

Sosialisasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pada Mahasiswa Fakultas
Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia

Rolando Marpaung¹, Micael Jeriko Damanik², Ernita Siagian³

^{1,2}Program Studi Hukum, ³Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Sari Mutiara Indonesia Indonesia

E-mail : ernita14@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan bertujuan untuk memberikan sosialisasi Undang-Undang Perlindungan Hukum sebagai salah satu upaya melindungi kepentingan konsumen. Objek pengabdian masyarakat ini adalah seluruh Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia. Masalah yang dihadapi adalah banyaknya kasus kerugian yang dialami melalui keluhan dan komplain. Pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha yang merugikan konsumen salah satunya ketidaksesuaian barang yang ditawarkan dengan barang yang diberikan, sehingga menimbulkan rasa kecewa dan ketidakpuasan konsumen. Terkadang complain atau keluhan yang diberikan ada yang ditanggapi dan ada juga yang tidak ditanggapi. Sehingga merugikan pihak konsumen. Hasil dari kegiatan ini yaitu peserta menjadi paham tentang pentingnya perlindungan konsumen.

Kata kunci : **Undang-Undang Perlindungan Konsumen**

Abstract

Community service activities carried out aim to provide socialization of the Law on Legal Protection as an effort to protect the interests of consumers. The object of this community service is all students of the Faculty of Economics and Social Sciences, Sari Mutiara Indonesia University. The problem faced is the number of cases of losses experienced through complaints and complaints. Violations committed by business actors that harm consumers, one of which is the incompatibility of the goods offered with the goods provided, causing a sense of disappointment and dissatisfaction of consumers. Sometimes the complaints or complaints given are responded to and some are not responded to. Thus harming the consumer. The result of this activity is that participants understand the importance of consumer protection.

Keywords: **Consumer Protection Act**

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi dan pasar bebas saat ini, Indonesia dihadapkan pada berbagai permasalahan, khususnya di bidang sosial ekonomi. Pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi ini tumbuh dan berkembang para pelaku usaha mampu menghasilkan beraneka ragam barang dan jasa yang memiliki dibutuhkan konsumen yang dapat

meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun tentunya tanpa melupakan aspek kepastian atas barang dan jasa yang diperoleh konsumen dari perdagangan tersebut, sehingga tidak mengakibatkan kerugian bagi konsumen. Saat ini telah menghasilkan berbagai jenis dan variasi barang dan jasa yang dapat dikonsumsi secara langsung maupun tidak langsung. Kondisi seperti ini memberikan manfaat bagi konsumen mengingat kebutuhan konsumen yang tidak terbatas, dan di sisi lain sekaligus menjadikan konsumen berada dalam posisi yang lemah karena konsumen belum menyadari kedudukan dan kesadarannya dalam aktivitas berkonsumsi.

Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara materiil maupun formil makin terasa sangat penting, mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktifitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, akhirnya baik langsung atau tidak langsung, maka konsumenlah yang pada umumnya akan merasakan dampaknya. Dengan demikian upaya-upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan suatu hal yang penting dan mendesak, untuk segera dicari solusinya, terutama di Indonesia, mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan yang menyangkut perlindungan konsumen. (Purwadi, et.al., 2021)

Deardo (2015) menyebutkan perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen. Adapun hukum konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain yang berkaitan dengan barang dan/atau jasa konsumen dalam pergaulan hidup.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan hak kepada konsumen yang dirugikan untuk mendapat kompensasi atau ganti rugi atas pemakaian barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh pelaku usaha. Penuntutan ganti rugi oleh konsumen kepada pelaku usaha dapat dilakukan secara langsung yaitu dengan meminta pengembalian uang, permintaan perawatan kesehatan atau pemberian santunan berkaitan dengan barang atau jasa yang dikonsumsi konsumen (Pasal 19). Konsumen yang dirugikan akibat pengurangan berat timbangan merupakan salah satu tindakan yang melanggar hukum, hal tersebut sesuai dengan Pasal 1365 KUH Perdata yang menyatakan bahwa tiap perbuatan

melanggar hukum, yang menyebabkan kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian, mengganti kerugian tersebut. Pasal tersebut mengindikasikan bahwa ketika terjadi pengurangan berat timbangan merupakan tindakan yang melanggar hukum karena secara langsung konsumen merasa dirugikan, sehingga produsen wajib memberikan ganti rugi atas timbulnya kerugian tersebut. Jadi, setiap orang yang dirugikan dapat menuntut ganti rugi secara perdata kepada pelaku usaha makanan (produsen). Selain itu, konsumen dapat menggugat pelaku usaha untuk menuntut ganti rugi. (Deardo, 2015)

