

EDUKASI PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ELEKTRONIK PADA UMKM KAMPUNG KUE DI RUNGKUT SURABAYA

Bambang S. Irianto

Program Studi Ilmu Hukum FH-UPN "Veteran" Jatim

Email: bambangir1763@gmail.com

Info Artikel	Abstrak
<p>Article History: Received: 22 Desember 2022 Revised: 12 Januari 2023 Accepted: 17 Januari 2023</p>	<p><i>The performance of community service activities, especially education on consumer protection for online buying and selling transactions, is considered important for the MSME community of Kampung Kue Rungkut Surabaya, considering that in its current development the tendency is for many young mothers to carry out buying and selling transactions through online shops, which in reality is felt to make things easier and Efficient for consumers, but on the other hand, it is also starting to cause many problems, such as the goods delivered not matching those ordered, delays in delivering ordered goods, and even orders that do not arrive, which is detrimental to consumers. In connection with this, it is considered important to carry out community service activities related to the promotion of consumer protection regarding online buying and selling transactions. The activity method begins with the preparation stage, then the implementation stage and finally the reporting stage which is planned to be completed within a period of 3 months. The results and outcomes of activities after implementing the program have been achieved, namely, consumers, in this case partners, namely MSMEs, have increased their understanding of the importance of e-commerce, especially online marketing and its legal aspects.</i></p>
<p>Keywords: <i>education, legal protection, e-commerce and MSMEs</i></p>	

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat cepat di seluruh dunia membuka peluang bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan kegiatan bisnis melalui media elektronik (*electronic bussines/e-bussines*) yang diprediksi akan menjadi model bisnis besar di masa depan. Salah satu bentuk e-business yang paling dikenal publik adalah kegiatan "*transaksi elektronik*". Perkembangan bisnis online dalam transaksi elektronik di tanah air selain dipicu pesatnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, juga dipengaruhi kondisi perekonomian nasional yang terus membaik serta pertumbuhan masyarakat kelas menengah yang semakin meningkat. Banyak pelaku usaha yang kemudian tertarik dengan bisnis online karena mereka menilai bisnis semacam ini memiliki banyak keunggulan dibandingkan mendirikan bisnis di dunia nyata (*offline*).

Dalam hal ini, transaksi elektronik (*e-transaction*) dan bisnis online (*e-commerce*), keduanya tidak memiliki hubungan yang erat, karena bisnis online lebih

berkaitan dengan aspek bisnis dan perdagangan sedangkan transaksi elektronik lebih berkaitan dengan aspek teknologi informasi dan sistem pembayaran. Karena berkaitan dengan aspek perdagangan maka pengaturan bisnis online menjadi domain Kementerian Perdagangan dan di sisi lain, transaksi elektronik merupakan domain Kemenkominfo dan BI. RPP Perdagangan Secara Elektronik (*E-Commerce*)

Transaksi elektronik (*e-transaction*) pada akhirnya juga berkaitan dengan sistem pembayaran yaitu menyangkut tata cara pembayaran produk yang akan dibeli. Pembayaran produk bisa dilakukan secara tunai maupun kredit. Sedangkan alat pembayaran yang dipilih dapat berbentuk tunai (uang kartal) maupun non-tunai (uang giral).

Transaksi Elektronik telah banyak digunakan seiring dengan meningkatnya pengguna internet di Indonesia. Menurut data Departemen Telekomunikasi, jumlah pengguna internet pada tahun 2015 mencapai 55 juta pengguna dan diprediksi akan mencapai 100 juta pengguna pada akhir tahun 2017. Sebelum keluarnya Undang-undang No.11 tahun 2008 kini diperbarui dengan Undang-undang No.19 tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan transaksi elektronik diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan seperti Undang-undang nomor 12 tahun 2002 tentang Hak Cipta, Undang-undang nomor 14 tahun 2001 tentang Paten, Undang-undang nomor 15 tahun 2001 tentang Merek, Undang-undang Telekomunikasi nomor 36 tahun 1999, Undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan lain-lain. Kekosongan hukum yang mengatur tentang Transaksi elektronik menimbulkan masalah-masalah seperti : Otentikasi subyek hukum yang membuat transaksi melalui internet; Saat perjanjian berlaku dan memiliki kekuatan mengikat secara hukum ; Obyek transaksi yang diperjualbelikan; Mekanisme peralihan hak; Hubungan hukum dan pertanggungjawaban para pihak yang terlibat dalam transaksi baik penjual, pembeli, maupun para pendukung seperti perbankan, internet service provider (ISP), dan lain – lain; Legalitas dokumen catatan elektronik serta tanda tangan digital sebagai alat bukti; Mekanisme penyelesaian sengketa; Pilihan hukum dan forum peradilan yang berwenang dalam penyelesaian sengketa. Masalah perlindungan konsumen, HAKI dan lain – lain.

