

## WEBINAR TENTANG HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DI SMA PELANGI KASIH (AMAN BELANJA *ONLINE*)

Gunardi<sup>1</sup>, Andryawan<sup>2</sup>, Olivia Pauline Hartanti<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara  
Email: gunardi@fh.untar.ac.id

<sup>2</sup>Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara  
Email: andryawan@fh.untar.ac.id

<sup>3</sup>Fakultas Hukum, Universitas Indonesia  
Email: olivia.pauline@ui.ac.id

### ABSTRACT

*In today's adult era, lots of buying and selling agreements occur in both the physical market and the digital market was carried out. The people who make these transactions are not limited to adults but start from children to the elderly. However, problems arise because there are still not many people who realize that in the case of the transaction being carried out there is a consumer protection law that regulates the rights and obligations of each party. This is also felt by Class XII students and teachers from Pelangi Kasih High School who still have very little knowledge in the field of consumer law. On this matter, the author aims to determine the extent of knowledge and awareness of Class XII students and teachers of SMA Pelangi Kasih on consumer protection. The method is carried out by providing direct online discussions through the zoom application which is divided into material presentation sessions and question-and-answer sessions. Related to the implementation of the activity, the materials included in the discussion of this activity can be described, in general explaining related to consumer protection, standard clauses, dispute resolution methods, several case examples and some tips for safe online shopping. The conclusion obtained is that the awareness and knowledge of Class XII students and teachers of SMA Pelangi Kasih regarding Consumer Protection Law is still low so that the implementation of this activity is expected to provide an awareness of the rights that a consumer needs to obtain.*

**Keywords:** *Consumer Protection Law, Consumers, Buyer's Rights*

### ABSTRAK

Pada era dewasa sekarang, banyak perjanjian jual-beli yang terjadi baik di pasar fisik maupun pasar digital dilakukan. Orang-orang yang melakukan transaksi tersebut tidak terbatas pada orang dewasa melainkan dimulai dari anak-anak hingga orang tua. Namun, permasalahan muncul karena masih belum banyak masyarakat yang menyadari bahwa dalam hal transaksi tersebut dijalankan adanya hukum perlindungan konsumen yang mengatur hak dan kewajiban dari masing-masing pihak. Hal ini pun dirasakan oleh siswa Kelas XII dan guru dari SMA Pelangi Kasih yang masih sedikit sekali pengetahuan pada bidang hukum konsumen ini. Atas hal ini, Penulis bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan dan kesadaran siswa Kelas XII dan guru SMA Pelangi kasih terhadap perlindungan konsumen. Metode yang dilakukan dengan memberikan diskusi langsung secara daring melalui aplikasi *zoom* yang terbagi atas sesi pemaparan bahan dan sesi tanya-jawab. Terkait dengan pelaksanaan kegiatan, dapat diuraikan bahan-bahan yang masuk dalam pembahasan kegiatan ini, secara garis besar menjelaskan terkait perlindungan konsumen, klausula baku, metode penyelesaian sengketa, beberapa contoh kasus dan beberapa tips melakukan belanja *online* secara aman. Kesimpulan yang didapat adalah masih rendahnya kesadaran dan pengetahuan dari siswa Kelas XII dan guru SMA Pelangi Kasih ini terhadap Hukum Perlindungan Konsumen sehingga atas terlaksananya kegiatan ini diharapkan dapat memberikan suatu kesadaran atas hak yang perlu didapatkan oleh seorang konsumen.

