

Edukasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Kalangan Milenial

¹Evita Vibriana Wulandari, ²Haryono, ³Sugeng Samiyono

^{1,2,3} Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

Email : ¹dosen01602@unpam.ac.id, ²dosen00961@unpam.ac.id, ³dosen01271@unpam.ac.id

Abstrak

Perkembangan ekonomi digital telah mendorong peningkatan transaksi melalui platform e-commerce dan layanan digital yang didominasi oleh generasi milenial. Namun, tingginya aktivitas transaksi digital belum diimbangi dengan pemahaman yang memadai mengenai hak dan kewajiban konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Rendahnya literasi hukum menyebabkan banyak konsumen muda mengalami kerugian akibat ketidaksesuaian produk, penyalahgunaan data pribadi, klausula baku yang merugikan, serta berbagai praktik bisnis yang tidak transparan. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan kesadaran hukum para santri Yayasan Al Kamilah Sawangan Depok mengenai perlindungan konsumen di era digital. Metode yang digunakan berupa penyuluhan, sosialisasi, diskusi interaktif, dan pendampingan terkait hak dan kewajiban konsumen, keamanan data pribadi, serta mekanisme penyelesaian sengketa konsumen. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai hak-hak konsumen, pentingnya literasi digital, serta kemampuan untuk mengenali dan menghindari praktik perdagangan yang merugikan. Program ini diharapkan mampu membentuk generasi muda yang lebih kritis, cerdas, dan berdaya dalam menghadapi berbagai tantangan transaksi digital sehingga tercipta ekosistem perdagangan yang lebih adil dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Literasi Hukum, Milenial, Transaksi Digital, Pengabdian kepada Masyarakat.

Abstract

The rapid growth of the digital economy has significantly increased transactions through e-commerce platforms and digital services, particularly among millennials. However, the high frequency of digital transactions has not been accompanied by adequate understanding of consumer rights and obligations as stipulated in Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection. Limited legal literacy has led many young consumers to experience losses due to product discrepancies, misuse of personal data, unfair standard clauses, and other non-transparent business practices. This Community Service Program (PKM) aimed to enhance the legal awareness and understanding of students at the Al Kamilah Foundation Islamic Boarding School in Sawangan, Depok, regarding consumer protection in the digital era. The program employed educational counseling, socialization, interactive discussions, and mentoring activities covering consumer rights and obligations, personal data security, and consumer dispute resolution mechanisms. The results indicated an improvement in participants' understanding of consumer rights, the importance of digital literacy, and their ability to identify and avoid harmful commercial practices. This program is expected to foster a generation of young consumers who are more critical, knowledgeable, and empowered in facing digital transaction challenges, thereby contributing to a fairer and more sustainable economic ecosystem.

Keywords: Consumer Protection, Legal Literacy, Millennials, Digital Transactions, Community Service Program.

PENDAHULUAN

Saat ini, Indonesia tengah mengalami transformasi ekonomi digital yang sangat masif. Berdasarkan data perilaku konsumen terbaru, terjadi pergeseran fundamental di mana transaksi

konvensional mulai ditinggalkan dan beralih ke ekosistem *e-commerce* serta layanan keuangan digital (*fintech*). Generasi milenial, sebagai kelompok *digital native*, menempati posisi sentral sebagai aktor utama dalam perputaran ekonomi ini karena intensitas penggunaan teknologi yang tinggi dalam kehidupan sehari-hari.

Namun, pesatnya pertumbuhan transaksi digital ini tidak dibarengi dengan tingkat literasi hukum yang memadai. Muncul berbagai fenomena kerugian konsumen, seperti ketidaksesuaian spesifikasi produk, pelanggaran privasi data pribadi, hingga klausula baku yang merugikan dalam kontrak elektronik. Meskipun telah ada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), implementasinya masih menghadapi hambatan besar. Generasi milenial cenderung menjadi "korban diam" (*silent sufferer*) yang lebih memilih mengeluh di media sosial daripada menempuh jalur pengaduan resmi. Rendahnya Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) menunjukkan bahwa pemahaman mengenai hak-hak hukum dan mekanisme penyelesaian sengketa melalui BPSK masih sangat minim di kalangan anak muda.

Dalam ekosistem pasar digital, terdapat ketimpangan informasi (*information asymmetry*) yang sangat lebar antara pelaku usaha dan konsumen milenial. Pelaku usaha memiliki kendali penuh atas deskripsi produk, algoritma harga, dan persyaratan layanan (*terms of service*) yang seringkali dibuat dalam bahasa hukum yang rumit dan sangat panjang. Akibatnya, milenial cenderung memberikan persetujuan tanpa memahami sepenuhnya risiko hukum yang mereka hadapi, termasuk potensi penyalahgunaan data pribadi untuk kepentingan pemasaran pihak ketiga.

