
SOSIALISASI PENTINGNYA PERLINDUNGAN KONSUMEN DI ERA EKONOMI DIGITAL BAGI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS ABDURACHMAN SALEH SITUBONDO

***SOCIALIZATION OF THE IMPORTANCE OF CONSUMER PROTECTION
IN THE ERA OF THE DIGITAL ECONOMY FOR STUDENTS OF THE
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS ABDURACHMAN
SALEH UNIVERSITY SITUBONDO***

Riska Ayu Pramesti¹⁾, Febri Ariyantiningsih²⁾, Ayu Dita³⁾, Dwi Perwitasari Wiryaningtyas⁴⁾

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

¹Email: icha.rifmania@gmail.com

Abstrak Society 5.0 adalah sebuah konsep masyarakat yang berpusat pada manusia dan berbasis teknologi. Revolusi Industri 4.0 yang diikuti dengan Society 5.0 mendorong perubahan ekonomi konvensional ke arah ekonomi digital. Perkembangan industri 5.0 memiliki potensi signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Ekonomi digital adalah seluruh kegiatan ekonomi yang menggunakan bantuan internet dan kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* (AI). Ekonomi digital dapat membuat perubahan pada kegiatan ekonomi masyarakat serta bisnis, dari yang awalnya manual menjadi serba otomatis. Perubahan-perubahan konsep ekonomi tersebut membuat berubahnya pola pikir dan kebiasaan manusia serta interaksi antar sesama. Perkembangan teknologi yang pesat mengakibatkan masyarakat saat ini, lebih banyak menghabiskan waktu berselancar di dunia digital untuk menjalani aktivitas maupun memenuhi kebutuhan ekonomi dan sosialnya. Peran mahasiswa terutama mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo dalam digitalisasi tidak hanya terbatas pada penggunaan teknologi, tetapi juga mencakup potensi untuk menjadi agen perubahan. Sebagai agen perubahan, mahasiswa harus memanfaatkan ruang digital secara positif. Melalui program yang diajukan oleh pengabdi ini, yaitu kegiatan pengabdian pada masyarakat dengan sosialisasi pentingnya perlindungan konsumen di era ekonomi digital bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. Diharapkan dapat untuk memberikan kesadaran bagi mahasiswa terkait hukum perlindungan konsumen dapat dibangkitkan dengan cara sosialisasi hukum. Terdapat pemeran-pemeran baru seperti *endorser* dan pemilik *platform* yang tanggung jawabnya perlu diatur, pemerintah juga perlu membuat payung hukum bagi pihak penyedia jasa.

Kata Kunci: Ekonomi Digital, Perlindungan Konsumen

Abstract Society 5.0 is a human-centered and technology-based society concept. The Industrial Revolution 4.0 followed by Society 5.0 is encouraging changes in

the conventional economy towards a digital economy. The development of Industry 5.0 has significant potential in driving Indonesia's economic growth. The digital economy is all economic activities that use the help of the internet and artificial intelligence (AI). The digital economy can make changes to the economic activities of society and business, from being manual to being completely automated. These changes in economic concepts change human thought patterns and habits as well as interactions between people. Rapid technological developments have resulted in today's society spending more time surfing the digital world to carry out activities and fulfill their economic and social needs. The role of students, especially students at the Faculty of Economics and Business, Abdurachman Saleh Situbondo University, in digitalization is not only limited to the use of technology, but also includes the potential to become agents of change. As agents of change, students must utilize digital space positively. Through the program proposed by this service, namely community service activities by socializing the importance of consumer protection in the digital economy era for students at the Faculty of Economics, Abdurachman Saleh University, Situbondo. It is hoped that this can raise awareness for students regarding consumer protection law by means of legal outreach. There are new actors such as endorsers and platform owners whose responsibilities need to be regulated, the government also needs to create a legal umbrella for service providers.