Kehadiran *transaksi elektronik* memberikan kemanjaan yang luar biasa kepada konsumen, karena konsumen tidak perlu keluar rumah untuk berbelanja disamping itu pilihan barang/jasapun beragam dengan harga yang relatif lebih murah. Hal ini menjadi tantangan yang positif dan sekaligus negatif. Dikatakan positif karena kondisi tersebut dapat memberikan manfaat bagi konsumen untuk memilih secara bebas barang/jasa yang diinginkannya. Konsumen memiliki kebebasan untuk menentukan jenis dan kualitas barang/jasa sesuai dengan kebutuhannya.

Dikatakan negatif karena kondisi tersebut menyebabkan posisi konsumen menjadi lebih lemah dari pada posisi pelaku usaha. (Susanto, 2008 : 3). Menurut Penjelasan Umum Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), faktor utama yang menjadi penyebab eksploitasi terhadap konsumen sering terjadi karena masih rendahnya kesadaran konsumen akan haknya. Tentunya, hal ini terkait erat dengan rendahnya pendidikan konsumen. Oleh karena itu keberadaan UUPK adalah sebagai landasan hukum yang kuat bagi

upaya pemberdayaan konsumen.

Jika dilihat lebih lanjut, konsumen ternyata tidak hanya dihadapkan pada persoalan lemahnya kesadaran dan ketidakmengertian (pendidikan) mereka terhadap hak-haknya sebagai konsumen. Hak-hak yang dimaksud misalnya bahwa konsumen tidak mendapatkan penjelasan tentang manfaat barang atau jasa yang dikonsumsi. Lebih dari itu, konsumen ternyata tidak memiliki *bargaining position* (posisi tawar) yang berimbang dengan pihak pelaku usaha. Hal ini terlihat sekali pada perjanjian baku yang siap untuk ditandatangani dan bentuk klausula baku atau ketentuan baku yang tidak informatif dan tidak bisa ditawar-tawar lagi.

Berdasarkan kondisi di atas, upaya pemberdayaan konsumen menjadi sangat penting. Untuk mewujudkan pemberdayaan konsumen akan sangat sulit jika mengharapkan kesadaran dari pelaku usaha terlebih dahulu. Karena prinsip yang dianut oleh pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan perekonomiannya adalah prinsip ekonomi, yaitu mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Artinya, dengan pemikiran umum seperti ini, sangat mungkin konsumen akan dirugikan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat ini, khalayak sasaran yang ditentukan untuk diberikan sosialisasi adalah UMKM Kampung Kue Rungkut Surabaya. Dipilihnya Kelompok UMKM tersebut sebagai mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat dengan topik Perlindungan Konsumen Berkaitan Dengan Transaksi Jual beli Melalui Online, mengingat Konsumen belanja online umumnya para ibu muda muda, yang sekarang sudah sangat akrab dengan belanja online karena sangat mudah terutama pelaku UMKM yang sering belanja baik untuk kebutuhan modal dagang maupun untuk kebutuhan konsumtif. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat, khususnya sosialisasi Perlindungan Konsumen Transaksi Jual Beli Online ini dipandang penting dilaksanakan pada masyarakat khususnya UMKM Kampung Kue Rungkut Surabaya, mengingat dalam perkembangannya sekarang ini kecenderungan ibu ibu muda banyak melaksanakan transaksi jual beli melalui online shop, yang dalam realitanya dirasakan memudahkan dan efisien oleh para konsumen, namun di lain sisi juga mulai banyak menimbulkan persoalan-persoalan seperti barang yang diantar tidak sesuai dengan yang dipesan, terlambat dalam mengantarkan barang pesanan, hingga pesanan yang tidak kunjung datang barangnya sehingga merugikan konsumen,. Sehubungan dengan hal tersebut maka dipandang penting melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat berkaitan dengan sosialisasi perlindungan konsumen terkait transaksi jual beli melalui online.