ANALISIS SITUASIONAL

Ruang lingkup hukum perlindungan konsumen pada dasarnya berfokus pada hubungan hukum antara konsumen dengan pelaku usaha, di dalam berbagai tahap kegiatan ekonomi, yaitu kegiatan produksi, distribusi maupun konsumsi. Dalam perspektif hukum, hal ini menimbulkan konsekuensi, pembahasan terhadap materi hukum perlindungan konsumen tidaklah hanya cukup bila dilakukan dari satu aspek bidang saja, akan tetapi meliputi berbagai bidang hukum seperti hukum administrasi Negara, hukum pidana dan hukum perdata (termasuk hukum dagang), baik yang berupa hukum materiil maupun hukum formil. (Purwadi, et.al. 2021)

Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia merupakan satu fakultas yang berada dibawah naungan Universitas Sari Mutiara Indonesia. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia sendiri terdiri dari 5 (lima) program studi yaitu (1) Program Studi Manajemen, (2) Program Studi Akuntansi, (3) Program Studi Ilmu Komunikasi, (4) Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi dan (5) Program Studi Hukum.

Para mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia, sebagian besar merupakan konsumen setia beberapa *e-commerce* yang ada di Indonesia. Bahkan mereka rela merohok kocek dalam-dalam demi membeli sesuatu melalui *e-commerce* yang ada. Namun faktanya, tidak jarang banyaknya kasus kerugian yang dialami melalui keluhan dan komplain. Pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha yang merugikan konsumen salah satunya ketidaksesuaian barang yang ditawarkan dengan barang yang diberikan, sehingga menimbulkan rasa kecewa dan ketidakpuasan konsumen. Terkadang

complain atau keluhan yang diberikan ada yang ditanggapi dan ada juga yang tidak ditanggapi. Sehingga merugikan pihak konsumen.

Oleh sebab itu tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia, menganggap bahwa permasalahan diatas adalah sangat penting untuk dilakukan Sosialisasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia. Dengan memberikan sosialisasi diharapkan memberikan pengetahuan terkait Undang-Undang Perlindungan Konsumen, sehingga memudahkan konsumen dalam melakukan keluhan atau complain atas barang/jasa yang diterima.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam Sosialisasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia adalah metode ceramah dan tanya.

METODE EVALUASI

Evaluasi dilakukan pada akhir sesi kegiatan. Evaluasi diberikan dengan mengumpulkan data yang diperoleh dari masing-masing kegiatan melalui penyebaran kuesioner keseluruhan peserta pelatihan.

HASIL KEGIATAN

Adapun hasil kegiatan adalah sebagai berikut :

Tabel 1 : Hasil Pencapaian Akhir

Unsur	Pra Sosialisasi	Pasca Sosialisasi	Uraian	Persentase (%)
Sosialisasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia	Belum memahami dengan baik tentang Undang-Undang Perlindungan Konsumen secara baik teori maupun praktik	Memahami dengan baik tentang Undang-Undang Perlindungan Konsumen baik teori maupun praktik	Memberikan pengetahuan tentang Undang-Undang Perlindungan Konsumen baik teori maupun praktik	100

PEMBAHASAN

Secara keseluruhan kegiatan berjalan dengan baik sesuai dengan perencanaan. Semua pihak dapat bekerjasama dengan baik. Banyak hal positif yang ditanamkan dalam kegiatan ini. Salah satunya pengetahuan terkait Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Pelaksanaan kegiatan berlangsung cukup interaktif ditandai dengan banyaknya peserta yang aktif bertanya. Pelaksanaan secara umum berjalan dengan lancar dengan dukungan terutama dari pihak Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia . Berdasarkan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut yaitu peserta menjadi paham tentang pentingnya perlindungan konsumen.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah dengan mengadakan Sosialisasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia, para mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia, sebagian besar merupakan konsumen setia beberapa *e-commerce* yang ada di Indonesia. Bahkan mereka rela merohoh kecek dalam-dalam demi membeli sesuatu melalui *e-commerce* yang ada. Namun faktanya, tidak jarang banyaknya kasus kerugian yang dialami melalui keluhan dan komplain. Pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha yang merugikan konsumen salah satunya ketidaksesuaian barang yang ditawarkan dengan barang yang diberikan, sehingga menimbulkan rasa kecewa dan ketidakpuasan konsumen. Terkadang complain atau keluhan yang diberikan ada yang ditanggapi dan ada juga yang tidak ditanggapi. Sehingga merugikan pihak konsumen. Dengan adanya pelatihan ini memberikan dampak yang positif bagi mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia dimana pengetahuan tentang Undang-Undnag Perlindungan Konsumen, yang berguna apabila kejadian kasus barang atau jasa yang diterima terulang lagi.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami dari Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial USM-Indonesia yang telah bersedia meluangkan

waktu, tenaga dan pikiran mendukung kami dalam melaksanakan kegiatan PKM sebagai salah satu Tri Dharma di Perguruan Tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Deardo. 2015. Sosialisasi Kebijakan Tentang Perlindungan Konsumen Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Tentang Makanan Dan Minuman Di Pekanbaru (Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999). *JOM FISIP*. 2(2)
- Purwadi, Josef, et.al. 2021. Sosialisasi Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat*. Surakarta : Universitas Slamet Riyadi