Keywords: Digital Economy, Consumer Protection

PENDAHULUAN

Society 5.0 adalah sebuah konsep masyarakat yang berpusat pada manusia dan berbasis teknologi. Pada era ini, masyarakat diharapkan mampu menyelesaikan berbagai tantangan dan permasalahan sosial dengan memanfaatkan berbagai inovasi yang lahir di era revolusi industri 4.0 untuk meningkatkan kualitas hidup manusia. (ditpsd.kemdikbud.go.id). Revolusi Industri 4.0 yang diikuti dengan Society 5.0 mendorong perubahan ekonomi konvensional ke arah ekonomi digital. Society 5.0 sendiri baru saja masuk ke Indonesia diresmikan 2 tahun yang lalu, pada 21 Januari 2019 dan dibuat sebagai resolusi atas Revolusi Industri 4.0 (kemenkeu.go.id). Konsep Society 5.0, diharapkan adanya peningkatan dalam aktivitas inovasi, pengembangan produk, dan penciptaan paten, yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi jangka panjang. Perkembangan industri 5.0 memiliki potensi signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia.

“Ekonomi digital adalah konsep ekonomi yang menggunakan teknologi

digital sebagai elemen kunci dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa" (Scholte, 2000). Ini mencakup banyak hal, mulai dari *e-commerce*, perbankan digital, aplikasi perpesanan instan, dan media sosial. Sebab, salah satu ciri dari *digital economy* adalah adopsi teknologi digital untuk meningkatkan proses produksi yang efisien, menghubungkan bisnis dengan pelanggan secara global, dan menciptakan inovasi demi mendorong pertumbuhan ekonomi. Dengan kata lain, ekonomi digital adalah seluruh kegiatan ekonomi yang menggunakan bantuan internet dan kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* (AI). Ekonomi digital dapat membuat perubahan pada kegiatan ekonomi masyarakat serta bisnis, dari yang awalnya manual menjadi serba otomatis. Perubahan-perubahan konsep ekonomi tersebut membuat berubahnya pola pikir dan kebiasaan manusia serta interaksi antar sesama. Perkembangan teknologi yang pesat mengakibatkan masyarakat saat ini, lebih banyak menghabiskan waktu berselancar di dunia digital untuk menjalani aktivitas maupun memenuhi kebutuhan ekonomi dan sosialnya.

Beralihnya bisnis ritel yang dahulu konsumen secara *offline* atau tatap muka datang ke toko kelontong, supermarket ataupun pasar tradisional, mendorong masyarakat untuk melakukan kegiatan jual beli secara *online* melalui media digital (*market place*). Kegiatan jual beli yang dilakukan secara *online* seringkali dianggap lebih praktis karena konsumen tidak perlu mendatangi toko secara langsung untuk memenuhi kebutuhan ekonominya. Ketidaktersediaan suatu jenis barang di daerah tempat tinggal juga merupakan salah satu faktor transaksi jual beli secara *online* menjadi alternatif terbaik. Adanya pelaku usaha *online* memberikan penawaran mudah kepada konsumen. Tidak hanya menawarkan jual beli produk, *market place* juga menawarkan jasa transportasi, pesan antar makanan, pesan antar barang yang disebut dengan jasa titip (jastip), hingga pemesanan tiket dan hotel. Namun, ekonomi digital selayaknya dua sisi mata uang yang memberikan dampak positif dan dampak negatif sekaligus serta menghasilkan permasalahan baru.

Dampak positif dapat membantu pelaku usaha dalam memperluas pasar

tanpa harus memiliki outlet fisik. Akan tetapi dampak negatif ekonomi digital, membuat banyaknya jumlah pelaku usaha *online* melakukan penyalahgunaan dalam bidang teknologi seperti penipuan *online* yang dapat merugikan banyak pihak serta adanya penyalahgunaan media komunikasi yang melanggar norma di masyarakat dan seringkali konsumen hanya dapat menerima kerugian dan kebocoran data konsumen dalam *e-commerce* juga menjadi lebih rawan.