Pergeseran Budaya Hukum: Viralitas vs Legalitas Terjadi anomali dalam budaya hukum generasi milenial. Di satu sisi, mereka sangat vokal di media sosial dalam menyuarakan ketidakpuasan terhadap layanan atau produk (*social media justice*). Namun di sisi lain, terdapat ketidakpercayaan atau ketidaktahuan terhadap efektivitas lembaga formal seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Hal ini menciptakan stigma bahwa menempuh jalur hukum resmi adalah proses yang melelahkan, mahal, dan tidak sebanding dengan nilai kerugian yang dialami (misalnya pada transaksi bernilai kecil namun frekuensinya tinggi).

Tantangan "Invisible Harms" (Kerugian Tak Kasat Mata) Kerugian yang dialami konsumen milenial saat ini tidak lagi hanya bersifat fisik (barang rusak), tetapi juga bersifat non-fisik atau *invisible harms*. Contohnya adalah manipulasi psikologis melalui *Dark Patterns* di aplikasi belanja yang memaksa konsumen membeli barang yang tidak dibutuhkan, atau praktik *dynamic pricing* yang tidak transparan. Tanpa pemahaman mendalam mengenai UU No. 8 Tahun 1999, milenial tidak menyadari bahwa praktik-praktik manipulatif tersebut sebenarnya merupakan bentuk pelanggaran hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang jujur dan jernih.

Rendahnya Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) Nasional Secara makro, data menunjukkan bahwa Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) di Indonesia masih terjebak pada level "Paham" dan belum mencapai level "Berdaya". Artinya, konsumen baru sebatas mengetahui hak-haknya secara teoretis, namun belum memiliki keberanian atau kecakapan prosedural untuk menuntut ganti rugi secara mandiri. Bagi milenial, kesenjangan antara "tahu" dan "mampu bertindak" ini menjadi penghambat utama terciptanya iklim perdagangan yang sehat dan adil.

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan para Santri tentang perlindungan konsumen, memberikan pemahaman tentang literasi perlindungan konsumen, serta menawarkan alternatif kegiatan positif. Dengan pendekatan yang komprehensif dan kolaboratif, diharapkan para Santri dapat tumbuh menjadi generasi yang cerdas, berkarakter, dan bertanggung jawab dalam menghadapi tantangan era digital. Kegiatan ini juga diharapkan dapat mendorong kolaborasi antara pesantren, orang tua, dan pemerintah dalam pembinaan para Santri.

Permasalahan yang disampaikan oleh pengurus pesantren adalah hal-hal yang dibutuhkan pesantren untuk menambah ilmu pengetahuan para Santri yang belajar di pesantren Alkamilah yang sebagian sudah memasuki usia dewasa, salah satunya adalah masalah-masalah yang mereka butuhkan adalah tambahan ilmu pengetahuan dan yang dapat membuka wawasan mereka. Dalam

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) kali ini kami akan memberikan pembekalan pengetahuan tentang “Edukasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Kalangan Milenial”

Permasalahan

Adapun perumusan masalah pada Pengabdian Masyarakat (PKM) ini adalah :

1. Bagaimana tingkat pemahaman masyarakat terhadap hak dan kewajiban konsumen, khususnya terkait aspek keamanan data pribadi dan keaslian produk dalam transaksi di *e-commerce* atau media sosial?
2. Bagaimana efektivitas media edukasi kreatif (seperti *gamification*, video pendek TikTok/Reels, atau komik digital) dalam meningkatkan sikap kritis masyarakat terhadap promo diskon yang manipulatif dan iklan yang menyesatkan?
3. Bagaimana model pengembangan unit layanan pengaduan mandiri di lingkungan masyarakat agar memiliki wadah yang jelas dan terpercaya saat mengalami kerugian dalam bertransaksi secara daring maupun luring?

Tujuan yang dicapai dalam pengabdian ini yaitu :

1. Memberikan pemahaman masyarakat terhadap hak dan kewajiban konsumen, khususnya terkait aspek keamanan data pribadi dan keaslian produk dalam transaksi di *e-commerce* atau media sosial.
2. Memberikan edukasi efektivitas media edukasi kreatif (seperti *gamification*, video pendek TikTok/Reels, atau komik digital) dalam meningkatkan sikap kritis masyarakat terhadap promo diskon yang manipulatif dan iklan yang menyesatkan.
3. Mendorong masyarakat untuk pengembangan unit layanan pengaduan mandiri di lingkungan masyarakat agar memiliki wadah yang jelas dan terpercaya saat mengalami kerugian dalam bertransaksi secara daring maupun luring.

