
Sosialisasi tentang Perjanjian dalam Transaksi Jual Beli melalui E-commerce bagi Pelajar SMA

¹Teguh Rama Prasja, ²Wina Diana Sari, ³Anggraini Dwi Milandry, ⁴Evi Yanti,

⁵Heni Susanti, & ⁶Nando Nugroho

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Islam Riau

*Corresponding: teguhramaprasja@law.uir.ac.id

Article Info

Article history:

Received 30 April 2026

Received in revised form 27 Mei 2026

Accepted 30 Juni 2026

Kata Kunci: E-commerce;
Konsumen; Perjanjian;
Wanprestasi.

Keywords: Consumer; contract;
default; e-commerce.

Abstrak

Permasalahan yang diangkat dalam kegiatan pengabdian ini adalah rendahnya pemahaman siswa terhadap aspek hukum perjanjian dalam transaksi e-commerce, khususnya mengenai mekanisme transaksi dan perlindungan konsumen. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan literasi hukum siswa dalam menghadapi risiko transaksi elektronik. Kegiatan dilaksanakan di SMA Negeri 2 Tambang, Kabupaten Kampar, bersama 50 siswa sebagai mitra melalui penyuluhan hukum dengan metode ceramah, diskusi interaktif, dan tanya jawab. Materi mencakup pengertian dan syarat sah perjanjian elektronik berdasarkan Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, hak dan kewajiban para pihak, kekuatan hukum kontrak elektronik menurut Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta upaya hukum yang dapat ditempuh apabila pelaku usaha melakukan wanprestasi. Evaluasi dilakukan melalui observasi partisipatif terhadap keterlibatan peserta serta kuis pada akhir kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta, ditandai dengan sekitar 80% peserta mampu menjawab pertanyaan kuis dengan benar dan meningkatnya keaktifan dalam sesi diskusi. Kegiatan ini berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran hukum siswa sebagai konsumen digital dalam transaksi e-commerce.

Abstract

The problem addressed in this community service activity is students' low understanding of the legal aspects of contracts in e-commerce transactions, particularly regarding transaction mechanisms and consumer protection. The activity aims to improve students' legal literacy in dealing with the risks of electronic transactions. It was carried out at SMA Negeri 2 Tambang, Kampar Regency, with 50 students as partners, using legal counselling in the form of lectures, interactive discussion, and question-and-answer sessions. The material covered the definition and validity requirements of electronic contracts under Article 1320 of the Indonesian Civil Code, the rights and obligations of the parties, the legal force of electronic contracts under the Electronic Information and Transactions Law, and the legal remedies available when a business actor defaults. Evaluation was conducted through participatory observation of

participant involvement and a quiz at the end of the session. The results indicate an improvement in participants' understanding, marked by approximately 80% of participants answering the quiz questions correctly and by increased engagement during the discussion. The activity contributes to raising students' legal awareness as digital consumers in e-commerce transactions.

A. PENDAHULUAN

Era digital saat ini telah membawa perubahan yang mendasar terhadap cara manusia menjalankan aktivitas bisnis, berkomunikasi, maupun melakukan transaksi. Kehadiran internet dan teknologi informasi membuka akses global yang sebelumnya tidak dapat dijangkau dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Perkembangan tersebut turut memengaruhi pola perilaku masyarakat, di mana berbagai aktivitas kini banyak dilakukan melalui sistem elektronik. Kemajuan teknologi internet juga telah mengubah hampir seluruh aspek kegiatan manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya (Ruslim, 2025). Aktivitas yang sebelumnya terbatas oleh ruang dan waktu kini menjadi lebih fleksibel karena dapat dilakukan tanpa batasan geografis, baik dalam lingkup nasional maupun internasional. Dengan demikian, pemanfaatan internet dalam berbagai aktivitas manusia dapat dipahami sebagai bentuk kegiatan yang bersifat tanpa batas ruang dan waktu (Awaludin et al., 2025).

Transaksi *e-commerce* kini telah menjadi fenomena yang semakin mendominasi aktivitas bisnis di Indonesia. Seiring dengan berkembangnya era teknologi, masyarakat memperoleh kemudahan dalam memenuhi berbagai kebutuhan melalui sistem elektronik. Berbagai bentuk transaksi seperti jual beli, perjanjian melalui pesan elektronik (kontrak elektronik), sewa-menyewa, serta bentuk perjanjian lainnya kini dapat dilakukan secara digital dengan lebih cepat dan efisien (Wardani et al., 2024). Perkembangan internet telah mendorong terjadinya transaksi elektronik yang dilakukan melalui berbagai platform daring oleh pelaku usaha maupun konsumen. Kondisi ini membuka peluang yang sangat luas bagi pengembangan kegiatan bisnis digital, namun pada saat yang sama juga memunculkan berbagai persoalan hukum. Salah satu isu yang paling menonjol adalah terkait aspek legalitas kontrak elektronik dalam transaksi *e-commerce*, khususnya dalam memastikan keabsahan dan kepastian hukum dari perjanjian yang dibentuk secara digital (Caroline et al., 2024). Kajian mutakhir menegaskan bahwa kontrak elektronik menyimpan tantangan tersendiri, baik menyangkut keabsahan klausul baku maupun penentuan yurisdiksi ketika transaksi bersifat lintas batas (Supangat et al., 2024; Susilo, 2025).

Saat ini, pelaku usaha semakin banyak memanfaatkan teknologi digital dalam memasarkan barang maupun jasa yang mereka hasilkan. Penggunaan media digital tersebut menjadi strategi utama dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efektivitas penjualan. Di sisi lain, dari perspektif konsumen, meningkatnya penggunaan media daring dalam kegiatan jual beli dipengaruhi oleh berbagai faktor kemudahan yang ditawarkan oleh sistem tersebut. Melalui transaksi jual beli secara *online*, konsumen dapat dengan mudah memilih berbagai jenis barang sesuai dengan kebutuhan dan preferensinya tanpa harus datang langsung ke toko fisik. Selain itu, konsumen juga tidak perlu mengeluarkan waktu dan tenaga untuk melakukan perjalanan, karena seluruh proses transaksi dapat dilakukan secara praktis melalui perangkat elektronik yang terhubung dengan internet. Hal ini

menunjukkan bahwa transaksi digital telah memberikan efisiensi yang signifikan dalam aktivitas perdagangan modern (Sudiarti et al., 2024).