Peran mahasiswa terutama mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo dalam digitalisasi tidak hanya terbatas pada penggunaan teknologi, tetapi juga mencakup potensi untuk menjadi agen perubahan. Sebagai agen perubahan, mahasiswa harus memanfaatkan ruang digital secara positif. Wawasan dan pengetahuan kini mudah di dapat darimana saja apalagi dengan kecanggihan teknologi saat ini. Karena kemudahan tersebut pula yang akhirnya mendatangkan dampak negatif, seperti hilangnya *privacy* dari dunia sosial media, *cyber crime*, *hoax* atau berita palsu, penipuan *online* yang meresahkan masyarakat dan menambah tanggung jawab mahasiswa sebagai para kaum terpelajar. Era digital harus disikapi dengan serius, menguasai, dan mengendalikan peran teknologi dengan baik agar era digital membawa manfaat bagi kehidupan.

Tujuan dilaksanakannya pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan kesadaran bagi mahasiswa terkait hukum perlindungan konsumen dapat dibangkitkan dengan cara sosialisasi hukum. Terdapat pemeran-pemeran baru seperti *endorser* dan pemilik *platform* yang tanggung jawabnya perlu diatur, pemerintah juga perlu membuat payung hukum bagi pihak penyedia jasa. Perlu segera dilakukan pengharmonisasian hukum secara internasional dan pembaharuan hukum terkait perlindungan konsumen yang substansinya harus menyangkut hal-hal teknis. Masyarakat sebagai masing-masing pribadinya sendiri juga harus memiliki kesadaran hukum.

Permasalahan Mitra

Berdasarkan situasi yang telah dipaparkan sebelumnya, maka ada beberapa permasalahan antara lain :

1. Kurangnya pengetahuan dan pemahaman mahasiswa terkait ekonomi digital

dan konsep *society* 5.0.

2. Kurangnya pemahaman mahasiswa terkait pentingnya sosialisasi hukum perlindungan konsumen dalam era ekonomi digital.
3. Kurangnya pemahaman peran mahasiswa sebagai salah satu agen perubahan di era digital.

METODE PELAKSANAAN

Permasalahan yang diangkat dalam kegiatan pengabdian ini adalah pemahaman terkait pentingnya perlindungan konsumen di era ekonomi digital bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. Oleh karena itu, diusulkan kerangka pemecahan masalah secara operasional sebagai berikut:

1. Menetapkan jumlah peserta pelatihan yaitu mahasiswa semester awal kelas 1 B pada prodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo.
2. Semua peserta dikumpulkan di suatu tempat/ruangan yang memadai untuk penyelenggaraan pelatihan, yang akan dilaksanakan pengenalan dan pemahaman konsep (tatap muka) minimal selama 8 jam (1 hari).
3. Memberikan materi melalui ceramah yang meliputi:
 - a. Materi 1: Ekonomi Digital dan Konsep *Society* 5.0.
 - b. Materi 2: Perlindungan Konsumen di Era Digital.
 - c. Materi 3: Peran Mahasiswa sebagai Agen Perubahan pada Era Digital.

Adapun metode kegiatan yang diberikan untuk pemahaman mahasiswa terkait perlindungan konsumen di Era Digital. Berikut ini adalah tahapan pelatihan yang dilakukan:

1. Tahap Persiapan meliputi; *survey*, pemantapan dan penentuan lokasi serta sasaran, penyusunan bahan/materi pelatihan (makalah dan modul untuk kegiatan pelatihan).
2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan meliputi; tahap pelaksanaan pelatihan dilakukan persiapan. Dalam tahap ini dilakukan *pertama*, penjelasan tentang Ekonomi

Digital dan Konsep Society 5.0, sesi pelatihan ini menitikberatkan pada pemberian penjelasan pemahaman tentang konsep ekonomi digital dan society 5.0 dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. *Kedua*, sesi pemahaman yang menitikberatkan pada pemahaman perlindungan konsumen di era ekonomi digital dalam menangani para penipu pelaku usaha *online* secara hukum. *Ketiga* tentang peran mahasiswa sebagai agen perubahan pada era digital sebagai mengubah paradigma bisnis tradisional dan menciptakan peluang baru yang belum pernah ada sebelumnya.

