

## Perlindungan Konsumen: Hak-Hak Kita Sebagai Pembeli yang Cerdas

**Risky Amelia<sup>1</sup>, Ahmadi<sup>2</sup>, Tami Rahma Sya'ara<sup>3</sup>**

*Risky Amelia<sup>1</sup>, Universitas Pamulang, [dosen10037@unpam.ac.id](mailto:dosen10037@unpam.ac.id)*

*Ahmadi<sup>2</sup>, Universitas Pamulang, [dosen10033@unpam.ac.id](mailto:dosen10033@unpam.ac.id)*

*Tami Rahma Sya'ara<sup>3</sup>, Universitas Pamulang*

*Naskah Diterima : 05 April 2026; Diterima Publikasi : 12 September 2026*

### Abstrak

Pada era modern saat ini, kegiatan jual beli menjadi suatu hal yang lumrah dilakukan. Bahkan baik di kota maupun di desa, kegiatan transaksi ini tidak luput. Hal tersebut sebagai penanda bahwa ekonomi suatu daerah baik saja dan bahkan bernilai positif bagi masyarakat karena membantu perkembangan UMKM. Transaksi jual beli ini pun dilaksanakan baik secara online maupun secara offline, baik dilakukan oleh orang yang sudah cukup dewasa ataupun seorang remaja. Bagi masyarakat awam apalagi bagi remaja, sering kali terjadi mereka tidak memahami alur atau apa yang harus mereka lakukan jika dalam transaksi jual beli terjadi wanprestasi. Oleh karena itu penulis memilih judul Perlindungan Konsumen: Hak-Hak Kita Sebagai Pembeli yang Cerdas guna meneliti serta memberikan penyuluhan kepada masyarakat terutama siswa SMAN 5 Kota Serang agar memahami terkait Hak-Hak apa saja yang mereka miliki selaku pembeli. Proposal pengabdian ini, berjudul "Perlindungan Konsumen: Hak-Hak Kita Sebagai Pembeli yang Cerdas" dirancang sebagai intervensi terpadu: edukasi hukum. Secara metodologis kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif mencampurkan metode kualitatif. Model ini memungkinkan intervensi langsung sekaligus evaluasi berkelanjutan sehingga solusi yang dikembangkan responsif terhadap kebutuhan lokal dan dapat disesuaikan selama pelaksanaan. Analisis awal mengidentifikasi beberapa hambatan utama: (1) rendahnya pengetahuan tentang hak konsumen; (2) lemahnya perlindungan konsumen jika terjadi wanprestasi; (3) alur dalam proses pelaporan tindak wanprestasi. Diharapkan kegiatan ini meningkatkan pemahaman hukum terkait hak-hak dari konsumen serta output dari kegiatan ini diharapkan ialah dibuatnya jurnal terkait pengabdian kepada masyarakat. Secara jangka panjang, program ini berkontribusi pada penguatan perlindungan konsumen.

**Kata kunci : Hak Konsumen; Kepastian Hukum; Perlindungan Hukum.**

[Ditulis dalam bahasa Indonesia, Verdana 9, terdiri dari 3-5 kata kunci, dipisahkan dengan **tanda titik koma (;)**, diakhiri dengan tanda baca titik (.), dan disusun secara alfabetis.]

### Pendahuluan

Remaja usia SMA saat ini merupakan bagian dari kelompok **digital natives** yang tumbuh berdampingan dengan perkembangan teknologi digital. Perangkat seperti smartphone, tablet, dan laptop tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi telah menjadi bagian dari

ekosistem utama dalam aktivitas belajar, hiburan, interaksi sosial, hingga konsumsi sehari-hari mereka karena hal tersebut ruang digital pada dewasa ini di penuhi oleh remaja baik dalam kondisi masih bersekolah, baik sekolah menengah hingga menengah atas. Tingginya akses terhadap internet turut memperkuat keterlibatan remaja dalam ruang ekonomi digital, terutama melalui platform e-commerce dan social commerce yang semakin mudah diakses oleh kalangan pelajar. Banyak sekali remaja yang menggunakan platform tersebut untuk membeli barang-barang yang mereka butuhkan, bukan hanya barang melainkan juga kebutuhan game online saat ini.