Proses transaksi elektronik melalui *e-commerce* memang banyak memberikan kemudahan bagi para pelaku usaha dan juga para pembeli, akan tetapi di balik kemudahan-kemudahan yang timbul karena kemajuan teknologi juga memiliki sisi negatif (Kemala Ayu, 2025), proses jual beli di *e-commerce* hari ini dinilai begitu praktis sehingga bisa dilakukan oleh siapa saja, asalkan si pemilik HP sudah terdaftar pada *e-commerce* tertentu maka secara langsung bisa melakukan transaksi jual beli. Dewasa ini anak usia sekolah seperti SD, SMP apalagi SMA sudah mempunyai *smartphone* secara pribadi yang mana tidak jarang mereka ketika menginginkan sesuatu langsung memilih berbelanja di *e-commerce* dengan segala kemudahan yang ditawarkan. Kemudahan-kemudahan yang ada ternyata tidak selamanya berdampak positif, adakalanya berdampak negatif seperti anak-anak yang kadang belum memahami makna jual beli yang sesungguhnya sehingga kadang melakukan transaksi jual beli di *e-commerce* akan tetapi saat barang diantar oleh kurir enggan untuk membayar, jika menggunakan pembayaran dengan COD (bayar tunai di tempat). Kerentanan tersebut bukan persoalan lokal semata. Boland et al. (2024) berargumen bahwa rentang usia 12–18 tahun justru merupakan momen paling tepat untuk menanamkan literasi pasar (*marketplace literacy*), karena pada usia tersebut kemampuan kognitif remaja sudah memadai untuk memahami konsep pemasaran, sementara mereka masih rentan terhadap praktik pemasaran yang merugikan. John et al. (2024) menambahkan bahwa kajian perilaku konsumen anak dan remaja masih menyisakan celah pada sisi edukasi yang bersifat aplikatif. Dalam konteks Indonesia, Suyanto et al. (2025) menemukan bahwa belanja daring telah menjadi bagian dari gaya hidup anak muda perkotaan dan kerap dilakukan secara impulsif tanpa disertai literasi keuangan yang memadai.

Perkembangan *e-commerce* telah mendorong banyak kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan literasi digital masyarakat, khususnya mengenai pemanfaatan platform perdagangan elektronik. Kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh Purba dan Lubis (2020) misalnya, lebih menitikberatkan pada pengenalan konsep *e-commerce* kepada remaja sebagai bagian dari peningkatan kemampuan dan wawasan di era digital. Materi yang diberikan masih berorientasi pada pemanfaatan *e-commerce* sebagai media pembelajaran dan peluang usaha, tanpa mengulas secara khusus mengenai aspek hukum yang melekat pada transaksi elektronik (Purba et al., 2020).

Kegiatan pengabdian lainnya dilakukan oleh Agang dkk. (2024) yang berfokus pada sosialisasi perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce*. Program tersebut bertujuan meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai hak-hak konsumen, risiko penipuan, pelanggaran privasi, serta mekanisme perlindungan hukum dalam transaksi elektronik. Meskipun telah memberikan pemahaman mengenai perlindungan konsumen, pembahasan mengenai konsep perjanjian elektronik sebagai dasar lahirnya hubungan hukum antara penjual dan pembeli belum menjadi fokus utama kegiatan tersebut (Agang et al., 2024).

Kegiatan sejenis juga dilaksanakan Tahir et al. (2025) melalui penyuluhan hukum di MAN 2 Palu untuk meningkatkan kesadaran hukum siswa dalam bertransaksi daring. Fokus kegiatan tersebut masih diarahkan pada kewaspadaan umum terhadap penipuan daring, belum pada konstruksi perjanjian yang melahirkan hubungan hukum antara penjual dan pembeli. Dari sudut yang berbeda, Dahlan et al. (2024) menyoroti kerentanan anak sebagai konsumen digital dalam transaksi berbasis

peluang, yang menunjukkan bahwa perlindungan konsumen anak di ruang digital masih menyisakan banyak pekerjaan.

Di sisi lain, berbagai penelitian hukum telah membahas keabsahan perjanjian dalam transaksi *e-commerce*, termasuk mengenai syarat sah perjanjian elektronik berdasarkan Pasal 1320 KUHPdata serta persoalan kecakapan hukum pelaku transaksi, khususnya apabila dilakukan oleh anak di bawah umur. Kajian tersebut menunjukkan bahwa aspek perjanjian merupakan fondasi utama dalam menentukan sah atau tidaknya suatu transaksi elektronik. Namun demikian, hasil-hasil penelitian tersebut masih bersifat akademis dan belum banyak ditransformasikan menjadi kegiatan edukasi hukum yang menysasar kelompok pelajar sebagai pengguna aktif *e-commerce*.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini memiliki kebaruan (*novelty*) dibandingkan kegiatan PKM sebelumnya. Apabila kegiatan-kegiatan terdahulu lebih banyak menitikberatkan pada pengenalan *e-commerce*, peluang bisnis digital, maupun perlindungan konsumen, maka kegiatan ini secara khusus memfokuskan pada edukasi mengenai aspek hukum perjanjian dalam transaksi jual beli melalui *e-commerce* kepada pelajar SMA. Materi yang disampaikan tidak hanya menjelaskan proses transaksi secara elektronik, tetapi juga memberikan pemahaman mengenai kapan suatu perjanjian elektronik dianggap lahir, hak dan kewajiban para pihak, syarat sah perjanjian menurut KUHPdata, kekuatan hukum kontrak elektronik, serta langkah-langkah yang dapat dilakukan apabila terjadi wanprestasi atau sengketa dalam transaksi *e-commerce*. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan mampu membangun kesadaran hukum (*legal awareness*) sejak usia sekolah sehingga para pelajar tidak hanya menjadi pengguna *e-commerce* yang aktif, tetapi juga menjadi konsumen digital yang cerdas, kritis, dan memahami konsekuensi hukum dari setiap transaksi yang dilakukan.

