

**PENINGKATAN PEMAHAMAN HAK KONSUMEN ATAS INFORMASI PRODUK  
DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE* DALAM MEWUJUDKAN PELINDUNGAN  
KONSUMEN****Agus Suwandono<sup>1</sup>, Rafan Darodjat<sup>2</sup>**<sup>1,2</sup> Departemen Hukum Ekonomi, Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran<sup>1</sup>[agus.suwandono@unpad.ac.id](mailto:agus.suwandono@unpad.ac.id)**Abstract**

*Consumer rights to information play an important role in consumer protection. Understanding consumer rights to information can minimize losses or disputes between consumers and business actors regarding the products offered by business actors. Increasing the understanding of consumers and business actors as a form of consumer protection education through Community Service activities. The method used in this community service activity is legal counseling aimed at the community and business actors. The results of this community service activity began with the provision of material on aspects of consumer protection law and consumer rights to information about a product. Consumers have the right to accurate, clear, and honest information about a product, including the truth and accuracy of information, consistency between advertising information and the physical product, the suitability of goods or services for consumption, the legality of goods or services, as well as the quality, price, and accessibility of goods or services. Enhancing understanding of the right to product information in e-commerce transactions increases consumer awareness and understanding of what consumers should pay attention to when conducting e-commerce transactions. This is to ensure that the product meets consumer expectations, considering that consumers cannot see the product they are going to buy directly, but only rely on the product information provided by the business. Consumers can evaluate the information provided by businesses wisely, carefully, and intelligently before deciding or conducting a transaction. Businesses are obligated to provide additional information and explanations required by consumers. Increased awareness and understanding of consumers' rights to information about a product they intend to purchase can provide preventive protection that indirectly enhances consumer protection.*

**Keywords:** *e-commerce, information, understanding, consumer protection, product.*

**Abstrak**

Hak konsumen atas informasi memiliki peran penting dalam perlindungan konsumen. Pemahaman konsumen hak atas informasi dapat meminimalisir terjadinya kerugian atau sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atas produk yang ditawarkan pelaku usaha. Peningkatan pemahaman konsumen dan pelaku usaha sebagai salah satu bentuk edukasi perlindungan konsumen melalui kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini yaitu penyuluhan hukum yang ditujukan bagi masyarakat dan pelaku usaha. Hasil pengabdian pada masyarakat ini diawali dengan pemberian materi mengenai aspek-aspek hukum perlindungan konsumen, serta hak konsumen atas informasi suatu produk. Konsumen memiliki hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur atas suatu produk meliputi kebenaran dan keakuratan informasi, kesesuaian antara informasi iklan dan fisik barang, kelayakan konsumsi barang atau jasa, legalitas barang atau jasa, serta kualitas, harga, dan aksesabilitas barang atau jasa. Peningkatan pemahaman hak atas informasi produk dalam transaksi *e-commerce* meningkatkan kesadaran dan pemahaman konsumen mengenai apa yang harus diperhatikan oleh konsumen pada saat melaksanakan transaksi *e-commerce*. Hal ini untuk memastikan produk tersebut sesuai dengan ekspektasi konsumen, mengingat konsumen tidak dapat melihat secara langsung produk yang akan dibeli, tetapi hanya mendasarkan pada informasi produk yang disediakan oleh pelaku usaha. Konsumen dapat menilai secara bijak, cermat dan cerdas informasi yang diberikan oleh pelaku usaha sebelum menentukan atau melakukan transaksi. Pelaku usaha wajib memberikan informasi dan penjelasan tambahan yang dibutuhkan oleh konsumen. Peningkatan kesadaran dan pemahaman konsumen atas hak informasi suatu produk yang akan dibeli, dapat memberikan perlindungan yang bersifat preventif yang secara tidak langsung dapat meningkatkan perlindungan bagi konsumen.

**Kata Kunci:** *e-commerce, informasi, pemahaman, perlindungan konsumen, produk.*

Submitted: 2025-05-20

Revised: 2025-05-28

Accepted: 2025-06-03

## Pendahuluan

Perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) telah menjadi jenis perdagangan yang berkembang pesat di era ekonomi digital, dan telah menjadi gaya hidup masyarakat. Kehadiran *e-commerce* memberikan kemudahan bagi konsumen dan pelaku usaha untuk melakukan transaksi jual beli. Selain itu, *e-commerce* juga memberikan peluang yang luas bagi konsumen untuk dapat memilih serta membandingkan produk-produk sejenis yang dijual atau ditawarkan oleh pelaku usaha, sebelum menentukan untuk membeli produk tersebut. *E-commerce* ini merujuk pada penggunaan internet dan intranet untuk membeli, menjual, mengangkut atau memperdagangkan data, barang, atau jasa (Wang, 2010).

