

Pelindungan Hukum Terhadap Konsumen dan Akuntabilitas Pelaku Usaha Produk *Skincare* Etiket Biru di Indonesia

Mutiara Hikmah^{1*}, Nooraini Dyah Rahmawati²

^{1,2} Fakultas Hukum, Universitas Cokroaminoto Yogyakarta, Indonesia.

Email: mutiarrahikmah11@gmail.com¹, ndrahmawati@ucy.ac.id²

Alamat: Jl. Perintis Kemerdekaan Jl. Gambiran, Pandeyan, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Indonesia 55161.

Korespondensi penulis: mutiarrahikmah11@gmail.com

Abstract. *The increasing trend in skincare usage, particularly whitening products, has led many business actors to market their products extensively without regard for legal compliance. One notable issue is the circulation of blue-label skincare products, which should only be provided with a doctor's prescription. The research employs a normative juridical method with a qualitative approach, utilizing interviews and literature study. The findings reveal that legal protection for consumers in the use of blue-label skincare products remains suboptimal. These products often contain active ingredients such as corticosteroids or antibiotics, which should only be used under a doctor's prescription and supervision. However, in practice, many business actors continue to sell them freely via online marketplaces and social media platforms. This not only violates BPOM regulations and health laws but also poses a direct threat to consumer safety. Furthermore, business accountability is still lacking, as evidenced by the insufficient transparency regarding product content, usage instructions, and distribution permits.*

Keywords: *Legal Protection, Consumers, Skincare, Blue Label, Accountability.*

Abstrak. Meningkatnya tren penggunaan *skincare*, khususnya produk pemutih, mendorong banyak pelaku usaha memasarkan produk secara masif tanpa memperhatikan aspek legalitas. Salah satunya adalah peredaran produk *skincare* beretiket biru yang seharusnya hanya diberikan berdasarkan resep dokter. Metode yang digunakan adalah yuridis normatif dengan pendekatan kualitatif, melalui wawancara dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen dalam penggunaan produk *skincare* beretiket biru masih belum optimal. Produk dengan kandungan bahan aktif seperti *kortikosteroid* atau antibiotik seharusnya hanya digunakan atas resep dan pengawasan dokter, namun pada praktiknya masih ditemukan pelaku usaha yang menjualnya secara bebas melalui *marketplace* dan media sosial. Hal ini tidak hanya melanggar ketentuan BPOM dan Undang-Undang Kesehatan, tetapi juga membahayakan konsumen secara langsung. Selain itu, akuntabilitas pelaku usaha masih rendah, ditandai dengan kurangnya informasi yang jujur terkait kandungan, cara pakai, dan izin edar produk.

Kata kunci: Perlindungan Hukum, Konsumen, *Skincare*, Etiket Biru, Akuntabilitas.

1. LATAR BELAKANG

Perawatan kulit memiliki manfaat yang meluas, tidak hanya untuk meningkatkan penampilan, namun juga mengatasi berbagai masalah kulit, mulai dari yang normal hingga yang sensitif. Bersamaan dengan meningkatnya permintaan akan produk ini, penggunaan *skincare* juga semakin meningkat. Ini membuka kesempatan yang luas bagi para pengusaha untuk memulai bisnis dengan bergabung dengan pabrik-pabrik kosmetik di Indonesia. Penyebab dari fenomena ini adalah semakin meningkatnya minat terhadap produk kosmetik,

terutama *skincare*, terutama di kalangan wanita yang berkeinginan untuk meningkatkan penampilannya agar terlihat lebih menarik dan memikat perhatian (Wasitaatmadja, 1997).

Banyaknya produk *skincare*, membuat pelaku usaha *skincare* pun beragam mulai dari dokter kecantikan, pengusaha, hingga banyak artis yang membuat produk *skincare* sendiri melalui kerja sama dengan pabrik *skincare* yang ada di Indonesia. Dalam hal ini menyebabkan mudahnya produk *skincare* didapatkan baik di klinik kecantikan, apotik, supermarket, bahkan di online shop. Jumlah masyarakat yang berminat menggunakan produk ini semakin meningkat, ini didasarkan agar penampilan fisik lebih terlihat menarik (Retno, 2007).

