebihan. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait “Perlindungan

---

<sup>7</sup> Aurora Simanjuntak, Ramai Overclaim Skincare dan Kosmetik, BPOM Akan Perketat Pengawasan, Validnews.id, 2025, <https://tinyurl.com/5yztet5v>. Akses Pada 06 November 2025.

<sup>8</sup> Adinda Ayu Puspita Kuncoro & M. Syamsudin, Perlindungan Konsumen Terhadap Overclaim Produk Skincare, *Prosiding Seminar Hukum Aktual*, Vol. 2, No, 3, Mei 2024, hlm. 82.

Hukum Terhadap Konsumen Dari Produk *Overclaim Skincare* di Wilayah Hukum Kota Lhokseumawe (Studi Penelitian di Kecamatan Banda Sakti)''.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka masalah penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dari produk *skincare* yang melakukan *overclaim* di wilayah hukum Kota Lhokseumawe, khususnya di Kecamatan Banda Sakti?
2. Apa saja faktor yang menghambat pelaksanaan perlindungan hukum terhadap konsumen dari produk *skincare* yang melakukan *overclaim* di Kecamatan Banda Sakti Kota Lhokseumawe?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dari produk *skincare* yang melakukan *overclaim* di wilayah hukum Kota Lhokseumawe khususnya di Kecamatan Banda Sakti.
2. Untuk menganalisis faktor yang menghambat pelaksanaan perlindungan hukum terhadap konsumen dari produk *skincare* yang melakukan *overclaim* di Kecamatan Banda Sakti Kota Lhokseumawe.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan yang ada, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, di mana manfaatnya adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran yang kemudian dapat dijadikan sebagai bantuan dalam pengembangan ilmu hukum, khususnya pengembangan ilmu pengetahuan tentang perlindungan konsumen.

2. Manfaat praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan sarana informasi dan sumbangan pemikiran bagi aparat penegak hukum guna memberikan jawaban atas permasalahan yang terjadi berdasarkan penerapan undang-undang perlindungan konsumen.

#### **E. Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini berfokus pada analisis perlindungan hukum terhadap konsumen dari praktik *overclaim* pada produk *skincare* di wilayah hukum Kota Lhokseumawe khususnya di Kecamatan Banda Sakti. penelitian ini mengkaji bagaimana ketentuan hukum yang berlaku khususnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, diterapkan dalam melindungi hak-hak konsumen dari praktik promosi atau klaim berlebihan (*overclaim*) pada produk *skincare*. Selain itu, penelitian ini juga akan menganalisis peran lembaga pengawasan, aparat penegak hukum, dan pelaku usaha dalam memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen. Di samping itu, penelitian ini akan

menevaluasi tantangan dan hambatan yang dihadapi dalam penerapan perlindungan hukum tersebut seperti lemahnya pengawasan, kurangnya kesadaran masyarakat, dan upaya penegakan hukum terhadap pelaku usaha yang melakukan pelanggaran. Analisis ini juga akan membandingkan kondisi ideal yang diharapkan dalam regulasi dengan realitas di lapangan, serta memberikan rekomendasi untuk memperkuat perlindungan hukum bagi konsumen terhadap produk *skincare* yang melakukan *overclaim* di wilayah hukum Kota Lhokseumawe.

#### **F. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu merupakan hasil kajian atau studi yang telah dilakukan oleh peneliti lain sebelumnya yang memiliki relevansi dengan topik penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian terdahulu berfungsi sebagai dasar acuan untuk memahami perkembangan ilmu, menemukan kesenjangan penelitian (*research gap*), serta memperkuat landasan teori dan argumentasi penelitian yang sedang disusun<sup>9</sup>. Berikut merupakan penelitian terdahulu:

1. Kuncoro dan Syamsudin dalam penelitiannya yang berjudul “Perlindungan Konsumen Terhadap *Overclaim* Produk *Skincare*”<sup>10</sup>. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha memberikan informasi atas produk *skincare* dengan menggunakan kalimat *overclaim* akibatnya mengandung iklan bohong dan tidak terpenuhi standar informasi konsumen dalam

---

<sup>9</sup> Rianto Adi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*, Yayasan Pustaka Obor Indonesia, Jakarta, 2021, hlm. 141.