Kehadiran *e-commerce* di era ekonomi digital di satu sisi memberikan kemudahan bagi konsumen dan pelaku usaha dalam melakukan transaksi perdagangan. Namun demikian, dibalik kemudahan yang diperoleh tersebut di sisi yang lain juga seringkali dapat menimbulkan kerugian dan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha karena ketidaksesuaian antara produk yang dibelinya dengan informasi yang disampaikan pelaku usaha. Hal ini dapat terjadi mengingat bahwa transaksi *e-commerce* ini dilaksanakan tidak secara langsung bertatap muka dan tidak bisa melihat dan meneliti secara langsung yang dibeli (Rosaria & Marpaung, 2022). *E-commerce* tumbuh dan berkembang dalam beberapa platform *online store* seperti Lazada dan Bhinneka serta dalam platform *marketplace* seperti Tokopedia dan Shopee. *Marketplace* merupakan *e-commerce* yang berfungsi sebagai perantara antara penjual dan pembeli (Silviasari, 2020).

Ketidaksesuaian harapan konsumen terkait dengan produk yang dibeli dari pelaku usaha dalam transaksi *e-commerce* dapat terjadi karena informasi mengenai produk yang diberikan oleh pelaku usaha belum cukup jelas atau belum menggambarkan sepenuhnya dari produk tersebut. Namun demikian, bisa juga terjadi bahwa informasi produk yang diberikan oleh pelaku usaha sudah jelas, tetapi konsumen tidak membaca atau tidak memahami informasi tersebut secara baik dan benar. Dalam transaksi *e-commerce* konsumen dan pelaku usaha harus memahami dengan baik mengenai hak dan kewajiban terkait dengan penyampaian informasi mengenai suatu produk. Hal ini dimaksudkan agar dapat meminimalisir potensi terjadi sengketa atau kerugian bagi konsumen.

Hak informasi mengenai produk dalam suatu transaksi perdagangan yang dilakukan antara konsumen dan pelaku usaha dalam perlindungan konsumen sebenarnya telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). UUPK merupakan payung hukum perlindungan konsumen di Indonesia telah mengatur mengenai hak dan kewajiban baik konsumen maupun pelaku usaha. Pasal 4 huruf (c) UUPK menentukan bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Selanjutnya Pasal 7 huruf (b) UUPK juga telah menentukan kewajiban pelaku usaha yaitu memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.

UUPK walaupun telah mengatur mengenai hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha, namun demikian masih banyak terjadi hal-hal yang merugikan konsumen. Salah satu alasannya yang menyebabkan hal tersebut masih terjadi yaitu masih lemah kesadaran konsumen mengenai hak-haknya sebagai konsumen (Sutrisno et al., 2020). Selain itu, hubungan yang tidak seimbang antara konsumen dan pelaku usaha seringkali juga menyebabkan pelanggaran hak-hak konsumen (Eleanora & Dewi, 2022). Tingkat pemahaman dan kesadaran konsumen akan hak-haknya sebagai konsumen, memegang peranan penting dalam perlindungan konsumen, sehingga perlu adanya upaya yang terus menerus dan berkesinambungan untuk mengedukasi konsumen dan pelaku usaha terkait dengan perlindungan konsumen.

Edukasi perlindungan konsumen dapat dilaksanakan melalui kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) melalui kegiatan penyuluhan hukum. Kegiatan PPM melalui penyuluhan hukum dilaksanakan dengan bertujuan untuk penyebarluasan ilmu pengetahuan kepada masyarakat (Agnesia et al., 2024), khususnya terkait dengan perlindungan konsumen. Kegiatan PPM ini akan berfokus pada bagaimana meningkatkan pemahaman konsumen akan hak konsumen atas informasi produk dalam transaksi *e-commerce*. Adanya kegiatan PPM ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat dan konsumen akan aspek-aspek hukum perlindungan konsumen dan implementasi hak atas informasi produk dalam transaksi *e-commerce*. Hal ini diharapkan dapat

menimalisir terjadi sengketa atau kerugian yang dialami oleh konsumen, sehingga secara tidak langsung dapat mewujudkan perlindungan hukum terhadap konsumen.

