AJAD
JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
DOI: 10.59431/ajad.v6i3.997.
E-ISSN: 2797-2356 | P-ISSN: 2797-2364
COMMUNITY ENGAGEMENT ARTICLE

Edukasi Hukum Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Digital di SMAN 1 Rasau Jaya, Kabupaten Kubu Raya

Devina Puspita Sari [1*], Rachmawati [2], Garuda Wiko [3], Siti Rohani [4], Auliya Rochman [5]

Affiliation
[1*,2,3,4,5] Fakultas Hukum, Universitas Tanjungpura, Kota Pontianak, Provinsi Kalimantan Barat, Indonesia.

Correspondence
[1*] Fakultas Hukum, Universitas Tanjungpura, Kota Pontianak, Provinsi Kalimantan Barat, Negara Indonesia.

Email:
devina.puspita.s@hukum.untan.ac.id.

Funding Information
Universitas Tanjungpura.

Article History
Received: 26 Aug 2026.
Revised: 27 Aug 2026.
Accepted: 2 Nov 2026.
Available online: 5 November 2026.
Published: 1 December 2026.

Abstract
The rise of digital transactions offers convenience but increases consumer legal risks, including receiving mismatched goods, fraud, misleading information, and data misuse. This issue is crucial for students, who are active digital users with limited awareness of consumer rights and legal remedies. This community service activity aimed to enhance students' legal knowledge and awareness of consumer protection at SMAN 1 Rasau Jaya, Kubu Raya Regency. Methods included material delivery, case studies, interactive discussions, experience sharing, and pre- and post-activity surveys covering consumer rights and obligations, electronic transactions, personal data protection, business responsibilities, and Business and Human Rights. Results showed significant improvement: 90% achieved a perfect score, all participants scored at least 8, with an average of 9.8 out of 10. Understanding of actions to take during digital transaction losses increased from 46.4% to 95%. This indicates that combining legal norms, case studies, and participatory discussions effectively fosters practical understanding, engagement, and critical, legally aware young consumers.

Keywords
Business and Human Rights; Consumer Protection; Digital Transactions; Legal Awareness; Legal Education; Personal Data Protection.

Abstrak
Perkembangan transaksi digital memberikan kemudahan sekaligus meningkatkan risiko hukum bagi konsumen, seperti barang tidak sesuai, penipuan, informasi menyesatkan, dan penyalahgunaan data pribadi. Hal ini penting bagi pelajar sebagai pengguna aktif digital yang pemahaman hak konsumennya masih terbatas. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan kesadaran hukum siswa di SMAN 1 Rasau Jaya, Kabupaten Kubu Raya. Metode yang digunakan meliputi ceramah, studi kasus, diskusi interaktif, berbagi pengalaman, serta survei pra dan pasca-kegiatan. Materi mencakup hak dan kewajiban konsumen-pelaku usaha, transaksi elektronik, pelindungan data pribadi, tanggung jawab pelaku usaha, serta perspektif Bisnis dan Hak Asasi Manusia. Hasil menunjukkan peningkatan signifikan: 90% peserta meraih skor sempurna, seluruh peserta memperoleh skor minimal 8 (rata-rata 9,8/10), dan pemahaman tindakan saat mengalami kerugian melonjak dari 46,4% menjadi 95%. Pendekatan edukasi yang memadukan norma hukum, studi kasus, dan diskusi terbukti efektif membangun pemahaman praktis serta membentuk konsumen muda yang kritis dan sadar hukum.

Kata Kunci
Bisnis dan Hak Asasi Manusia; Edukasi Hukum; Kesadaran Hukum; Perlindungan Data Pribadi; Perlindungan Konsumen; Transaksi Digital.

1 | PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan pola transaksi masyarakat dari sistem konvensional menuju transaksi digital. Kehadiran marketplace, media sosial, dan berbagai platform perdagangan elektronik memberikan kemudahan bagi masyarakat, termasuk kalangan pelajar, dalam melakukan aktivitas jual beli secara cepat dan praktis. Generasi muda saat ini menjadi salah satu kelompok pengguna internet dan transaksi digital terbesar karena tingginya intensitas penggunaan smartphone dan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa transaksi digital telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern, termasuk di lingkungan siswa sekolah menengah atas.

Di sisi lain, perkembangan transaksi digital juga menimbulkan berbagai persoalan hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen. Praktik penipuan online (Fista *et al*., 2023), scam online (Kementerian Komunikasi dan Digital, 2025), barang yang tidak sesuai deskripsi (Arief, 2023), penyalahgunaan data pribadi (Priliasari, 2023), akun palsu, hingga modus phishing (Bank Muamalat, 2024) menjadi permasalahan yang semakin sering terjadi dalam aktivitas perdagangan elektronik. Konsumen digital sering kali berada pada posisi yang lemah karena keterbatasan pemahaman mengenai hak-haknya sebagai konsumen dan mekanisme perlindungan hukum yang tersedia (Sihombing & Resen, 2024). Pelajar sebagai pengguna aktif media digital juga rentan menjadi korban transaksi online yang tidak aman akibat rendahnya literasi hukum digital (Tahir *et al*., 2025; Yulianto & Riyantie, 2025).

Perlindungan terhadap konsumen di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU PK) yang memberikan jaminan atas hak konsumen untuk memperoleh kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan informasi yang benar terhadap barang dan/atau jasa yang digunakan (Pasal 4 UU PK). UU PK menjadi payung hukum bagi konsumen yang sering kali tidak berinteraksi secara langsung dengan pelaku usaha dan hanya mengandalkan informasi yang tersedia pada platform digital (media sosial/e-commerce). Selanjutnya, transaksi elektronik diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya (UU ITE), yang mengatur mengenai pemanfaatan teknologi informasi secara aman dan bertanggung jawab. UU ITE memberikan kerangka hukum bagi penyelenggara transaksi elektronik dan pemanfaatan teknologi informasi secara aman dan bertanggung jawab. Selain itu, meningkatnya pemrosesan data konsumen dalam transaksi digital menimbulkan kebutuhan akan perlindungan terhadap data pribadi milik konsumen, yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP).

