

## ANALISIS PEMAHAMAN MAHASISWA TERHADAP PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ONLINE DI LINGKUNGAN KAMPUS

Zhafira Nasywa Adriyanasta<sup>1\*</sup>, Tazkia Widia Ardani<sup>2</sup>, Dea Rizki Desambari<sup>3</sup>, Sandi Mauladi<sup>4</sup>,  
Rani Apriani<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Ilmu Hukum, Universitas Singaperbangsa Karawang, Karawang

<sup>1</sup>[email. 2310631010213@student.unsika.ac.id](mailto:2310631010213@student.unsika.ac.id), <sup>2</sup>[email. 2310631010160@student.unsika.ac.id](mailto:2310631010160@student.unsika.ac.id),  
<sup>3</sup>[email. 2310631010016@student.unsika.ac.id](mailto:2310631010016@student.unsika.ac.id), <sup>4</sup>[email. 2310631010062@student.unsika.ac.id](mailto:2310631010062@student.unsika.ac.id), <sup>5</sup>[email. rani.apriani@fh.unsika.ac.id](mailto:rani.apriani@fh.unsika.ac.id)

### Abstrak

Aktivitas belanja online yang tinggi di kalangan mahasiswa melalui berbagai platform digital sering kali diiringi dengan berbagai permasalahan yang merugikan konsumen, seperti ketidaksesuaian barang dan penipuan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menganalisis tingkat pemahaman serta literasi hukum mahasiswa terhadap perlindungan konsumen dalam transaksi online di lingkungan kampus. Metode pelaksanaan dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui teknik wawancara mendalam terhadap tiga responden mahasiswa dari beberapa program studi untuk menggali pengalaman praktis mereka secara terbuka. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa sangat adaptif dan aktif melakukan transaksi digital, tingkat literasi hukum mereka mengenai hak konsumen masih tergolong rendah. Mayoritas responden hanya memahami hak dasar atas kesesuaian barang, namun belum mengetahui mekanisme komplain yang formal maupun keberadaan lembaga berwenang seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Penyelesaian masalah selama ini hanya terbatas pada fitur *chat* dengan penjual tanpa menyentuh aspek hukum yang komprehensif. Simpulan dari pengabdian ini menegaskan pentingnya integrasi edukasi hukum yang intensif dan praktis bagi mahasiswa untuk membangun kesadaran "*Digital Legal Literacy*". Hal ini sangat krusial guna membentuk karakter konsumen yang cerdas, kritis, dan berdaya dalam menghadapi dinamika pasar di era digital

**Kata kunci:** *Perlindungan konsumen, transaksi online, literasi hukum, mahasiswa.*

---

### Abstract

*The high volume of online shopping transactions among college students through various digital platforms is often accompanied by issues that disadvantage consumers, such as product non-conformity and fraud. This community service activity aims to analyze the level of student understanding and legal literacy regarding consumer protection in online transactions within the campus environment. The implementation method was carried out through a descriptive qualitative approach utilizing in-depth interview techniques with three student respondents from various study programs to explore their practical experiences openly. The results of the activity indicate that although students are highly adaptive and active in digital transactions, their legal literacy regarding consumer rights remains relatively low. The majority of respondents only understand the basic right to product conformity but lack knowledge regarding formal complaint mechanisms or the existence of authorized institutions such as the Consumer Dispute Resolution Agency (BPSK).*

*Problem-solving has been limited to utilizing the chat feature with sellers without touching upon comprehensive legal aspects. The conclusion of this service emphasizes the importance of integrating intensive and practical legal education for students to build "Digital Legal Literacy". This is highly crucial to foster smart, critical, and empowered consumers capable of navigating the dynamics of the digital market era*

**Keywords:** *Consumer protection, online transactions, legal literacy, students.*

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam pola konsumsi masyarakat, khususnya dalam kegiatan transaksi jual beli. Salah satu bentuk perkembangan tersebut adalah meningkatnya aktivitas belanja online melalui berbagai platform digital yang menawarkan kemudahan, kecepatan, serta efisiensi dalam bertransaksi. Fenomena ini tidak terlepas dari kemajuan e-commerce yang semakin pesat dan menjangkau berbagai lapisan masyarakat, termasuk mahasiswa sebagai kelompok yang aktif dalam penggunaan teknologi digital.