Karena banyaknya minat masyarakat pada produk *skincare* yang dapat membuat kulit putih, maka menyebabkan meningkatnya penjualan produk *skincare* beretiket biru yang ilegal tanpa persetujuan dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), berbagai upaya pelaku usaha *skincare* melakukan kecurangan agar produknya laris dipasaran, dengan cara memalsukan produk *skincare* yang beretiket biru, yang seolah-olah produk tersebut merupakan produk yang dikeluarkan oleh dokter kulit yang memiliki izin praktek. *Skincare* etiket biru adalah *skincare* racikan resep dokter yang hanya ditujukan untuk seseorang yang sudah berkonsultasi dengan dokter kulit dan menyesuaikan dengan kondisi kulit pasien itu sendiri.

Adanya kasus produk *skincare* beretiket biru yang dijual bebas di pasaran milik merek B, kasus yang melibatkan seorang dokter kecantikan ternama di Indonesia. *Skincare* etiket biru yang dibuat oleh dokter di perjual-belikan di toko online bahkan di toko kosmetik kecantikan dengan merek “Bening’s Clinic Skincare”. Pada saat ini para dokter kecantikan sudah menghimbau agar konsumen tidak tergiur untuk membeli produk *skincare* beretiket biru yang dijual bebas di pasaran. Adanya kasus ini mengakibatkan adanya beberapa aturan yang dilanggar yaitu, Pasal 196 dan 197 Undang-Undang (UU) Nomor 36 Tahun 2009 tentang kesehatan, namun ada perubahan terbaru mengenai Undang-Undang kesehatan yaitu, Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 Tentang Kesehatan, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen (UUPK), serta peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 16 Tahun 2024 tentang Persyaratan Keamanan dan Pengujian Mutu Kosmetik. Peran hukum sangatlah penting agar dapat memastikan perlindungan terhadap hak-hak konsumen dan mencegah supaya para pelaku usaha dapat bertanggung jawab tidak menyalahgunakan.

Oleh karena itu latar belakang tersebut menjadi suatu rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen *skincare* beretiket biru?
2. Bagaimana proses penegakan hukum di Indonesia terhadap akuntabilitas pelaku usaha produk *skincare* beretiket biru?

2. KAJIAN TEORITIS

A. Teori Perlindungan Hukum

Menurut Soerjono Soekanto, perlindungan hukum adalah segala tindakan yang dilakukan untuk melindungi hak-hak individu dan memberikan bantuan hukum untuk menciptakan rasa aman baik bagi saksi dan/atau pihak yang menjadi korban yang diwujudkan melalui pemberian restitusi, bantuan hukum dan kompensasi (Soerjono Soekanto, 1986).

Dengan adanya perlindungan hukum di Indonesia, konsumen memiliki landasan untuk menuntut hak-haknya sebagaimana yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Perlindungan terhadap konsumen mencakup seluruh ketentuan hukum yang mengatur hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha dalam aktivitas pemenuhan kebutuhan, serta mencakup berbagai upaya untuk memastikan adanya jaminan perlindungan hukum atas kepentingan konsumen (Zulham, 2013).

Dalam penelitian ini, teori perlindungan hukum digunakan untuk menganalisis perlindungan hukum dan tanggung jawab pelaku usaha yang memasarkan produk *skincare* beretiket biru yaitu, produk yang sudah memiliki izin edar dari BPOM dan hanya bisa digunakan dalam pengawasan tenaga kesehatan. Kasus yang diteliti, yakni yang melibatkan dr. Oky dari klinik benings, menjadi studi konkret tentang bagaimana perlindungan konsumen diuji ketika produk yang seharusnya hanya digunakan secara terbatas justru dipasarkan secara luas kepada masyarakat umum tanpa pengawasan medis yang memadai.