Tinjauan Pustaka

Peranan hukum dalam perlindungan konsumen

Pada era perdagangan bebas dimana arus barang dan jasa dapat masuk ke semua negara dengan bebas, maka yang seharusnya terjadi adalah persaingan jujur. Persaingan jujur adalah suatu persaingan di mana konsumen dapat memiliki barang atau jasa karena jaminan kualitas dengan harga yang wajar. Oleh karena itu, pola perlindungan konsumen perlu diarahkan pada pola kerja sama antar negara, antar semua pihak yang berkepentingan agar terciptanya suatu model perlindungan yang harmonis berdasarkan atas persaingan yang jujur (Sri Redjeki Hartono, 2016).

Aspek-aspek hukum terhadap perlindungan konsumen di dalam era pasar bebas, pada dasarnya dapat dikaji dari dua pendekatan, yakni dari sisi pasar domestik, dan dari sisi pasar global. Bertolak dari pemikiran di atas, pada dasarnya negara dapat diketahui bahwa aspek hukum publik dan aspek hukum perdata mempunyai peran dan kesempatan yang sama untuk melindungi kepentingan konsumen Prinsip tentang tanggung jawab merupakan perihal yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen. Dalam kasus-kasus pelanggaran hak konsumen, diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang harus bertanggung jawab dan seberapa jauh tanggung jawab dapat dibebankan kepada pihak-pihak terkait (Shidarta, 2016, hlm. 59).

Beberapa sumber formal hukum, seperti peraturan perundang-undangan dan perjanjian standar di lapangan hukum keperdataan kerap memberikan pembatasan-pembatasan terhadap tanggung jawab yang dipikul oleh si pelanggar hak konsumen.

Hak-hak Konsumen

Istilah “perlindungan konsumen” berkaitan dengan perlindungan hukum. Oleh karena itu, perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Adapun materi yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekedar fisik, melainkan terlebih-lebih hak-haknya yang bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan hukum tentang hak-hak konsumen.

Secara umum dikenal ada empat hak dasar konsumen, yaitu

1. Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*);
2. Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*);
3. Hak untuk memilih (*the right to choose*);
4. Hak untuk didengar (*the right to be heard*).

Mekanisme Transaksi Elektronik

Salah satu isu terbesar dalam implementasi sistem transaksi elektronik adalah mekanisme pembayaran via internet. (Indrajid, 2012, hlm. 80) Berbagai aspek transaksi yang tergolong dalam berbagai proses interaksi bisnis konvensional berubah dengan cepat ketika perdagangan secara face- to-face mulai digantikan dengan perdagangan online Seperti halnya untuk membeli sesuatu, ada beberapa tahapan yang dijalani, yaitu mencari lokasi si penjual, memilih suatu produk, menayakan harga, membuat suatu penawaran, sepakat untuk melakukan pembayaran, mengecek identitas dan validitas mekanisme pembayaran, penyerahan barang oleh penjual dan penerimaan oleh pembeli. Mekanisme pembayaran online juga harus menyertakan semua atau sebagian dari tahapan-tahapan ini dalam alur pembayaran yang digunakan.

Perubahan interaksi ini juga mengharuskan untuk mempehatikan ke arah pengembangan keamanan metode pembayaran dalam transaksi elektronik, agar lebih aman dan terjamin. Karena itulah, sebagai pendukung dalam transaksi elektronik sangat diperlukan perantara (pihak ketiga) untuk keamanan, indentifikasi, dan pengesahan. (Soon yong choi dkk, 2010)

Dalam transaksi elektronik melalui internet perintah pembayaran (*payment instruction*) melibatkan beberapa pihak selain dari pembeli (*cardholder*) dan

penjual (merchant). Aulia Adnan, Muhammad, 2010. Para pihak itu adalah payment gateway, acquirer dan issuer. Dalam transaksi online merupakan sebuah keharusan adanya pihak-pihak lain yang terlibat tersebut.