Pada dasarnya pembeli dalam melakukan transaksi jual beli secara *online*, hanya sebagian kecil saja yang memahami mekanisme pengaturan jual beli *online* dalam hukum positif yang berlaku di Indonesia. Konsumen juga hanya sebagian kecil yang memahami mengenai penjual yang melakukan wanprestasi atau suatu kondisi saat satu pihak lalai dalam memenuhi perjanjiannya, serta bagaimana upaya yang ditempuh bilamana penjual melakukan wanprestasi.

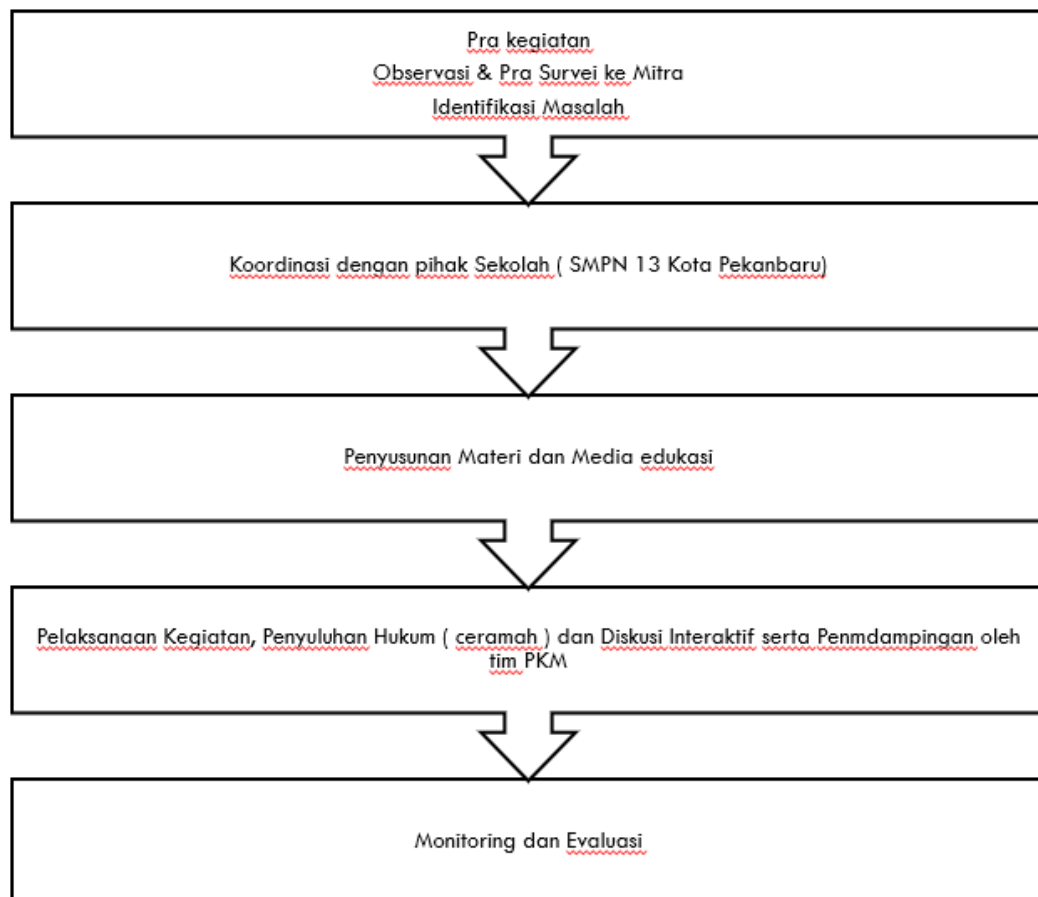
Adapun sasaran utama program kemitraan ini adalah (1) memberikan pengetahuan mengenai *e-commerce* dan peraturan yang mengaturnya; (2) menjelaskan mekanisme transaksi jual beli pada *e-commerce*; (3) memberikan pemahaman mengenai langkah hukum yang dapat ditempuh apabila pelaku usaha melakukan wanprestasi; dan (4) memberikan pengetahuan mengenai perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli melalui *e-commerce*.

Inisiasi empat poin permasalahan tersebut muncul ketika Tim PKM melakukan identifikasi terhadap kondisi mitra yang menunjukkan adanya berbagai persoalan yang cukup signifikan. Pertama, masih rendahnya tingkat pemahaman masyarakat mitra mengenai *e-commerce* beserta ketentuan hukum yang mengaturnya. Kedua, belum pernah dilaksanakannya kegiatan sosialisasi terkait mekanisme transaksi jual beli dalam platform *e-commerce*, sehingga pemahaman masyarakat masih terbatas pada praktik penggunaan tanpa disertai dasar pengetahuan yang memadai. Ketiga, masyarakat mitra juga belum pernah memperoleh sosialisasi mengenai langkah-langkah atau upaya yang dapat dilakukan oleh konsumen apabila pelaku usaha melakukan wanprestasi dalam transaksi elektronik. Keempat, masyarakat mitra mengakui bahwa selama ini belum memperoleh pemahaman yang memadai terkait perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli melalui *e-*

commerce. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan pengetahuan hukum yang perlu mendapat perhatian melalui edukasi dan pendampingan yang berkelanjutan.

B. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan edukatif dan partisipatif melalui sosialisasi, penyampaian materi, serta diskusi interaktif. Pendekatan ini bertujuan agar peserta tidak hanya menerima informasi secara satu arah, tetapi juga berperan aktif dalam memahami aspek hukum yang berkaitan dengan perjanjian dalam transaksi jual beli pada e-commerce. Bahan yang digunakan meliputi materi presentasi dalam bentuk PowerPoint, leaflet edukasi mengenai perjanjian dalam transaksi e-commerce, serta materi yang disusun berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku. Materi yang disampaikan mencakup pengertian perjanjian elektronik, syarat sah perjanjian, hak dan kewajiban para pihak, serta bentuk perlindungan hukum dalam transaksi e-commerce. Metode ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran hukum siswa-siswi SMA Negeri 2 Tambang mengenai perjanjian dalam transaksi jual beli pada e-commerce sehingga mereka dapat bertransaksi secara lebih bijak, memahami hak dan kewajibannya, serta meminimalkan risiko sengketa dalam transaksi elektronik. Tahapan pelaksanaan kegiatan secara ringkas disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram alir Tahapan Kegiatan PKM

Kegiatan pengabdian ini melibatkan dosen sebagai pemateri utama yang menyampaikan materi terkait konsep e-commerce serta peraturan yang mengatur

transaksi jual beli secara elektronik. Secara umum, kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada siswa mengenai mekanisme transaksi dalam *e-commerce*, sekaligus menjelaskan aspek hukum yang melekat di dalamnya. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan pengetahuan mengenai langkah-langkah atau upaya yang dapat ditempuh apabila terjadi wanprestasi oleh pelaku usaha, sehingga siswa memiliki pemahaman awal mengenai perlindungan hukum dalam transaksi digital. Pada akhirnya, kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan literasi hukum siswa terkait bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli melalui *e-commerce*. Dalam pelaksanaannya, mahasiswa turut berperan aktif sebagai pendamping kegiatan, mulai dari membantu penyampaian materi, mendampingi peserta, hingga mendukung pelaksanaan diskusi interaktif.

Mitra dalam kegiatan ini adalah siswa SMA Negeri 2 Tambang yang berlokasi di Kabupaten Kampar, Provinsi Riau. Sasaran kegiatan adalah siswa sekolah menengah atas yang berada pada usia remaja dengan jumlah peserta sekitar 50 orang. Pemilihan mitra didasarkan pada pertimbangan bahwa kelompok usia remaja merupakan pengguna aktif platform *e-commerce* dalam kehidupan sehari-hari, namun masih memiliki keterbatasan pemahaman terkait aspek hukum perjanjian dan perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik. Oleh karena itu, kegiatan ini diarahkan untuk meningkatkan kesadaran hukum sejak dini agar para siswa mampu memahami risiko serta perlindungan hukum yang melekat dalam setiap transaksi digital yang mereka lakukan.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pra kegiatan dilakukan melalui observasi awal dan pra-survei kepada pihak sekolah guna mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi mitra. Selain itu, dilakukan koordinasi dengan pihak sekolah terkait teknis pelaksanaan kegiatan serta penyusunan materi penyuluhan. Tahap pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam bentuk penyuluhan hukum dengan tema “Edukasi Hukum Perjanjian dalam Transaksi *E-commerce*” yang disampaikan melalui metode ceramah, diskusi interaktif, dan tanya jawab.

Monitoring dan evaluasi dilakukan melalui observasi langsung terhadap jalannya kegiatan serta respon peserta selama kegiatan berlangsung. Indikator yang diamati meliputi keaktifan peserta dalam mengikuti kegiatan, keterlibatan dalam diskusi, serta kemampuan dalam memahami materi yang disampaikan melalui sesi tanya jawab. Selain itu, dilakukan wawancara singkat dan diskusi reflektif dengan peserta dan pihak guru setelah kegiatan berlangsung untuk mengetahui tingkat pemahaman serta dampak dari kegiatan penyuluhan yang telah dilaksanakan. Hasil evaluasi ini digunakan sebagai bahan refleksi untuk menilai efektivitas kegiatan serta sebagai dasar perbaikan program pengabdian selanjutnya.

C. HASIL ATAU PEMBAHASAN

1. Pelaksanaan Sosialisasi Hukum tentang *E-commerce*

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) telah dilaksanakan pada tanggal 10 April 2026 dan berjalan dengan lancar sesuai dengan rencana yang telah disusun sebelumnya. Kegiatan diawali dengan penyampaian materi oleh pemateri pertama, yaitu Dr. Teguh Rama Prasja, yang memberikan penjelasan secara komprehensif mengenai konsep e-commerce serta regulasi yang mengatur transaksi jual beli secara elektronik. Dalam pemaparannya, peserta juga diberikan pemahaman mengenai mekanisme transaksi dalam e-commerce, mulai dari proses pemesanan, pembayaran, hingga tahap penyelesaian transaksi. Lebih lanjut, dalam penjelasannya disampaikan bahwa e-commerce merupakan bentuk kegiatan perdagangan yang dilakukan melalui media elektronik, khususnya internet, yang memungkinkan terjadinya transaksi jual beli barang maupun jasa tanpa harus mempertemukan penjual dan pembeli secara langsung. Seluruh proses dalam transaksi e-commerce dilakukan secara digital, mulai dari pencarian produk, pemesanan, pembayaran, hingga pengiriman barang kepada konsumen. Adapun bentuk e-commerce yang saat ini paling banyak digunakan oleh masyarakat meliputi platform *marketplace*, media sosial, serta situs web milik pelaku usaha yang menyediakan layanan transaksi secara daring.

Di Indonesia, perkembangan e-commerce sangat pesat karena didukung oleh meningkatnya penggunaan internet dan telepon pintar. Kemudahan bertransaksi, banyaknya pilihan barang, serta berbagai promo yang ditawarkan menjadikan e-commerce sebagai pilihan utama masyarakat, termasuk kalangan pelajar. Namun demikian, di balik kemudahan tersebut terdapat berbagai risiko, seperti barang tidak sesuai dengan deskripsi, keterlambatan pengiriman, penjual tidak mengirim barang, hingga penyalahgunaan data pribadi konsumen. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman mengenai aturan hukum yang mengatur transaksi jual beli secara elektronik agar konsumen dapat mengetahui hak dan kewajibannya (Iskandar, 2025).