B. Teori Keadilan

Keadilan berasal dari kata “adil”, yang menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dimaknai sebagai sikap tidak memihak, tidak bertindak sewenang-wenang, dan bersikap netral. Secara esensial, keadilan berkaitan dengan pengambilan keputusan atau tindakan yang berlandaskan pada norma-norma objektif. Namun, keadilan bersifat

relatif karena persepsi tentang keadilan dapat berbeda antara satu individu dengan yang lain. Apa yang dirasa adil oleh seseorang belum tentu dianggap adil oleh orang lain. Oleh karena itu, ketika seseorang menyatakan bahwa tindakannya mencerminkan keadilan, tindakan tersebut harus selaras dengan nilai-nilai dan aturan yang diakui secara umum dalam masyarakat. Ukuran atau standar keadilan ini dapat berbeda-beda antar wilayah, karena setiap masyarakat memiliki definisi dan tolak ukur keadilan yang dibentuk berdasarkan nilai-nilai ketertiban umum yang dianutnya (Agus Santoso, 2014).

Pandangan Aristoteles mengenai keadilan dapat ditemukan dalam beberapa karya pentingnya, seperti *Nicomachean Ethics*, *Politics*, dan *Rhetoric*. Secara khusus, pembahasan mengenai keadilan dijelaskan secara mendalam dalam karya *Nicomachean Ethics*, di mana hampir seluruh isi buku tersebut difokuskan pada konsep keadilan. Dalam kerangka filsafat hukum Aristoteles, keadilan dipandang sebagai elemen yang paling esensial, karena menurutnya, hukum tidak dapat dipisahkan dari keadilan, hukum hanya dapat ditegakkan apabila memiliki keterkaitan langsung dengan prinsip-prinsip keadilan (Van Apeldoorn, 1996).

Salah satu pemikir besar Amerika pada akhir abad ke-20 yang banyak memberikan kontribusi terhadap wacana keadilan adalah John Rawls, melalui karya-karyanya yang monumental seperti *A Theory of Justice*, *Political Liberalism*, dan *The Law of Peoples*. Gagasan-gagasannya membawa pengaruh yang signifikan dalam perdebatan mengenai nilai-nilai keadilan di era modern. Rawls dikenal sebagai tokoh utama dari pendekatan liberal egalitarian dalam keadilan sosial. Ia berpendapat bahwa keadilan merupakan nilai moral tertinggi yang mendasari keberadaan dan legitimasi institusi sosial. Namun, menurutnya, pencapaian kebaikan secara kolektif dalam masyarakat tidak boleh mengorbankan atau mengabaikan rasa keadilan yang dimiliki oleh individu, terutama mereka yang berasal dari kelompok rentan atau terpinggirkan dalam sistem sosial (Maffettone, 2010).

C. Teori Akuntabilitas

Akuntabilitas berasal dari kata *accountability* yang berarti kewajiban untuk memberikan pertanggungjawaban atau keadaan yang butuh dipertanggungjawabkan. Menurut Mohammad Mahsun, akuntabilitas memiliki definisi yang dapat diinterpretasikan dalam dua ruang lingkup, yaitu secara luas dan secara sempit (Suhrawardi, 2000).

1. Secara luas, akuntabilitas dapat diartikan sebagai tanggung jawab dari pihak yang telah diberikan kepercayaan untuk menjelaskan, melaporkan, dan mempertanggungjawabkan seluruh aktivitas yang berada dalam kewenangannya kepada pihak yang memberikan kepercayaan tersebut.
2. Secara sempit, akuntabilitas merupakan bentuk pertanggungjawaban yang merujuk kepada pihak yang bertanggung jawab dan tujuan bagaimana suatu organisasi harus mempertanggungjawabkan tindakan mereka.

Berdasarkan berbagai pendapat yang ada, dapat disimpulkan bahwa akuntabilitas adalah kewajiban setiap individu atau kelompok dalam sebuah institusi untuk melaksanakan tanggung jawab yang telah diberikan kepada mereka (Sjamsidar, 2017).

