

## *Consumer Protection Education: Preventive Measures Against Online Transaction Problems for Students of SMAN 8 Pinrang*

### **Edukasi Perlindungan Konsumen: Upaya Preventif terhadap Permasalahan Transaksi Online bagi Siswa SMAN 8 Pinrang**

**Amaliyah Amaliyah<sup>1</sup>, Aulia Rifai<sup>2</sup>, Marwah Marwah<sup>3</sup>, Andi Kurniawati<sup>4</sup>, Muhammad Aswan<sup>5</sup>,  
Khulaifi Hamdani<sup>6</sup>, Ahkamul Ihkam Mada<sup>7</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup>Universitas Hasanuddin

E-mail: [amaliyah@unhas.ac.id](mailto:amaliyah@unhas.ac.id)<sup>1</sup>, [aularifai73@yahoo.com](mailto:aularifai73@yahoo.com)<sup>2</sup>, [marwah@unhas.ac.id](mailto:marwah@unhas.ac.id)<sup>3</sup>,  
[kurniawatiandi@unhas.ac.id](mailto:kurniawatiandi@unhas.ac.id)<sup>4</sup>, [aswan.unhas@gmail.com](mailto:aswan.unhas@gmail.com)<sup>5</sup>, [hamdanik20b@student.unhas.ac.id](mailto:hamdanik20b@student.unhas.ac.id)<sup>6</sup>,  
[ahkamulihkammada@proton.me](mailto:ahkamulihkammada@proton.me)<sup>7</sup>

#### **Abstract**

*As a country with a high number of internet users, online activities such as shopping have become a trend among students. However, these transactions are often accompanied by legal issues, such as receiving items that do not match the description, delayed deliveries, defective products, and uncertainties regarding returns. These problems result in losses for buyers, mainly due to their lack of understanding of consumer rights and business obligations. To address these challenges, this community service activity was conducted with the aim of enhancing students' understanding of consumer rights in online transactions, as well as their knowledge of the obligations and restrictions for business actors, in order to minimize both material and immaterial losses. This community service was carried out at SMAN 8 Pinrang using a double blended method, combining quantitative and qualitative approaches through three stages of counseling: pre-test, material presentation, and post-test. During the counseling sessions, students were provided with explanations regarding consumer rights and legal protections in online transactions. The results showed a high level of enthusiasm from participants, as well as a significant increase in their understanding of consumer rights and business obligations after the activity. Based on the post-test results, students' understanding of consumer rights increased from 0% to 100%, and all participants were also able to understand the restrictions that business actors must follow. The implications of this activity demonstrate that consumer protection legal education is effective in raising students' legal awareness and equipping them with the ability to address online transaction issues more critically and responsibly.*

**Keywords:** Education, Consumer Protection, Online Transactions.

#### **Abstrak**

*Sebagai negara dengan populasi pengguna internet yang tinggi, aktivitas online, seperti berbelanja, menjadi tren di kalangan pelajar. Namun, seringkali transaksi tersebut diiringi dengan permasalahan hukum, seperti barang yang diterima tidak sesuai, keterlambatan pengiriman, produk cacat, dan ketidakpastian pengembalian barang. Permasalahan ini menyebabkan kerugian bagi pembeli, terutama karena kurangnya pemahaman mereka terhadap hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha. Untuk menjawab tantangan ini, kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman pelajar terkait hak-hak konsumen dalam transaksi online serta kewajiban dan larangan bagi pelaku usaha, sehingga dapat meminimalisir kerugian materiil dan immateriil yang sering terjadi. Pengabdian ini dilaksanakan di SMAN 8 Pinrang dengan menggunakan metode double blended, yaitu pendekatan kuantitatif dan kualitatif yang diterapkan melalui tiga tahap penyuluhan: pre-test, penyampaian materi, dan post-test. Dalam penyuluhan ini, siswa diberikan penjelasan mengenai hak-hak konsumen dan perlindungan hukum terkait transaksi online. Hasil kegiatan menunjukkan antusiasme yang tinggi dari peserta, serta peningkatan yang signifikan dalam pemahaman mereka terkait hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha setelah kegiatan. Berdasarkan hasil post-test, pemahaman siswa tentang hak-hak konsumen meningkat dari 0% menjadi 100%, dan seluruh peserta juga mampu memahami larangan-larangan yang harus dihindari oleh pelaku usaha. Implikasi dari kegiatan ini menunjukkan bahwa edukasi hukum perlindungan konsumen efektif dalam meningkatkan kesadaran hukum pelajar dan memberikan mereka kemampuan untuk menghadapi permasalahan transaksi online secara lebih kritis dan bertanggung jawab.*

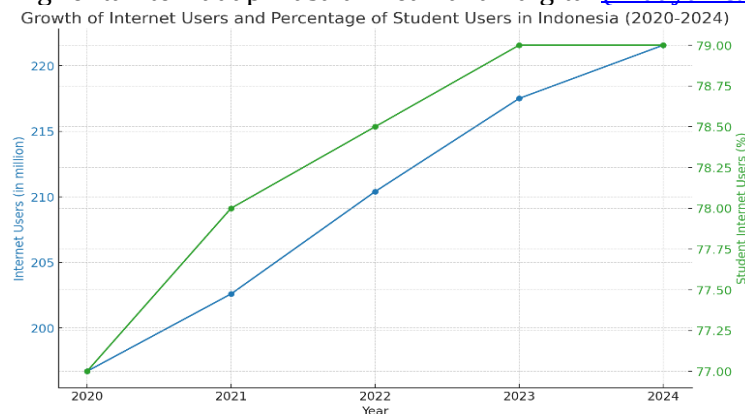
**Kata kunci:** Edukasi; Perlindungan Konsumen; Transaksi Online.