Sistem Pembayaran dalam Transaksi Elektronik

Dalam bisnis konvensional sehari-hari, biasanya seseorang melakukan pembayaran terhadap produk atau jasa yang dibelinya melalui berbagai cara. Cara yang paling umum adalah membayar langsung dengan alat pembayaran yang sah (uang), secara tunai (cash). Cara lain adalah dengan menggunakan kartu kredit (credit card), kartu debit (debit card), cek pribadi (personal check), atau transfer antar rekening. Proses pembayaran biasanya dilakukan di tempat diperjualbelikannya produk atau jasa tersebut. Lokasi tersebut disebut sebagai POS (point of sale), www.articles.mekanisme.pembayaran.internet.com, diakses tanggal 16 Maret 2017. Prinsip pembayaran di dalam sistem transaksi elektronik sebenarnya tidak jauh berbeda dengan dunia nyata, hanya saja internet (dunia maya) berfungsi sebagai POS yang dapat dengan mudah diakses melalui sebuah komputer personal (PC). Langkah pertama yang biasa dilakukan konsumen adalah mencari produk atau jasa yang diinginkan di internet dengan cara melakukan browsing terhadap situs-situs perusahaan yang ada. Melalui online catalognya, konsumen kemudian menentukan barang-barang yang ingin dibelinya. Setelah selesai “memasukkan” semua barang (pesanan dalam bentuk informasi) ke dalam digital cart (kereta dorong digital), maka tibalah saatnya untuk melakukan pembayaran (seperti halnya membawa kereta dorong ke kasir di sebuah supermarket).

Kosiur (2003) Prinsip pembayaran dalam transaksi elektronik sebenarnya tidak jauh berbeda dengan dunia nyata, hanya saja internet (dunia maya) berfungsi sebagai POS yang dapat dengan mudah diakses melalui sebuah komputer personal (PC), dan semuanya serba digital serta didesain serba elektronik (tidak ada uang kertas, koin, atau cek yang ditandatangani dengan pena).

Transaksi secara online bergantung dengan kartu kredit, karena hampir semua teknologi yang tersedia menghendaki transaksi yang dilakukan lewat kartu kredit. terjadinya transaksi antara konsumen dan pihak merchant/pedagang dijumpai oleh pihak ketiga yang dapat berupa bank atau lembaga keuangan. Jika seorang konsumen menggunakan kartu kredit untuk berbelanja ke satu merchant tertentu, misalnya ke www.ebay.com maka transaksi tersebut akan dijumpai oleh bank yang mengurus masalah rekening bank pihak merchant. (Jonathan Sarwono dan Tuty Martadiredja, 2007)

Di dunia internet saat ini banyak terdapat metode pembayaran yang ditawarkan. Semua metode yang ditawarkan menggunakan teknologi canggih. Ini dilakukan karena bisnis yang dijalankan di internet adalah *remote business* yang selama perjalanan transaksi menggunakan media elektronik yang sudah tentu banyak terdapat “penyamun” ditengah jalan, yang siap melakukan sabotase, atau mencuri uang kita. Sebagian besar merchant menjalankan bisnis mereka di internet dengan menawarkan sistem pembayaran dengan kartu kredit. Tapi jelasnya tersedia sejumlah solusi yang berbeda-beda, selain dengan kartu kredit/debit pada pembayaran online melalui internet, seperti dengan menggunakan cek elektronik (e-check) dan uang digital (digital cash).

Sistem pembayaran dalam transaksi elektronik, dapat dikelompokkan dalam 3 cara, yaitu:

1. Pembayaran dengan Kartu Kredit
2. Pembayaran dengan E-check
3. Pembayaran dengan Digital Cash (Tim litbang wahana computer, 2003)

Penyelesaian sengketa Dalam transaksi elektronik

Sengketa Konsumen

Globalisasi ekonomi berupa perdagangan bebas belum banyak memperbaiki ekonomi Indonesia. Anggapan bahwa perdagangan bebas menguntungkan konsumen dalam bentuk mutu dan harga barang, barangkali masih merupakan mitos belaka. Penipuan-penipuan sering ditemukan dalam beberapa produk barang maupun jasa, seperti produk yang tak sesuai dengan yang di iklankan dan lain sebagainya. Sengketa konsumen disini dibatasi hanya pada bagian sengketa Perdata. Masuknya suatu sengketa/perkara ke depan pengadilan bukanlah karena keinginan sang hakim, melainkan karena inisiatif dari pihak yang bersengketa dalam hal ini penggugat baik itu produsen (pelaku usaha) ataupun konsumen. Pengadilan yang memberikan pemecahan atas hukum perdata yang tidak dapat bekerja diantara para pihak secara sukarela. Dalam hubungan ini Satjipto Rahardjo mengatakan : *Pembicaraan mengenai bekerjanya hukum dalam hubungan dengan proses peradilan secara konvensional melibatkan pembicaraan tentang kekuasaan kehakiman, prosedur berperkara dan sebagainya* Sajipto Rahrdjo, 2006. Sengketa yang timbul antara pelaku usaha dan konsumen, berawal dari transaksi konsumen yang disebut dengan *Sengketa Konsumen*.