Namun demikian, di balik kemudahan tersebut, terdapat berbagai permasalahan yang kerap merugikan konsumen. Kasus seperti barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, keterlambatan pengiriman, penipuan, hingga penyalahgunaan data pribadi masih sering terjadi dalam transaksi elektronik. Hal ini menunjukkan bahwa posisi konsumen masih cenderung lemah dibandingkan pelaku usaha, terutama dalam hal akses informasi dan perlindungan hukum. Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Pentingnya perlindungan konsumen terletak pada upaya menciptakan keseimbangan antara hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha. Perlindungan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen dalam melindungi dirinya, serta menumbuhkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab. Selain itu, keberadaan perlindungan konsumen juga memberikan jaminan kepastian hukum dan rasa aman dalam bertransaksi, khususnya di era digital yang semakin kompleks. Hal ini sejalan dengan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang

Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU ITE, yang mengatur mengenai keamanan dan keabsahan transaksi elektronik.

Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa dipilih sebagai objek wawancara karena merupakan salah satu kelompok konsumen yang aktif dalam melakukan transaksi online. Mahasiswa juga dinilai memiliki tingkat literasi digital yang cukup baik sehingga mampu memberikan pandangan yang kritis terhadap pengalaman mereka sebagai konsumen. Namun, pada kenyataannya tidak semua mahasiswa memiliki pemahaman yang memadai mengenai hak dan kewajiban sebagai konsumen. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji tingkat kesadaran dan pemahaman mahasiswa terhadap perlindungan konsumen, serta mengidentifikasi berbagai permasalahan yang mereka alami dalam praktik transaksi sehari-hari, khususnya dalam belanja online.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk memberikan gambaran secara mendalam mengenai tingkat pemahaman mahasiswa terhadap hak-hak perlindungan konsumen dalam transaksi belanja online. Pendekatan yang digunakan adalah yuridis empiris, yaitu penelitian hukum yang menelaah keberlakuan hukum di tengah masyarakat. Dalam penelitian ini, peneliti mengkaji implementasi pemahaman mahasiswa terhadap ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam praktik jual beli melalui platform digital. Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara mendalam dengan mahasiswa sebagai responden. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan berupa buku, jurnal ilmiah, serta peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, khususnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan studi dokumen. Wawancara dilakukan secara langsung maupun terstruktur kepada sejumlah mahasiswa untuk mengetahui pengalaman serta tingkat pemahaman mereka dalam melakukan transaksi belanja online. Adapun studi dokumen dilakukan dengan menelaah literatur dan regulasi yang berkaitan dengan objek penelitian. Data yang telah terkumpul kemudian

dianalisis menggunakan teknik analisis kualitatif melalui tahapan reduksi data, pengelompokan data, penyajian data secara sistematis, serta penarikan kesimpulan berdasarkan perbandingan antara hasil penelitian lapangan dengan ketentuan hukum yang berlaku.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan menggunakan metode wawancara langsung kepada beberapa mahasiswa di lingkungan kampus sebagai upaya dalam pengumpulan data terkait tingkat pemahaman beberapa mahasiswa terhadap perlindungan konsumen dalam transaksi online. Pelaksanaan kegiatan wawancara dilaksanakan pada bulan April 2026 di tanggal 16, dimana melibatkan 3 responden mahasiswa dari beberapa program studi sebagai responden. Pemilihan responden dilaksanakan secara acak dengan mempertimbangkan mahasiswa yang aktif dalam menggunakan platform belanja online. Wawancara dilaksanakan secara tatap muka di area kampus, seperti ruang terbuka yaitu taman fakultas hukum, area masjid, serta sekitar lingkungan fakultas, sehingga responden bisa memberikan jawaban secara terbuka dan nyaman berdasarkan pengalaman mereka dalam menggunakan platform belanja online sebagai konsumen. Fenomena ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa perkembangan akan teknologi digital mampu mengubah pola konsumsi masyarakat menjadi praktis cepat dan efisien.

Dalam proses pelaksanaannya, tim wawancara memakai daftar pertanyaan sederhana yang berfokus kepada pengalaman mahasiswa ketika melakukan transaksi online. Pertanyaan yang diajukan meliputi pemahaman mengenai hak konsumen, pengetahuan akan kewajiban pelaku usaha, pengalaman menerima barang yang tidak sesuai deskripsi, mekanisme pengambilan barang, serta pengalaman apa yang dilakukan jika mengalami kerugian dalam transaksi online.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap tiga responden, diperoleh sejumlah informasi yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam melakukan transaksi, khususnya dalam konteks belanja online serta pemahaman terhadap hak dan kewajiban sebagai konsumen. Ketiga responden memiliki latar belakang sebagai

mahasiswa yang aktif menggunakan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam aktivitas konsumsi.