## Metode

Metode yang digunakan dalam Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) ini dilaksanakan dengan kegiatan penyuluhan hukum (Hidayah & Komariah, 2019). Pendekatan yang digunakan dalam PPM ini yaitu *Participatory Action Research* (PAR), yang bertujuan untuk pembelajaran dalam mengatasi masalah dan pemenuhan kebutuhan praktis masyarakat, serta kontribusi pada pengetahuan (Afandi et al., 2022; Maulidina & Nafiati, 2024). Kegiatan PPM ini dilaksanakan di Gedung Serba Guna, Desa Bumiwangi, Kecamatan Ciparay, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat pada tanggal 9 November 2024. Khalayak sasaran dalam kegiatan ini terdiri dari masyarakat umum, para pengurus RT/RW, serta pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Bumiwangi, Kecamatan Ciparay, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat.

Penyuluhan hukum diawali dengan pemberian materi mengenai aspek hukum perlindungan konsumen, hak konsumen terkait informasi produk, serta aspek hukum perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*). Selanjutnya setelah pemberian materi, dilanjutkan dengan sesi diskusi dan tanya jawab terkait dengan perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* terkait dengan informasi produk, serta bagaimana mengatasi permasalahan hukum yang ditimbulkan atas transaksi *e-commerce* terkait dengan produk yang dibeli oleh konsumen.

## Hasil dan Pembahasan

### Hak Konsumen Atas Informasi Produk Berdasarkan Hukum Pelindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) telah menentukan hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 UUPK. Pasal 4 huruf (b) menentukan bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Hak atas informasi ini dimaksudkan agar konsumen memiliki gambaran atau informasi mengenai produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Informasi yang benar, jelas dan jujur yang disampaikan oleh pelaku usaha tidak hanya berkaitan dengan produk saja, tetapi juga berkaitan dengan penggunaan produk tersebut. Dengan adanya informasi ini konsumen dapat memahami dan mengerti dengan baik mengenai produk yang akan dibelinya sehingga meminimalisir sengketa dan kerugian yang terjadi kemudian.



Foto : Kegiatan PPM

Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur selain diatur dalam UUPK juga ditekankan secara khusus dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE). Pasal 3 huruf (c) PP PMSE menentukan bahwa dalam transaksi *e-*

*commerce* para pihak harus memperhatikan prinsip transparansi. Prinsip transparansi berarti bahwa pelaku usaha dan konsumen wajib secara transparan menyampaikan segala informasi elektronik sehubungan dengan pelaku usaha, konsumen, barang atau jasa yang menjadi obyek perdagangan serta persyaratan dan ketentuan dari perdagangan barang dan/atau jasa melalui sistem elektronik wajib dipahami dengan baik.

PP PMSE juga telah mengatur mengenai hak atas informasi atas suatu produk. Pasal 13 ayat (1) huruf b PP PMSE menentukan bahwa pelaku usaha wajib menyampaikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan terhadap barang dan/atau jasa yang diperdagangkan termasuk sistem elektronik yang digunakan sesuai karakteristik fungsi dan perannya dalam transaksi tersebut. Selanjutnya dalam Pasal 13 huruf (c) PP PMSE juga menentukan bahwa pelaku usaha wajib memenuhi ketentuan etika periklanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 13 ayat (2) PP PMSE menentukan bahwa informasi yang benar, jelas, dan jujur paling sedikit mengenai :

1. kebenaran dan keakuratan informasi.
2. kesesuaian antara informasi iklan dan fisik barang.
3. kelayakan konsumsi barang atau jasa.
4. legalitas barang atau jasa.
5. kualitas, harga, dan aksesabilitas barang atau jasa.

Pasal 26 huruf (a) PP PMSE menentukan bahwa pelaku usaha *e-commerce* wajib melindungi hak-hak konsumen sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen. Hal ini menegaskan bahwa transaksi *e-commerce* juga tunduk pada ketentuan perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam UUPK. UUPK dalam melindungi konsumen, selain menentukan hak-hak konsumen khususnya terkait dengan hak atas informasi mengenai suatu produk, juga telah menentukan kewajiban bagi pelaku usaha terkait dengan informasi suatu produk. Pasal 7 angka (b) UUPK menentukan bahwa pelaku usaha berkewajiban memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.