Dalam program kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) kali ini sasaran kami adalah para Santri di Pesantren Yayasan Alkamilah Sawangan Depok Jawa Barat. Yayasan Alkamilah adalah tempat untuk mendidik pelajar untuk belajar di Yayasan ini, dimana memberikan tambahan ilmu pengetahuan melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat (PKM), dalam hal ini melalui pemberian materi pada pelajar untuk menambah ilmu pengetahuan setelah mereka. Sebagai wujud Tri Darma Perguruan Tinggi, Fakultas Hukum S1 UNPAM, maka akan menyelenggarakan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan judul :“Edukasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Kalangan Milenial”.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) akan dilaksanakan Di Yayasan Alkamilah, Kecamatan Sawangan, Kab. Depok, Propinsi Jawa Barat, menggunakan metode :

Metode Pelatihan

1. Metode pelatihan yang diterapkan berdasarkan solusi atas permasalahan Santriwan Santriwati di Yayasan Alkamilah sawangan Depok. Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) akan dilaksanakan di Kecamatan Sawangan, Kab. Depok Propinsi Jawa Barat pada bulan 03 – 05 April 2026, sebagai berikut :

Hari ke 1: Pengumpulan data (dengan memberikan data wawancara kepada Santriwan santriwati materi penyuluhan yang dibutuhkan di Pesantren)

Hari ke 2: Penyuluhan Mengenai EDUKASI UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DI KALANGAN MILENIAL” kepada Santriwan santriwati di yayasan Al-kamilah.

Rencana kegiatan yang akan dilakukan untuk kegiatan ini:

- a. Tahap persiapan, Persiapan ini difokuskan dengan menyiapkan semua peralatan yang dibutuhkan untuk melaksanakan kegiatan ini, studi literatur dan melakukan koordinasi dengan instansi lembaga yayasan terkait serta ketua yayasan khususnya umumnya pada santriwan santriwati untuk melakukan kegiatan penyuluhan tentang Edukasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen Di Kalangan Milenial yang ditujukan untuk para santriwan santriwati di yayasan al kamilah.
- b. Penentuan Lokasi, Pada tahap ini dilakukan kunjungan ke lokasi untuk menentukan tempat (lokasi) pendampingan serta penyuluhan tentang EDUKASI UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DI KALANGAN MILENIAL”. pada santriwan santriwati di yayasan al kamilah sawangan depok.
- c. Perancangan implemtasi dan pengawasan dalam tentang EDUKASI UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DI KALANGAN MILENIAL pada santriwan santriwati di yayasan al kamilah sawangan depok. Prosedur Kerja Untuk melaksanakan program PKM ini, prosedur kerjanya sebagai berikut :
 1. Tahap Persiapan
Tahap persiapan yang dilakukan meliputi :
 - a. Survei awal, Pada tahap ini dilakukan survei lokasi Yayasan Al Kamilah di Desa Serua, Kec. Sawangan, Kab. Depok.
 - b. Observasi. Setelah survei maka ditentukan pelaksanaan dan sasaran peserta kegiatan.
 - c. Rapat Koordinasi Tim. Pada tahap ini rapat mengenai pembagian tugas, membuat jadwal pelaksanaan, mulai dari persiapan, pelaksanaan, sampai evaluasi dan penyusunan laporan.
 2. Tahap Pelaksanaan Tahap pelaksanaan yang dilakukan meliputi :
 - a. Sosialisasi Program. Pada tahap awal pelaksanaan dilakukan sosialisasi program penyuluhan tentang kepada santriwan dan santriwati yayasan Alkamilah sawangan depok.
 - b. Pelatihan/Pendampingan. Sesuai dengan langkah selanjutnya adalah memberikan pelatihan/pendampingan berupa pelatihan tentang Edukasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Kalangan Milenial pada santriwan santriwati di yayasan Alkamilah
 3. Tahap Evaluasi
sesuai kebutuhan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengatasi mengenai perlindungan konsumen di kalangan milenial, diperlukan solusi yang komprehensif dan melibatkan berbagai pihak. Berikut adalah beberapa solusi yang dapat diterapkan:

1. Edukasi dan Sosialisasi

- a. Penyuluhan dan Seminar: Mengadakan kegiatan penyuluhan dan seminar di sekolah-sekolah untuk memberikan pemahaman tentang Perlindungan Konsumen. Materi yang disampaikan harus mencakup pemahaman tentang hak dan kewajiban sebagai konsumen.
- b. Literasi Digital dan Keuangan: Memberikan pelatihan literasi Undang-undang Perlindungan Konsumen,
- c. Materi Edukasi: Memberikan presentasi tentang Perlindungan Konsumen.
- d. Peningkatan Pengawasan dan Dukungan
 - * Peran Orang Tua: Mendorong orang tua untuk lebih aktif memantau aktivitas online anak-anak mereka dan memberikan dukungan emosional.
 - * Peran Sekolah: Sekolah dapat mengintegrasikan materi tentang tentang perlindungan

konsumen ke dalam kurikulum pendidikan dan menyediakan layanan konseling bagi pelajar yang membutuhkan.