**Kata Kunci :** Hukum Perlindungan Konsumen, Konsumen, Hak Pembeli

### 1. PENDAHULUAN

Pada era yang dewasa sekarang, semua orang perlu membeli berbagai kebutuhan maupun keinginannya. Pembeli pasti akan melakukan transaksi penjual dalam melakukan suatu proses jual-beli. Pembeli dapat berasal dari usia mana saja dan belum tentu semua mengetahui hak-haknya sebagai pembeli. Terkadang masyarakat masih sangat kurang memiliki pengetahuan terutama terhadap hukum konsumen. Dalam hukum konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (untuk selanjutnya disebut

UUPK) dijelaskan mengenai hak dan kewajiban baik dari sisi pembeli maupun sisi penjual dan apabila timbul sengketa dapat diselesaikan oleh lembaga yang berwenang. Seringkali masyarakat merasa pasrah apabila penjual tidak mau melakukan pemenuhan hak pembeli. Inilah yang menyebabkan masyarakat kurang menyadari adanya hukum yang telah dibuat.

Kondisi inilah yang dirasakan oleh siswa dan guru dari SMA Pelangi Kasih terutama saat melakukan transaksi jual-beli, baik secara fisik maupun secara *online*. Tidak jarang siswa dan guru merasa terlena dengan iklan yang dilihat/dibaca/didengar mengenai suatu produk, sehingga ketika mereka melakukan pemesanan barang via *online* dan ternyata barang pesanan tersebut tidak kunjung dikirimkan/diterima, maka seringkali para siswa dan guru yang dalam konteks ini bertindak sebagai konsumen, hanya bisa bersikap pasrah. Kondisi demikian tentu sangat memprihatinkan dan menunjukkan bahwa kesadaran hukum akan hak-hak yang dimilikinya sebagai konsumen, belum sepenuhnya dipahami dengan baik.

Di samping itu, rendahnya kesadaran hukum ini sangat berpotensi menimbulkan kerugian bagi konsumen, dan juga bukan tidak mungkin akan membuat pelaku usaha semakin bertindak semena-mena dalam mengeksploitasi konsumen demi meraup keuntungan yang sebesar-besarnya tanpa menghiraukan hak-hak yang dimiliki oleh konsumen.

Menyikapi kondisi tersebut, Penulis memfokuskan kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan permasalahan “Bagaimana kesadaran hukum siswa dan guru SMA Pelangi Kasih terhadap hak-hak sebagai konsumen sebagaimana yang diatur dalam UUPK? Serta bagaimana upayaantisipasi yang dapat dilakukan oleh siswa dan guru SMA Pelangi Kasih guna mendapatkan keamanan dalam melakukan transaksi jual-beli via *online*?”

Tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan Abdimas ini adalah untuk mengetahui dan mengevaluasi sejauh mana pengetahuan dan kesadaran siswa dan guru SMA Pelangi Kasih terhadap hak-hak sebagai konsumen sebagaimana yang telah diatur dalam UUPK, serta memberikan pemahaman dan bekal guna mendapatkan keamanan dalam melakukan transaksi jual-beli via *online*.

## 2. METODE PELAKSANAAN PKM

Pelaksanaan kegiatan Abdimas dilakukan secara daring melalui aplikasi *zoom* yang dilaksanakan pada hari Jumat tanggal 30 April 2021 pada pukul 09.00-11.00 WIB. Untuk kegiatan ini dihadiri oleh 38 (tiga puluh delapan) orang siswa dan 5 (lima) orang guru. Cara penyampaianya dilakukan dengan sistem perbincangan dua arah yang dilakukan dalam sesi tanya-jawab setelah adanya pemaparan bahan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan konsumen sebagaimana yang diatur dalam UUPK merupakan suatu langkah penting bagi pemerintah dalam upaya mengangkat derajat konsumen di Indonesia. Hal ini dilatarbelakangi oleh pembangunan dan perkembangan industri perdagangan yang menghasilkan beragam produk yang beredar di masyarakat global. Tersedianya beragam produk tersebut tentu saja menimbulkan dampak positif maupun negatif bagi konsumen.