### **Peningkatan Pemahaman Hak Konsumen Atas Informasi Produk dalam Transaksi *E-Commerce* dalam Mewujudkan Pelindungan Konsumen**



Foto : Kegiatan PPM

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menyatakan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum

untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Namun demikian UUPK tidak memberikan penjelasan lebih lanjut mengenai perlindungan konsumen tersebut. Pengertian perlindungan konsumen dapat dipahami berdasarkan pendapat beberapa ahli perlindungan konsumen. Perlindungan konsumen merupakan pemenuhan atas hak-hak yang seharusnya diberikan kepada konsumen (Sidabalok, 2006). Selain itu, Shidarta (2004) menyatakan bahwa perlindungan konsumen identik dengan perlindungan yang diberikan hukum terhadap hak-hak konsumen. Dengan demikian konsumen terlindungi apabila apabila hak-haknya terpenuhi (Suwandono, 2019). Namun demikian dalam perkembangannya, perlindungan konsumen tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan hak-hak konsumen, tetapi juga pemenuhan kewajiban konsumen. Adanya ketentuan mengenai perlindungan konsumen diharapkan dapat mewujudkan hubungan pelaku usaha dan konsumen yang harmonis (Doly, 2012).

Secara umum hak atas informasi mengenai suatu produk ini telah diatur dalam UUPK. Pasal 4 huruf (b) menentukan bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Informasi yang benar atas suatu produk berarti bahwa informasi yang disampaikan tersebut sesuai sebagaimana adanya yaitu betul atau tidak salah. Selanjutnya informasi atas produk yang ditawarkan juga harus jelas berarti bahwa bahwa informasi tersebut terang, nyata, gamblang menggambarkan kondisi produk. Adapun informasi produk yang jujur berarti bahwa informasi yang disampaikan mengenai suatu produk tersebut tidak ada kebohongan yang ditutupi serta tidak ada kecurangan yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Hak atas informasi terkait dengan suatu produk, selain diatur dalam UUPK juga diatur secara khusus dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE). Pasal 13 huruf (b) PP PMSE menentukan bahwa pelaku usaha wajib menyampaikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan terhadap barang dan/atau jasa yang diperdagangkan termasuk sistem elektronik yang digunakan sesuai karakteristik fungsi dan perannya dalam transaksi tersebut. PP PMSE ini menentukan bahwa hak informasi selain terkait dengan produk, tetapi juga termasuk sistem elektronik yang digunakan. Sistem elektronik merupakan serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan/atau menyebarkan informasi elektronik.

Informasi atas informasi produk yang benar, jelas, dan jujur dalam transaksi *e-commerce* ini diatur dalam Pasal 13 ayat (2) PP PMSE. Pasal 13 ayat (2) PP PMSE menentukan bahwa dalam transaksi *e-commerce* menentukan informasi yang benar, jelas, dan jujur paling sedikit mengenai hal-hal sebagai berikut :

1. kebenaran dan keakuratan informasi.

Konsumen harus dapat memastikan bahwa informasi terkait dengan produk yang akan dibeli sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya. Selain itu konsumen juga harus memastikan kesesuaian atau ketepatan mengenai informasi dari suatu produk.

2. kesesuaian antara informasi iklan dan fisik barang.

Konsumen harus dapat memastikan kepada pelaku usaha mengenai kesesuaian antara informasi dalam iklan terkait dengan produk yang ditawarkan pelaku usaha ini sesuai dengan kondisi fisik sesungguhnya dari barang yang akan dibeli.

3. kelayakan konsumsi barang atau jasa.

Informasi atas suatu produk dalam transaksi *e-commerce* harus memuat informasi mengenai kelayakan konsumsi barang atau jasa. Kelayakan konsumsi barang atau jasa ini merujuk apakah barang atau jasa tersebut masih layak untuk dikonsumsi atau digunakan tanpa menimbulkan resiko bagi yang mengkonsumsi atau menggunakannya. Aspek resiko terkait dengan penggunaan barang ini antara lain terkait dengan kesehatan, keamanan, keselamatan, kualitas serta memenuhi standar yang ditentukan. Kelayakan konsumsi produk ini antara lain diwujudkan dengan adanya informasi mengenai tanggal kadaluwarsa produk.

4. legalitas barang atau jasa.