## 1. PENDAHULUAN

Perubahan pola konsumsi masyarakat, terutama dalam transaksi jual beli, telah dipengaruhi secara signifikan oleh perkembangan teknologi informasi. Transaksi yang sebelumnya dilakukan secara tatap muka kini beralih ke platform digital melalui internet. Marketplace seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Lazada menjadi sarana utama yang mempertemukan penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi secara daring tanpa harus bertemu langsung (Bidari, 2022). Proses jual beli melalui internet memungkinkan konsumen dan pelaku usaha untuk melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja, memberikan kemudahan yang tidak tersedia dalam transaksi konvensional (Nasution dkk., 2022).

Namun, di balik kemudahan ini, terdapat risiko yang harus dihadapi oleh konsumen. Penipuan online, ketidakcocokan produk, keterlambatan pengiriman, dan risiko keamanan data pribadi adalah beberapa masalah yang sering dihadapi konsumen dalam transaksi online (Sastika, 2023). Hal ini menempatkan konsumen, terutama kelompok rentan seperti pelajar, pada posisi yang lemah. Pelajar, sebagai pengguna aktif internet, sering kali kurang memahami hak-hak mereka sebagai konsumen dan kewajiban pelaku usaha (Hidayah & Witasari, 2022).

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada Februari 2024, terdapat 221,56 juta penduduk Indonesia yang aktif menggunakan internet dari total populasi 274,9 juta jiwa. Dari jumlah tersebut, sebanyak 79% pengguna internet adalah pelajar, yang menempatkan mereka sebagai salah satu kelompok pengguna internet terbesar (Budiastuti, 2022). Ini menunjukkan bahwa pelajar memiliki keterlibatan tinggi dalam perkembangan teknologi digital dan transaksi online, namun mereka juga menjadi kelompok yang paling rentan terhadap masalah keamanan digital (Hidayah & Witasari, 2022).

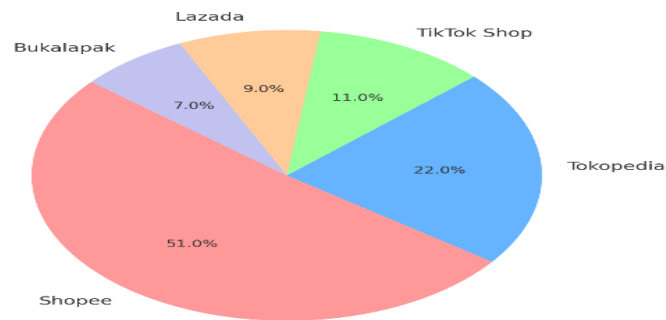


Gambar 1. Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia

Transformasi jual beli yang terjadi di Indonesia tidak hanya mencakup perubahan dalam perilaku konsumen, tetapi juga berdampak pada peraturan hukum terkait transaksi online. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan dasar hukum bagi konsumen untuk melindungi hak-hak mereka dalam transaksi online (Abustan, 2023). Selain itu, perubahan perilaku konsumen yang sangat bergantung pada internet dan dampak pandemi Covid-19 terhadap mobilitas manusia telah mempengaruhi beberapa ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) (Kabupaten Pinrang, 2024)

Survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center pada tahun 2023 menunjukkan bahwa 51% pengguna internet di Indonesia melakukan transaksi melalui Shopee, 22% melalui Tokopedia, 11% melalui TikTok Shop, 9% melalui Lazada, dan 7% melalui Bukalapak (Setyowati, 2023). Shopee, sebagai platform jual beli yang berfokus pada penggunaan aplikasi mobile, telah memudahkan konsumen untuk berbelanja kapan saja dan di mana saja hanya dengan menggunakan ponsel mereka (Nasution dkk., 2022). Visualisasi data di bawah ini menunjukkan distribusi transaksi berdasarkan platform pada tahun 2023.

Percentage of Online Transactions by Platform (2023)

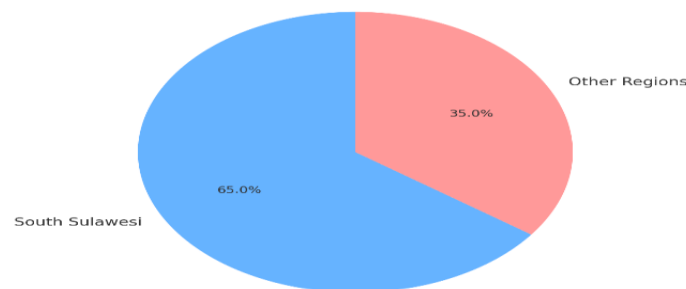


Gambar 2. Presentasi Pengguna Marketplace

Salah satu keunggulan utama dari transaksi online adalah kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan kepada konsumen. Namun, kemudahan ini diiringi dengan berbagai risiko, termasuk risiko keamanan data pribadi dan penipuan (Sastika, 2023). Penelitian oleh Mawardin dkk. (2023) menunjukkan bahwa konsumen sering kali berada pada posisi yang lemah dalam transaksi online karena kurangnya pemahaman tentang hak-hak mereka sebagai konsumen. Hal ini menegaskan pentingnya edukasi konsumen, terutama di kalangan pelajar, untuk meningkatkan kesadaran mereka tentang hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha dalam transaksi online (Mawardin dkk., 2023).

Kabupaten Pinrang, sebagai salah satu wilayah dengan aktivitas ekonomi digital yang tinggi, telah membentuk Tim Percepatan dan Perluasan Digitalisasi Daerah (TP2DD). Sulawesi Selatan, termasuk Kabupaten Pinrang, menjadi provinsi yang memiliki penetrasi pengguna internet tinggi, dengan 65% dari total populasi menggunakan internet pada tahun 2020 (Kabupaten Pinrang, 2024). Aktivitas ekonomi digital yang berkembang pesat di Kabupaten Pinrang menciptakan peluang dan tantangan bagi konsumen, terutama pelajar, dalam beradaptasi dengan transaksi digital.