Secara hukum, transaksi e-commerce di Indonesia memiliki dasar pengaturan dalam berbagai peraturan perundang-undangan. Landasan utama pengaturannya terdapat dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU ITE, serta diperbarui melalui Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas UU ITE. Ketiga regulasi tersebut menjadi dasar hukum utama yang mengakui dan mengatur keberlakuan transaksi elektronik, termasuk kontrak elektronik yang digunakan dalam aktivitas e-commerce di Indonesia (Mira Yuli, 2025). Peraturan ini menegaskan bahwa informasi elektronik, dokumen elektronik, serta transaksi elektronik memiliki kekuatan hukum yang sah dan dapat dijadikan alat bukti di pengadilan. Suasana pelaksanaan kegiatan sosialisasi di SMA Negeri 2 Tambang ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Pelaksanaan kegiatan Sosialisasi di SMA Negeri 2 Tambang

Dalam ketentuan tersebut dijelaskan bahwa transaksi elektronik merupakan perbuatan hukum yang dilakukan dengan memanfaatkan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Dengan pengaturan tersebut, berbagai aktivitas digital seperti pemesanan barang melalui *marketplace*, penggunaan sistem pembayaran elektronik, hingga persetujuan terhadap syarat dan ketentuan secara daring, pada dasarnya telah dikualifikasikan sebagai bentuk transaksi elektronik yang memiliki kekuatan hukum yang sah sepanjang memenuhi persyaratan yang ditentukan oleh peraturan perundang-undangan.

Selain Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, transaksi jual beli melalui *e-commerce* juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini memberikan dasar perlindungan bagi konsumen untuk memperoleh hak-haknya secara adil dalam setiap transaksi. Konsumen berhak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang dan/atau jasa yang ditawarkan, mendapatkan barang sesuai dengan yang diperjanjikan, memperoleh keamanan serta kenyamanan dalam penggunaan produk, serta mendapatkan ganti rugi apabila barang yang diterima tidak sesuai atau menimbulkan kerugian (Bintarawati & Rismana, 2024).

Di sisi lain, pelaku usaha juga memiliki kewajiban untuk menyampaikan informasi yang akurat, jelas, dan tidak menyesatkan mengenai produk yang dipasarkan, serta bertanggung jawab apabila terjadi kerugian yang dialami konsumen akibat ketidaksesuaian barang dengan informasi yang diberikan. Dalam praktiknya, apabila pelaku usaha mencantumkan foto atau deskripsi produk yang tidak sesuai dengan kondisi barang yang sebenarnya, maka tindakan tersebut dapat dikualifikasikan sebagai pelanggaran terhadap hak konsumen sebagaimana diatur dalam ketentuan perlindungan konsumen. Dengan demikian, keseimbangan antara hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha menjadi aspek yang sangat penting dalam mewujudkan transaksi *e-commerce* yang adil, transparan, dan bertanggung jawab (Iskandar, 2025). Pengaturan yang lebih khusus mengenai perdagangan elektronik juga diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Peraturan ini menegaskan bahwa pelaku usaha yang menyelenggarakan perdagangan melalui sistem elektronik wajib

memiliki dan mencantumkan identitas usaha yang jelas serta dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Selain itu, pelaku usaha juga berkewajiban untuk menyampaikan informasi yang lengkap, benar, dan akurat mengenai produk yang diperdagangkan, meliputi keterangan harga, metode pembayaran, spesifikasi barang, hingga prosedur pengembalian barang apabila terjadi ketidaksesuaian atau permasalahan dalam transaksi.

Ketentuan tersebut pada dasarnya diarahkan untuk menciptakan prinsip transparansi dalam perdagangan elektronik serta memperkuat perlindungan hukum bagi konsumen. Dengan adanya kewajiban tersebut, diharapkan setiap transaksi digital dapat berlangsung secara lebih terbuka, akuntabel, dan berkeadilan, sehingga potensi kerugian konsumen akibat informasi yang tidak lengkap atau menyesatkan dapat diminimalkan (Priowirjanto et al., 2022). Selain itu, pelaku usaha juga wajib menjaga keamanan data pribadi konsumen. Di sisi lain, hubungan hukum antara penjual dan pembeli dalam transaksi *e-commerce* pada dasarnya merupakan suatu perjanjian jual beli. Oleh karena itu, ketentuan mengenai perjanjian tetap mengacu pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, khususnya Pasal 1320 mengenai syarat sahnya perjanjian. Suatu perjanjian dinyatakan sah apabila memenuhi empat syarat, yaitu (Prasetyo, 2024): A Kewajiban menjaga data pribadi tersebut kini diperkuat Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi, yang menempatkan penyelenggara *e-commerce* sebagai pengendali data dengan kewajiban menjaga keamanan dan kerahasiaan data konsumen (Ahyar Wiraguna et al., 2024). Yaitu dengan cara:

1. Adanya kesepakatan antara para pihak;
2. Para pihak cakap untuk membuat perjanjian;
3. Adanya objek tertentu yang diperjanjikan; dan
4. Adanya sebab yang halal.

Dalam transaksi *e-commerce*, kesepakatan biasanya terjadi ketika pembeli menyetujui syarat dan ketentuan atau menekan tombol "*checkout*" dan melakukan pembayaran. Dengan adanya kesepakatan tersebut, maka timbul hak dan kewajiban antara penjual dan pembeli. Penjual berkewajiban mengirim barang sesuai dengan pesanan, sedangkan pembeli berkewajiban membayar sesuai harga yang telah disepakati (Priambudi Choirul Ilham, 2023).

Mekanisme transaksi dalam *e-commerce* umumnya dimulai dari pembeli memilih barang atau jasa yang tersedia pada platform digital. Setelah itu, pembeli memasukkan barang ke dalam keranjang belanja dan melakukan pemesanan. Tahap berikutnya adalah pembayaran, yang dapat dilakukan melalui transfer bank, dompet digital, kartu kredit, atau metode pembayaran lainnya. Setelah pembayaran diterima, penjual wajib mengirimkan barang sesuai pesanan. Apabila barang telah diterima oleh pembeli dan sesuai dengan perjanjian, maka transaksi dianggap selesai (Adnan et al., 2023). Namun, dalam praktiknya sering terjadi wanprestasi atau tidak dipenuhinya kewajiban oleh pelaku usaha. Bentuk wanprestasi dapat berupa barang tidak dikirim, barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi, keterlambatan pengiriman, atau kualitas barang tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Apabila hal tersebut terjadi, konsumen dapat menempuh

beberapa langkah, seperti mengajukan komplain kepada penjual, meminta pengembalian dana atau penggantian barang, menggunakan fitur pengaduan pada *marketplace*, hingga melaporkan kepada lembaga perlindungan konsumen (Priowirjanto et al., 2022). Pada tataran yang lebih luas, penyelesaian sengketa konsumen daring mulai bergeser ke mekanisme penyelesaian sengketa secara elektronik (*online dispute resolution*) yang dinilai lebih cepat dan terjangkau dibandingkan jalur litigasi konvensional (Afwija, 2025; Patel et al., 2025).