Secara positif, tersedianya produk yang lebih bervariasi tentunya memberikan kesempatan bagi konsumen dalam menentukan pilihan produk mana yang akan dibeli dan dikonsumsi. Dengan kesempatan untuk memilih, konsumen dapat menyesuaikan produk mana yang akan dikonsumsi sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Bagi pelaku usaha sendiri, dengan dimilikinya hak konsumen untuk memilih produk, maka antar pelaku usaha pun akan berkompetisi guna menghasilkan produk yang berkualitas baik, sehingga dapat menarik minat konsumen untuk membelinya.

Sebagaimana yang disampaikan sebelumnya, bahwa tersedianya produk yang bervariasi nyatanya tidak hanya berdampak positif, tapi juga berdampak negatif. Produk yang terlalu bervariasi dapat mendorong konsumen semakin bertindak konsumtif dan dapat menjadi celah

yang bisa dimanfaatkan oleh pelaku usaha. Sebut saja melalui upaya promosi yang menarik seperti pemberian diskon atau hadiah langsung/undian dengan mensyaratkan konsumen untuk melakukan pembelian dengan jumlah tertentu. Hal ini tentunya dapat merugikan konsumen, karena konsumen seperti digiring untuk semakin konsumtif demi meraup keuntungan.

Maka dari itu, perlu adanya upaya yang nyata dan tegas guna melindungi kepentingan konsumen dari tindak-tanduk pelaku usaha yang berpotensi mengabaikan hak-hak konsumen. Kedudukan yang tidak seimbang antara konsumen dan pelaku usaha inilah yang menjadi *concern* pemerintah, di mana konsumen harus dilindungi karena posisinya yang lemah. Selain itu, tentunya dengan dilindunginya konsumen, maka dapat meningkatkan kesadaran dan tanggung jawab pelaku usaha dalam memproduksi maupun menawarkan produk kepada konsumen.

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat, juga berdampak pada metode transaksi jual-beli yang semula dilakukan secara konvensional, kini dilakukan secara *online* (virtual). Fenomena jual-beli secara *online* ini bisa dengan mudah kita jumpai seiring dengan semakin menjamurnya berbagai portal belanja *online*, sebut saja seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, OLX, Bukalapak, dan lain sebagainya. Di samping itu, tidak jarang juga ditemukan adanya transaksi jual-beli yang dilakukan melalui aplikasi media sosial, seperti Instagram, Facebook, Whatsapp, Line, dan lain-lain.

Peralihan transaksi dari metode konvensional ke *online* tentunya dianggap memberikan banyak kemudahan bagi banyak orang, namun metode ini juga mengandung risiko yang tidak bisa diabaikan begitu saja. Misalnya, terkait dengan jaminan kondisi barang yang dibeli oleh konsumen, tidak saling mengenalnya antara konsumen dan pelaku usaha, kepastian terkait dengan pembayaran, serta garansi terhadap cacat/kerusakan barang yang dibeli.

Berbagai kondisi tersebut juga dialami oleh siswa dan guru di SMA Pelangi Kasih. Berdasarkan dialog yang dilakukan oleh tim, kami mendapatkan berbagai keluhan pribadi yang didasarkan pada pengalaman yang kurang menyenangkan dari transaksi jual-beli *online* ini. Seperti yang diutarakan oleh perwakilan guru yang pernah melakukan transaksi pembelian baju via Instagram, namun barang yang dikirimkan berbeda dengan deskripsi produk yang tercantum pada iklan. Selain itu juga, ada yang guru yang menyampaikan pengalaman pribadinya yang pernah mengalami kerugian karena barang yang sudah dipesan dan dibayarkan tidak kunjung diterima.

Menyikapi berbagai keluhan tersebut, maka para siswa dan guru SMA Pelangi Kasih perlu untuk diberikan edukasi seputar Hukum Perlindungan Konsumen. Harapan kami, setelahnya para siswa dan guru SMA Pelangi Kasih dapat lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi jual-beli *online*, serta memahami langkah-langkah yang harus dilakukan ketika mengalami kerugian dari transaksi jual-beli tersebut.