Internet Penetration in South Sulawesi (2020)



Gambar 3. Penetrasi Pengguna Internet di Sulawesi Selatan

Pelajar di SMAN 8 Pinrang, dengan jumlah siswa sekitar 938 orang, merupakan kelompok yang aktif dalam penggunaan internet dan sering terlibat dalam transaksi online. Banyak dari mereka merasa senang dengan berbagai diskon dan promo yang ditawarkan oleh marketplace, tetapi ada juga yang merasa tertipu karena barang yang diterima tidak sesuai dengan yang diiklankan (Lasatu dkk., 2023). Fenomena ini menunjukkan perlunya edukasi hukum yang mendalam terkait perlindungan konsumen bagi siswa SMAN 8 Pinrang agar mereka dapat lebih bijak dan cerdas dalam bertransaksi online.

Kesadaran pelajar terhadap hak-hak konsumen menjadi hal yang sangat krusial di era digital ini, terutama karena mereka merupakan kelompok yang rentan terhadap penipuan online dan kurangnya transparansi dalam transaksi daring. Perlu diketahui, bahwa menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang jujur dan benar, serta berhak atas keamanan dan kenyamanan

dalam menggunakan barang atau jasa (Sharon, 2024). Oleh karena itu, penting untuk membekali pelajar, seperti siswa SMAN 8 Pinrang, dengan pengetahuan tentang hak-hak konsumen dan bagaimana mereka dapat melindungi diri dalam ekosistem digital yang semakin kompleks ini.

Pelaku usaha juga memiliki tanggung jawab besar dalam memastikan bahwa produk dan jasa yang mereka tawarkan sesuai dengan ketentuan hukum. Berdasarkan Pasal 8 hingga 17 dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha dilarang untuk memproduksi barang atau jasa yang tidak memenuhi standar kualitas atau tidak sesuai dengan klaim yang diiklankan. Mereka juga wajib memberikan ganti rugi atau kompensasi jika produk yang diberikan tidak sesuai dengan perjanjian (Sharon & Kusumadewi, 2022). Pelajar yang aktif bertransaksi online, terutama melalui platform seperti Shopee dan Tokopedia, perlu memahami hak mereka untuk mendapatkan kompensasi jika terjadi pelanggaran seperti ini ([Hidayah & Witasari, 2022](#)).

Fenomena marketplace yang berkembang di Indonesia juga menghadirkan tantangan baru terkait keamanan data pribadi. Penelitian Sastika (2023) menyoroti bahwa salah satu risiko terbesar dari transaksi online adalah potensi penyalahgunaan data pribadi konsumen. Dalam hal ini, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) juga memberikan perlindungan bagi konsumen terkait keamanan data pribadi mereka. Namun, kurangnya pengetahuan di kalangan pelajar sering kali membuat mereka menjadi sasaran empuk bagi pelaku penipuan online yang memanfaatkan celah dalam perlindungan data tersebut ([Sastika, 2023](#)).

Edukasi terkait hak-hak konsumen di kalangan pelajar SMAN 8 Pinrang dapat menjadi langkah awal yang efektif dalam membangun kesadaran akan pentingnya perlindungan konsumen. Dengan memberikan pemahaman mendalam tentang risiko yang mungkin mereka hadapi, siswa akan lebih mampu untuk mengambil keputusan yang bijak saat bertransaksi online. Selain itu, edukasi ini juga akan membekali mereka dengan pengetahuan untuk mengidentifikasi praktik bisnis yang curang dan memanfaatkan alat-alat hukum yang tersedia untuk melindungi diri mereka ([Mawardin dkk., 2023](#)).

Di masa depan, peningkatan literasi digital dan perlindungan konsumen di kalangan pelajar akan membantu menciptakan generasi konsumen yang lebih kritis, cerdas, dan mandiri. Dengan begitu, mereka tidak hanya dapat menghindari risiko-risiko dalam transaksi online, tetapi juga dapat berperan aktif dalam menegakkan hak-hak mereka sebagai konsumen yang dilindungi oleh hukum ([Lasatu dkk., 2023](#)).