Dalam perspektif hak asasi manusia, perlindungan konsumen digital tidak hanya berkaitan dengan hubungan antara penjual dan pembeli, tetapi juga menyangkut perlindungan hak atas informasi, hak atas rasa aman, serta hak atas privasi dan data pribadi (Pasal 14, 28, dan 29 UU HAM). Penyalahgunaan data konsumen dan praktik bisnis digital yang tidak jujur dapat berdampak pada pelanggaran hak-hak dasar masyarakat di ruang digital (Komisi Nasional Hak Asasi Manusia RI). Oleh karena itu, peningkatan kesadaran hukum masyarakat, khususnya generasi muda, menjadi penting untuk membangun budaya transaksi digital yang aman, cerdas, dan bertanggung jawab.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk edukasi hukum perlindungan konsumen dalam transaksi digital bagi siswa SMA. Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman siswa mengenai hak dan kewajiban konsumen, risiko transaksi digital, perlindungan data pribadi, serta pentingnya etika dalam aktivitas bisnis online. Melalui edukasi hukum sejak dini, siswa diharapkan dapat menjadi konsumen digital yang lebih kritis, bijak, dan sadar hukum dalam memanfaatkan teknologi digital di era modern.

2 | LANDASAN TEORI

2.1 Konsep Dasar Perlindungan Konsumen

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Transaksi yang sebelumnya dilakukan secara langsung kini semakin banyak dilakukan melalui marketplace, media sosial, aplikasi, dan berbagai platform digital. Perubahan tersebut memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh barang dan jasa, tetapi sekaligus menimbulkan berbagai risiko hukum (Indriani, 2017), seperti informasi produk yang tidak benar, iklan yang menyesatkan (Ikhsani & Amir, 2022), barang yang tidak sesuai dengan pesanan (Trisnorhadis, 2025), penipuan (Amalia & Isnawati, 2024), serta penyalahgunaan data pribadi (Ayunda, 2022). Dalam konteks tersebut, peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) perlu terlebih dahulu memahami konsep dasar perlindungan konsumen. Berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU PK), perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Sementara itu, konsumen pada prinsipnya adalah setiap orang yang menggunakan barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan kembali (Pasal 1 angka 2 UU PK). Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau

melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi (Pasal 1 angka 3 UU PK). Dengan demikian, hubungan konsumen dan pelaku usaha pada dasarnya merupakan hubungan hukum yang melahirkan hak dan kewajiban bagi kedua belah pihak. Perlindungan konsumen tidak hanya bertujuan memberikan perlindungan kepada konsumen sebagai pihak yang berada pada posisi lebih lemah, tetapi juga menciptakan kepastian hukum dan mendorong pelaku usaha untuk menjalankan kegiatan usahanya secara bertanggung jawab.

2.2 Hak Konsumen dan Kewajiban Pelaku Usaha

Perlindungan konsumen dalam transaksi digital mencakup keseimbangan antara hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha. Berdasarkan Pasal 4 UU PK, konsumen berhak atas: a) kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa; b) memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta garansi yang dijanjikan; c) memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; d) untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang dikonsumsi; e) mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut; f) mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen; g) untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; h) serta mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Dalam transaksi digital, hak-hak tersebut memiliki relevansi yang sangat kuat. Misalnya, hak atas informasi berarti konsumen berhak mengetahui kondisi barang, spesifikasi, harga, biaya pengiriman, kebijakan pengembalian, serta informasi lain yang relevan sebelum melakukan transaksi. Sementara itu, hak atas keamanan dan kenyamanan berkaitan dengan keamanan produk maupun keamanan sistem transaksi digital yang digunakan konsumen. Untuk memenuhi hak konsumen tersebut, pelaku usaha memiliki kewajiban hukum berdasarkan Pasal 7 UU PK, yaitu: a) beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya; b) memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan garansi barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan; c) memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; d) menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku; e) memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberikan jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan; f) memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Dalam konteks transaksi digital, kewajiban tersebut dapat diterjemahkan secara praktis sebagai kewajiban pelaku usaha untuk tidak memanipulasi informasi produk, tidak memberikan promosi yang menyesatkan, tidak menyembunyikan informasi material, serta menyediakan mekanisme pengaduan dan penyelesaian ketika konsumen mengalami kerugian.

2.3 Kewajiban Konsumen dan Hak Pelaku Usaha

Menurut Pasal 5 UU PK, konsumen memiliki kewajiban untuk: a) membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan; b) beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa; c) membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati; d) dan mengikuti upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. Kewajiban tersebut sangat penting dalam transaksi digital karena konsumen sering melakukan pembelian hanya berdasarkan gambar, judul produk, atau ulasan pengguna tanpa membaca syarat dan ketentuan transaksi (Yuliana & Setyawati, 2026). Oleh karena itu, diperlukan penekanan pada prinsip "konsumen cerdas", yaitu konsumen yang membaca deskripsi produk, memeriksa identitas penjual, memeriksa harga dan biaya tambahan, membaca syarat dan ketentuan, memperhatikan kebijakan pengembalian, menyimpan bukti pembayaran, berkomunikasi melalui kanal resmi, serta tidak mudah percaya terhadap penawaran yang tidak wajar. Di sisi lain, pelaku usaha mempunyai hak untuk: a) menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan; b) mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beriktikad tidak baik; c) melakukan pembelaan diri sepatutnya dalam penyelesaian sengketa konsumen; d) serta mendapatkan rehabilitasi nama baik apabila secara hukum terbukti bahwa kerugian konsumen tidak disebabkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan (Pasal 6 UU PK). Hak untuk menerima pembayaran sesuai kesepakatan memberikan kepastian pelaksanaan transaksi, sedangkan hak memperoleh perlindungan dari konsumen yang beriktikad tidak baik memberikan pelindungan terhadap tindakan merugikan atau penyalahgunaan mekanisme perlindungan konsumen. Selain itu, pelaku usaha berhak melakukan pembelaan diri dalam penyelesaian sengketa dengan memberikan penjelasan dan bukti yang relevan mengenai transaksi, kondisi barang atau jasa, serta pelaksanaan kewajibannya, sehingga penyelesaian sengketa didasarkan pada fakta dan bukti transaksi, bukan semata-mata pada klaim salah satu pihak.