Informasi mengenai suatu produk juga meliputi aspek legalitas dari barang dan/atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Aspek legalitas barang atau jasa ini terkait dengan keabsahan dari suatu produk tersebut, antara lain apakah produk tersebut tidak dilarang untuk diperdagangkan, memiliki izin edar atau izin operasional.

5. kualitas, harga, dan aksesabilitas barang atau jasa.

Informasi mengenai kualitas produk dalam transaksi *e-commerce* ini terkait dengan tingkat mengenai baik buruknya suatu produk, tingkat atau derajat mutu suatu produk. Satu produk mungkin memiliki kualitas yang berbeda yang didasarkan pada bahan, daya tahan, maupun garansi yang diperoleh. Hal ini tentunya harus diinformasikan oleh pelaku usaha. Kualitas dari produk ini biasanya juga berkaitan dengan harga yang ditawarkan oleh pelaku usaha, semakin bagus kualitasnya umumnya semakin mahal harganya. Informasi mengenai harga produk terkait dengan jumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk dari pelaku usaha. Konsumen memiliki hak informasi mengenai transparansi harga yang ditentukan oleh pelaku usaha, apakah harga yang diberikan oleh pelaku usaha sudah meliputi semua komponen (*all in*) atau masih terdapat harga atau biaya tambahan yang dikenakan kepada konsumen. Adapun Informasi mengenai aksesabilitas produk, terkait dengan kemudahan konsumen untuk mendapatkan, mengakses, dan menggunakan produk tersebut.

Pemahaman konsumen akan pentingnya hak atas informasi mengenai suatu produk sangat penting bagi konsumen. Pelindungan konsumen tidak selalu berkaitan dengan persolanan mengenai bagaimana menuntut ganti rugi maupun bagaimana menuntut pertanggungjawaban pelaku usaha. Pelindungan konsumen juga meliputi pelindungan terhadap hak atas informasi yang seharusnya diterima oleh konsumen. Jika dari awal konsumen sudah mendapatkan haknya, yaitu informasi yang jelas, benar, dan jujur mengenai suatu produk yang ditawarkan oleh konsumen maka hal ini akan meminimalisir terjadi sengketa atau kerugian konsumen di kemudian hari. Hal ini terjadi karena barang yang dibeli konsumen tersebut sesuai dengan keinginan konsumen atau tidak. Konsumen pada umumnya akan menutup jual beli atau melakukan transaksi, jika barang yang diinginkan tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Artinya informasi yang didapat oleh konsumen mengenai produk tersebut sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen, sehingga tidak ada kesalahan interpretasi mengenai produk yang dibeli.

Pemenuhan hak konsumen atas informasi dalam transaksi *e-commerce* ini merupakan salah satu bentuk pelindungan secara preventif. Pelindungan hukum secara preventif bersifat pencegahan dan meminimalisir adanya pelanggaran hukum yang dapat merugikan konsumen (Munggaran et al., 2019). Dalam pelindungan konsumen, pemenuhan hak konsumen atas informasi ini harus dibarengi dengan pemenuhan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai produk yang ditawarkan. Konsumen tidak hanya mendasarkan pada informasi yang disampaikan oleh pelaku usaha, tetapi konsumen juga harus menilai dan memeriksa apakah informasi yang disampaikan oleh pelaku usaha tersebut sesuai atau tidak. Selanjutnya pelaku usaha juga harus menjelaskan hal-hal yang ditanyakan oleh konsumen mengenai produk yang ditawarkan.

## Kesimpulan

Hak konsumen atas informasi telah diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Pemahaman konsumen mengenai hak atas informasi yang jelas, benar dan jujur dalam transaksi *e-commerce* mengenai produk meliputi kebenaran dan keakuratan informasi, kesesuaian antara informasi iklan dan fisik barang, kelayakan konsumsi barang atau jasa, legalitas barang atau jasa, serta kualitas, harga, dan aksesabilitas barang atau jasa. Peningkatan pemahaman hak atas informasi produk dalam

transaksi *e-commerce* ini dilaksanakan dalam rangka meningkatkan kesadaran dan pemahaman konsumen mengenai apa yang harus diperhatikan konsumen pada saat melaksanakan transaksi *e-commerce*, yaitu untuk memastikan bahwa produk yang dibeli oleh konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen. Dengan adanya kegiatan PPM peningkatan pemahaman konsumen atas hak informasi mengenai produk dalam transaksi *e-commerce* ini, konsumen seharusnya dapat menilai secara bijak, cermat dan cerdas sebelum menentukan untuk membeli barang tersebut sesuai dengan kenyataan serta sesuai dengan ekspektasi konsumen sehingga dapat meminilisir terjadinya sengketa atau kerugian konsumen. Apabila informasi produk yang disampaikan kurang jelas, konsumen dapat menanyakan lebih lanjut kepda pelaku usaha, dan pelaku usaha wajib menjelaskan lebih lanjut mengenai informasi yang dibutuhkan konsumen.