Sengketa konsumen dapat bersumber dari dua hal, yaitu :

1. Pelaku usaha tidak melaksanakan kewajibannya sebagaimana diatur di dalam undang-undang. Artinya, pelaku usaha mengabaikan ketentuan undang-undang tentang kewajibannya sebagai pelaku usaha dan larangan-larangan yang dikenakan padanya dalam menjalankan usahanya. Sengketa seperti ini dapat disebut sengketa yang bersumber dari hukum.
2. Pelaku usaha atau konsumen tidak menaati isi perjanjian, yang berarti, baik pelaku usaha maupun konsumen tidak menaati kewajibannya sesuai dengan kontrak atau perjanjian yang dibuat di antara mereka. Sengketa seperti ini dapat disebut sengketa yang bersumber dari kontrak.

Perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen agar terwujudnya tujuan perlindungan konsumen di Indonesia (Endang Sri Wahyuni, 2003). Adanya Undang-undang Perlindungan Konsumen memberikan dampak ekonomi yang positif bagi dunia usaha, dunia usaha dipacu untuk meningkatkan kualitas/mutu produk barang dan jasa sehingga produknya memiliki keunggulan kompetitif di dalam dan luar negeri.

Di Indonesia, dalam UU ITE disebutkan bahwa transaksi elektronik dapat dituangkan dalam kontrak elektronik. Dalam kontrak elektronik tersebut dapat ditentukan pilihan hukum mana yang digunakan dalam menyelesaikan perselisihan (*dispute*). Jika pilihan hukum tidak dilakukan, maka yang berlaku adalah hukum yang didasarkan pada asas hukum perdata. Begitupun dengan pilihan forum

pengadilan mana yang berhak. Para pihak dalam transaksi elektronik dapat menentukan forum pengadilan, arbitrase, atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya sesuai yang dipilih dalam *e-contract*. Dan jika tidak dilakukan pemilihan forum, maka penyelesaian sengketa akan kembali pada asas dalam Hukum Perdata. Bunyi dasarnya adalah *Pacta Sunservanda*, yaitu semua persetujuan atau kontrak yang dibuat secara sah, berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.

Cara-cara penyelesaian sengketa dapat ditempuh jika terjadi sengketa atau konflik yang bersumber dari adanya perbedaan pendapat atau ketidaksesuaian di antara para pihak. Apabila pihak-pihak tidak berhasil menemukan bentuk penyelesaian yang tepat, maka perbedaan pendapat ini dapat berakibat buruk bagi kelangsungan hubungan di antara keduanya. Oleh karena itu, setiap menghadapi perbedaan pendapat (sengketa), para pihak selalu berupaya menemukan cara-cara penyelesaian yang tepat. Persoalan ini tidak bisa diatasi hanya dengan upaya-upaya di level nasional, dan jika ada masyarakat yang melakukan upaya hukum, mereka hanya diwajibkan menghitung kerugian yang diderita. Pembuktian terhadap ada atau tidak adanya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi, merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha, hal ini diatur dalam pasal 28 UUPK. Kemudian ketentuan Pasal 23 UUPK menyebutkan pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi dan/tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen, dapat digugat melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.

Penyelesaian Sengketa Konsumen

Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan ataupun di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa (Pasal 45 dan 47 UUPK). Sehingga jika terjadi sengketa/konflik antara pelaku usaha dan konsumen dalam suatu perdagangan maka terdapat beberapa cara yang dapat membantu penyelesaian sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen, proses penyelesaian sengketa tersebut adalah:

1. Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan;
2. Penyelesaian sengketa konsumen dengan tuntutan seketika; dan
3. Penyelesaian sengketa konsumen melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Satu dari ketiga cara itu dapat ditempuh oleh pihak-pihak yang bersengketa, dengan ketentuan bahwa penyelesaian sengketa melalui tuntutan seketika wajib ditempuh pertama kali untuk memperoleh kesepakatan para pihak. Sedangkan dua cara lainnya adalah pilihan yang ditempuh setelah penyelesaian dengan cara kesepakatan gagal. Kalau sudah menempuh cara melalui pengadilan tidak dapat lagi ditempuh penyelesaian melalui BPSK atau sebaliknya.