e. Penegakan Hukum dan Regulasi

- * Sosialisasi UU ITE: Meningkatkan sosialisasi tentang Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan implikasinya kepada pelajar dan masyarakat luas.
- * Penegakan Hukum: Pemerintah perlu memperkuat penegakan hukum terhadap platform market online yang melanggar hukum dan memberikan sanksi tegas kepada pelakunya.
- * Perlindungan Data Pribadi: Meningkatkan kesadaran tentang pentingnya perlindungan data pribadi dan hak-hak konsumen dalam penggunaan teknologi digital.

f. Alternatif Kegiatan Positif

- * Kegiatan Ekstrakurikuler: Menyediakan berbagai kegiatan ekstrakurikuler yang menarik dan bermanfaat, seperti olahraga, seni, dan kegiatan sosial.
- * Program Mentoring: Mengadakan program mentoring yang melibatkan tokoh masyarakat, alumni, atau profesional untuk memberikan bimbingan dan motivasi kepada pelajar.
- * Workshop Keterampilan: Mengadakan workshop keterampilan, seperti kewirausahaan, teknologi, dan kreativitas, untuk membantu pelajar mengembangkan potensi diri dan mencari kegiatan yang produktif.

g. Kampanye Media Sosial

- * Konten Edukatif: Membuat dan menyebarkan konten edukatif tentang perlindungan konsumen melalui platform media sosial, seperti Instagram, TikTok, dan YouTube.
- * Influencer dan Role Model: Melibatkan influencer dan role model yang populer di kalangan pelajar untuk menyampaikan mengenai perlindungan konsumen.
- * Hashtag Kampanye: Membuat hashtag kampanye perlindungan konsumen untuk memviralkan pesan positif dan meningkatkan kesadaran masyarakat.

KESIMPULAN

Pengabdian Pada Masyarakat Kepada Santriwan Santriwati disebuah yayasan sangat dibutuhkan saat ini adalah dengan memberikan Penyuluhan mengenai Edukasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen Di Kalangan Milenial Pada Pengabdian Masyarakat selanjutnya melaksanakan pendampingan kepada santriwan santriwati dalam rangka mewujudkan santri untuk bekal masa depannya kelak. Selain itu juga para dosen Unpam memberikan materi-materi pelatihan lainnya yang dibutuhkan oleh Pesantren Al Kamilah Depok.

SARAN

Kedepannya kami para dosen Unpam dalam melaksanakan program Pengabdian Kepada Masyarakat bekerjasama dengan yayasan pesantren bisa mewujudkan materi yang berhubungan perkembangan hukum di Indonesia yang berhubungan dengan menambah ilmu pengetahuan para santri didalam pesantren. Selanjutnya untuk lebih mencerdaskan para santri, perlu juga dibuat perpustakaan dengan mengumpulkan buku-buku bekas yang kami peroleh dari para dosen unpam.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih yang sebesar-besarnya kami ucapkan kepada pihak Yayasan Alkamilah Depok yang memberikan tempat dan waktu sehingga pelaksanaan Pengabdian Masyarakat dosen Universitas Pamulang sebagai wujud Tri darma Perguruan Tinggi berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

Peraturan Perundang-undangan

- Republik Indonesia. (1999). Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Republik Indonesia. (2024). Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.

Buku Teks (Referensi Teori)

- Kristiyanti, C. T. S. (2022). Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Sinar Grafika.
- Miru, S., & Yodo, S. (2017). Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Shidarta. (2006). Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia. Jakarta: Grasindo.
- Siahaan, N. H. T. (2005). Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.

Jurnal Pengabdian Masyarakat (Referensi Metodologi)

- Barkatullah, A. H. (2021). *Urgensi Literasi Hukum Perlindungan Konsumen di Era Digital Commerce bagi Generasi Z*. Jurnal Hukum dan Pemberdayaan Masyarakat, 9(2), 145-160.
- Nasution, A. Z. (2020). *Sosialisasi Hak-Hak Konsumen dalam Transaksi Online pada Siswa Menengah Atas*. Jurnal Pengabdian Hukum Indonesia, 3(1), 45-58.
- Prasetyo, B., dkk. (2023). *Edukasi Klausula Baku dan Upaya Ganti Rugi bagi Konsumen Cerdas di Lingkungan Sekolah*. Jurnal Abdimas Hukum, 5(3), 210-225.
- D. Sumber Digital/Lembaga
- Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). (2025). Laporan Tahunan Pengaduan Konsumen Sektor E-Commerce. Diakses dari www.bpkn.go.id.
- Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). (2026). Panduan Menjadi Konsumen Cerdas di Era Digital. Jakarta: YLKI.