Dalam rangka melindungi konsumen, UUPK telah menetapkan hak-hak yang dimiliki oleh konsumen, yaitu:

1. Hak untuk mendapatkan kenyamanan, keamanan, serta keselamatan dalam mengonsumsi produk;
2. Hak untuk memilih dan mendapatkan produk sesuai dengan apa yang diperjanjikan;
3. Hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur perihal kondisi produk;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas produk yang dikonsumsi;
5. Hak untuk mendapatkan pembelaan dan penyelesaian sengketa secara patut;
6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan tentang perlindungan konsumen;
7. Hak untuk mendapatkan pelayanan yang benar, jujur, serta tidak diskriminatif; dan
8. Hak untuk mendapatkan ganti rugi apabila apabila produk yang dikonsumsi tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan.

Dalam situasi saat ini di mana perdagangan dengan menggunakan media *online* semakin marak dan semakin mudah kita jumpai, arus perdagangan juga semakin dinamis. Namun, nyatanya

kondisi ini juga berpotensi menimbulkan kerugian, apalagi jika dikaitkan dengan hak-hak konsumen sebagaimana yang telah disebutkan sebelumnya.

Fakta bahwa tidak saling kenal antara konsumen dan pelaku usaha (bahkan tidak saling bertemu), tentunya memiliki potensi risiko tersendiri. Terlebih ketika produk yang dibeli konsumen ternyata tidak sesuai dengan apa yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Misalnya, kualitas yang berbeda, adanya cacat/kerusakan dari produk yang dibeli, dan lain sebagainya.

Demikian pula yang kerap dialami oleh para siswa dan guru di SMA Pelangi Kasih yang tidak jarang mendapati kekecewaan ketika berbelanja *online*. Misalnya, membeli barang elektronik, bisa saja barang elektronik yang dibeli ternyata bermasalah atau tidak bisa digunakan. Tidak sedikit konsumen yang kemudian mengalami kebingungan guna meminta pertanggungjawaban dari pelaku usaha. Kebingungan tersebut disebabkan oleh tidak saling mengenalnya konsumen dan pelaku usaha, sehingga konsumen tidak tahu kemana harus meminta pertanggungjawaban. Dari sisi pelaku usaha, kerusakan atas produk yang dijual memang terikat pada tanggung jawab produk (*product liability*) yang melekat pada diri pelaku usaha. Namun, kita juga tidak bisa mengabaikan peran serta atau keterlibatan dari perusahaan pengangkut (kurir) yang menjadi penghubung dalam proses pengiriman produk dari penjual ke pembeli.

Contoh lainnya yang pernah dialami oleh guru SMA Pelangi Kasih adalah pernah dilakukannya pembelian baju via *online*, di mana baju yang kemudian diterima ternyata tidak sesuai dengan deskripsi produk yang tercantum pada iklan produk. Alih-alih mendapatkan kemudahan dalam berbelanja, justru kerugian yang didapatkan.

Secara normatif, jika ada konsumen yang merasa dirugikan, UUPK telah menyediakan forum alternatif penyelesaian sengketa konsumen, yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Dengan dibentuknya BPSK, diharapkan dapat menjadi solusi dalam penyelesaian sengketa konsumen yang sebelumnya hanya dapat diselesaikan melalui jalur litigasi di lembaga peradilan umum.

Penyelesaian sengketa konsumen melalui jalur litigasi di peradilan umum bukan tanpa kendala. Setidaknya terdapat beberapa kendala yang membuat konsumen enggan menyelesaikan masalahnya di forum pengadilan, yaitu:

1. Belum diketahui dan dipahaminya secara utuh mengenai mekanisme persidangan di lembaga peradilan umum, sehingga masyarakat beranggapan bahwa penyelesaian sengketa di forum pengadilan akan menghabiskan waktu yang tidak sebentar;
2. Sebagaimana kita ketahui, bahwa lembaga peradilan umum menerima berbagai macam perkara yang diajukan. Hal ini didasarkan pada asas bahwa hakim tidak boleh menolak perkara yang diajukan dengan dalil tidak ada/tidak tahu hukumnya. Kondisi ini dapat menyebabkan penumpukan perkara di pengadilan, dan berpotensi membuat penyelesaian sengketa konsumen menjadi berlarut-larut;
3. Meskipun secara ketentuan normatif para pihak yang bersengketa tidak diwajibkan untuk menggunakan jasa kuasa hukum dalam beracara di peradilan perdata, namun nyatanya mayoritas masyarakat beranggapan bahwa ketika mereka hendak beracara di forum pengadilan, maka mereka harus menggunakan jasa profesional advokat/kuasa hukum supaya bisa memenangkan perkara tersebut. Biaya yang harus dikeluarkan untuk jasa advokat ini tentu tidak murah dan dapat membebani konsumen yang hendak beracara di peradilan perdata;
4. Besar/kecilnya nilai kerugian yang diderita oleh konsumen menjadi salah satu faktor yang menjadi pertimbangan sebelum diajukannya gugatan ke lembaga peradilan umum;
5. Ketika konsumen bersengketa dengan pelaku usaha (apalagi jika melibatkan pelaku usaha ternama/besar), tidak jarang sengketa tersebut kemudian dimuat dalam pemberitaan media. Hal ini tentu dapat mengganggu privasi para pihak yang bersengketa.

Dengan berbagai kendala tersebut pada akhirnya menggiring mayoritas konsumen lebih bersikap pasrah ketika mengalami kerugian dari suatu transaksi perdagangan.

Dengan dibentuknya BPSK, diharapkan dapat menjawab berbagai kendala tersebut. Hal ini dikarenakan BPSK diwajibkan untuk menyelesaikan sengketa konsumen dalam jangka waktu 21 hari, sehingga dapat menghindari penumpukan perkara sengketa konsumen.

Dalam menyelesaikan sengketa konsumen, BPSK mengacu pada Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI Nomor: 350/MPP/Kep/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Mekanisme penyelesaian sengketa konsumen yang ditawarkan oleh BPSK yaitu melalui konsiliasi, mediasi, dan arbitrase.

Namun, sejak BPSK dibentuk pada tahun 2001, nyatanya eksistensi BPSK ini belum sepenuhnya diketahui dan dipahami oleh masyarakat luas, termasuk para siswa dan guru di SMA Pelangi Kasih yang saat pelaksanaan webinar masih mengalami kebingungan dan tidak tahu kemana mereka harus melapor/menggugat ketika mengalami kerugian dari tindakan pelaku usaha.

Maka dari itu, guna terciptanya atmosfir perdagangan yang lebih baik, khususnya dalam transaksi jual-beli *online*, maka perlu ada beberapa yang dievaluasi, seperti:

1. Pentingnya kesadaran pembeli selaku konsumen perihal hak-hak yang mereka miliki agar terhindar dari tindakan pelaku usaha yang dapat merugikan konsumen;
2. Perlu dilakukan edukasi perihal perlindungan konsumen secara berkelanjutan kepada masyarakat luas, guna meningkatkan kesadaran mereka sebagai konsumen cerdas;
3. Perlu peran serta pemerintah melalui instansi-instansi terkait guna melakukan pengawasan terhadap tindakan pelaku usaha yang berpotensi merugikan konsumen, misalnya dalam pencantuman klausula baku, periklanan, dan lain sebagainya.

Dalam pelaksanaan webinar, diadakan sesi diskusi (tanya-jawab) antara narasumber dan peserta. Dalam diskusi, dibahas beberapa contoh kasus perlindungan konsumen yang pernah menjadi menyita perhatian publik seperti: (1) kasus penipuan yang dilakukan oleh Grab Toko<sup>1</sup>; (2) kasus mobil Nissan Juke yang diduga memiliki cacat produk pada saat diproduksi, sehingga pihak produsen harus menariknya dari pasaran<sup>2</sup>; (3) kasus beras Cap Ayam Jago dan Maknyuss menggunakan beras bersubsidi untuk dijual kepada konsumen sebagai beras kualitas premium<sup>3</sup>; (4) kasus *airbag* mobil Fortuner yang tidak mengembang saat terjadi kecelakaan<sup>4</sup>; dan (5) kasus penipuan umroh yang dilakukan oleh First Travel<sup>5</sup>.