Responden pertama dan kedua menyatakan bahwa dirinya cukup sering melakukan transaksi belanja online, dengan frekuensi rata-rata 2–4 kali dalam satu bulan. Produk yang dibeli umumnya berupa kebutuhan sehari-hari, seperti pakaian, aksesoris, serta barang elektronik kecil. Dalam melakukan transaksi, responden pertama cenderung memperhatikan ulasan produk, rating penjual, serta deskripsi barang sebelum memutuskan untuk membeli. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang menjelaskan bahwa ulasan produk, rating penjual, dan kejelasan informasi produk merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian konsumen online, terlihat di dalam Gambar 1 dan Gambar 2 terkait dokumentasi proses wawancara dengan responden pertama dan juga kedua.



**Gambar 1.** Proses wawancara kepada responden satu



**Gambar 2.** Proses wawancara kepada responden dua

Sebaliknya, lanjut kepada responden ketiga menunjukkan tingkat pemahaman yang masih terbatas terkait hak-hak konsumen. Ia hanya mengetahui secara umum bahwa konsumen berhak mendapatkan barang yang sesuai, namun tidak memahami secara rinci mengenai hak-hak lainnya, seperti hak atas kompensasi, ganti rugi, maupun mekanisme perlindungan hukum yang tersedia, terlihat di dalam Gambar 3 terkait dokumentasi proses wawancara dengan responden ketiga.



**Gambar 3.** Proses wawancara kepada responden tiga

Terkait dengan mekanisme pengaduan atau komplain, ketiga responden memiliki kesamaan dalam hal kurangnya pemahaman. Responden pertama dan kedua pernah mengalami permasalahan berupa keterlambatan pengiriman barang, namun hanya menyelesaikannya melalui fitur chat dengan penjual tanpa mengetahui adanya mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih formal. Responden ketiga bahkan mengaku tidak mengetahui langkah apa yang harus dilakukan jika mengalami kerugian selain menghubungi penjual secara langsung.

Selain itu, ketiga responden juga belum mengetahui lembaga atau instansi yang berwenang dalam menangani sengketa konsumen, seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau lembaga perlindungan konsumen lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan responden masih terbatas pada aspek praktis penggunaan platform, namun belum menyentuh aspek hukum perlindungan konsumen secara komprehensif.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap ketiga responden tersebut, dapat dianalisis bahwa perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan perilaku konsumsi masyarakat, khususnya mahasiswa, ke arah yang lebih modern dan praktis. Aktivitas belanja online menjadi pilihan utama karena menawarkan kemudahan, efisiensi waktu, serta berbagai keuntungan ekonomis seperti diskon dan promo.

Mayoritas responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa belanja online telah menjadi bagian dari gaya hidup sehari-hari. Hal ini sejalan dengan fenomena meningkatnya penggunaan *e-commerce* di kalangan generasi muda yang cenderung adaptif terhadap perkembangan teknologi. Namun demikian, peningkatan aktivitas konsumsi ini tidak diimbangi dengan pemahaman yang memadai mengenai hak dan kewajiban sebagai konsumen.

Dari sisi pemahaman hak konsumen, terdapat perbedaan tingkat pengetahuan antara responden pertama, kedua dan responden ketiga. Responden pertama dan kedua dapat dikategorikan memiliki literasi konsumen yang lebih baik, meskipun masih terbatas pada aspek dasar. Sementara itu, responden ketiga menunjukkan rendahnya kesadaran terhadap pentingnya perlindungan konsumen, yang dapat berpotensi merugikan dirinya sendiri dalam kegiatan transaksi.

Lebih lanjut, kurangnya pemahaman mengenai mekanisme penyelesaian sengketa konsumen menjadi salah satu temuan penting dalam penelitian ini. Ketiga responden belum mengetahui secara jelas prosedur yang dapat ditempuh apabila mengalami kerugian, baik melalui platform e-commerce maupun melalui jalur hukum atau lembaga terkait. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara praktik konsumsi digital dengan pengetahuan hukum yang seharusnya dimiliki oleh konsumen.