<sup>10</sup> Adinda Ayu Puspita Kuncoro & M. Syamsudin, Perlindungan Konsumen Terhadap *Overclaim* Produk *Skincare*, *Prosiding Seminar Hukum Aktual*, Vol. 2, No. 3, Mei 2024, hlm. 73-84.

penjualan. Penggunaan kalimat *overclaim* yang digunakan dalam pengiklanan produk *skincare* mengakibatkan bertentangan dengan regulasi yang berlaku seperti hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha. Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Kuncoro dan Syamsudin, di mana dalam penelitiannya, Kuncoro dan Syamsudin menyoroti tentang perlindungan konsumen terhadap produk *skincare* secara keseluruhan yang terindikasi *overclaim*. Sementara itu, dalam penelitian ini difokuskan pada perlindungan hukum terhadap konsumen dari produk *skincare* yang melakukan *overclaim* di wilayah hukum Kota Lhokseumawe khususnya di Kecamatan Banda Sakti, sehingga analisis lebih spesifik pada implementasi hukum, kendala, dan upaya perlindungan konsumen dalam konteks lokal.

2. Marlina *et al*, dalam penelitiannya yang berjudul “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas *Overclaim* Produk *Skincare* di *Platform E-Commerce*”<sup>11</sup>. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun undang-undang perlindungan konsumen telah memberikan dasar hukum, implementasi yang lemah, kurangnya kesadaran konsumen, dan mekanisme penyelesaian sengketa yang tidak efisien menjadi tantangan utama. Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Marlina *et al*, di mana dalam penelitiannya, Marlina *et al*, menyoroti tentang perlindungan konsumen terhadap produk *skincare overclaim* yang dijual pada situs *e-commerce*. Sementara itu, dalam penelitian ini lebih memfokuskan penelitian pada perlindungan hukum terhadap konsumen dari produk *skincare* yang

---

<sup>11</sup> Heni Marlina, Desni Raspita, M. Novrianto, Chahaya Dewi Bidari, & Muhammad Ferdinayah, Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas *Overclaim* Produk *Skincare* di *Platform E-Commerce*, *Marwah Hukum*, Vol. 3, No, 1, Januari 2025, hlm. 10-23.

melakukan *overclaim* di wilayah hukum Kota Lhokseumawe khususnya di Kecamatan Banda Sakti, sehingga penelitian ini lebih menekankan pada implementasi hukum, kendala, dan upaya perlindungan konsumen dalam konteks lokal dan langsung di lapangan.

3. Hajrah *et al*, dalam penelitiannya yang berjudul “Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Produk *Overclaim* Produk *Skincare* di Kota Makassar”<sup>12</sup>. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun hukum merek di Indonesia telah menyediakan kerangka regulasi yang cukup, penerapannya dalam ranah digital masih lemah. Putusan pengadilan menegaskan pentingnya asas prioritas pendaftaran, itikad baik, serta konsistensi penggunaan merek. Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Hajrah *et al*, di mana dalam penelitiannya, Hajrah *et al*, menyoroti tentang perlindungan konsumen terhadap produk *skincare overclaim* dan perselisihan antara PS Glow dengan MS Glow. Sementara itu, penelitian ini fokus diberikan pada perlindungan hukum terhadap konsumen dari produk *skincare* yang melakukan *overclaim* di wilayah hukum Kota Lhokseumawe khususnya di Kecamatan Banda Sakti, sehingga penelitian ini menekankan pada implementasi hukum, kendala, dan upaya perlindungan konsumen secara lokal tanpa mengaitkan kasus sengketa merek tertentu.
4. Dewi dan Setianingrum dalam penelitiannya tentang “Kajian Yuridis Perlindungan Konsumen Terhadap Pemasaran Produk Perawatan Badan

---

<sup>12</sup> Nur Hajrah, Nurul Qamar, & Sahban, Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Produk Overclaim Produk Skincare di Kota Makassar, *Legal Dialogica*, Vol. 1, No, 1, Januari 2025, hlm. 68-72.