Selanjutnya, materi dilanjutkan oleh pemateri kedua, Ibu Anggraini Dwi Milandry, yang memfokuskan pembahasan pada langkah atau upaya yang dapat dilakukan oleh konsumen apabila terjadi wanprestasi oleh pelaku usaha dalam transaksi *e-commerce* (Mischa Jocyline, 2025). Dalam penjelasannya disampaikan bahwa apabila terjadi wanprestasi oleh pelaku usaha dalam transaksi *e-commerce*, konsumen dapat menempuh beberapa langkah. Pertama, mengajukan komplain langsung kepada penjual melalui fitur yang tersedia pada platform *e-commerce*. Kedua, meminta penggantian barang atau pengembalian dana (*refund*) sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Ketiga, memanfaatkan layanan pengaduan pada *marketplace* atau penyedia platform sebagai pihak perantara. Keempat, apabila tidak mendapatkan penyelesaian, konsumen dapat melaporkan kepada lembaga perlindungan konsumen atau menempuh jalur hukum sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Rosianna Evanesa Sihombing, 2024).

Setelah kegiatan pemaparan materi selesai, kegiatan dilanjutkan dengan sesi diskusi dengan para siswa SMA Negeri 2 Tambang. Dari beberapa pertanyaan yang ditujukan kepada narasumber ada beberapa pertanyaan menarik, salah satunya pertanyaan dari siswa yang bernama Fitra, adapun pertanyaannya adalah “bagaimana caranya bu/pak, agar ke depan ketika saya berbelanja di *e-commerce* tidak tertipu, karena pernah beberapa minggu lalu, saya *check out* baju di sana, keterangannya 100 ribu dapat 3 baju, ternyata yang datang hanya 1 baju”. Kemudian ada juga yang bertanya kepada pemateri “Bu, izin apakah si *olshop* jika tidak sesuai memberikan barang kepada pembeli bisa di laporkan ke pihak kepolisian” serta banyak beragam pertanyaan-pertanyaan menarik yang lain. Adapun jawaban yang disampaikan pemateri adalah sebagai berikut. Pertama, agar tidak tertipu saat belanja di *e-commerce*, pastikan untuk selalu memeriksa reputasi toko (*rating* dan ulasan pembeli), membaca deskripsi produk dengan teliti, membandingkan harga yang wajar, serta menghindari penawaran yang terlalu murah dan tidak masuk akal. Selain itu, gunakan metode pembayaran yang aman dan bertransaksi melalui platform resmi agar mendapatkan perlindungan konsumen. Kedua Jika barang yang diterima tidak sesuai dengan yang dijanjikan, maka hal tersebut dapat dikategorikan sebagai bentuk wanprestasi atau bahkan penipuan. Konsumen dapat terlebih dahulu mengajukan komplain kepada penjual atau melalui platform *e-commerce* untuk meminta pengembalian dana atau penggantian barang. Ketiga, apabila tidak ada itikad baik dari penjual, maka pelaku usaha dapat dilaporkan kepada pihak berwajib, termasuk kepolisian, terutama jika terdapat unsur penipuan. Selain itu, konsumen juga dapat melaporkan ke lembaga perlindungan konsumen untuk mendapatkan penyelesaian sengketa.

Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa siswa-siswi SMA Negeri 2 Tambang memiliki antusiasme yang tinggi terhadap materi yang disampaikan. Hal tersebut terlihat dari banyaknya pertanyaan yang diajukan peserta mengenai hak

konsumen, keabsahan transaksi elektronik, hingga langkah hukum yang dapat ditempuh apabila mengalami kerugian dalam transaksi e-commerce. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pelajar merupakan kelompok pengguna aktif e-commerce, namun masih memiliki keterbatasan pemahaman mengenai aspek hukum yang mengatur hubungan antara penjual dan pembeli dalam transaksi elektronik. Temuan tersebut sejalan dengan teori kesadaran hukum yang menyatakan bahwa pemahaman terhadap ketentuan hukum merupakan salah satu faktor penting dalam membentuk perilaku hukum masyarakat. Semakin baik pengetahuan seseorang mengenai hak, kewajiban, dan mekanisme perlindungan hukum, maka semakin besar pula kecenderungannya untuk bertindak secara hati-hati dalam melakukan suatu perbuatan hukum, termasuk dalam transaksi jual beli melalui e-commerce. Oleh karena itu, kegiatan sosialisasi ini menjadi salah satu upaya preventif untuk meningkatkan literasi hukum masyarakat sejak usia sekolah.

Hasil kegiatan ini juga sejalan dengan kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh Agang dkk. (2024) yang menyatakan bahwa edukasi mengenai transaksi e-commerce mampu meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap hak-haknya sebagai konsumen. Namun demikian, pengabdian ini memiliki fokus yang berbeda karena tidak hanya membahas perlindungan konsumen, tetapi juga memberikan pemahaman mengenai perjanjian dalam transaksi elektronik sebagai dasar lahirnya hubungan hukum antara penjual dan pembeli. Dengan demikian, peserta tidak hanya mengetahui cara menghindari kerugian dalam bertransaksi, tetapi juga memahami konsekuensi hukum yang timbul sejak terjadinya kesepakatan dalam transaksi elektronik.