Sebagai generasi yang hidup di tengah arus informasi digital yang cepat, siswa SMA menjadi salah satu segmen konsumen yang potensial bagi berbagai industri. Sektor fashion, misalnya, memanfaatkan tren terkini, strategi *limited drop*, serta promosi terbatas waktu untuk menciptakan kesan eksklusif dan urgensi pembelian tersebut membuat kondisi konsumen yang masih belum dewasa ini melakukan tindakan impulsif guna mengikuti perkembangan jaman. Strategi Limited drop bisa dianggap tindakan manipulatif yang mendorong para remaja ini melakukan tindakan impulsif dan tidak berfikir panjang. Pada saat yang sama, produk skincare dipromosikan secara masif melalui influencer marketing, di mana kedekatan para sosial antara content creator dan pengikutnya dapat memengaruhi persepsi kualitas serta keputusan pembelian remaja. Hal tersebut jelas mengganggu kondisi psikis para remaja untuk tidak tertinggal. Selain itu, layanan top-up game dan mikro transaksi juga menjadi bagian dari gaya hidup digital remaja, terutama karena desain platform game sering menggunakan mekanisme hadiah, pencapaian, dan retensi pengguna yang mendorong transaksi berulang. Namun, tingginya keterlibatan siswa SMA dalam aktivitas konsumsi digital belum selalu diimbangi dengan kemampuan literasi konsumen dan literasi keuangan yang memadai. Sejumlah studi menunjukkan bahwa literasi keuangan siswa SMA di Indonesia masih tergolong rendah, sehingga kemampuan mereka dalam menilai kebutuhan, manfaat, risiko, dan konsekuensi dari transaksi digital masih terbatas.

Selain kurangnya pemahaman terkait manajemen keuangan, siswa menengah atas ini juga tidak memahami terkait akibat hukum jika mereka melakukan kesalahan maupun ada tindakan wanprestasi yang dilakukan oleh pihak penjual. Kondisi tersebut membuat siswa lebih rentan terhadap perilaku konsumsi impulsif, terutama ketika dipengaruhi oleh fenomena **Fear of Missing Out** atau FOMO. Dorongan untuk mengikuti tren, memperoleh validasi dari teman sebaya, serta menyesuaikan diri dengan arus social proof di media sosial sering kali mengalahkan pertimbangan rasional dalam berbelanja. Bagi para siswa yang membutuhkan begitu besar validasi dari kawan

sebayanya akan juga mempengaruhi psikisnya, ketidakpercayaan diri hingga perasaan minder. Oleh karena itu teman sebaya cenderung mempengaruhi persepsi terhadap diri sendiri. Oleh karena itu, diperlukan intervensi literasi konsumen digital yang terstruktur agar siswa SMA mampu mengembangkan kebiasaan konsumsi yang lebih kritis, rasional, serta bertanggung jawab.

Kerentanan utama yang ditemukan di lapangan adalah kebiasaan "belanja buta", di mana mayoritas siswa secara otomatis menyetujui syarat dan ketentuan (*terms and conditions*) dalam setiap aplikasi atau transaksi tanpa membacanya terlebih dahulu. Ketidaktahuan ini berimplikasi serius pada lemahnya perlindungan data pribadi mereka dan hilangnya hak untuk menuntut ganti rugi apabila terjadi ketidaksesuaian produk. Banyak siswa yang sering mengalami kekecewaan akibat barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi iklan, namun mereka cenderung bersikap apatis dan menganggap kerugian finansial tersebut sebagai hal yang lumrah karena nominalnya yang dianggap relatif kecil. Padahal, akumulasi dari ketidaktahuan ini menciptakan budaya konsumen yang pasif dan rentan terhadap berbagai modus penipuan digital, seperti *phishing* pada akun *game* atau manipulasi promosi yang merugikan. Tanpa adanya edukasi mengenai mekanisme pengaduan resmi dan pemahaman akan Undang Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, siswa SMA akan terus menjadi objek eksploitasi pasar yang tidak memiliki kedaulatan atas hak-haknya sendiri sebagai pembeli.