3. Metode Pelatihan. Untuk melaksanakan kegiatan tersebut digunakan beberapa metode pelatihan yaitu:

a. Metode ceramah

Metode ceramah dipilih untuk memberikan penjelasan tentang konsep manajemen usaha koperasi dan fungsinya.

b. Metode tanya jawab

Metode tanya jawab penting bagi para peserta pengabdian untuk lebih memahami pesan dan konsep yang diberikan.

c. Metode simulasi

Metode simulasi ini sangat penting diberikan kepada para peserta untuk memberikan kesempatan mensimulasi masalah terkait manajemen koperasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan tanggal 07 November 2023. Pertemuan tatap muka diberikan dengan cara ceramah konsep-konsep ekonomi digital, society 5.0, perlindungan konsumen di era digital serta peran mahasiswa sebagai *agent of change*. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan oleh empat orang tim pengabdi dibantu dengan satu mahasiswa, dimana pokok bahasan yang disampaikan mengenai:

1. Pemahaman Ekonomi Digital dan Konsep *Society 5.0*.

Dalam hal ini peserta diberikan pemahaman terkait Ekonomi digital. Ekonomi digital adalah konsep ekonomi yang menggunakan teknologi digital

sebagai elemen kunci dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa. “Sedangkan *Society 5.0* adalah konsep ini menegaskan kemungkinan bagi manusia dalam menggunakan sains dan ilmu pengetahuan berbasis modern, semisal AI (*artificial intelligence*), Robot, IoT (*internet of thing*) untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia dengan tujuan kenyamanan hidup” (Hendarsyah, 2019). Diharapkan dengan peserta mengetahui akan hal dasar ini maka ke depan diharapkan dapat memiliki literasi data seperti kemampuan untuk membaca, analisis, dan menggunakan (*big data*) di dunia digital secara bijak dan positif.

2. Pemahaman Perlindungan Konsumen di Era Digital.

Konsumen *online* di era digital sangat punya tendensi untuk menyukai satu produk yang mudah dijangkau (seperti ketika berbelanja *online*). Konsumen di era digital akan lebih senang belanja di *marketplace* yang memiliki fitur layanan memudahkan transaksi dan pengiriman. Maka, hukum perlindungan konsumen sangatlah penting bagi pihak penjual selaku pelaku usaha, karena dapat mencegah penjual melakukan hal-hal yang dilarang dalam hukum dan juga dapat mencegah ruginya pihak pembeli selaku konsumen. “Apabila diperhatikan dengan lebih seksama, hak-hak konsumen sebagaimana disebutkan dalam UU PK terkesan hanya terbatas pada aktivitas jual-beli yang sifatnya konvensional. Di samping itu, perlindungan pun hanya difokuskan pada sisi konsumen dan produk (barang dan jasa) yang diperjualbelikan. Sedangkan perlindungan dari sisi produsen/pelaku usaha, seperti informasi tentang identitas dan alamat/tempat bisnis pelaku usaha/produsen, baik kantor cabang maupun kantor utamanya serta jaminan kerahasiaan data-data milik konsumen diabaikan” (Mazli, 2021). Apabila penjual memahami hukum perlindungan konsumen maka mereka tidak akan melanggar hukum. “Diharapkan sebagaimana diatur pada pasal 4 UU Perlindungan Konsumen no 8 tahun 1999, konsumen atau pembeli properti memiliki hak antara lain kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi produk

maupun jasa serta memilihnya sesuai dengan nilai tukar dan kondisi sesuai perjanjian” (Nugrahaningsih, 2017).