2.4 Transaksi Digital dan Perlindungan Hukum Konsumen

Transaksi elektronik pada dasarnya merupakan perbuatan hukum yang dilakukan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya (Pasal 1 angka 2 UU ITE). Contohnya meliputi pembelian barang melalui

marketplace, pembelian melalui media sosial, pembayaran melalui aplikasi digital, pemesanan makanan secara daring, penggunaan jasa transportasi online, pembelian tiket secara elektronik, serta transaksi melalui website atau aplikasi khusus (Bahri *et al*., 2019). Risiko hukum dalam transaksi digital antara lain mencakup: a. Informasi produk tidak benar; misalnya, foto produk berbeda dengan barang yang diterima atau spesifikasi produk tidak sesuai dengan kenyataan (Djohan *et al*., 2025). b. Harga atau promosi menyesatkan; misalnya, konsumen tertarik karena harga tertentu, tetapi pada saat pembayaran terdapat biaya tambahan yang tidak diinformasikan secara transparan (Fitrianto *et al*., 2026). c. Penipuan (Fista *et al*., 2023) atau scam (Kementerian Komunikasi dan Digital, 2025); pelaku menggunakan media elektronik untuk memperoleh pembayaran atau data konsumen secara melawan hukum. d. Phishing; pelaku mengirimkan tautan atau pesan palsu untuk memperoleh username, password, kode OTP, atau data pribadi lainnya (Dahlan *et al*., 2025). e. Penyalahgunaan data pribadi; data konsumen yang diberikan untuk kepentingan transaksi digunakan untuk tujuan lain tanpa dasar yang sah (Ayunda, 2022; Priliasari, 2023). f. Iklan yang menyesatkan; iklan yang memberikan informasi mengenai barang atau jasa secara tidak benar, tidak lengkap, atau berpotensi menimbulkan pemahaman keliru pada konsumen, sehingga konsumen mengambil keputusan pembelian berdasarkan informasi yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya (Ikhsani & Amir, 2022). g. Barang yang tidak sesuai dengan pesanan (Trisnorhadis, 2025); kondisi ketika barang yang diterima konsumen berbeda dengan barang yang telah dipesan atau diperjanjikan, baik dari segi jenis, jumlah, ukuran, warna, spesifikasi, kualitas, maupun kondisi barang. Ketentuan terkait pelanggaran hak konsumen dalam transaksi elektronik diatur dalam Pasal 28 ayat (1) UU ITE, yang menyatakan bahwa setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik. Upaya hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian dapat berpayung pada Pasal 38 ayat (1) UU ITE (secara perdata, setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan sistem elektronik dan/atau menggunakan teknologi informasi yang menimbulkan kerugian), Pasal 45 ayat (2) UU ITE (secara pidana, setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) atau ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 tahun dan/atau denda paling banyak satu miliar rupiah), serta ketentuan khusus apabila tindak pidana di bidang ITE dilakukan oleh korporasi, maka pemidanaan dapat ditambah dua pertiga lebih berat (Pasal 52 ayat (4) UU ITE).

2.5 Perlindungan Data Pribadi dalam Transaksi Digital

Data pribadi merupakan data mengenai orang perseorangan yang teridentifikasi atau dapat diidentifikasi secara tersendiri atau dikombinasikan dengan informasi lainnya, baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui sistem elektronik dan/atau nonelektronik. Pelindungan data pribadi adalah keseluruhan upaya untuk melindungi data pribadi dalam rangkaian pemrosesan data pribadi guna menjamin hak konstitusional subjek data pribadi (Pasal 1 UU PDP). Masyarakat perlu memahami bahwa ketika melakukan transaksi online, mereka dapat memberikan berbagai informasi, seperti nama, nomor telepon, alamat, alamat email, nomor identitas, informasi pembayaran, informasi akun, data lokasi, dan informasi lain yang dapat mengidentifikasi seseorang. Hak konsumen sebagai subjek data pribadi meliputi hak untuk memperoleh informasi mengenai identitas pihak yang meminta data, dasar kepentingan hukum, tujuan permintaan dan penggunaan data, serta akuntabilitas pihak yang meminta data (Pasal 5 UU PDP). Secara praktis, konsumen perlu membiasakan diri untuk mempertanyakan pengumpulan data, siapa yang menggunakannya, pemberian persetujuan, serta durasi penyimpanan data tersebut. Pelaku usaha sebagai pihak yang melakukan pemrosesan data wajib memberikan pelindungan terhadap data pribadi dan mencegah akses yang tidak sah (Pasal 38 dan Pasal 39 UU PDP). Pelanggaran terhadap kewajiban tertentu berdasarkan UU PDP dapat menimbulkan sanksi administratif, antara lain peringatan tertulis, penghentian sementara kegiatan pemrosesan data, penghapusan atau pemusnahan data, dan/atau denda administratif.

2.6 Hak Konsumen dan Kewajiban Pelaku Usaha dalam Transaksi Digital

Dalam konteks khusus transaksi digital, hak konsumen yang juga diperkuat oleh Pasal 14, 28, dan 29 UU HAM meliputi: a. Hak memperoleh informasi yang benar; konsumen berhak mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang atau jasa tanpa manipulasi spesifikasi. b. Hak atas keamanan dan kenyamanan; konsumen berhak melakukan transaksi secara aman dan memperoleh barang atau jasa yang tidak membahayakan keselamatan. c. Hak mendapatkan kompensasi atau refund; apabila barang atau jasa tidak sesuai dengan kesepakatan, konsumen dapat menggunakan haknya untuk memperoleh kompensasi, ganti rugi, atau penggantian sesuai ketentuan hukum. d. Hak atas perlindungan data pribadi; data yang diberikan konsumen kepada platform atau pelaku usaha harus diproses secara aman dan sesuai dengan ketentuan pelindungan data pribadi. Kewajiban pelaku usaha dalam transaksi digital mencakup larangan membuat iklan menyesatkan, bersikap jujur dalam promosi, tidak memanipulasi ulasan atau rating, serta memastikan keamanan dan kenyamanan konsumen selama proses transaksi berlangsung.

2.7 Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha dalam Transaksi Digital

Hubungan transaksi antara konsumen dan pelaku usaha melahirkan hubungan kontraktual. Apabila pelaku usaha tidak memenuhi kesepakatan, konsumen dapat menuntut pemenuhan hak atau kompensasi sesuai dasar hukum yang berlaku. Dalam perspektif UU PK, pelaku usaha berkewajiban memberikan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian

apabila barang dan/atau jasa yang diterima konsumen tidak sesuai dengan perjanjian (Pasal 19 UU PK). Tanggung jawab pidana dapat muncul ketika tindakan dalam transaksi digital memenuhi unsur tindak pidana yang diatur dalam peraturan perundang-undangan, termasuk ketentuan dalam UU ITE terkait penyebaran berita bohong yang merugikan konsumen. Dalam kaitannya dengan data pribadi, pelaku usaha sebagai pengendali data memiliki kewajiban mutlak untuk melindungi data pribadi konsumen dari pelanggaran hukum dan penyalahgunaan.