*Overclaim di Marketplace*”<sup>13</sup>. Hasil penelitian menemukan bahwa *overclaim* melanggar hak konsumen dan dapat dikenai sanksi administratif maupun pidana. Namun, pelaksanaannya masih terkendala lemahnya pengawasan, rendahnya kesadaran konsumen, serta tidak jelasnya tanggung jawab hukum *marketplace*. Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Dewi dan Setianingrum di mana dalam penelitiannya, Dewi dan Setianingrum menyoroti tentang perlindungan konsumen secara umum dari produk perawatan badan *overclaim di marketplace*. Sementara itu, penelitian ini difokuskan pada perlindungan hukum terhadap konsumen dari produk *skincare* yang melakukan *overclaim* di wilayah hukum Kota Lhokseumawe khususnya di Kecamatan Banda Sakti, sehingga penelitian ini lebih menekankan pada implementasi hukum, kendala, dan upaya perlindungan konsumen secara lokal dan nyata di lapangan.

5. Zia *et al*, dalam penelitiannya tentang “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait *Skincare* (Perawatan Wajah) *Overclaim* di Indonesia”<sup>14</sup>. Hasil penelitian menemukan bahwa konsumen memiliki hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur terkait produk yang dikonsumsi, dan pelaku usaha memiliki kewajiban untuk tidak memberikan informasi yang menyesatkan. Tindakan *overclaim* terbukti melanggar prinsip-prinsip perlindungan konsumen dan dapat dikenakan sanksi hukum sesuai ketentuan yang berlaku.

---

<sup>13</sup> Dewi Siska Sari Surya Dewi & Reni Budi Setianingrum, Kajian Yuridis Perlindungan Konsumen Terhadap Pemasaran Produk Perawatan Badan *Overclaim* di Marketplace, *Adagium: Jurna Ilmiah Hukum*, Vol. 3, No, 2, Juli 2025, hlm. 368-386.

<sup>14</sup> Halida Zia, Mario Agusta, & Deliana Fitri Rahmawati, Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait *Skincare* (Perawatan Wajah) *Overclaim* di Indonesia, *Rio Law Jurnal*, Vol. 6, No, 2, Agustus 2025, hlm. 731-738.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Zia *et al*, di mana dalam penelitiannya, Zia *et al*, menyoroti tentang perlindungan hukum terhadap konsumen terkait banyaknya peredaran produk *skincare* yang terindikasi *overclaim* di Indonesia, serta menyoroti tentang hak konsumen dan kewajiban dari pelaku usaha terkait kejelasan, kejujuran, dan informasi yang benar tentang produk. Sementara itu, penelitian ini fokus diberikan pada perlindungan hukum terhadap konsumen dari produk *skincare* yang melakukan *overclaim* di wilayah hukum Kota Lhokseumawe khususnya di Kecamatan Banda Sakti, sehingga penelitian ini menekankan pada implementasi hukum secara lokal, kendala yang dihadapi, dan upaya perlindungan konsumen yang nyata di lapangan.

6. Nuraeni *et al*, dalam penelitiannya tentang “Perlindungan Perlindungan Konsumen Terhadap Produk *Overclaim Skincare* di Indonesia”<sup>15</sup>. Hasil penelitian menemukan bahwa meskipun terdapat peraturan yang mengatur tentang klaim produk, implementasi dan penegakannya masih kurang efektif. Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Nuraeni *et al*, di mana dalam penelitiannya, Nuraeni *et al*, menyoroti tentang implementasi perlindungan konsumen dan efektivitas penerapan undang-undang perlindungan konsumen dalam kasus *overclaim* produk *skincare* secara keseluruhan di Indonesia. Sementara itu, penelitian ini difokuskan pada perlindungan hukum terhadap konsumen dari produk *skincare* yang melakukan *overclaim* di wilayah hukum Kota Lhokseumawe khususnya di

---

<sup>15</sup> Rani Nuraeni, Aris Prio Agus Santoso, & Rezi, Perlindungan Perlindungan Konsumen Terhadap Produk *Overclaim Skincare* di Indonesia, *Jurnal Inovasi Hukum*, Vol. 6, No. 1, Januari 2025, hlm. 584-613.

Kecamatan Banda Sakti, sehingga penelitian ini lebih menekankan pada analisis implementasi hukum, kendala yang dihadapi, dan upaya perlindungan konsumen secara lokal dan nyata di lapangan.