Mariam Darus Badruzaman (1996) mengartikan ganti rugi sebagai membayar kerugian yang nyata (*feitelijknadee*) yang dapat diperkirakan pada saat perikatan itu diadakan yang timbul sebagai akibat ingkar janji (*wanprestasi*). Undang-undang menentukan bahwa debitur hanya wajib membayar ganti rugi atas kerugian yang memenuhi dua syarat,

- Kerugian yang dapat diduga atau sepatutnya diduga pada waktu perikatan dibuat.
- Kerugian yang merupakan akibat langsung dan serta merta daripada ingkar janji.

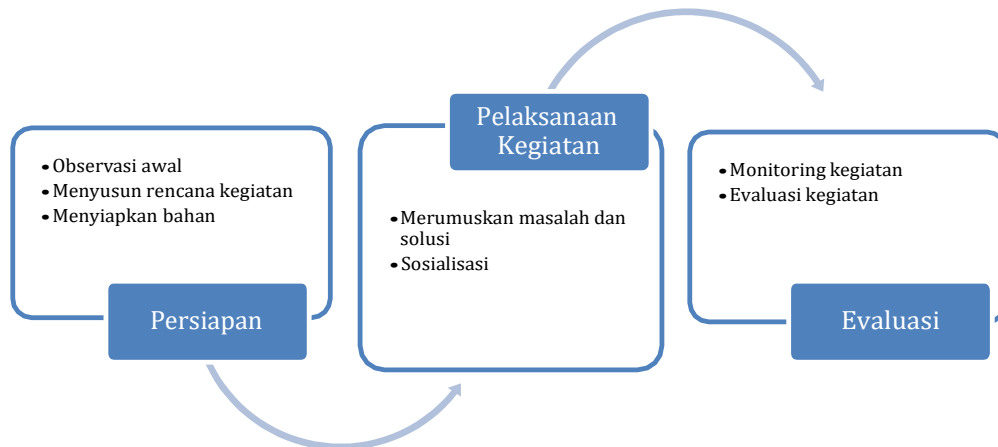
Pasal 1247 KUHPerdara menyatakan bahwa debitur hanya mengganti kerugian atas kerugian yang dapat diduga pada waktu perikatan dibuat, kecuali jika ada *arglist* (kesengajaan). Pasal 1247 ini jelas membedakan antara debitur yang jujur dan debitur yang tidak jujur.

Penunjukkan Pasal 19 ayat (2) UUPK terhadap peraturan perundang-undangan sebagai pedoman, maka dapat dikemukakan juga ketentuan KUHPerdara. Penentuan tersebut untuk menunjukkan besarnya jumlah ganti rugi, KUHPerdara memberikan pedoman (Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo), yaitu:

- Besarnya ganti kerugian sesuai dengan fakta tentang ganti kerugian yang benar-benar terjadi dan dialami oleh konsumen.
- Sebesar kerugian yang dapat diduga sedemikian rupa sehingga keadaan kekayaan dari kreditur harus sama, seandainya debitur memenuhi kewajibannya. Kerugian yang jumlahnya melampaui batas-batas yang dapat diduga tidak boleh ditimpakan kepada debitur.
- Besarnya kerugian dapat dituntut adalah kerugian, yang merupakan akibat langsung dari peristiwa yang terjadi, yaitu sebagai akibat dari peristiwa perbuatan melawan hukum;
- Besarnya ganti rugi itu ditentukan sendiri oleh undang-undang, misalnya yang diatur dalam Pasal 1250 KUHPerdara, yang mengatakan, antara lain bahwa dalam tiap-tiap perikatan yang semata-mata berhubungan dengan sejumlah uang, penggantian biaya, rugi, dan bunga sekedar disebabkan terlambatnya pelaksanaan, hanya terdiri atas biaya yang ditentukan oleh undang-undang dengan tidak mengurangi peraturan perundang-undangan khusus. UUPK hanya menentukan batas kerugian berupa sanksi administratif yang ditetapkan oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) paling banyak RP. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).
- Ganti rugi sebesar isi perjanjian yang dibuat oleh para pihak sebagaimana yang dimungkinkan oleh Pasal 1249 KUHPerdara.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pengabdian dilakukan dengan memberikan edukasi melalui sosialisasi (Gorda et al., 2020; Hidayah & Komariah, 2021) terkait legalitas usaha sebagai upaya perlindungan hukum UMKM Berdasarkan permasalahan yang terdapat di wilayah UMKM Kampung Kue Rungkut Surabaya, maka metode pelaksanaan pengabdian masyarakat dapat ditunjukkan dalam gambar 1 berikut ini.