2.8 Perlindungan Konsumen sebagai Bagian dari Bisnis dan Hak Asasi Manusia

Konsumen bukan hanya pihak dalam hubungan transaksi ekonomi, tetapi juga merupakan pemegang hak asasi yang harus dihormati oleh pelaku usaha. Dalam perspektif HAM, perlindungan tersebut berkaitan erat dengan hak atas privasi dan perlindungan diri pribadi. Undang-Undang Pelindungan Data Pribadi menegaskan bahwa pelindungan data pribadi merupakan bagian dari pelindungan diri pribadi dan HAM. Standar Norma dan Pengaturan Bisnis dan Hak Asasi Manusia (SNP BHAM) Nomor 13 mengatur kewajiban pelaku usaha untuk melindungi data pribadi konsumen dan pemangku kepentingan lainnya, baik ketika data disimpan maupun dikirimkan. SNP BHAM Nomor 13 merupakan instrumen yang diterbitkan oleh Komnas HAM untuk memberikan penjabaran mengenai norma HAM dalam konteks bisnis yang bertanggung jawab. Dengan menggunakan perspektif BHAM, pelaku usaha dituntut untuk tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, melainkan juga memastikan bahwa seluruh proses bisnis yang dijalankan menghormati hak-hak konsumen dan pemangku kepentingan. Dalam konteks transaksi digital, pendekatan tersebut diwujudkan melalui penyediaan informasi yang transparan, perlindungan keamanan konsumen, pelindungan data pribadi, pencegahan praktik penipuan, penyediaan mekanisme pengaduan dan penyelesaian sengketa yang adil, serta pencegahan agar aktivitas bisnis tidak menimbulkan dampak negatif terhadap hak asasi manusia.

3 | METODE

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dilaksanakan pada tanggal 29 Juli 2026 di SMAN 1 Rasau Jaya, Kabupaten Kubu Raya. Siswa SMA dipilih sebagai sasaran karena merupakan kelompok usia yang sangat cakap dengan teknologi serta pengguna aktif berbagai platform digital, sehingga memiliki potensi tinggi dalam melakukan transaksi melalui e-commerce, media sosial, atau layanan digital lainnya. Tahap awal kegiatan dilakukan melalui orientasi dan koordinasi langsung ke lokasi kegiatan untuk menginventarisir data awal yang diperlukan, seperti estimasi jumlah peserta siswa yang hadir, persiapan administrasi, serta penyusunan survei pendahuluan. Pra-survei ini dirancang dalam bentuk pilihan ganda dan skala linear (setuju hingga tidak setuju) untuk menggali pengetahuan awal peserta terkait hukum perlindungan konsumen, pengalaman bertransaksi digital, serta urgensi edukasi hukum. Kegiatan inti PKM dilaksanakan melalui metode ceramah guna menyampaikan materi edukasi kepada para siswa SMAN 1 Rasau Jaya. Materi yang diberikan mencakup definisi konsumen dan pelaku usaha, hak dan kewajiban konsumen, kewajiban pelaku usaha, tanggung jawab hukum pelaku usaha dalam transaksi digital dari perspektif undang-undang perlindungan konsumen, serta tinjauan dari sudut pandang Bisnis dan Hak Asasi Manusia (BHAM). Pemaparan materi dikaitkan dengan studi kasus yang relevan agar mudah dipahami oleh siswa. Setelah pemaparan materi, kegiatan dilanjutkan dengan sesi diskusi dua arah, di mana peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan pendapat, berbagi pengalaman dalam bertransaksi digital, serta mengajukan pertanyaan terkait materi. Pemaparan materi didukung dengan penggunaan media presentasi (PowerPoint), infografis, proyektor, serta kuesioner berbasis Google Form untuk survei pra- dan pasca-kegiatan. Tahap monitoring dan evaluasi dilakukan dengan mengumpulkan data tingkat pemahaman dan kesadaran hukum peserta yang diambil segera setelah pelaksanaan kegiatan. Survei pasca-pelaksanaan menggunakan instrumen pertanyaan yang sama dengan pra-survei, disertai tambahan pertanyaan untuk evaluasi keseluruhan kegiatan. Hasil perbandingan antara survei pra- dan pasca-kegiatan tersebut menjadi acuan bagi Tim Pelaksana PKM dalam mengukur tingkat keberhasilan program. Indikator keberhasilan utama diukur berdasarkan peningkatan persentase jawaban benar pada soal pilihan ganda terkait pemahaman materi perlindungan konsumen dalam transaksi digital.

4 | HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema "Edukasi Hukum Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Digital" dilaksanakan sebagai bagian dari upaya meningkatkan pemahaman dan kesadaran hukum masyarakat dalam menghadapi perkembangan transaksi berbasis digital. Perkembangan teknologi informasi telah memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memperoleh barang dan jasa melalui berbagai media elektronik, tetapi pada saat yang sama juga menghadirkan berbagai potensi permasalahan hukum, seperti informasi produk yang tidak benar, iklan yang menyesatkan, kerugian dalam transaksi, penipuan secara daring, serta penyalahgunaan data pribadi.

Oleh karena itu, pemahaman mengenai hak dan kewajiban konsumen serta tanggung jawab pelaku usaha menjadi penting agar masyarakat dapat melakukan transaksi digital secara lebih aman dan bertanggung jawab. Materi kegiatan berlandaskan pada ketentuan UU PK, UU ITE, UU PDP, UU HAM, dan SNP BHAM Nomor 13 yang memberikan kepastian hukum dalam upaya pelindungan terhadap konsumen. Kegiatan diawali dengan penyampaian materi mengenai konsep dasar hukum perlindungan konsumen, meliputi pengertian perlindungan konsumen, konsumen, dan pelaku usaha. Kegiatan ini melibatkan siswa SMAN 1 Rasau Jaya sebagai peserta. Setiap kelas dari tingkat X, XI, dan XII mengirimkan perwakilan sebanyak 2 siswa, sehingga total peserta yang mengikuti kegiatan ini adalah 28 siswa. Peserta diberikan pemahaman bahwa hubungan antara konsumen dan pelaku usaha merupakan hubungan hukum yang melahirkan hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak. Dalam konteks transaksi digital, kedudukan tersebut tetap berlaku meskipun transaksi dilakukan melalui komputer, jaringan komputer, marketplace, media sosial, maupun media elektronik lainnya. Pemahaman dasar tersebut menjadi landasan bagi peserta untuk mengenali posisi hukum mereka ketika melakukan transaksi secara daring, termasuk ketika menghadapi permasalahan atau kerugian akibat transaksi yang dilakukan.