Dari paparan di atas, guna menghindari kerugian yang disebabkan oleh transaksi jual-beli produk via *online* adalah sebagai berikut:

1. Hindari untuk melakukan transaksi jual-beli melalui media sosial, seperti Instagram, Facebook, Whatsapp, dan sebagainya, kecuali jika anda benar-benar mengenal siapa

---

<sup>1</sup> Barratut Taqiyah Rafie, "Penipuan Grab Toko: Korban Mencapai 980 orang, Kerugian 17 Miliar", tersedia di <https://nasional.kontan.co.id/news/penipuan-grab-toko-korban-mencapai-980-orang-kerugian-rp-17-miliar>, diakses pada tanggal 30 November 2021.

Anonim, "Orangtua Olivia Laporkan Nissan Motor", tersedia di <https://www.liputan6.com/news/read/392181/orangtua-olivia-laporkan-nissan-motor>, diakses pada tanggal 30 November 2021.

<sup>2</sup> Ferro Maulana, "Inilah Keteledoran Nissan Juke yang Tewaskan Model Cantik", tersedia di <https://www.tribunnews.com/seleb/2012/08/07/inilah-keteledoran-nissan-juke-yang-tewaskan-model-cantik>, diakses pada tanggal 30 November 2021.

<sup>3</sup> M. Nurhadi Pratomo, "Penipuan Beras: Izin Produsen Beras Cap Ayam Jago dan Maknyuss Bisa Dicabut", tersedia di <https://ekonomi.bisnis.com/read/20170721/12/673692/penipuan-beras-kemendag-pertimbangkan-cabut-izin-produsen-beras-cap-ayam-jago-dan-maknyuss>, diakses pada tanggal 30 November 2021.

<sup>4</sup> Harun Rasyid, "Kasus Airbag Toyota Fortuner VRZ Tidak Mengembang Saat Tabrakan, Segini Biaya Perbaikannya di Bengkel Resmi", tersedia di <https://www.gridoto.com/read/222795200/kasus-airbag-toyota-fortuner-vrz-tidak-mengembang-saat-tabrakan-segini-biaya-perbaikannya-di-bengkel-resmi>, diakses pada tanggal 30 November 2021.

<sup>5</sup> Nur Rohmi Aida, "First Travel, Awal Berdiri, Lakukan Penipuan Hingga Akhirnya Tumbang", tersedia di <https://www.kompas.com/tren/read/2019/11/17/060000565/first-travel-awal-berdiri-lakukan-penipuan-hingga-akhirnya-tumbang?page=all>, diakses pada tanggal 30 November 2021.

penjualnya. Hal ini dikarenakan transaksi jual-beli via media sosial kerap mewajibkan pembeli untuk melakukan transaksi pembayaran terlebih dahulu, barulah produk akan dikirimkan kemudian. Situasi ini tentu mengandung risiko bagi pembeli (konsumen) terlebih jika uang yang sudah dibayarkan justru dibawa lari oleh penjual yang tidak bertanggung jawab dan barang yang dibeli justru tidak kunjung didapatkan.