Gambar 1. Tahapan kegiatan pengabdian masyarakat

Tahapan kegiatan pengabdian masyarakat pada gambar 1 dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a) Persiapan awal melalui observasi dengan melakukan wawancara kepada pelaku UMKM Kampung Kue Rungkut Surabaya untuk mengetahui permasalahan yang terjadi di wilayah mitra, yaitu kurangnya edukasi perlindungan hukum UMKM yang bertransaksi online.
- b) Penyusunan rencana kegiatan dan persiapan bahan yang diperlukan.
- c) Penentuan waktu kegiatan bersama mitra.
- d) Pelaksanaan sosialisasi terkait upaya perlindungan hukum UMKM
- e) Monitoring dan evaluasi kegiatan

Pada dasarnya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bisa dibagi dalam tiga tahap yakni tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi. Pada tahap persiapan merupakan tahapan analisis terhadap permasalahan yang terjadi dan kebutuhan masyarakat terkait transaksi online. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat melakukan pencarian data dan informasi di UMKM Kampung Kue Rungkut Surabaya. Pada tahap persiapan, tim mengidentifikasi masalah dan mencari upaya untuk membantu mengatasi masalah yang muncul. Tahap kedua yaitu pelaksanaan kegiatan berupa sosialisasi yang terbagi menjadi beberapa sesi. Sesi pertama merupakan sesi pembukaan. Selanjutnya Sesi Kedua merupakan sesi penyampaian materi tentang upaya perlindungan hukum UMKM terkait transaksi online. Selanjutnya sebagai tahap terakhir adalah evaluasi. Evaluasi dilakukan dengan pemetaan kekurangan dan kelebihan kegiatan. Apabila terdapat kekurangan, selanjutnya ditindaklanjuti dengan melakukan perbaikan. Adapun waktu pelaksanaan pengabdian dilakukan selama satu bulan, mulai dari tahap persiapan, pelaksanaan dan evaluasi..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini diawali dengan observasi di wilayah UMKM Kampung Kue Rungkut Surabaya. Pada kegiatan observasi ini terdapat temuan bahwa sebagian

masyarakat bekerja sebagai pelaku UMKM. Transaksi online yang marak, membuat UMKM harus tahu, apa saja yang harus dihindari pada transaksi yang dilakukan secara online, hal ini dikarenakan banyak kasus yang terjadi berkaitan dengan transaksi online. Upaya yang dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat dalam membantu permasalahan mitra di wilayah desa Dukuhrejo adalah sebagai berikut:

1. Sosialisasi Perlindungan Hukum UMKM dalam transaksi elektronik

Sosialisasi dilakukan dengan judul “Sosialisasi Perlindungan Hukum UMKM dalam transaksi elektronik”. Sosialisasi ini diikuti oleh perwakilan tokoh masyarakat dan pemilik usaha UMKM. Pelaksanaan kegiatan tersebut diawali dengan pengenalan tim pengabdian dan penyampaian maksud dari tujuan melakukan pengabdian. Selanjutnya tim pengabdian menyampaikan materi pertama, yaitu tentang pentingnya perlindungan hukum UMKM dalam transaksi elektronik. Pada sesi pertama ini pemateri menjelaskan bahwa era digital dan semakin berkembangnya transaksi yang dilakukan secara online, yang memiliki banyak manfaat, baik dari segi positif maupun negatif. Perlindungan hukum atas suatu usaha sangat dibutuhkan untuk menjamin keberlangsungan usaha. Oleh karena itu perlu diberikan pemahaman kepada masyarakat, khususnya pelaku UMKM supaya terhindar dari masalah yang berkaitan dengan hukum pada transaksi elektronik. Setelah materi selesai dipaparkan, dilanjutkan dengan diskusi berupa tanya jawab antara pemateri dengan peserta. Diskusi dilakukan agar peserta lebih memahami materi yang telah disampaikan. Melalui diskusi, sosialisasi tidak hanya sekedar transfer knowledge saja melainkan dapat sharing pengalaman maupun permasalahan yang sedang dihadapi mitra. Pada sesi ini peserta antusias mengajukan pertanyaan terkait materi. Selanjutnya sesi terakhir adalah penutup. Kegiatan ditutup dengan foto bersama antara pemateri dengan peserta sosialisasi. Dokumen panduan tersebut dibuat dalam bentuk softcopy dan hardcopy yang disimpan dalam file pada Ketua PKK. Kedua dokumen ini dapat membantu masyarakat, khususnya pemilik usaha UMKM ketika memulai bisnis online. Berdasarkan kegiatan Sosialisasi yang telah dilakukan oleh Tim Pengabdian telah memberikan pengetahuan hukum kepada masyarakat mitra terkait kejahatan pada transaksi online.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh tim pengabdian, terdapat permasalahan masyarakat desa Dukuhrejo terkait kurangnya pengetahuan mengenai legalitas usaha sebagai upaya perlindungan hukum UMKM. Tim pengabdian berkontribusi dengan melakukan sosialisasi terkait Transaksi Jual Beli Online untuk Mewujudkan Perlindungan Konsumen. Perlunya edukasi mengenai transaksi jual beli online, karena dalam perkembangannya sekarang ini kecenderungan ibu-ibu muda banyak melaksanakan transaksi jual beli melalui online shop, yang dalam realitanya dirasakan memudahkan dan efisien oleh para konsumen, namun di lain sisi juga mulai banyak

menimbulkan persoalan-persoalan seperti barang yang diantar tidak sesuai dengan yang dipesan, terlambat dalam mengantarkan barang pesanan, hingga pesanan yang tidak kunjung datang barangnya sehingga merugikan konsumen. Penyuluhan ini juga memberikan edukasi kepada konsumen dalam melakukan transaksi jual beli online berkaitan dengan perlindungan konsumen, bila konsumen merasa dirugikan atau merasa ditipu walaupun sudah sesuai dengan prosedur yang ada, konsumen dapat melihat undang-undang yang berkaitan tentang perlindungan hukum terhadap konsumen, sebaliknya juga pelaku usaha UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) juga diberikan edukasi mengenai hak dan kewajiban dalam melakukan usaha agar sesuai dengan undang-undang yang berlaku

DAFTAR PUSTAKA

- Susanto, Happy, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visi Media, Yogyakarta, 2008.
- Mertokusumo, Sudikno, *Mengenal Hukum*, Universitas Atma Jaya, Yogyakarta, 2010.
- Yustisia Serfiani, Cita *"Buku Pintar Bisnis Online Dan Transaksi Elektronik"*, PT.Gramedia Pustaka, Bandung, 2016.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Grasindo, 2016.
- C. Tantri dan Sularsi, makalah *"Gerakan Organisasi Konsumen"* (Jakarta: YLKI dan The Asia Foundation), 1995.
- Widjajati, Erna *"Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia"*, Wafi Media Tama, Tangerang Selatan, 2015.
- M.J Leder, *Consumer Law* (Plymouth: Macdonald and Evans), 1980.
- R. Lowe, *Commercial Law*, ed. 6, London: Sweet & Maxwell, 1983.
- Hartono, Sri Redjeki, makalah *Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Kerangka Era Perdagangan Bebas*, penyunting Husni Syawali, dan Neni Sri Imaniyati, Bandung: Mandar Maju, 2016.
- Muhammad, Abdulkadir, *Hukum Perikatan*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003.
- Sjahdeini, Sutan Remy, *Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan yang Seimbang Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Kredit Bank Di Indonesia*, Institut Bankir Indonesia, Jakarta, 1993.
- Indrajid, *Makalah E-Commerce*, Bandung, 2012.
- Soon yong choi dkk, *The Economics of Electronic Commerce*, Encyclopedian Law, South Korean, 2010.