Materi selanjutnya difokuskan pada hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha. Peserta diberikan pemahaman mengenai hak konsumen atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa, hak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur, hak untuk menyampaikan keluhan, hak memperoleh advokasi dan penyelesaian sengketa, serta hak mendapatkan kompensasi atau ganti rugi apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian. Pada sisi lain, pelaku usaha memiliki kewajiban untuk beriktikad baik, memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur, memperlakukan konsumen secara benar dan tidak diskriminatif, menjamin mutu barang dan/atau jasa, serta memberikan kompensasi apabila terjadi ketidaksesuaian antara barang atau jasa dengan kesepakatan. Materi ini diarahkan untuk membangun kesadaran bahwa perlindungan konsumen bukan hanya merupakan hak konsumen, tetapi juga menuntut tanggung jawab dari pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Kegiatan kemudian diarahkan pada pembahasan mengenai transaksi digital dan perlindungan hukum berdasarkan UU ITE. Peserta diberikan pemahaman bahwa transaksi elektronik merupakan perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Dengan demikian, transaksi yang dilakukan melalui platform digital tetap mempunyai konsekuensi hukum dan tidak terlepas dari ketentuan peraturan perundang-undangan. Pembahasan berikutnya difokuskan pada pelindungan data pribadi dalam transaksi digital. Hal ini penting karena transaksi digital pada umumnya melibatkan pertukaran atau pemrosesan data pribadi konsumen. Subjek dalam transaksi elektronik memiliki hak untuk memperoleh informasi mengenai identitas pihak yang meminta data, dasar kepentingan hukum, tujuan permintaan dan penggunaan data, serta akuntabilitas pihak yang meminta data. Di sisi lain, terdapat kewajiban pihak yang melakukan pemrosesan data untuk melindungi data pribadi dari pemrosesan dan akses yang tidak sah, sehingga masyarakat diharapkan lebih berhati-hati ketika memberikan informasi pribadi dalam melakukan transaksi melalui media digital.

Pelaku usaha memiliki tanggung jawab hukum dalam transaksi digital, yang meliputi tanggung jawab perdata, pidana, administratif, serta tanggung jawab dalam perspektif Bisnis dan Hak Asasi Manusia (BHAM). Tanggung jawab perdata berkaitan dengan kewajiban memberikan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian ketika barang dan/atau jasa tidak sesuai dengan perjanjian. Tanggung jawab pidana berkaitan dengan perbuatan yang memenuhi unsur tindak pidana berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku, termasuk ketentuan dalam UU ITE. Sementara itu, tanggung jawab administratif berkaitan dengan kewajiban pelaku usaha dalam melindungi data pribadi konsumen berdasarkan UU PDP. Dalam perspektif BHAM, yang didasarkan pada Standar Norma dan Pengaturan Bisnis dan Hak Asasi Manusia (SNP BHAM) Nomor 13, konsumen dipandang sebagai pemegang hak yang harus dihormati dalam kegiatan bisnis, khususnya hak atas informasi, rasa aman, privasi, dan pelindungan data pribadi. Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya memberikan pengetahuan normatif kepada peserta mengenai ketentuan perlindungan konsumen, tetapi juga membentuk kesadaran hukum dalam menghadapi perkembangan transaksi digital. Pemahaman terhadap UU PK, UU ITE, UU PDP, UU HAM, dan perspektif BHAM diharapkan dapat mendorong masyarakat untuk lebih mampu mengenali hak dan kewajibannya serta mengambil langkah yang tepat ketika menghadapi permasalahan dalam transaksi digital. Untuk mengevaluasi efektivitas kegiatan edukasi, Tim Pelaksana PKM melakukan survei terhadap pemahaman peserta melalui survei pra-kegiatan (pre-test) dan pasca-kegiatan (post-test). Survei pra-kegiatan dilakukan untuk mengidentifikasi tingkat pengetahuan awal peserta mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi digital, termasuk risiko dalam transaksi elektronik serta upaya yang dapat dilakukan apabila konsumen mengalami kerugian. Selanjutnya, survei pasca-kegiatan dilakukan untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta setelah memperoleh materi edukasi dan mengikuti rangkaian kegiatan.

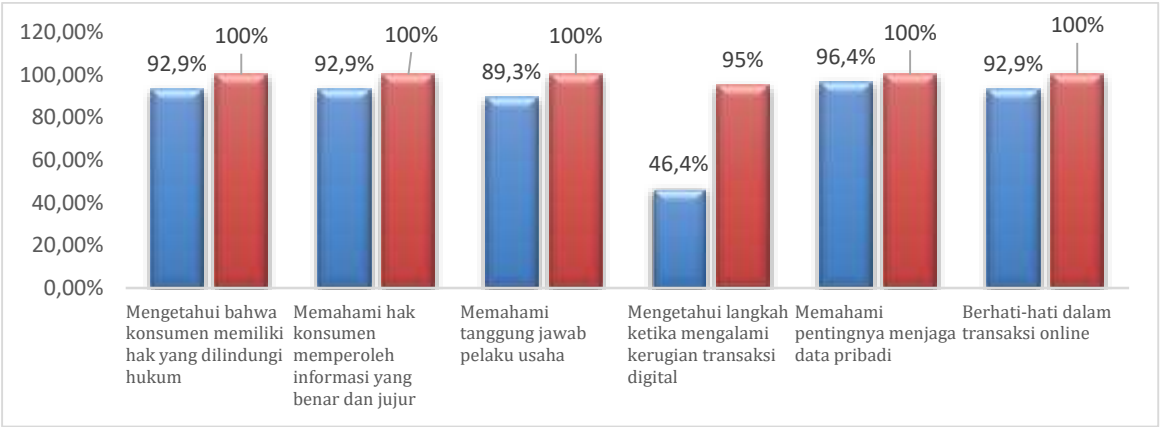
Evaluasi pemahaman peserta melibatkan 28 responden pada pra-survei dan 20 responden pada pasca-survei. Perbedaan jumlah responden tersebut disebabkan oleh adanya penugasan atau kepentingan akademis bagi 8 siswa yang harus kembali ke kelas untuk mengikuti mata pelajaran yang tidak dapat ditinggalkan. Oleh karena itu, perbandingan persentase digunakan sebagai gambaran umum perubahan tingkat pemahaman peserta, bukan sebagai pengukuran berpasangan mutlak terhadap responden yang sama.