Selain itu, tingginya partisipasi peserta selama sesi diskusi menunjukkan bahwa metode sosialisasi yang dipadukan dengan diskusi interaktif cukup efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan tidak lagi terbatas pada pengalaman pribadi ketika berbelanja melalui e-commerce, tetapi telah berkembang pada pemahaman mengenai upaya hukum yang dapat ditempuh apabila terjadi wanprestasi. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian telah memberikan peningkatan pemahaman hukum sekaligus membangun kesadaran peserta untuk menjadi konsumen digital yang lebih cerdas, kritis, dan bertanggung jawab.

2. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring kegiatan dilakukan selama pelaksanaan pengabdian melalui metode observasi langsung terhadap partisipasi dan keterlibatan peserta. Tim pengabdian mengamati keaktifan siswa dalam mengikuti penyampaian materi, keterlibatan dalam diskusi, serta respons peserta terhadap pertanyaan yang diberikan oleh pemateri. Hasil monitoring menunjukkan peserta cukup antusias, yang terlihat dari banyaknya siswa yang berpartisipasi dalam sesi tanya jawab.

Evaluasi kegiatan dilakukan secara langsung pada akhir kegiatan melalui pemberian pertanyaan dalam bentuk kuis kepada peserta sebelum sesi penutupan. Peserta yang mampu menjawab pertanyaan dengan benar diberikan *doorprize* sebagai bentuk apresiasi. Melalui metode ini, tim pengabdian dapat mengukur pemahaman peserta terhadap materi yang telah disampaikan. Hasil evaluasi menunjukkan sekitar 80% peserta mampu menjawab pertanyaan kuis dengan benar, yang mengindikasikan adanya peningkatan pemahaman terkait konsep e-commerce, mekanisme transaksi, serta upaya yang dapat dilakukan apabila terjadi

wanprestasi. Selain itu, secara umum peserta memberikan respon positif terhadap kegiatan yang dilaksanakan, sehingga dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian ini berjalan efektif dalam meningkatkan pemahaman siswa meskipun tanpa menggunakan metode *post-test* formal.

3. Kendala yang Dihadapi dan Saran Solusi

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, terdapat beberapa kendala yang dihadapi. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan waktu pelaksanaan, sehingga tidak seluruh materi dapat disampaikan secara mendalam. Selain itu, terdapat beberapa peserta yang masih kurang aktif dalam mengikuti sesi diskusi, sehingga interaksi belum merata di seluruh peserta. Kendala lainnya adalah perbedaan tingkat pemahaman siswa terhadap materi yang disampaikan, di mana sebagian peserta sudah familiar dengan penggunaan *e-commerce*, namun masih kesulitan dalam memahami aspek hukum yang bersifat teoritis. Sebagai solusi, tim pengabdian menyarankan agar kegiatan serupa dapat dilaksanakan dengan alokasi waktu yang lebih panjang agar penyampaian materi dapat lebih optimal. Selain itu, diperlukan penggunaan metode pembelajaran yang lebih variatif, seperti simulasi kasus atau permainan edukatif, guna meningkatkan partisipasi peserta secara lebih merata. Penyederhanaan bahasa hukum ke dalam bentuk yang lebih praktis dan mudah dipahami juga menjadi salah satu langkah penting untuk meningkatkan efektivitas penyampaian materi kepada peserta.

D. PENUTUP

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di SMA Negeri 2 Tambang menunjukkan bahwa edukasi hukum mengenai perjanjian dalam transaksi *e-commerce* mampu meningkatkan pemahaman siswa terkait konsep dasar *e-commerce*, mekanisme transaksi, serta upaya yang dapat dilakukan apabila terjadi wanprestasi oleh pelaku usaha. Melalui metode penyuluhan dan diskusi interaktif, peserta tidak hanya memahami aspek praktis dalam bertransaksi secara elektronik, tetapi juga mulai menyadari pentingnya perlindungan hukum sebagai konsumen. Dengan demikian, kegiatan ini berhasil mencapai tujuan dalam meningkatkan literasi hukum siswa dalam menghadapi perkembangan transaksi digital. Kegiatan pengabdian serupa diharapkan dapat dilaksanakan secara berkelanjutan dengan cakupan peserta yang lebih luas dan materi yang lebih mendalam, khususnya terkait perlindungan data pribadi dan penyelesaian sengketa dalam transaksi elektronik. Selain itu, diperlukan pengembangan metode pembelajaran yang lebih interaktif, seperti simulasi kasus atau praktik langsung, agar pemahaman peserta dapat lebih optimal. Ke depan, kegiatan pengabdian juga dapat dikombinasikan dengan penelitian lanjutan untuk mengukur tingkat efektivitas edukasi hukum terhadap perubahan perilaku konsumen dalam transaksi *e-commerce*.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Islam Riau (UIR) melalui DPPM yang telah memberikan dukungan pendanaan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak SMA Negeri 2 Tambang yang telah memberikan izin serta fasilitas sehingga kegiatan dapat terlaksana dengan baik. Selain itu, penulis turut mengapresiasi seluruh tim pengabdian dan para mahasiswa yang telah berkontribusi dalam setiap tahapan kegiatan, serta kepada para siswa yang telah