- a) *Strict Liability* (Tanggung Jawab Mutlak) adalah konsep hukum yang mengandung makna bahwa individu atau entitas dapat dimintai pertanggungjawaban atas suatu kerugian atau kerusakan yang timbul, meskipun tidak diperlukan pembuktian mengenai adanya kesalahan atau kelalaian dari pihak yang bersangkutan. Dalam hal ini, cukup dengan membuktikan bahwa suatu tindakan atau aktivitas dilakukan dan mengakibatkan kerugian atau bahaya.
- b) *Vicarious Liability* (Tanggung Jawab Pengganti) adalah prinsip hukum yang menyatakan bahwa seseorang dapat dimintai pertanggungjawaban atas perbuatan atau kelalaian yang dilakukan oleh pihak lain, seseorang tetap dapat dimintai pertanggungjawaban meskipun ia tidak terlibat secara langsung dalam perbuatan tersebut.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis normatif, yakni pendekatan yang bertumpu pada penelaahan terhadap berbagai ketentuan hukum positif, literatur hukum, serta pandangan para ahli yang berkaitan dengan perlindungan konsumen. Pendekatan yang digunakan mencakup analisis konseptual dan pendekatan peraturan perundang-undangan, guna mengkaji legalitas dan bentuk tanggung jawab pelaku usaha atas peredaran produk *skincare* beretiket biru di Indonesia. Data yang dianalisis bersumber dari kajian kepustakaan, yang terdiri atas bahan hukum primer mencakup peraturan perundang-undangan dan ketentuan teknis yang berlaku, sedangkan bahan hukum sekunder terdiri dari literatur ilmiah, seperti buku

akademik dan artikel jurnal. Adapun bahan hukum tersier meliputi referensi pendukung seperti kamus hukum dan ensiklopedia hukum.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Bentuk Perlindungan Hukum yang diberikan kepada Konsumen Skincare Beretiket Biru

Produk *skincare* beretiket biru merupakan jenis kosmetik yang mengandung zat aktif tertentu dan seharusnya hanya digunakan dengan pengawasan medis. Dalam praktiknya, tidak sedikit pelaku usaha yang mendistribusikan produk ini secara bebas, bahkan melalui platform daring, tanpa memperhatikan ketentuan hukum yang berlaku. Kondisi ini menimbulkan potensi kerugian bagi konsumen baik dari aspek kesehatan maupun aspek hukum.

Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam konteks ini tercermin dari sinergi antara regulasi yang ditetapkan melalui Undang-Undang, serta peran aktif dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) sebagai lembaga teknis yang memiliki mandat pengawasan terhadap peredaran kosmetik dan obat (Ahmadi, 2004).

1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)
Undang-Undang ini memberikan dasar perlindungan bagi konsumen secara umum, termasuk pengguna *skincare* beretiket biru. Bentuk perlindungan yang diberikan mencakup:

- a. Hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar dan jelas tentang produk (Pasal 4 huruf c).
- b. Kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang jujur dan tidak menyesatkan (Pasal 7 huruf b).

dalam hal ini, BPOM bertugas untuk menjamin kepatuhan pelaku usaha terhadap kewajiban tersebut melalui sistem pengawasan pre-market (penilaian produk sebelum diedarkan) dan post-market (pengawasan produk yang sudah beredar). Namun, dalam praktiknya, BPOM menghadapi tantangan serius dalam mengawasi distribusi produk melalui platform daring yang jumlahnya sangat masif dan cepat berubah.

2. Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan

Undang-Undang ini mempertegas posisi hukum produk *skincare* beretiket biru sebagai bagian dari sediaan farmasi tertentu yang memerlukan izin edar, standar mutu, dan distribusi terbatas. Pasal-pasal yang relevan antara lain:

- a. Pasal 290 ayat (1): setiap orang yang memproduksi atau mengedarkan sediaan farmasi harus memenuhi syarat keamanan, mutu, dan manfaat.
- b. Pasal 294 ayat (1): setiap produk wajib memiliki izin edar dari pemerintah pusat.
- c. Pasal 437: pelanggaran terhadap ketentuan tersebut dikenai sanksi pidana hingga 10 tahun penjara dan denda Rp2 miliar.