## **2. Metode**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah **pendekatan perundang-undangan** (statute approach). Pendekatan perundang-undangan akan dilakukan dengan mengkaji peraturan yang mengatur tentang Perlindungan Konsumen

Pendekatan perundang-undangan memungkinkan untuk menilai konsistensi dan kesesuaian regulasi yang ada dengan kebutuhan masyarakat serta tantangan yang mereka hadapi.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah **studi dokumen (library research)** yang mencakup kajian terhadap bahan hukum primer, sekunder, dan tersier.

### **Teknik Penyajian Data**

Data yang diperoleh akan disajikan dengan cara sistematis melalui **uraian deskriptif**, yang memuat informasi tentang kondisi Para siswa yang masifnya melakukan transaksi Pembelian suatu barang.

### **Teknik Analisis Data**

Data yang dikumpulkan akan dianalisis dengan menggunakan **metode kualitatif**. Proses analisis ini dilakukan dengan cara mengelompokkan dan menyaring data sesuai dengan kualitas dan relevansinya, kemudian menghubungkannya dengan teori-teori yang ada. Analisis dilakukan dengan pendekatan deduktif untuk menarik kesimpulan yang relevan, serta memberikan rekomendasi terkait tata cara penyelesaian masalah yang dihadapi.

Metode Kegiatan yang Digunakan pada Peserta PKM

Setelah peserta diberikan penyuluhan mengenai pentingnya terkait Perlindungan Konsumen dan menjadi Konsumen yang cerdas, berikut adalah tahapan kegiatan yang akan dilaksanakan:

**1. Tahap Persiapan:**

**Survey Awal:** Survey dilaksanakan dalam Program pengenalan kepada pihak mitra, dan permasalahan yang dihadapi oleh para siswa.

**Penetapan Lokasi dan Sasaran:** Menetapkan lokasi pelaksanaan dan peserta yang akan mengikuti pelatihan.

**Penyusunan Materi Pelatihan:** Menyusun bahan pelatihan yang meliputi slide, makalah, dan materi lainnya yang relevan.

**2. Tahap Pelaksanaan:**

**Penyuluhan tentang Menjadi Konsumen yang cerdas:** Memberikan pengetahuan tentang definisi Konsumen, tata cara transaksi yang baik dan aman, dan penyelesaian masalah

**Diskusi dan Tanya Jawab:** Diskusi interaktif untuk mendalami lebih dalam mengenai permasalahan yang dihadapi peserta terkait transaksi Jual Beli.

**3. Metode Penyuluhan:**

**Presentasi:** Metode ini digunakan untuk memberikan informasi dasar tentang Definisi Konsumen cerdas.

**Diskusi dan Tanya Jawab:** Memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengajukan pertanyaan, berbagi pengalaman, serta mendapatkan solusi atas kendala yang dihadapi.