Table 1. Evaluasi Pemahaman Peserta

Indikator	Pra-Survei	Pasca-Survei	Perubahan
Mengetahui bahwa konsumen memiliki hak yang dilindungi hukum	92,9%	100%*	+7,1%
Memahami hak konsumen memperoleh informasi yang benar dan jujur	92,9%	100%	+7,1%
Memahami tanggung jawab pelaku usaha	89,3%	100%	+10,7%
Mengetahui langkah ketika mengalami kerugian transaksi digital	46,4%	95%**	+48,6%
Memahami pentingnya menjaga data pribadi	96,4%	100%	+3,6%
Berhati-hati dalam transaksi online	92,9%	100%	+7,1%

Catatan: *Pasca-survei menggunakan indikator penguasaan materi melalui kuis dan pernyataan pemahaman. **Berdasarkan respons pasca-kegiatan mengenai pemahaman upaya yang dapat dilakukan ketika mengalami kerugian.*

Hasil pra-survei menunjukkan bahwa peserta pada dasarnya telah memiliki pengetahuan awal yang cukup baik mengenai perlindungan konsumen. Sebanyak 92,9% peserta mengetahui bahwa konsumen memiliki hak yang dilindungi hukum dan 96,4% mengetahui bahwa penyalahgunaan data pribadi dapat melanggar hukum. Namun, pemahaman yang minim terlihat pada aspek pengetahuan atas tindakan yang harus dilakukan ketika mengalami kerugian transaksi digital, di mana hanya 46,4% peserta yang menyatakan mengetahui langkah yang harus ditempuh, sementara 39,3% masih ragu-ragu dan 14,3% tidak mengetahuinya. Selain itu, 78,6% peserta pernah mengalami permasalahan dalam transaksi digital, terutama terkait barang yang tidak sesuai dengan pesanan. Setelah kegiatan, hasil pasca-survei menunjukkan penguasaan materi yang tinggi. Sebanyak 18 dari 20 peserta (90%) memperoleh skor sempurna 10, sedangkan seluruh peserta memperoleh skor minimal 8 dengan rata-rata 9,8 dari 10. Seluruh peserta (100%) mampu menjawab dengan benar mengenai hak konsumen memperoleh informasi yang benar dan jujur, kewajiban pelaku usaha memberikan jaminan keamanan dan informasi yang jelas, serta hak konsumen memperoleh ganti rugi atau kompensasi. Sebanyak 95% peserta juga mampu mengidentifikasi pengertian transaksi elektronik secara tepat. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kegiatan PKM tidak hanya memperkuat pengetahuan normatif peserta, tetapi juga meningkatkan pemahaman praktis yang dapat diterapkan dalam menghadapi risiko transaksi digital. Secara keseluruhan, tingginya skor pasca-survei menunjukkan bahwa tujuan edukasi hukum perlindungan konsumen dalam transaksi digital telah tercapai dengan baik.



Gambar 1. Evaluasi Pemahaman Peserta terhadap Materi Kegiatan

Grafik di atas menyajikan perbandingan tingkat pemahaman peserta sebelum dan sesudah kegiatan edukasi hukum, yang menunjukkan lonjakan signifikan pada pemahaman penanganan kerugian transaksi digital.

4.2 Pembahasan

Sesi diskusi dan tanya jawab dalam kegiatan ini mengungkap berbagai pertanyaan menarik dari peserta, khususnya mengenai upaya hukum yang dapat dilakukan apabila konsumen mengalami kerugian saat berbelanja secara online, seperti menerima barang yang tidak sesuai pesanan, menerima barang palsu, atau mengalami penipuan oleh penjual. Menanggapi pertanyaan tersebut, dijelaskan bahwa konsumen pada prinsipnya memiliki hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa sesuai dengan informasi dan kesepakatan dalam transaksi (Pasal 4 huruf h UU PK), serta hak untuk mendapatkan kompensasi atau ganti rugi apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian (Pasal 19 UU PK). Ketentuan tersebut sejalan dengan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan kompensasi atau ganti rugi (Pasal 7 huruf g UU PK). Langkah awal yang krusial bagi konsumen adalah mengumpulkan dan mengamankan seluruh bukti transaksi, seperti tangkapan layar halaman produk, identitas akun penjual, percakapan, bukti pembayaran, invoice, nomor resi, serta foto atau video kondisi barang saat diterima. Langkah berikutnya yang dapat ditempuh adalah memanfaatkan mekanisme pengaduan yang tersedia pada platform tempat transaksi dilakukan, serta menghubungi pelaku usaha secara langsung

untuk meminta penyelesaian seperti pengembalian dana atau penggantian barang (Octaviani, 2024; Iqbal, 2019). Apabila penyelesaian melalui platform atau pelaku usaha tidak membuahkan hasil, konsumen dapat menempuh jalur penyelesaian sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) (Dewantoro *et al*., 2019) atau melalui pengadilan (Anand *et al*., 2023), sebagaimana diatur dalam Pasal 45 UU PK (Lumentut, 2021). Lebih lanjut, apabila peristiwa yang dialami konsumen mengandung unsur tindak pidana—seperti penggunaan identitas palsu atau penipuan sejak awal—persoalan tersebut memiliki dimensi pidana, sehingga bukti transaksi dan komunikasi perlu diamankan untuk mendukung pelaporan kepada aparat penegak hukum (Priyana *et al*., 2021).

Pertanyaan kedua dari peserta berkaitan dengan cara memastikan dokumen dan data pribadi tetap aman serta terhindar dari penyalahgunaan. Dalam transaksi digital, masyarakat kerap diminta menyerahkan berbagai informasi seperti nama, alamat, nomor telepon, identitas, dan data pembayaran (Wirayoga & Wisanjaya, 2024). Oleh karena itu, konsumen perlu memastikan bahwa setiap data yang diberikan memang benar-benar diperlukan dan memiliki tujuan penggunaan yang jelas, sejalan dengan prinsip pelindungan data pribadi dalam Pasal 5 UU PDP (Priliasari, 2023). Upaya preventif dalam menjaga keamanan dokumen dan data pribadi dapat dilakukan melalui pembatasan pemberian data hanya pada informasi yang esensial, memastikan kejelasan identitas pihak yang meminta data, menghindari pengiriman dokumen melalui tautan atau kanal yang tidak terverifikasi, serta menjaga kerahasiaan *password*, PIN, dan kode OTP. Kementerian Komunikasi dan Digital secara konsisten mengedukasi masyarakat untuk mengaktifkan autentikasi dua langkah, menggunakan kata sandi yang kuat, serta meningkatkan kewaspadaan terhadap berbagai modus kejahatan siber seperti *phishing*, *smishing*, *vishing*, dan *pharming*. Masyarakat juga perlu memahami bahwa pelindungan data bukan hanya tanggung jawab individu, tetapi juga kewajiban mutlak dari pihak pemroses data. Dua pertanyaan utama dalam sesi diskusi serta hasil evaluasi pelaksanaan PKM menunjukkan adanya kesenjangan antara tingginya pengalaman peserta sebagai pengguna layanan digital dengan kemampuan mereka dalam menerapkan pengetahuan hukum saat menghadapi permasalahan. Hal ini terlihat dari data pra-survei di mana 78,6% peserta pernah mengalami masalah dalam transaksi digital, namun hanya 46,4% yang mengetahui langkah penanganan yang tepat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengalaman praktis sebagai konsumen digital belum secara otomatis membentuk kesadaran dan kemampuan pelindungan hukum.