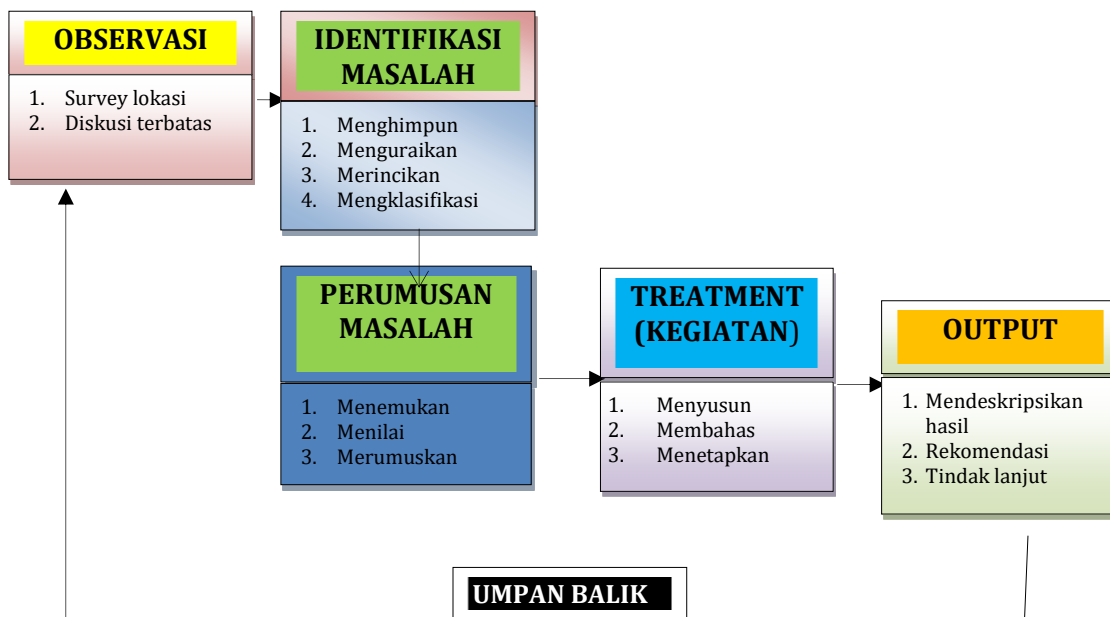
## 2. METODE

Metode yang digunakan adalah *double blended* yang berfokus pada desiminasi informasi sebagai metode kunci dengan tujuan penyebaran informasi kepada khalayak ramai. Proses ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, pemahaman, dan kesadaran siswa SMAN 8 Pinrang tentang hak-hak yang dimiliki serta model perlindungan konsumen dalam hukum positif di Indonesia. Adapun tahapan dalam pelaksanaan pengabdian, antara lain:

1. Tahap persiapan diawali dengan observasi di SMAN 8 Pinrang untuk memastikan kesiapan peserta, sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan. Setelah itu melakukan diskusi dengan kepala sekolah dan beberapa guru terkait permasalahan yang akan dibahas serta mengenai metode yang tepat digunakan dalam mengidentifikasi masalah, khususnya berbelanja *online* yang sering dilakukan dikalangan remaja. Selanjutnya mengidentifikasi masalah dengan menghimpun, menguraikan, merincikan dan mengklasifikasi permasalahan sehingga dapat dilakukan perumusan masalah yang tepat untuk materi edukasi.
2. Tahap pelaksanaan diawali dengan melakukan *pre-test* untuk mengukur pemahaman awal siswa terhadap hak konsumen dalam melakukan transaksi online. Kemudian dilanjutkan dengan materi edukasi perlindungan konsumen yang dilakukan secara interaktif oleh 2 (dua) pemateri di bidang hukum ekonomi dan praktisi yang diakhiri dengan sesi tanya jawab.
3. Tahap evaluasi dilakukan dengan memberikan *post-test* kepada peserta untuk menilai sejauhmana keberhasilan pemahaman setelah penyampaian materi. Hasil *post test* akan dideskripsikan untuk memberikan rekomendasi. Secara keseluruhan indikator keberhasilan

dilihat dari ketepatan peserta dalam mengisi post-test.

Berikut bagan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat:



Gambar 4. Kerangka Pemecahan Masalah

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan edukasi hukum perlindungan konsumen dalam transaksi *online* bagi siswa SMAN 8 Pinrang dilaksanakan pada hari Kamis 7 Maret 2024. Kegiatan dimulai dengan pengisian *pre-test* untuk mengukur pemahaman siswa mengenai hak konsumen dalam transaksi *online*, hukum perlindungan konsumen, dan masalah yang pernah dialami siswa saat berbelanja *online*. Peserta diikuti sebanyak 50 orang yang merupakan siswa Kelas XI dan XII baik dari penjurusan IPA dan IPS dengan indikator aktif melakukan belanja *online*. Terdapat temuan yang menarik setelah pengisian *pre-test* atas masalah dan pemahaman yang dialami oleh peserta, sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Pre-Test

No.	Pertanyaan	Pilihan	
		Ya	Tidak
1.	Apakah anda melakukan komplain kepada pelaku usaha apabila merasa dirugikan dalam berbelanja <i>online</i> ?	40%	60%
2.	Apakah anda mengetahui aturan mengenai perlindungan konsumen dalam berbelanja <i>online</i> ?	0%	100%
3.	Apakah anda mengetahui terdapat Lembaga yang melakukan pengawasan terkait berbelanja <i>online</i> ?	0%	100%
4.	Apakah anda mengetahui hak-hak yang dimiliki konsumen?	0%	100%

No.	Pertanyaan	Pilihan	
		Ya	Tidak
5.	Apakah anda mengetahui larangan yang tidak boleh dilakukan oleh pelaku usaha?	0%	100%
6.	Apakah anda mengetahui kewajiban pelaku usaha?	0%	100%
7.	Apakah anda mengetahui kewajiban konsumen?	20%	80%

Sumber: Hasil Pre-Test, 2024.

Berdasarkan hasil *pre-test* di atas, maka diketahui bahwa tingkat pemahaman siswa SMAN 8 Pinrang dalam melakukan belanja *online* sangat minim. Mereka tidak mengetahui adanya aturan mengenai perlindungan konsumen dalam bertransaksi online, hak konsumen, kewajiban dan larangan bagi pelaku usaha, dan lembaga yang mengawasi saat melakukan belanja *online*. Hanya terdapat 20% siswa yang mengetahui kewajibannya sebagai konsumen dan 40% siswa yang melakukan komplain kepada pelaku usaha apabila mendapatkan kerugian saat berbelanja *online*.

Setelah memperoleh informasi tersebut, dilanjutkan kembali dengan mengidentifikasi jenis permasalahan yang sering dihadapi ketika berbelanja online. Berikut hasil temuan yang diperoleh, yaitu:

Tabel 2. Permasalahan Siswa dalam Transaksi *Online*

No.	Indikator	Satuan	Prentase
1	Barang tidak sesuai pesanan	Transaksi	80%
2	Barang rusak	Persen	40%
3	Keterlambatan pengiriman	Orang	92%

Sumber : Data Primer, 2024.

Terdapat tiga permasalahan utama yang sering dialami oleh siswa SMAN 8 Pinrang ketika berbelanja *online*, yaitu barang yang dibeli tidak sesuai dengan pesanan, keterlambatan pengiriman, dan barang yang diterima dalam keadaan rusak. Saat menghadapi permasalahan tersebut hanya sebagian kecil yang melakukan komplain dengan mengirimkan pesan kepada akun penjual sedangkan selebihnya hanya menerima kerugian tersebut karena ketidaktahuan aturan dan perlindungan hukum yang dimiliki oleh konsumen sebagai pembeli.