3. Pemahaman akan Pentingnya Peran Mahasiswa sebagai Agen Perubahan pada Era Digital.

Dalam era digital, mahasiswa dapat memberikan wawasan tentang bagaimana teknologi dapat dioptimalkan untuk meningkatkan efisiensi operasional perusahaan, menciptakan model bisnis yang berkelanjutan, dan meningkatkan daya saing. Peran mahasiswa sebagai *Agent of Change* dan *Social Control* adalah perubahan menuju ke arah yang lebih baik dan akan memberikan manfaat serta menjadi pengontrol untuk dirinya sendiri, orang tua, teman-teman, orang-orang di sekitarnya dan untuk negara. Diharapkan sebagai pembelajar keilmuan di tingkat Universitas, mahasiswa mempunyai andil yang besar terhadap negara ini. Pada masa mendatang, para pemuda akan menjadi penerus peradaban bangsa. Mahasiswa memiliki *privilege*-nya sebagai *The Agent of Change* karena mereka memiliki akses ilmu pengetahuan lebih luas dan bisa diterapkan pada Era Digital secara baik dan positif.

Kegiatan dilaksanakan secara bertahap dari pemaparan konsep-konsep yang dilanjutkan diskusi dari konsep yang diberikan. Peserta mengikuti kegiatan dengan antusias hal ini ditunjukkan dengan pertanyaan-pertanyaan dan tanggapan mengenai materi yang diberikan. Pertanyaan-pertanyaan berkaitan dengan materi dari pengabdi dan permasalahan yang dihadapi peserta saat berada di lapangan. Secara umum pertanyaan peserta sebagai berikut:

1. Tantangan yang dihadapi saat ini di Era Ekonomi Digital.
2. Dampak negatif transaksi ekonomi di Era Digital.
3. Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e commerce* apabila pelaku usaha melakukan wanprestasi.
4. Manfaat apa yang dapat diperoleh dari peran mahasiswa sebagai *agent of change*.

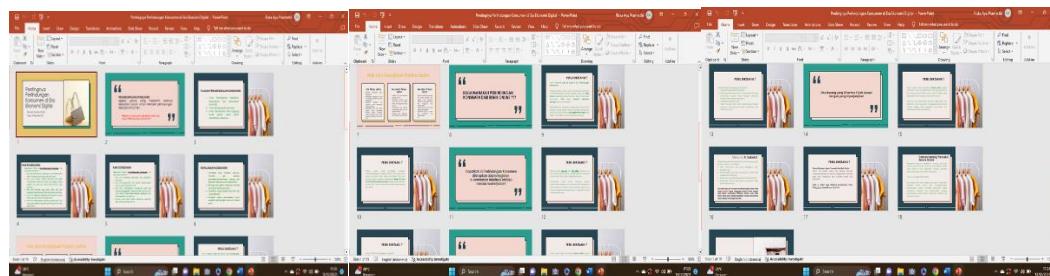
Tujuan pengabdian ini dilakukan untuk menumbuhkan pemahaman pentingnya perlindungan terperinci tentang hasil-hasil pengabdian pada masyarakat yang sesuai dengan tujuan di atas, adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Pendampingan dalam Pemaparan Materi Manajemen Koperasi