Untuk menjembatani kesenjangan tersebut, pendekatan pelaksanaan kegiatan memadukan penyampaian materi normatif dengan studi kasus nyata dan diskusi dua arah. Pendekatan ini terbukti efektif, di mana peningkatan paling menonjol tercatat pada pemahaman mengenai langkah menghadapi kerugian transaksi digital, yang melonjak dari 46,4% menjadi 95%. Temuan kegiatan ini sejalan dengan hasil pengabdian Tahir *et al*. (2025) pada siswa MAN 2 Palu, yang menunjukkan bahwa edukasi hukum berbasis ceramah dan diskusi interaktif mampu meningkatkan kesiapan dan kehati-hatian pelajar sebagai konsumen online. Namun, kegiatan di SMAN 1 Rasau Jaya memberikan penekanan yang lebih spesifik pada kemampuan operasional dan langkah taktis saat menghadapi kerugian transaksi. Dinamika selama kegiatan menunjukkan peningkatan keterlibatan aktif peserta. Pertanyaan seputar barang tidak sesuai, penipuan, hingga keamanan data pribadi menandakan bahwa peserta mulai memandang persoalan transaksi digital sebagai isu hukum nyata yang berdampak langsung pada diri mereka. Diskusi dua arah berfungsi secara optimal dalam mengubah informasi normatif menjadi pengetahuan aplikatif yang dapat digunakan peserta dalam mengambil keputusan. Dengan demikian, pendekatan edukasi hukum yang partisipatif dan berbasis pengalaman nyata terbukti efektif dalam membentuk konsumen muda yang lebih mandiri, kritis, dan sadar hukum di era digital.



Gambar 2. Diskusi Terkait Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Digital

Foto dokumentasi di atas memperlihatkan antusiasme peserta didik dalam sesi diskusi interaktif dan tanya jawab mengenai penanganan sengketa belanja daring serta pelindungan data pribadi.

5 | KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan edukasi hukum perlindungan konsumen dalam transaksi digital serta survei pra- dan pasca-kegiatan, dapat disimpulkan bahwa tingkat pemahaman dan kesadaran hukum siswa SMAN 1 Rasau Jaya, Kabupaten Kubu Raya pada dasarnya sudah cukup baik dalam tataran normatif awal. Sebagian besar peserta telah memahami hak dasar konsumen, pentingnya informasi yang benar, serta urgensi perlindungan data pribadi. Namun, terdapat kesenjangan berupa rendahnya pemahaman praktis terkait langkah atau tindakan konkret ketika menghadapi permasalahan transaksi digital. Hal tersebut terlihat dari data pra-survei di mana 78,6% peserta pernah mengalami masalah dalam transaksi digital, tetapi hanya 46,4% peserta yang mengetahui langkah penanganan yang harus ditempuh. Setelah mengikuti kegiatan edukasi, pemahaman peserta menunjukkan peningkatan yang signifikan. Sebanyak 90% peserta memperoleh skor sempurna 10 dan seluruh peserta memperoleh skor minimal 8, dengan nilai rata-rata mencapai 9,8 dari 10. Peningkatan paling menonjol tercatat pada aspek pemahaman mengenai tindakan saat mengalami kerugian dalam transaksi digital, yang melonjak dari 46,4% pada pra-survei menjadi 95% pada pasca-survei. Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini terbukti berhasil meningkatkan pemahaman dan kesadaran hukum peserta, khususnya dalam mengenali risiko transaksi digital, memahami hak dan kewajiban para pihak, menjaga kerahasiaan data pribadi, serta menentukan langkah operasional ketika mengalami kerugian. Hasil tersebut menegaskan bahwa edukasi hukum yang memadukan tinjauan normatif dengan studi kasus nyata dan panduan praktis sangat efektif dalam membentuk konsumen muda yang cerdas, kritis, dan sadar hukum. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan dan evaluasi pemahaman peserta, beberapa rekomendasi yang dapat diajukan antara lain agar edukasi hukum mengenai perlindungan konsumen perlu diselenggarakan secara berkelanjutan di lingkungan sekolah, mengingat peserta didik merupakan kelompok usia yang sangat aktif memanfaatkan platform *e-commerce*, media sosial (Rasdi *et al*., 2023), dan berbagai layanan digital lainnya. Di samping itu, materi edukasi ke depannya perlu lebih menitikberatkan pada aspek praktis, khususnya cara mengidentifikasi modus penipuan, iklan atau informasi produk yang menyesatkan, barang tidak sesuai pesanan, *phishing*, serta penyalahgunaan data pribadi, di mana peserta juga perlu dibekali keterampilan taktis dalam menghadapi kerugian mulai dari mendokumentasikan bukti transaksi, mengajukan pengaduan resmi, hingga menempuh mekanisme penyelesaian sengketa. Terakhir, pihak sekolah diharapkan dapat mengintegrasikan materi perlindungan konsumen dan keamanan transaksi digital ke dalam program literasi digital (Yulianto & Riyantie, 2025) serta kegiatan pembinaan kesiswaan menggunakan contoh kasus yang dekat dengan realitas sehari-hari siswa.