2. Jangan tertipu jumlah *follower* dari akun media sosial yang menawarkan produk, karena saat ini jumlah *follower* dari akun media sosial dapat diperjual-belikan guna membangun citra positif dari akun tersebut.
3. Gunakan platform portal belanja *online* yang kredibel dan dapat dipercaya, misalnya seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, OLX, dan lain sebagainya, karena uang/dana yang sudah dibayarkan oleh pembeli akan ditahan oleh portal belanja tersebut hingga adanya konfirmasi dari pembeli bahwa barang yang dipesan/dibeli sudah diterima. Selain itu, jika ada kerusakan/kehilangan/kerugian lain, konsumen dapat mengajukan keluhan di aplikasi portal belanja tersebut, sehingga portal belanja dapat menjadi penghubung antara konsumen dan pelaku usaha dalam menyelesaikan keluhan tersebut.
4. Cek kembali catatan *review* dan testimoni dari performa pelaku usaha yang tercantum di portal belanja, berapa banyak konsumen yang menyatakan kepuasannya terhadap kualitas barang dan pelayanan yang diberikan oleh pelaku usaha.

#### 4. KESIMPULAN

Dari paparan di atas, Penulis menarik kesimpulan bahwa masih rendahnya tingkat pengetahuan dan kesadaran siswa Kelas XII dan guru SMA Pelangi Kasih terkait dengan Hukum Perlindungan Konsumen. Setelah mengikuti dan mendengarkan pemaparan materi dari kegiatan webinar ini, pengetahuan para siswa Kelas XII dan guru SMA Pelangi kasih seputar hak-hak mereka sebagai konsumen sehingga dapat terhindar dari kerugian dalam melakukan transaksi jual-beli dengan pelaku usaha via *online*. Selain itu, Penulis juga berharap para siswa kelas XII dan guru SMA Pelangi Kasih tidak lagi kebingungan untuk mengambil langkah-langkah guna menyelesaikan sengketa konsumen yang dihadapinya dalam kehidupan sehari-hari.

#### 5. REFERENSI

- Aida, Nur Rohmi. "First Travel, Awal Berdiri, Lakukan Penipuan Hingga Akhirnya Tumbang". tersedia di <https://www.kompas.com/tren/read/2019/11/17/060000565/first-travel-awal-berdiri-lakukan-penipuan-hingga-akhirnya-tumbang?page=all>.
- Anonim. "Orangtua Olivia Laporkan Nissan Motor", tersedia di <https://www.liputan6.com/news/read/392181/orangtua-olivia-laporkan-nissan-motor>.
- Indonesia. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- \_\_\_\_\_. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1 Tahun 2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan.
- \_\_\_\_\_. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI Nomor: 350/MPP/Kep/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.
- Maulana, Ferro. "Inilah Keteledoran Nissan Juke yang Tewaskan Model Cantik". tersedia di <https://www.tribunnews.com/seleb/2012/08/07/inilah-keteledoran-nissan-juke-yang-tewaskan-model-cantik>.
- Miru, Ahmadi. (2007). Hukum Perlindungan Konsumen. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Nugroho, Susanti Adi. (2010). *Class Action* dan Perbandingannya dengan Negara Lain. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Pratomo, M. Nurhadi. "Penipuan Beras: Izin Produsen Beras Cap Ayam Jago dan Maknyuss Bisa Dicabut". tersedia di <https://ekonomi.bisnis.com/read/20170721/12/673692/penipuan->

*beras-kemendag-pertimbangkan-cabut-izin-produsen-beras-cap-ayam-jago-dan-maknyuss.*

Rafie, Barratut Taqiyah. “Penipuan Grab Toko: Korban Mencapai 980 orang, Kerugian 17 Milyar”. tersedia di <https://nasional.kontan.co.id/news/penipuan-grab-toko-korban-mencapai-980-orang-kerugian-rp-17-miliar>.

Rasyid, Harun. “Kasus Airbag Toyota Fortuner VRZ Tidak Mengembang Saat Tabrakan, Segini Biaya Perbaikannya di Bengkel Resmi”. tersedia di <https://www.gridoto.com/read/222795200/kasus-airbag-toyota-fortuner-vrz-tidak-mengembang-saat-tabrakan-segini-biaya-perbaikannya-di-bengkel-resmi>.

Shidarta. (2006). Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia. Grasindo, Jakarta.



*(halaman kosong)*