7. Rahmawanty *et al*, dalam penelitiannya tentang “Perlindungan Konsumen Terhadap *Overclaim* Produk *Skincare* di Era Digital: Tinjauan Etika Bisnis dan Hukum Positif”<sup>16</sup>. Hasil penelitian menemukan bahwa pelanggaran terhadap prinsip kejujuran dalam komunikasi pemasaran telah menjadi praktik umum yang merugikan konsumen dari segi informasi maupun keamanan produk. Ketidaktepatan isi klaim baik oleh produsen maupun *influencer* tidak hanya melanggar regulasi, tetapi juga mencerminkan kelalaian dalam memenuhi tanggung jawab moral terhadap publik. Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Rahmawanty *et al*, di mana dalam penelitiannya, Rahmawanty *et al*, menyoroti tentang praktik produk *overclaim* dalam industri *skincare* di era digital dan mengaitkannya dengan etika bisnis dan hukum positif. Sementara itu, penelitian ini lebih fokus pada perlindungan hukum terhadap konsumen dari produk *skincare* yang melakukan *overclaim* di wilayah hukum Kota Lhokseumawe khususnya di Kecamatan Banda Sakti, sehingga penelitian ini menekankan pada implementasi hukum, kendala yang dihadapi, dan upaya perlindungan konsumen secara lokal dan nyata di lapangan, bukan pada aspek digital atau etika bisnis secara luas.

---

<sup>16</sup> Rasmia Agustine Rahmawanty, Halimah Zahrah, Yolanda Maharani, & Aldi Misbahul Maad, Perlindungan Konsumen Terhadap *Overclaim* Produk *Skincare* di Era Digital: Tinjauan Etika Bisnis dan Hukum Positif, *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Vol. 1, No, 4, Juli 2025, hlm. 2201-2210.

## G. Sistematika Penulisan

Agar mempermudah dalam pembahasan atau penulisan skripsi tentang perlindungan hukum terhadap konsumen dari produk *overclaim skincare* di wilayah hukum Kota Lhokseumawe khususnya di Kecamatan Banda Sakti, maka penulis membaginya ke dalam beberapa bab. Sistematika penulisan ini dibagi dalam 5 (lima) bab, antara lain:

Bab I merupakan bab pendahuluan, di mana pada bab ini dikemukakan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisan. Hal ini bertujuan untuk memberikan gambaran awal dan pemahaman mendalam mengenai topik yang akan dibahas dalam penelitian yaitu perlindungan hukum terhadap konsumen dari produk *skincare* yang melakukan *overclaim*, sehingga pembaca dapat memahami konteks, fokus, serta arah penulisan yang akan diikuti dalam pembahasan berikutnya.

Bab II merupakan bab yang berisikan tentang tinjauan pustaka mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dari produk *overclaim skincare*. Pada bab ini dibahas teori-teori yang relevan seperti teori perlindungan konsumen, teori tentang konsumen yang mencakup hak dan kewajibannya, pelaku usaha yang mencakup hak dan kewajibannya, teori tentang *overclaim*, dan teori tentang *skincare*. Bab ini bertujuan untuk memberikan landasan teoritis dan pemahaman mendalam mengenai bagaimana hukum melindungi konsumen dari praktik *overclaim* dalam produk *skincare*.

Bab III merupakan bab yang berisikan metode penelitian yang menjelaskan tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, sifat penelitian, dan bentuk penelitian. Dalam bab ini juga dijelaskan lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta jadwal penelitian. Tujuannya adalah untuk memberikan panduan sistematis dalam melaksanakan penelitian dan memastikan bahwa proses serta hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Bab IV merupakan bab yang menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang berfokus pada bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dari produk *skincare* yang melakukan *overclaim* di wilayah hukum Kota Lhokseumawe khususnya di Kecamatan Banda Sakti, serta apa saja faktor yang menghambat pelaksanaan perlindungan hukum tersebut. Bab ini juga akan membahas realitas di lapangan dan mengaitkannya dengan teori serta ketentuan hukum yang berlaku.

Bab V merupakan bab penutup yang memuat kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan ringkasan dari keseluruhan hasil penelitian yang telah dilakukan, sedangkan saran berisi rekomendasi yang dapat menjadi masukan bagi pemerintah, pelaku usaha, maupun masyarakat agar pelaksanaan perlindungan hukum terhadap konsumen dapat berjalan efektif dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.