berpartisipasi aktif selama kegiatan berlangsung. Dukungan dari berbagai pihak tersebut sangat membantu kelancaran dan keberhasilan kegiatan ini.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, A. A., Alrasyid, H., Fauzi, A., & Sari, K. (2023). Analisis akad jual beli online pada aplikasi Shopee perspektif Fatwa DSN-MUI. *EL Aswaq*, 4(2), 63–80.
- Afwija, Z. M. (2025). Online dispute resolution scheme over consumer's loss as consumer protection in cross-border e-commerce transaction. *Policy, Law, Notary and Regulatory Issues*, 4(3), 503–515. <https://doi.org/10.55047/polri.v4i3.1906>
- Agang, M. I., Rokhman, A. N., & Awaludin, D. T. (2024). Sosialisasi perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce di masyarakat. *JIPITI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(3), 51–57.
- Ahyar Wiraguna, S., Sulaiman, A., & Barthos, M. (2024). Implementation of consumer personal data protection in e-commerce from the perspective of Law No. 27 of 2022. *Journal of World Science*, 3(3), 410–418. <https://doi.org/10.58344/jws.v3i3.584>
- Awaludin, D. T., Sari, D. P., Hariyadi, A., & Dhamayanti, S. K. (2025). Transformasi digital UMKM: Integrasi sistem manajemen, pemasaran digital, dan analitik data penjualan. *JIPITI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(4), 276–283.
- Bintarawati, F., & Rismah, D. (2024). Efektifitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam memberikan perlindungan hukum bagi pengguna e-commerce di era ekonomi digital. *Risalah Hukum*, 20(2), 102–112. <https://doi.org/10.30872/risalah.v20i2.1570>
- Boland, W. A., Grier, S. A., & Connell, P. M. (2024). Educating for adolescent well-being: Is it time for marketplace literacy? *Journal of the Association for Consumer Research*, 9(2), 227–234. <https://doi.org/10.1086/729276>
- Caroline, L., Bangun, E. K., & Salsabila, T. (2024). Analisis hukum perjanjian jual beli melalui e-commerce berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. *Rewang Rencang: Jurnal Hukum Lex Generalis*, 4(4), 305–315.
- Dahlan, T. A., Anitasari, R. F., Paramita, N. D., & Putra, T. I. (2024). Review of child consumer protection in the practice of online gambling games through the gacha system. *Indonesian Journal of Criminal Law and Criminology*, 6(3), 427–452. <https://doi.org/10.15294/ijicle.v6i3.13198>
- Iskandar, S. A. (2025). Perkembangan e-commerce di Indonesia: Regulasi dan tantangannya. *Media Hukum Indonesia (MHI)*, 3(4), 98–101.
- John, D. R., Pechmann, C., & Chaplin, L. N. (2024). Understanding the past and preparing for tomorrow: Children and adolescent consumer behavior insights from research in our field. *Journal of the Association for Consumer Research*, 9(2), 107–118. <https://doi.org/10.1086/729274>
- Kemala Ayu, S. (2025). Mekanisme transaksi e-commerce (jual beli online) menurut perspektif ekonomi syariah: Studi kasus masyarakat Muslim. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(6), 719–722.
- Mira Yuli, & S. A. (2025). Perkembangan dan tren e-commerce di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Ekonomi*, 3(4), 131–140. <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v3i4.3584>
- Mischa Jocylina, & D. A. D. S. (2025). Pertanggungjawaban atas wanprestasi dalam sistem pre-order melalui e-commerce. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(9).
- Patel, A., Ranjan, R., Kumar, R. K., Ojha, N., & Patel, A. (2025). Online dispute resolution mechanism as an effective tool for resolving cross-border consumer

- disputes in the era of e-commerce. *International Journal of Law and Management*. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-07-2024-0245>
- Prasetyo, A. J. (2024). Perlindungan hukum konsumen tentang adanya klausula baku dalam kontrak elektronik antara konsumen dan pihak e-commerce (Studi kasus pada e-commerce Shopee). *Jurnal Ilmu Hukum*, 7(2), 466–479.
- Priambudi, C. I., & Saputra, A. (2023). Penerapan perjanjian jual beli online di aplikasi Shopee. *Unes Law Review*, 6(1), 1248–1260. <https://doi.org/10.31933/unesrev.v6i1>
- Priowirjanto, E. S., Haykal, A. F., & Munaf, C. R. (2022). Marketplace self regulation mengenai pengembalian barang melalui metode pembayaran cash on delivery. *Acta Diurnal Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan*, 6(1), 112–126. <https://doi.org/10.23920/acta.v6i1.1132>
- Purba, R., & Lubis, R. K. (2020). Sosialisasi e-commerce bagi remaja melalui media speaking activity di MTsN 1 Deli Serdang. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 1(1), 1–13.
- Rosianna Evanesa Sihombing, & M. G. S. K. R. (2024). Perlindungan konsumen dalam e-commerce di Indonesia: Hambatan antara penerapan dan pengawasan regulasi. *Aliansi: Jurnal Hukum, Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 1(6), 58–70. <https://doi.org/10.62383/aliansi.v1i6.539>
- Ruslim, T. S. (2025). Transformasi digital usaha mikro, kecil, dan menengah: Pelatihan strategis untuk meningkatkan daya saing Toko Tata Jaya di era e-commerce. *NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(2). <https://doi.org/10.32877/nr.v4i2.2621>
- Sudiarti, E., Evi, E., Dewi, Y. F., & Ali, N. (2024). Penyuluhan hukum jual beli online guna meningkatkan literasi transaksi e-commerce siswa di Kota Palangka Raya. *Kumawula: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 7(1), 38–47. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v7i1.49755>
- Supangat, A., Nasution, E. R., & Sara, R. (2024). Digital contracts and jurisdiction in global e-commerce: Legal standards, clause validity, and enforcement across borders. *Legalis: Journal of Law Review*, 2(4), 254–264. <https://doi.org/10.61978/legalis.v2i4.1124>
- Susilo, Y. J. (2025). Implementasi kontrak elektronik dalam bisnis: Melihat tantangan dan risiko di era digital. *Jurnal Ilmiah Nusantara*, 2(2), 280–286. <https://doi.org/10.61722/jinu.v2i2.3685>
- Suyanto, B., Egalita, N., Sugihartati, R., Mas'udah, S., Savira, P. S., Anridho, C., & Syamsiyah, N. (2025). Young urban people's impulsive online shopping behavior and its financial literacy. *Cogent Social Sciences*, 11(1), 2443553. <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2443553>
- Tahir, M. A., Safrin, M., & Friskanov, I. (2025). Peningkatan kesadaran hukum dalam transaksi online di MAN 2 Palu melalui penyuluhan hukum. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMSI)*, 5(2), 697–699. <https://doi.org/10.54082/jamsi.1537>
- Wardani, I. S. K., Safirah, A., & Qurrotulaini, A. S. (2024). Kontrak elektronik dalam mekanisme hukum di Indonesia. *Unes Law Review*, 6(3), 8068–8073.
- Republik Indonesia. (1999). *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen* (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821).
- Republik Indonesia. (2019). *Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik* (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 222).

Republik Indonesia. (2024). *Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik* (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 2).