REFERENSI

Amalia, E. Y., & Isnawati, M. (2024). Perlindungan hukum terhadap korban tindak pidana penipuan transaksi jual beli pada marketplace. *Perspektif Hukum*, 24(1), 16–26. https://doi.org/10.30649/ph.v24i1.263

Anand, G., Nugraha, X., & Putri, D. (2023). Formulasi penegakan hukum yang sistematis terhadap penyelesaian sengketa konsumen e-commerce terkait tidak dipenuhinya janji oleh pelaku usaha: sebuah upaya mewujudkan perfect procedural justice. *Jurnal Rechts Vinding Media Pembinaan Hukum Nasional*, 12(2), 211–235. http://dx.doi.org/10.33331/rechtsvinding.v12i2.1262

Arief, R. P. (2023). Hukum perlindungan konsumen atas barang yang tidak sesuai dengan gambar pada transaksi di marketplace. *UNES Law Review*, 6(2), 4953–4963. https://doi.org/10.31933/unesrev.v6i2.1317

Ayunda, R. (2022). Personal data protection to e-commerce consumer: what are the legal challenges and certainties? *Law Reform*, 18(2), 144–163. https://doi.org/10.14710/lr.v18i2.43307

Bahri, S., Yahanan, A., & Trisaka, A. (2019). Kewenangan notaris dalam mensertifikasi transaksi elektronik dalam rangka cyber notary. *Repertorium*, 8(2), 142–157. https://doi.org/10.28946/rpt.v0i0.356

Dahlan, Erniyanti, Aspan, H., & Wahyuni, E. S. (2025). Legal aspects of consumer protection against phishing crimes in digital business. *Morfai Journal*, 5(6), 8809–8813. https://doi.org/10.54443/morfai.v5i6.4677

Dewantoro, F. D., Njatrijani, R., & Lestari, S. N. (2019). Analisis yuridis terhadap pelaksanaan badan penyelesaian sengketa konsumen dalam transaksi e-commerce. *Diponegoro Law Journal*, 8(2), 1133–1144. https://doi.org/10.14710/dlj.2019.25459

Djohan, P., Astutik, S., Ayuningtiyas, F., & Aribawa, M. Y. (2025). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli online atas barang tidak sesuai pada platform marketplace shopee. *Lex Journal : Kajian Hukum Dan Keadilan*, 9(1), 230–251. https://doi.org/10.25139/lex.v9i1.10948

Fista, Y. L., Machmud, A., & Suartini, S. (2023). Perlindungan hukum konsumen dalam transaksi e-commerce ditinjau dari perspektif undang-undang perlindungan konsumen. *Binamulia Hukum*, 12(1), 177–189. https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599

Fitrianto, B., Hardianto, H., Surbakti, J. Y., Marbun, J. O., & Sari, M. (2026). Perlindungan hukum bagi konsumen terhadap hidden fees praktik periklanan menyesatkan di sektor perbankan digital. *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory*, 4(1), 561–574. https://doi.org/10.62976/ijijel.v4i1.1647

Ikhsani, D. V., & Amir, D. (2022). Tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen atas iklan yang menyesatkan ditinjau dari undang-undang perlindungan konsumen. *Zaaken: Journal of Civil and Business Law*, 3(1), 76–91. https://doi.org/10.22437/zaaken.v3i1.14634

Indriani, M. (2017). Perlindungan privasi dan data pribadi konsumen daring pada online marketplace system. *Justitia Jurnal Hukum*, 1(2), 191–208. https://doi.org/10.30651/justitia.v1i2.1152

Iqbal, J. (2019). Perlindungan bagi konsumen online marketplace melalui mekanisme online dispute resolution (ODR). *Jurist-Diction*, 1(2), 557–578. https://doi.org/10.20473/jd.v1i2.11008

Lumentut, D. F. P. (2021). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi ecommerce. *Lex Privatum*, 9(3), 217–226.

Octaviani, S. D. P. (2024). Penyediaan sarana pengaduan konsumen dalam jual beli online sebagai upaya pertanggungjawaban pihak marketplace shopee. *Journal of Islamic Business*, 8(1), 17–31. https://doi.org/10.18860/jibl.v8i1.7769

Priliasari, E. (2023). Perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi e-commerce. *Jurnal Rechtsvinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 12(2), 241–256. http://dx.doi.org/10.33331/rechtsvinding.v12i2.1285

Priyana, P., Baluqia, S. H., & Darmawan, W. (2021). Alat bukti informasi elektronik tindak pidana penipuan online dalam perspektif hukum acara pidana di Indonesia. *Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan*, 9(1), 183–198. https://doi.org/10.29303/ius.v9i1.848

Rasdi, Ningsih, A. S., Niravita, A., Prabowo, M. S., Wijayanto, I., Fiorentina, P., & Komariyah, M. N. (2023). Peningkatan literasi digital dan kemanusiaan melalui PowerPoint sebagai media pembelajaran bagi santri Pondok Pesantren Asshodiqiyah. *AJAD: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(3), 318–323. https://doi.org/10.59431/ajad.v3i3.214

Sihombing, R. E., & Resen, M. G. S. K. (2024). Perlindungan konsumen dalam e-commerce di Indonesia (hambatan penerapan regulasi antara penerapan dan pengawasan). *Aliansi: Jurnal Hukum, Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 1(6), 58–70. https://doi.org/10.62383/aliansi.v1i6.539

Tahir, M. A., Safrin, M., & Friskanov S., I. (2025). Peningkatan kesadaran hukum dalam transaksi online di MAN 2 Palu melalui penyuluhan hukum. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 5(2), 695–702. https://doi.org/10.54082/jamsi.1537

Trisnorhadis. (2025). Perlindungan konsumen atas transaksi jual beli terhadap barang yang tidak sesuai deskripsi pada marketplace shopee. *Jurnal Media Hukum*, 13(1), 16–26. https://doi.org/10.59414/jmh.v13i1.848

Wirayoga, I. G. P. S., & Wisanjaya, I. G. P. E. (2024). Perlindungan hukum terhadap data pribadi dalam perspektif perlindungan data konsumen e-commerce di Indonesia. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 12(8), 1804–1815. https://doi.org/10.24843/KS.2024.v12.i08.p10

Yuliana, A., & Setyawati, S. M. (2026). Investigating the effect of online consumer reviews on purchase intention among Gen Y and Z. *Jurnal Siasat Bisnis*, 30(1), 105–121. https://doi.org/10.20885/jsb.vol30.iss1.art7

Yulianto, K. I., & Riyantie, M. (2025). Sosialisasi penguatan literasi digital bagi pelajar untuk menangkal hoaks dan provokasi di media sosial. *AJAD: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(3), 454–460. https://doi.org/10.59431/ajad.v5i3.629

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi.

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Komisi Nasional Hak Asasi Manusia RI. Standar Norma dan Pengaturan No. 13 Tentang Bisnis dan HAM.

Bank Muamalat. "Apa Itu Phising? Pengertian, Ciri-ciri, dan Cara Menghindarinya," https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/artikel/apa-itu-phising-pengertian-ciri-ciri-dan-cara-menghindarinya11.