Ketidaktahuan responden mengenai lembaga perlindungan konsumen, seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), juga menjadi indikasi bahwa sosialisasi terkait perlindungan konsumen masih belum optimal. Padahal, keberadaan lembaga tersebut sangat penting dalam memberikan akses keadilan bagi konsumen yang dirugikan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara intensitas penggunaan e-commerce dengan tingkat pemahaman konsumen, namun hubungan tersebut tidak selalu bersifat linear. Tingginya frekuensi transaksi tidak menjamin tingginya tingkat literasi konsumen. Oleh karena itu, diperlukan upaya edukasi yang lebih intensif mengenai hak dan kewajiban konsumen, khususnya di kalangan mahasiswa sebagai pengguna aktif platform digital.

Upaya peningkatan literasi konsumen dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti penyuluhan hukum, integrasi materi perlindungan konsumen dalam kurikulum pendidikan, serta kampanye digital yang mudah diakses oleh masyarakat. Dengan demikian, diharapkan konsumen tidak hanya menjadi pengguna aktif, tetapi juga menjadi konsumen yang cerdas dan kritis dalam menghadapi berbagai dinamika transaksi di era digital.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **SIMPULAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil mengidentifikasi adanya kesenjangan yang nyata antara tingginya intensitas transaksi digital mahasiswa dengan tingkat literasi hukum yang mereka miliki. Kelebihan dari kegiatan ini terletak pada penggunaan metode pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara tatap muka secara langsung di area terbuka kampus, yang terbukti efektif membuat para responden merasa nyaman untuk memberikan jawaban secara terbuka, jujur, dan reflektif berdasarkan pengalaman praktis mereka. Namun demikian, pelaksanaan pengabdian ini masih memiliki kekurangan pada keterbatasan jumlah responden yang dilibatkan, yaitu baru mencakup tiga orang mahasiswa dari beberapa program studi, sehingga belum cukup optimal untuk memetakan pemahaman perlindungan konsumen secara menyeluruh di tingkat universitas. Sebagai langkah pengembangan program selanjutnya, temuan ini membuka peluang besar untuk mentransformasikan metode edukasi hukum konvensional menjadi program bimbingan teknis yang integratif atau kampanye digital interaktif mengenai "*Digital Legal Literacy*" guna meminimalisir risiko kerugian transaksi elektronik mahasiswa di masa depan.

### **SARAN**

Untuk menutupi kekurangan pada kegiatan pengabdian yang telah berjalan, program pengabdian masyarakat lebih lanjut disarankan untuk memperluas jangkauan responden serta cakupan program studi agar data literasi konsumen yang diperoleh jauh lebih komprehensif dan representatif. Selain itu, diperlukan transformasi dalam penyampaian edukasi hukum dari yang semula bersifat normatif kaku menjadi panduan praktis yang mudah diakses, misalnya melalui pembuatan infografis atau video edukasi singkat di media sosial. Pihak pelaksana program selanjutnya juga disarankan untuk membangun kolaborasi dengan menggandeng instansi berwenang seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau Kementerian Perdagangan dalam menyelenggarakan sosialisasi agar mahasiswa mendapatkan pemahaman langsung mengenai mekanisme pengaduan sengketa

yang formal. Terakhir, disarankan adanya dorongan bagi pihak akademisi di lingkungan kampus untuk mengintegrasikan materi perlindungan konsumen atau literasi hukum digital ke dalam kegiatan kemahasiswaan ataupun kurikulum pendidikan yang relevan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2020). *Perlindungan konsumen di era perdagangan digital*. Jakarta: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- Nasution, A. (2001). *Hukum perlindungan konsumen: Suatu pengantar*. Jakarta: Diadit Media.
- Pratiwi, D. dan Hidayat, A. (2021). *Pengaruh online customer review terhadap keputusan pembelian*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6 (1): 12-24.
- Rahmidani, R. (2020). *Penggunaan e-commerce dalam perilaku konsumtif masyarakat*. *Economic Education Analysis Journal*, 9 (3): 101-113.
- Republik Indonesia. (1999). *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta.
- Republik Indonesia. (1999). *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. Jakarta.
- Republik Indonesia. (2016). *Undang-Undang No 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. Jakarta.
- Shidarta. (2006). *Hukum perlindungan konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo.
- Soekanto, S. (2010). *Pengantar penelitian hukum*. Jakarta: UI Press.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.