Berdasarkan hasil pengisian *pre-test* terdapat koherensi antara permasalahan yang dihadapi dengan tingkat pemahaman siswa terhadap hak-hak yang dimilikinya sebagai konsumen. Salah satu Solusi yang diberikan untuk memberikan jawaban atas permasalahan yang dihadapi oleh siswa dengan melakukan edukasi perlindungan konsumen kepada siswa SMAN 8 Pinrang dengan memberikan materi yang berkaitan langsung terhadap pemecahan permasalahan dan bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam hukum positif.

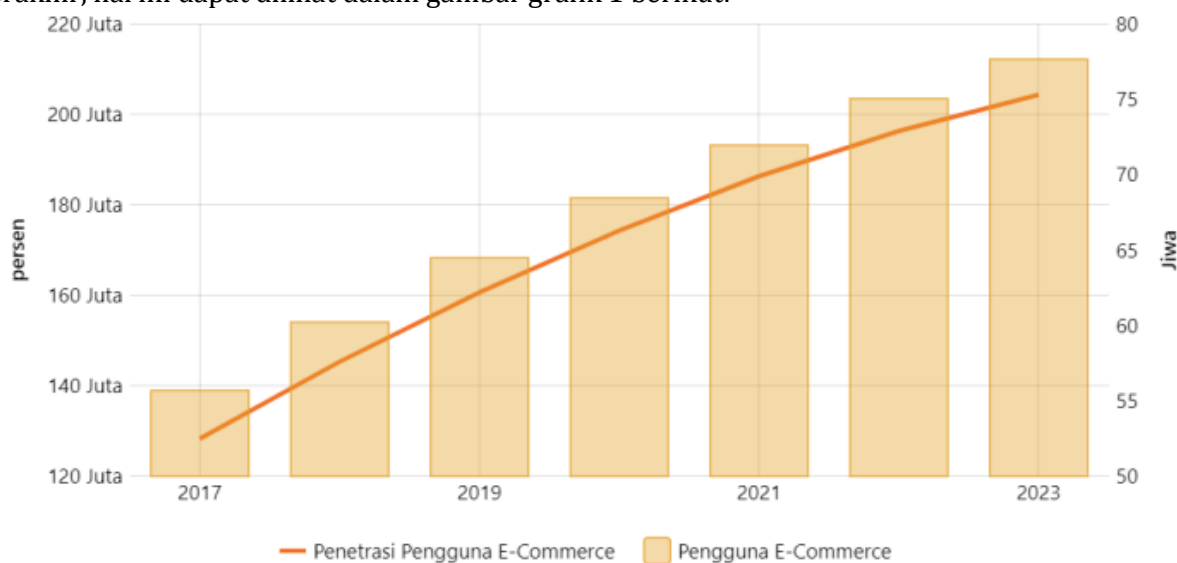
Materi disampaikan oleh Andi Suci Wahyuni, S.H., M.Kn sebagai salah satu akademisi di Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin dengan konsentrasi utama hukum ekonomi yang memberikan pemahaman tentang ruang lingkup transaksi *online* dan perlindungan hukum bagi konsumen. Selanjutnya materi terkait upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen jika mengalami kerugian disampaikan oleh Dr. Muhammad Irwan, S.H.,M.H. sebagai praktisi yang menjelaskan terkait upaya represif yang dapat ditempuh apabila mengalami kerugian setelah berbelanja *online*.

Penyampaian edukasi dilakukan dengan metode yang mudah dipahami oleh siswa dengan diawali pengantar terkait perubahan moda transaksi oleh umat manusia. Awalnya umat manusia



memulai transaksi dengan model konvensional, yakni barter atau pertukaran barang dengan barang yang sesuai kebutuhan masing-masing, kemudian beralih pada masa urban dengan melakukan transaksi menggunakan alat tukar uang, selanjutnya hadirnya toko, retail, pasar, dan supermarket sebagai media bertemunya penjual dan pembeli untuk berbelanja. Kemudian saat ini dengan kemajuan teknologi menghadirkan media internet yang menciptakan pasar dalam dunia digital melalui *e-commerce*, transaksi dilakukan secara digital dan tidak mempertemukan langsung antara penjual dan pembeli. Transaksi dapat dilakukan secara instan dan praktis antara penjual dan pembeli melalui media internet.

Pada tahun 2014 nilai *e-commerce* Indonesia mencapai USD 12 Miliar dan di tahun 2020 *Head of Business Policy and Regulation* Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) mengungkapkan bahwa pemerintah memiliki target nilai transaksi *e-commerce* mencapai USD 130 miliar. Pemateri juga menyampaikan tingginya penggunaan *e-commerce* dalam tujuh tahun terakhir, hal ini dapat dilihat dalam gambar grafik 1 berikut:



Gambar 5. Pengguna dan Tingkat Penetrasi *E-Commerce* di Indonesia Tahun 2017-2023

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa setiap tahun terjadi peningkatan dalam penggunaan *e-commerce* di Indonesia. Telah terjadi peningkatan sejak tahun 2017 sampai tahun 2023 terhadap pengguna *e-commerce*. Para peserta juga menyampaikan bahwa beberapa alasan mereka memilih transaksi *online* dalam membeli produk dan jasa, yaitu aksesibilitas konsumen terhadap produk, variatifnya produk dan jasa, kejelasan waktu penerimaan, serta pembayaran yang mudah. Namun dibalik itu, pemateri menyampaikan potensi ancaman yang dapat merugikan pengguna *marketplace*, antara lain:

1. Diskon yang tidak sesuai dengan realita;
2. Keaslian produk;
3. Kualitas barang yang tidak sesuai dengan deskripsi produk; dan
4. Kebocoran dan penyalahgunaan data pribadi.