BPOM memiliki otoritas langsung dalam penerbitan izin edar dan melakukan penindakan terhadap pelanggaran, termasuk penarikan produk, penghentian iklan, dan pelaporan pelanggaran hukum kepada aparat penegak hukum. Melalui sistem *e-catalogue* dan notifikasi kosmetik, BPOM mencoba mendorong transparansi produk yang beredar di pasaran. Namun, keterbatasan sumber daya dan lemahnya koordinasi lintas sektor masih menjadi hambatan dalam menindak pelaku usaha yang menyalahgunakan klasifikasi etiket biru untuk tujuan komersial.

B. Proses Penegakan Hukum di Indonesia terhadap Akuntabilitas Pelaku Usaha Produk *Skincare* Etiket Biru

Dalam praktik distribusi produk *skincare* beretiket biru di Indonesia, ditemukan berbagai pelanggaran serius yang menuntut perhatian hukum dan etika. Produk-produk ini umumnya merupakan sediaan farmasi hasil racikan tenaga medis atau klinik kecantikan yang seharusnya hanya digunakan berdasarkan resep dan pengawasan dokter. Namun, realitas di lapangan menunjukkan tingginya peredaran produk tersebut tanpa izin edar dari BPOM menunjukkan bahwa produk belum melalui tahapan evaluasi resmi yang mencakup aspek keamanan, kualitas, dan efektivitasnya.

Peredaran bebas tanpa pengawasan semacam ini melanggar peraturan perundang-undangan dan menempatkan konsumen pada risiko yang tinggi. Pelanggaran lainnya juga terlihat dari promosi menyesatkan yang dilakukan oleh pelaku usaha yang memasarkan produk etiket biru tanpa izin edar atau menjualnya melalui saluran tidak resmi, seperti platform daring tanpa pengawasan, dapat dianggap melanggar ketentuan hukum yang berlaku. Secara normatif, pelaku usaha dapat dikenai sanksi berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Pelindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan. Berdasarkan Pasal 62 UUPK, pelaku usaha yang melanggar kewajiban untuk memberikan informasi yang benar dan tidak menyesatkan kepada konsumen dapat dikenai sanksi pidana administratif (Rahmawati, 2014). Sementara itu, Undang-

Undang Kesehatan Tahun 2023 pada Pasal 290 dan Pasal 294 mengatur bahwa setiap produk kesehatan dan kosmetik wajib memenuhi standar keamanan, manfaat, dan mutu, serta harus memiliki izin edar resmi dari pemerintah.

Apabila terjadi pelanggaran terhadap ketentuan tersebut, pasal 437 mengatur ancaman pidana berupa hukuman penjara paling lama 10 tahun dan denda paling banyak Rp2 miliar. Penegakan hukum dilakukan melalui pengawasan oleh BPOM yang memiliki wewenang menindak pelaku usaha melalui pencabutan izin, penarikan produk, pembekuan usaha, hingga pelaporan ke aparat penegak hukum. Selain hukum positif, prinsip akuntabilitas pelaku usaha juga harus berpijak pada nilai-nilai etik yang tercermin dalam Kode Etik Kedokteran Indonesia (KODEKI). KODEKI menekankan pentingnya tanggung jawab pelaku usaha dalam menjaga kejujuran, transparansi, dan perlindungan terhadap hak konsumen. Pelaku usaha dituntut untuk tidak menyalahgunakan kepercayaan publik, tidak memasarkan produk yang berpotensi membahayakan, dan wajib mengutamakan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pelaksanaan perlindungan hukum bagi konsumen produk *skincare* beretiket biru di Indonesia dinilai belum terlaksana secara optimal. Walaupun telah terdapat landasan hukum, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta peraturan yang dikeluarkan oleh BPOM, pada praktiknya masih ditemukan banyak pelaku usaha yang menjual produk tanpa izin edar resmi dan tidak mencantumkan informasi bahan maupun risiko penggunaan. Hal ini menyebabkan konsumen berada dalam posisi yang tidak aman dan berpotensi dirugikan. Selain itu, tingkat akuntabilitas pelaku usaha juga masih rendah. Banyak yang pelaku yang tidak menjalankan kewajiban tanggung jawab terhadap konsumen ketika terjadi dampak negatif akibat penggunaan produk. Penegakan hukum dilakukan selama ini cenderung bersifat reaktif, bukan preventif, sehingga belum mampu menciptakan sistem perlindungan yang menyeluruh dan berkelanjutan bagi konsumen.