## Daftar Pustaka

- Afandi, A., Laily, N., Wahyudi, N., Umam, M. H., Kambau, R. A., Rahman, S. A., Sudirman, M., Jamilah, J., Kadir, N. A., Junaid, S., Nur, S., Permitasari, R. D. A., Nurdianah, N., Wahid, M., & Jarot, W. (2022). *Metode pengabdian masyarakat* (S. Suwendi, A. Basir, & J. Wahyudi (eds.)). Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam, Direktorat Jenderal Pendidikan Islam, Kementerian Agama.
- Agnesia, R., Sirait, M., Serah, Y. A., & Setiawati, R. (2024). Pembentukan Kadarkum PKK Desa Dalam Upaya Pencegahan Perkawinan Anak. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 5(4), 755–764. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v5i4.22286>
- Doly, D. (2012). Upaya Penguatan Pelindungan Konsumen Di Indonesia Terkait Dengan Klausula Baku. *Negara Hukum*, 3(1), 52. <https://doi.org/10.22212/jnh.v3i1.223>
- Eleanora, F. N., & Dewi, A. S. (2022). Pelaksanaan Perjanjian Baku dan Akibat Hukumnya bagi Konsumen. *JURNAL MERCATORIA*, 15(1), 19–27. <https://doi.org/10.31289/mercatoria.v15i1.6812>
- Hidayah, N. P., & Komariah, K. (2019). Peningkatan Kapasitas Kelompok PKK Desa Sumbersekar Kecamatan Dau Kabupaten Malang untuk Mengatasi Problematika Hukum Waris Islam. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 6(3), 122–127. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v6i3.719>
- Maulidina, C. M., & Nafiati, L. (2024). Penerapan sistem informasi akuntansi, digital marketing dan e-commerce untuk meningkatkan literasi digitalisasi dan kinerja UMKM. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 5(1), 187–199. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v5i1.21506>
- Munggaran, I., Sudjana, S., & Nugrono, B. D. (2019). Perlindungan Konsumen Terhadap Pencantuman Klausula Baku Dalam Perjanjian. *ACTA DIURNAL Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan*, 2(2), 187–199.
- Rosaria, J. N., & Marpaung, D. S. H. (2022). Efektivitas Penyelesaian Sengketa Konsumen Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Melalui Mediasi Dan Arbitrase. *JUSTITIA: Jurnal Ilmu Hukum Dan Humaniora*, 3(9), 1180–1188. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/Justitia/article/view/4127>
- Shidarta, S. (2004). *Hukum perlindungan konsumen*. Grasindo.
- Sidabalok, J. (2006). *Hukum perlindungan konsumen di Indonesia*. Citra Aditya Bakti.
- Silviasari, S. (2020). Penyelesaian Sengketa Konsumen Dan Pelaku Usaha Dalam Transaksi E-Commerce Melalui Sistem Cash On Delivery. *Media of Law and Sharia*, 1(3), 151–161. <https://doi.org/10.18196/mls.v1i3.9192>
- Sutrisno, B., Martini, D., & Haq, L. M. H. U. (2020). Penyuluhan hukum tentang perlindungan hukum terhadap konsumen di Desa Gelogor Kecamatan Kediri Lombok Barat. *Jurnal Kompilasi Hukum*, 5(1), 226–240. <https://doi.org/10.29303/jkh.v5i1.48>
- Suwandono, A. (2019). Pendekatan Holistik Transportasi Berbasis Aplikasi dalam Kerangka Hukum Pelindungan Konsumen. *Mimbar Hukum*, 31(1), 53. <https://doi.org/10.22146/jmh.33848>

Wang, F. F. (2010). Law of electronic commercial transactions: Contemporary issues in the EU, US and China. In *Law of Electronic Commercial Transactions: Contemporary Issues in the EU, US and China*. <https://doi.org/10.4324/9780203860007>