Pemateri menyampaikan bahwa berbagai potensi masalah yang terjadi diatur dalam hukum perlindungan konsumen yang akan memberikan kepastian hukum untuk menyelesaikan masalah tersebut. Secara hukum transaksi online dikenal dengan istilah sistem jual beli secara *online* bentuk Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) yang diatur di dalam Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP 80/2019). PMSE adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik. Marketplace merupakan salah satu jenis dari PMSE.

Setelah menyampaikan serangkaian peraturan yang mengatur terkait transaksi online, pemateri juga menjabarkan secara sistematis Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen untuk memberikan pemahaman atas adanya jaminan kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen, serta pengaturan hak dan kewajiban pelaku

usaha dan konsumen. Berikut tabel hak dan kewajiban yang dimiliki oleh konsumen dan pelaku usaha:

Tabel 3. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha

Jenis	Uraian
Hak Konsumen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;</li> <li>2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;</li> <li>3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;</li> <li>4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;</li> <li>5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;</li> <li>6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;</li> <li>7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;</li> <li>8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;</li> <li>9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.</li> </ol>
Kewajiban Konsumen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;</li> <li>2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;</li> <li>3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;</li> <li>4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.</li> </ol>
Kewajiban Pelaku Usaha	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;</li> <li>2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;</li> <li>3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;</li> <li>4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;</li> <li>5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;</li> <li>6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;</li> <li>7. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan</li> </ol>



Jenis	Uraian
	perjanjian.
Larangan Pelaku Usaha	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundangundangan;</li> <li>2. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;</li> <li>3. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;</li> <li>4. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;</li> <li>5. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;</li> <li>6. Tidak sesuai dengan janji dinyatakan dalam label, etiket keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;</li> <li>7. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;</li> <li>8. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;</li> <li>9. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat;</li> <li>10. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku..</li> </ol>

Sumber : Data Sekunder, 2024.

Pemateri melanjutkan pembahasan bahwa terhadap masalah-masalah yang kerap dihadapi dalam transaksi online dan tanggung jawab pelaku usaha. Jika terjadi kerugian bagi konsumen, maka pelaku usaha bertanggungjawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Ganti rugi dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Terhadap pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi. Di lain sisi, adanya ganti kerugian tidak menghapuskan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya kesalahan. Ketentuan ini tidak dimaksudkan supaya persoalan diselesaikan melalui pengadilan, tetapi merupakan kewajiban mutlak bagi pelaku usaha untuk memberi penggantian kepada konsumen, kewajiban yang harus dipenuhi seketika. Namun demikian, dengan memperhatikan Pasal 19 ayat (5) UU Perlindungan Konsumen, maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud disini adalah jika kesalahan tidak terletak pada konsumen, jika sebaliknya kesalahan pada konsumen, maka pelaku usaha dibebaskan dari kewajiban tersebut (Fauzi & Koto, 2022).

Pemateri juga menyampaikan rentan terjadi pelanggaran data pribadi dari konsumen sehingga terdapat Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi yang melindungi data konsumen secara hukum. Kejadian yang terjadi akhir-akhir ini adalah pembelian dan penjualan data konsumen secara ilegal melalui internet. Pembelian dan penjualan informasi pribadi terjadi tidak hanya oleh individu tetapi juga oleh vendor. Sumber data berasal dari database pelanggan bank, data anggota karaoke room, data pelanggan bisnis pengiriman produk,

data bisnis belanja online dan data pengguna ponsel (Kurniawan, 2022). Oleh karena itu, transaksi online tidak hanya antara pelaku usaha dan konsumen melainkan terdapat peran pemerintah di dalamnya. Dalam Pasal 58 Ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik bahwa Setiap Pelaku Usaha yang memperoleh data pribadi sebagaimana dimaksud pada Ayat (1) wajib bertindak sebagai pengembalian amanat dalam menyimpan dan menguasai data pribadi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Selanjutnya pada Pasal 59 Ayat (1) bahwa Pelaku Usaha wajib menyimpan data pribadi sesuai standar perlindungan data pribadi atau kelaziman bisnis berkembang.

Peran pemerintah, yaitu memegang tanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Jika terjadi pelanggaran data pribadi oleh pelaku usaha, maka terdapat konsekuensi sanksi di dalamnya berupa sanksi administratif dalam bentuk:

- a. Peringatan tertulis;
- b. Dimasukkan dalam daftar prioritas pengawasan;
- c. Dimasukkan dalam daftar hitam;
- d. Pemblokiran sementara layanan PPMSE dalam negeri dan/atau PPMSE luar negeri oleh instansi terkait yang berwenang; dan/atau
- e. Pencabutan izin usaha.

Materi ditutup dengan sesi tanya jawab. Peserta menanyakan apakah seseorang dipidana atas sengketa yang terjadi antara konsumen dan pelaku usaha. Pemateri menjelaskan bahwa perjanjian jual beli adalah domain hukum perdata sehingga penyelesaiannya ditempuh melalui jalur perdata, yakni proses litigasi atau persidangan ataupun non litigasi berupa alternatif penyelesaian sengketa lainnya. Namun tidak menutup kemungkinan terjadi perkara pidana dalam proses transaksi online jika terjadi penipuan, ataukah ketentuan pidana yang dilanggar oleh pelaku usaha. Pemateri juga menyampaikan bahwa harus membedakan unsur-unsur dari kejadian yang hampir mirip, yakni wanprestasi dan penipuan. Wanprestasi adalah bentuk ingkar janji sedangkan penipuan adalah tindak pidana yang dari awal telah memiliki niatan melakukan tipu muslihat untuk mendapat keuntungan.

Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan pengisian *post-test* untuk menilai pemahaman siswa terkait hukum perlindungan konsumen dalam transaksi online. Berikut table hasil *post-test* yang telah dilakukan:

Tabel 4. Hasil *Post-Test*

No.	Pertanyaan	Pilihan	
		Ya	Tidak
1.	Apakah anda melakukan komplain kepada pelaku usaha apabila merasa dirugikan dalam berbelanja <i>online</i> ?	100%	0%
2.	Apakah anda mengetahui aturan mengenai perlindungan konsumen dalam bertransaksi jual beli?	100%	0%
3.	Apakah anda mengetahui terdapat Lembaga yang melakukan pengawasan terkait berbelanja <i>online</i> ?	100%	0%
4.	Apakah anda mengetahui hak-hak yang dimiliki konsumen?	100%	0%
5.	Apakah anda mengetahui larangan yang tidak boleh dilakukan oleh pelaku usaha?	100%	0%
6.	Apakah anda mengetahui kewajiban pelaku usaha?	100%	0%

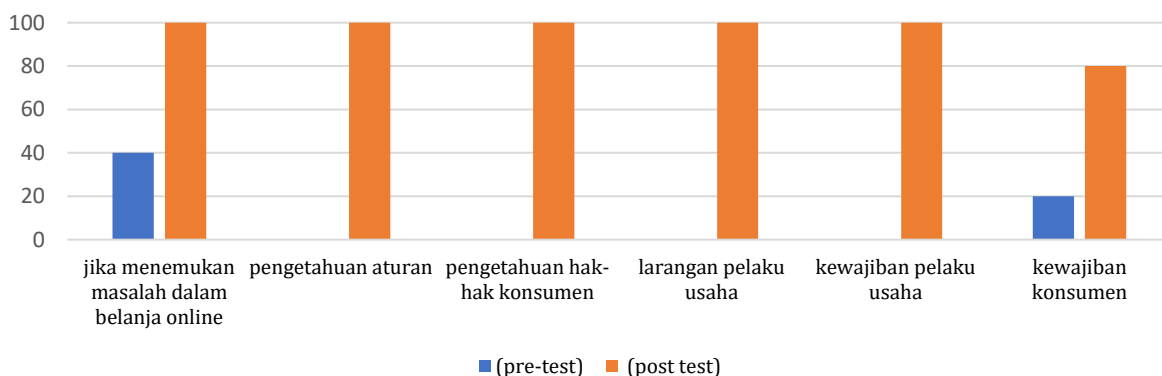
7. Apakah anda mengetahui kewajiban konsumen?	100%	0%
---	------	----

Sumber: Hasil Post-Test, 2024.

Berdasarkan antusiasme peserta dalam mengikuti materi dan hasil yang diperoleh dari post-test, dapat disimpulkan bahwa peserta telah memperoleh pemahaman yang signifikan terkait hak dan kewajiban sebagai konsumen, serta kewajiban dan larangan yang berlaku bagi pelaku usaha. Hal ini sejalan dengan teori *Sociological Jurisprudence* yang dikemukakan oleh Roscoe Pound, yang menyatakan bahwa hukum harus menjadi alat pemenuhan kebutuhan sosial, termasuk dalam melindungi hak-hak konsumen terhadap praktik bisnis yang merugikan.

Melalui kegiatan pengabdian ini, diharapkan seluruh peserta memahami bahwa konsumen memiliki hak untuk memperoleh barang sesuai spesifikasi yang diperdagangkan. Apabila barang yang diterima cacat atau tidak sesuai dengan deskripsi yang diberikan, konsumen memiliki hak untuk menuntut pertanggungjawaban pelaku usaha sebagaimana diatur dalam UU Perlindungan Konsumen. Hal ini juga berlandaskan pada konsep keadilan distributif yang dikemukakan oleh John Rawls yang menekankan pentingnya perlindungan terhadap konsumen untuk menciptakan keseimbangan antara hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha. Selanjutnya dapat dilihat hasil perbandingan pemahaman siswa SMAN 8 Pinrang pada saat *pre-test* dan *post-test*, sebagai berikut:

**Pemahaman Peserta mengenai Hak dan Kewajiban Konsumen serta Pelaku Usaha dalam Transaksi Online**



Gambar 6. Perbandingan Hasil *Pre Test* dan *Post Test*  
 Sumber: Data Primer, 2024.

Berdasarkan tabel di atas, para siswa memiliki pengetahuan yang lebih mendalam tentang peraturan hukum yang berlaku serta langkah-langkah yang dapat diambil apabila mengalami kerugian saat bertransaksi *online*. Selain itu, diharapkan para siswa dapat melakukan *transfer knowledge* kepada rekan-rekannya agar risiko kerugian saat berbelanja *online* dapat diminimalkan. Melalui pemahaman hukum ini, siswa diharapkan menjadi konsumen yang lebih cerdas dan bijaksana dalam bertransaksi *online*. Dalam konteks ini, salah satu juga teori yang relevan yang dikemukakan oleh Philip Kotler tentang perilaku konsumen, menggarisbawahi pentingnya informasi dan edukasi yang dapat membantu konsumen membuat keputusan yang lebih tepat dan menghindari risiko. Melalui pemahaman ini praktik perlindungan konsumen dapat terwujud dalam kehidupan sehari-hari dan meningkatkan kesadaran hukum dalam masyarakat secara luas.