Penulis memberikan saran perlunya pemerintah, melalui BPOM dan instansi terkait, diharapkan dapat memperkuat sistem pengawasan distribusi produk *skincare*, baik secara online maupun offline. Selain itu, penyuluhan kepada masyarakat mengenai bahaya penggunaan produk tanpa izin serta pentingnya memperhatikan aspek legalitas harus lebih sering dilakukan secara berkelanjutan. Selain itu, penegak hukum harus menerapkan tindakan tegas perlu diberikan kepada pelaku usaha yang terbukti melanggar ketentuan hukum dalam

distribusi produk *skincare*. Penerapan prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) menjadi krusial untuk menjamin bahwa pelaku usaha tidak dapat melepaskan diri dari kewajiban hukum yang seharusnya mereka pikul, serta memperkuat efek jera melalui sanksi yang jelas dan transparan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, M., & Sutarman, Y. (2004). *Hukum perlindungan konsumen*. PT Raja Grafindo Persada.
- Barkatullah, A. H. (2008). *Hukum perlindungan konsumen: Kajian teoritis dan perkembangan pemikiran*. FH Unlam Press.
- Budiarti, L. P., & Putra, A. (2016). Tanggung jawab pelaku usaha terhadap kosmetik yang tidak disertai dengan kejelasan label produk Denpasar. *Jurnal Kertha Semaya*, 4(3).
- Hadjon, M., & Philipus. (1987). *Perlindungan hukum bagi rakyat di Indonesia*. PT Bina Ilmu.
- Kansil, C. S. T. (1989). *Pengantar ilmu hukum dan tata hukum Indonesia*. Balai Pustaka.
- Kristiyanti, C. T. S. (2008). *Hukum perlindungan konsumen*. PT Sinar Grafika.
- Lastini. (2016). Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Lex Privatum*, 4(6).
- Marchvinn, J., & Sudiro, A. (2024). Perlindungan hukum terhadap korban skincare etiket biru yang dijual di e-commerce berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. *Jurnal Universitas Tarumanagara*, 5(1).
- Mertokusumo, S. (1999). *Mengenal hukum: Suatu pengantar*. Liberty.
- Muliyawan, D., & Suriana, N. (2013). *A-Z tentang kosmetik*. PT Elex Media Komputindo.
- Pratiwi, N. (2019). Perlindungan hukum bagi konsumen terhadap produk kosmetik impor tanpa izin edar yang dijual secara online. *Jurnal Ilmu Hukum Kertha Semaya*, 7(5).
- Putri, L. P. D. (2018). Perlindungan hukum terhadap konsumen terkait produk kosmetik tanpa komposisi bahan. *Jurnal Hukum Adigama*, 6(10).
- Rahmawati, I. N., & Lubis, R. (2014). *Win-win solution sengketa konsumen*. Medprees Digital.
- Retno, I., Trianggono, & Latifah, F. (2007). *Buku pegangan ilmu pengetahuan kosmetik*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Shidarta. (2000). *Perlindungan Konsumen Indonesia*. Grasindo.
- Siahaan, N. H. T. (2005). *Hukum konsumen: Perlindungan konsumen dan tanggung jawab produk*. Penerbit Panta Rei.
- Susanto, H. (2008). *Hak-hak konsumen jika dirugikan*. Visimedia Pustaka.

- Sutedi, A. (2008). *Tanggung jawab produk dalam hukum perlindungan konsumen*. Ghalia Indonesia.
- Wasitaatmadja, S. M. (1997). *Penuntun ilmu kosmetik medik*. Universitas Indonesia.
- Widjaja, G., & Yani, A. (2003). *Hukum tentang perlindungan konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.
- Zakiah. (2023). Perlindungan hukum bagi konsumen terhadap penjualan skincare yang tidak memiliki izin resmi di media sosial. *Jurnal Alauddin Law Development Journal (ALDEV)*, 5(1).