### **3. Hasil dan Pembahasan (Cambria 12)**

#### **Hak Dan Kewajiban Konsumen Berdasarkan Undang Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**

Dalam hal ini, Konsumen terlindungi didalam undang undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, yang dimana semua hak dan kewajiban terdapat didalam Undang undang nomor 8 tahun 1999. Hal tersebut sering kali terlupakan oleh para konsumen dikarenakan ketidak pahaman terkait hal tersebut, terutama bagi para generasi muda/ remaja yang belum paham terkait kesadaran hukum. Hak dan kewajiban konsumen meliputi beberapa hal yaitu diperoleh setiap individu ketika membeli dan menggunakan barang atau jasa, termasuk hak atas keamanan, keselamatan, dan kenyamanan dalam penggunaan produk yang tidak membahayakan kesehatan atau jiwa. Selain itu, konsumen memiliki hak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi, harga, cara penggunaan, risiko, serta jaminan produk atau jasa yang dibeli, sehingga dapat membuat keputusan yang tepat. Konsumen juga berhak untuk memilih produk atau jasa sesuai kebutuhan tanpa adanya tekanan, diskriminasi, atau manipulasi dari pelaku usaha, serta berhak menyampaikan pendapat, keluhan, dan saran terkait kualitas produk atau pelayanan. Lebih lanjut, konsumen berhak memperoleh ganti rugi, kompensasi, atau penggantian apabila produk atau jasa yang digunakan menimbulkan kerugian, berhak mendapatkan pendidikan dan informasi untuk meningkatkan literasi konsumen, serta berhak memperoleh perlindungan hukum dari praktik usaha yang merugikan dan memiliki akses untuk menyelesaikan sengketa secara adil. Selain hak, konsumen juga memiliki kewajiban yang harus dipenuhi dalam bertransaksi, di antaranya menggunakan produk sesuai dengan petunjuk dan peruntukannya, membayar harga produk atau jasa sesuai kesepakatan, menjaga keutuhan dan kondisi produk agar tetap aman digunakan, serta memberikan informasi yang benar saat melakukan transaksi atau klaim terkait produk atau jasa. Konsumen juga wajib menghormati hak pelaku usaha dan pihak lain sehingga tercipta hubungan yang adil dan bertanggung jawab antara konsumen dan penyedia barang atau jasa. Pemahaman terhadap hak dan kewajiban konsumen ini menjadi sangat penting untuk mencegah kerugian, meningkatkan kesadaran hukum, serta membangun masyarakat yang cerdas dalam mengambil keputusan sebagai konsumen.

#### **4. Kesimpulan**

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, solusi yang ditawarkan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diarahkan pada upaya peningkatan literasi hukum transaksi bagi siswa sekolah menengah atas, khususnya yang berkaitan dengan hak dan kewajiban konsumen, bentuk-bentuk wanprestasi, penipuan digital, serta mekanisme pengaduan dalam transaksi jual beli,

baik secara langsung maupun melalui platform digital. Solusi ini dipilih karena permasalahan utama yang dihadapi bukan terletak pada tidak adanya akses terhadap transaksi digital, melainkan pada belum memadainya pemahaman siswa dalam melakukan transaksi secara aman, cermat, dan sesuai dengan prinsip perlindungan konsumen.

Solusi pertama yang ditawarkan adalah pelaksanaan penyuluhan edukatif mengenai hak dan kewajiban konsumen dalam transaksi jual beli. Materi ini diberikan untuk membangun pemahaman dasar siswa mengenai posisi mereka sebagai konsumen, termasuk hak untuk memperoleh informasi yang benar, hak untuk mendapatkan barang atau jasa sesuai perjanjian, serta kewajiban untuk beritikad baik dan memahami ketentuan transaksi sebelum melakukan pembelian. Dengan adanya penguatan pemahaman pada aspek ini, siswa diharapkan tidak lagi memandang transaksi semata-mata sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai hubungan hukum yang menimbulkan hak dan kewajiban bagi para pihak.

Solusi kedua adalah pemberian materi praktis mengenai bentuk-bentuk wanprestasi dan penipuan digital yang sering terjadi dalam kegiatan jual beli. Penyampaian materi tidak hanya dilakukan secara teoritis, tetapi juga melalui contoh-contoh kasus yang dekat dengan kehidupan siswa, seperti barang yang tidak dikirim, barang yang diterima tidak sesuai deskripsi, keterlambatan pengiriman, akun penjual fiktif, tautan palsu, maupun manipulasi promosi dalam platform digital. Pendekatan ini penting agar siswa mampu mengenali secara lebih konkret tindakan-tindakan yang merugikan konsumen, sekaligus meningkatkan kewaspadaan mereka dalam bertransaksi.