DAFTAR HADIR		
“EDUKASI PENTINGNYA PERLINDUNGAN KONSUMEN DI ERA EKONOMI DIGITAL PADA LEMBAGA KUISIS DAN PELATIHAN (LKP) INSTRUKTUR PERBankAN DAN PERKANTORAN INDONESIA SUTUBRONO ”		
No	Nama Peserta	ALAMAT
1	Ziai Firdausi Sholah	Pekalongan Ayuza
2	Dia Wulan Muliya Vira	Rumji Kor
3	Dauli Inggris Sulisty	Tj. Kuning Turius
4	Ferina Dwi Apitius	Wpt. Kuning Pon
5	Safiqah Miftah S.	Ci. Kuning Pon
6	Ariavies Suciawati	Kp. Kuning Pon
7	Alita Ani Minalah Jannah	Kp. Sabrang Wringinanom
8	RAVENESKA ANINDI D	Jl. & Alvi RAHMAD
9	Mardia	Plasmarialang
10	Widyantri Atika Bawitaramo	Motor Rusa Pondi
11	Sandyayu Widandani	Jl. PB Sukarmo
12	Ferdyniati Anura	Alasmaning
13	Sri Wijayani	Ke. Cengkareng
14	Iman Maulida Akbar	Bantengpuluhan
15	Muthi Rayu Dermawan	Korch
16	Haryati Afifah Jaya	Ke. Sumber
17	Dani Dani AL-TAQI	Kapen Gant
18	Iraha . Azizah Ismail	Sumberdalem
19		
20		20.
21		21.
22		22.
23		23.
24		24.
25		25.

Gambar 2. Absensi Kehadiran Peserta Sosialisasi Pentingnya Perlindungan Konsumen di Era Digital



Gambar 3. PPT Sosialisasi Pentingnya Perlindungan Konsumen di Era Digital

Pelaksanaan kegiatan pengabdian “Sosialisasi Pentingnya Perlindungan Konsumen di Era Digital Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Univeristas Abdurachman Saleh Situbondo” yang sudah terlaksana ini diharapkan dapat memberikan pemahaman perlindungan konsumen online dan juga kemampuan literasi digital pada ekonomi digital serta memberikan gambaran kepada mahasiswa bahwa mereka adalah *agent of change* yang akan menjadi penerus bangsa.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian pada hasil dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan kegiatan pelatihan program “Sosialisasi Pentingnya Perlindungan Konsumen di Era Digital Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeristas Abdurachman Saleh Situbondo” terlaksana dengan baik dan lancar sesuai rencana dan sebagian besar peserta mampu menerima materi dengan baik. Peserta antusias dengan kegiatan yang ditunjukkan dengan keaktifan peserta dalam proses kegiatan.
2. Tanggapan mitra (Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeristas Abdurachman Saleh Situbondo) terhadap pelaksanaan kegiatan pelatihan program “Sosialisasi Pentingnya Perlindungan Konsumen di Era Digital Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeristas Abdurachman Saleh Situbondo” mendapatkan respon positif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat, tauhid, dan hidayahNya penulis dapat menyelesaikan pengabdian tentang **“Sosialisasi Pentingnya Perlindungan Konsumen di Era Digital Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeristas Abdurachman Saleh Situbondo”** hingga selesai. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Penulis ingin berterima kasih kepada:

1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeristas Abdurachman Saleh Situbondo selaku mitra kerja telah memberikan tempat dan waktunya untuk kami bisa melakukan pengabdian.
2. Rektorat, Wakil Rektorat Universitas Abdurachman Saleh Situbondo dan Dekanat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mendukung kami selaku dosen untuk mengembangkan keilmuannya.
3. Jurnal Integritas yang telah menfasilitasi dan memberikan wadah bagi kami untuk melakukan pengabdian.
4. Rekan-rekan dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta rekan-rekan pengabdian yang telah mendukung dan membantu dalam partisipasinya melaksanakan pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

- Hendarsyah, D. 2019. *E-Commercedi Era Industri 4.0 Dan Society 5.0*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita, 8(2), 176-177.
- Mazli, A. 2021. *Urgensi Pembaharuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Indonesia Di Era E-Commerce*. Jurnal LEX Reinassance, 6(2), 298-312.
- Nugrahaningsih, W. 2017. *Implementasi Undang -Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Online*. Jurnal Serambi Hukum, 11(1), 30-32.
- Scholte, J. A. 2000. Globalization: A Critical Introduction. New York: PALGRAVE.
- Soemardjan, S., Soemardi, S. (1964). Setangkai Bunga Sosiologi. Jakarta.
- <https://ditpsd.kemdikbud.go.id>
- <https://www.kemenkeu.go.id>