#### 4. KESIMPULAN

Edukasi hukum terkait perlindungan konsumen bagi siswa tidak hanya bermanfaat bagi mereka sebagai individu, tetapi juga memiliki potensi besar dalam membentuk generasi konsumen yang lebih sadar akan hak-haknya. Siswa yang memahami hak-hak konsumen akan

menjadi lebih kritis dalam memilih produk, lebih proaktif dalam menyelesaikan masalah transaksi, dan lebih siap menuntut hak mereka jika terjadi pelanggaran. Selain itu, hasil pengabdian menunjukkan peluang bagi sekolah-sekolah lain untuk mengadopsi program edukasi serupa, terutama di wilayah dengan penetrasi internet tinggi karena siswa merupakan kelompok pengguna internet terbesar di Indonesia dan rentan terhadap risiko transaksi digital. Meskipun demikian, pengabdian ini masih memiliki beberapa keterbatasan karena hanya dilakukan di satu sekolah, SMAN 8 Pinrang, sehingga hasilnya belum tentu representatif untuk populasi pelajar di Indonesia secara keseluruhan, serta durasi psikoedukasi yang singkat yang mungkin membatasi dampak jangka panjang dari pengetahuan yang diperoleh. Pengabdian lanjutan diharapkan melibatkan sekolah-sekolah dengan populasi yang lebih beragam serta mengembangkan program edukasi yang berkelanjutan agar dampaknya lebih komprehensif.

Pengabdian selanjutnya dapat menggali lebih dalam mengenai penerapan, misalnya dengan memantau kebiasaan belanja online siswa-siswa setelah edukasi, serta mengevaluasi efektivitas berbagai metode penyampaian materi, seperti media digital atau permainan edukatif, guna meningkatkan keterlibatan siswa. Program edukasi perlindungan konsumen ini juga dapat diperluas ke lingkungan komunitas dengan melibatkan orang tua dan masyarakat sekitar, mengingat literasi digital bukan hanya untuk kalangan pelajar. Hal ini dapat menjadi model bagi komunitas untuk meningkatkan pemahaman perlindungan konsumen yang akan mendukung terciptanya ekosistem transaksi digital yang lebih aman dan adil di masa depan. Dengan demikian, kolaborasi berbagai pihak dalam edukasi ini diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran kolektif mengenai pentingnya perlindungan konsumen dalam transaksi online. Masyarakat yang lebih sadar akan hak-haknya dapat berkontribusi dalam mengurangi praktik bisnis yang curang.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis memberikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat secara langsung dalam proses pelaksanaan program pengabdian sehingga artikel yang ditulis dapat terselesaikan. Adapun berbagai pihak yang telah berkolaborasi melaksanakan kegiatan ini, yaitu Kepala SMN 8 Pinrang beserta guru-guru sebagai mitra, Dosen Fakultas Hukum Unhas, Praktisi Hukum sebagai salah satu narasumber, dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Hasanuddin yang memberikan akses dan dukungan dalam pelaksanaan program pengabdian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abustan. (2023). *Relasi dan Proteksi Hukum Perlindungan Konsumen*. Edu Publisher.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. *apjii.or.id*. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Bidari, A. S. (2020). Penyuluhan Hukum Tentang Peluang Dan Ancaman Bagi Konsumen Dalam Transaksi Online Di Indonesia. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(01), 45–54. <https://doi.org/10.25134/empowerment.v3i01.2773>
- Bidari, A. S. (2022). Penyuluhan Hukum Perlindungan Hukum Dalam Transaksi Jual Beli Online. *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 1039–1046. <https://doi.org/10.47492/eamal.v2i1.1295>
- Budiastuti, D. R. (2022). Penggunaan Media Sosial Instagram, Youtube, dan Facebook Sebagai Sarana Komunikasi Bagi SMP Terpadu Darussalam. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 3(1), 61–72. <https://doi.org/10.31294/jpr.v3i1.1130>
- Fauzi, A., & Koto, I. (2022). Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Terkait Dengan Produk Cacat. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 4(3), 1493–1500. <https://doi.org/10.34007/jehss.v4i3.899>

- Hidayah, K., & Witasari, A. (2022). Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual-Beli Secara Online (E-Commere). *Prosidding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) 7* ISSN 2809-2996.
- Kabupaten Pinrang. (2024). *Sekda Pinrang Pimpin Rakor TP2DD Pinrang*. pinrangkab.go.id. <https://pinrangkab.go.id/sekda-pinrang-pimpin-rakor-tp2dd-pinrang/>
- Kurniawan, Y. (2022). *Sistem Keamanan Data Perusahaan e-Commerce*. kumparan.com. <https://kumparan.com/yusdi-kurniawan/sistem-keamanan-data-perusahaan-e-commerce-1yKTGjZyPGY>
- Lasatu, A., Patila, M., & Friskanov S., I. (2023). Penyuluhan Hukum tentang Urgensi Perlindungan Konsumen di Masa Covid-19 di SMAN 1 Palu. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 579–584. <https://doi.org/https://doi.org/10.31949/jb.v4i1.3554>
- Mawardin, M., Khairunnisah, N. A., & Rosdiyanti, E. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Transaksi Online Tiktok Shop Di Kota Mataram. *JIHAD: Jurnal Ilmu Hukum dan Administrasi*, 5(2), 49–52. <https://doi.org/10.58258/jihad.v5i2.5995>
- Nanda, O. (2022). *Klausula Pengalihan Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Perjanjian Shoppe paylater* [Skripsi]. Universitas Hasanuddin.
- Nasution, N., Nasution, F. B., & Hasan, M. A. (2022). Pelatihan Marketing Online dan Workshop E-Commerce untuk Meningkatkan Pemasaran pada Kelompok Pengrajin Rotan Kota Pekanbaru. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(6), 1591–1601. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i6.7413>
- Sastika, D. (2023). *Keuntungan dan Resiko Belanja Online: Tantangan Bagi Konsumen dan Pelaku Usaha di Era Digital?* kompasiana.com. <https://www.kompasiana.com/dwiansastika4843/640dfb0408a8b57fb4179887/keuntungan-dan-resiko-belanja-online-tantangan-bagi-konsumen-dan-pelaku-usaha-di-era-digital>
- Setyowati, D. (2023). *Perbandingan Transaksi Tiktok, Tokopedia, Shopee, Lazada, Bukalapak*. katadata.co.id. <https://katadata.co.id/digital/e-commerce/656ed5650ea4d/perbandingan-transaksi-tiktok-x-tokopedia-shopee-lazada-bukalapak>