Solusi ketiga adalah pemberian pemahaman mengenai langkah-langkah penyelesaian masalah dan mekanisme pengaduan apabila siswa mengalami kerugian dalam transaksi. Pada bagian ini, siswa dibekali dengan pengetahuan mengenai pentingnya menyimpan bukti transaksi, membaca *terms and conditions*, melakukan komplain kepada penjual atau platform, serta memahami jalur penyelesaian sengketa yang dapat ditempuh apabila masalah tidak terselesaikan secara langsung. Pembekalan ini dimaksudkan agar siswa tidak hanya mengetahui adanya pelanggaran, tetapi juga memiliki kemampuan dasar untuk merespons dan mempertahankan hak-haknya sebagai konsumen secara tepat.

Solusi keempat adalah pelaksanaan simulasi atau studi kasus transaksi jual beli offline dan online. Kegiatan simulatif ini bertujuan untuk memperkuat pemahaman peserta melalui praktik sederhana, sehingga materi yang diberikan tidak berhenti pada tataran konseptual. Melalui simulasi, siswa dapat dilatih untuk mengidentifikasi unsur-unsur transaksi yang sehat, membaca risiko dalam

jual beli digital, membedakan perilaku penjual yang beritikad baik dan yang berpotensi melakukan wanprestasi, serta menentukan langkah yang tepat apabila terjadi sengketa. Model pembelajaran seperti ini lebih efektif dibandingkan penyampaian materi satu arah, karena siswa terlibat langsung dalam proses analisis masalah.

Selain itu, solusi yang ditawarkan juga mencakup penyediaan bahan edukasi sederhana yang dapat digunakan kembali oleh siswa setelah kegiatan berlangsung, seperti ringkasan materi, panduan singkat transaksi aman, dan poin-poin penting mengenai perlindungan konsumen. Langkah ini diperlukan agar manfaat kegiatan tidak berhenti pada saat penyuluhan selesai, melainkan dapat terus diingat dan diterapkan dalam aktivitas sehari-hari. Dengan demikian, kegiatan pengabdian tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga berorientasi pada keberlanjutan pemahaman peserta.

Melalui rangkaian solusi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan, kesadaran, dan keterampilan siswa dalam menghadapi transaksi jual beli di era digital. Siswa tidak hanya diharapkan memahami bagaimana melakukan transaksi yang baik dan benar, tetapi juga mampu bersikap lebih hati-hati, lebih kritis terhadap risiko, serta lebih siap dalam menghadapi kemungkinan wanprestasi maupun penipuan yang dilakukan oleh pihak penjual. Dengan demikian, solusi yang ditawarkan tidak hanya menjawab masalah rendahnya literasi transaksi, tetapi juga berkontribusi pada pembentukan perilaku konsumen yang lebih cerdas, sadar hukum, dan bertanggung jawab.

### **Ucapan Terima Kasih**

Terimakasih kepada para rekan sejawat, mahasiswa dan institusi Universitas Pamulang guna terpenuhinya Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilaksanakan di SMA N 5 Kota Serang.

### **Daftar Pustaka (Garamond, 10 Bold)**

Agustin, N., & Amron, A. (2022). Pengaruh influencer marketing dan persepsi harga terhadap minat beli skincare pada TikTok Shop. *Kinerja*, 5(1), 49–61.

Amelia, R. (2022). Perlindungan hukum terhadap para pihak dalam jual beli hak atas tanah dengan kuasa menjual notaris berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Peraturan Pemerintah No. 18 Tahun 2021. *Jurnal Adhikari*, 2(1), 235–245.

Apriliani, R. (2024). *Literasi keuangan berbasis teknologi digital (Teori dan implementasinya)*.

**E-ISSN : 3090-2339****https:// <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/jpsh>**

Fumar, M., et al. (2023). The influence of fear of missing out (FOMO), sales promotion, and emotional motive mediated self-control on impulsive buying for hypebeast products. *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities*, 6(3), 1363–1375.

Mardiyah, A., et al. (2025). Peran dukungan teman sebaya dalam pembentukan rasa percaya diri remaja di MAN 2 Medan. *Jurnal Ilmu Bimbingan dan Konseling*, 2(3), 108–113.