



PENYULUHAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN MUDA PADA TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE DI SMPN 2 BATULAYAR

LEGAL COUNSELING FOR YOUNG CONSUMER PROTECTION IN ONLINE BUYING AND SELLING TRANSACTIONS AT SMPN 2 BATULAYAR

Septira Putri Mulyana

Universitas Mataram

Email: septiraputri@unram.ac.id

I Gusti Bagus Sakah Sumaragatha

Universitas Mataram

Email: gustisakah@staff.unram.ac.id

Beverly Evangelista

Universitas Mataram

Email: beverly@staff.unram.ac.id

Yuni Ristanti

Universitas Mataram

Email: yuniristanti29@staff.unram.ac.id

Prandy Arthayoga Louk Fanggi

Universitas Mataram

Email: prandyalfanggi@staff.unram.ac.id

Abstrak

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman konsumen muda mengenai hak dan kewajiban dalam transaksi online, serta memberikan edukasi hukum secara praktis dan edukatif terkait perlindungan konsumen dalam era digital untuk menumbuhkan kesadaran kritis di kalangan generasi muda untuk menjadi konsumen cerdas dan terlindungi secara hukum agar mendorong terbentuknya budaya literasi hukum digital di kalangan pelajar SMPN 2 Batulayar sebagai konsumen muda berdasarkan pengaturan hukum yang berlaku di Indonesia. Metode yang digunakan pada pengabdian ini adalah normatif, sosiologis, dan edukatif yang dimana penyuluhan dilaksanakan melalui ceramah, diskusi, konsultasi, dan penyuluhan hukum yang disesuaikan dengan tujuan, materi, lokasi, serta latar belakang peserta. Maka dari itu, pengabdian ini akan menjelaskan tentang permasalahan terkait hak dan kewajiban sebagai literasi hukum pada konsumen muda, permasalahan yang dihadapi konsumen muda dalam transaksi online, dan memberikan strategi yang efektif dalam peningkatan kesadaran pemahaman para konsumen muda mengenai perlindungan hukum atas transaksi online di era digital.

Kata Kunci: *Perlindungan Konsumen, Konsumen Muda, Transaksi Online*

Abstract

The purpose of this service activity is to increase the understanding of young consumers regarding rights and obligations in online transactions, as well as provide practical and

educational legal education related to consumer protection in the digital era to foster critical awareness among the younger generation to become smart and legally protected consumers in order to encourage the formation of a digital legal literacy culture among SMPN 2 Batulayar students as young consumers based on the legal arrangements in Indonesia. The methods used in this service are normative, sociological, and educative where counseling is carried out through lectures, discussions, consultations, and legal counseling tailored to the objectives, material, location, and background of the participants. Therefore, this service will explain the problems related to rights and obligations as legal literacy for young consumers, the problems faced by young consumers in online transactions, and provide effective strategies in increasing awareness of young consumers' understanding of legal protection for online transactions in the digital era.

Keywords: Consumer Protaction, Young Consumer, Online Transaction

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola perilaku masyarakat, termasuk di kalangan pelajar. Akses mudah ke internet memungkinkan para pelajar untuk mulai mengenal bahkan melakukan aktivitas belanja online. Berbelanja online sangat memudahkan orang-orang untuk berbelanja dengan hanya memesan ke toko online (*online shop*) melalui gadget-nya dan tanpa harus lagi berbelanja ke swalayan-swalayan ataupun supermarket.¹ Namun, kurangnya pemahaman mengenai risiko transaksi digital, serta minimnya edukasi hukum, membuat generasi muda rentan terhadap berbagai bentuk penipuan dan pelanggaran hak konsumen. Para pelajar disini disebut dengan konsumen muda. Konsumen muda adalah kelompok usia muda yang memiliki perilaku konsumsi khas, dipengaruhi oleh faktor sosial dan teknologi, serta cenderung peduli terhadap keberlanjutan dan kemudahan dalam berbelanja. Konsumen muda merupakan kelompok konsumen yang tidak hanya peduli dengan situasi saat ini, tetapi juga memperhatikan dampak di masa depan.²

Sejumlah studi menunjukkan bahwa konsumen muda memegang peranan strategis sebagai segmen pasar yang turut berkontribusi dalam pembentukan struktur kekuatan konsumen secara kolektif di tengah dinamika ekonomi digital. Konsumen muda adalah segmen pasar pembentuk kelompok konsumen kuat.³ Oleh karena itu, perlu dilakukan kegiatan edukatif yang memperkenalkan aspek hukum digital dan memberikan pemahaman tentang perlindungan konsumen muda. Dengan penguatan literasi hukum sejak dini, diharapkan para pelajar sebagai konsumen muda dapat menjadi pengguna digital yang cerdas, kritis, dan bertanggung jawab.

Di tengah perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat, aktivitas jual beli secara daring di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Fenomena ini mencerminkan pergeseran pola konsumsi masyarakat dari transaksi konvensional menuju platform digital, seiring dengan meningkatnya akses terhadap internet dan penggunaan perangkat digital dalam kehidupan sehari-hari.

Transaksi jual beli online di kalangan konsumen muda menjadi menarik diteliti, karena dengan adanya penelitian ini dapat diketahui gambaran perilaku konsumen muda di Indonesia. Sebab, abainya konsumen muda khususnya para pelajar terhadap

1 Ester Dwi Magfirah, 2009, *Perlindungan Konsumen Dalam E-Commerce*, Grafikatama jaya, Jakarta, hlm. 17.

2 Hume M., Compassion without action: Examining the young consumers consumption and attitude to sustainable consumption. *Journal of World Business*, vol. 45 issue 4 edition of October 2010, pg. 385-394.

3 Hendrawan D, Zorigoo K., Trust in website and its effect on purchase intention for young consumers on C2C e-commerce business. *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*, vol. 17 no. 3 edition of August 2019, pg. 391-399.

pengetahuan regulasi atau pengaturan hukum tentang permasalahan saat melakukan transaksi jual beli online yang dimana para para pelajar sebagian besar adalah konsumen. Kehadiran Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintahan dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen langsung ke Masyarakat.⁴

Pengabdian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat literasi hukum di kalangan konsumen muda melalui penyuluhan hukum, dengan fokus perlindungan konsumen pada pemahaman para pelajar selaku konsumen muda terhadap regulasi yang mengatur transaksi jual beli online dalam konteks interaksi sosial dan perilaku konsumsi digital.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman konsumen muda mengenai hak dan kewajiban dalam transaksi online, memberikan edukasi hukum secara praktis dan edukatif terkait perlindungan konsumen di era digital, menumbuhkan kesadaran kritis di kalangan generasi muda untuk menjadi konsumen cerdas dan terlindungi secara hukum, serta mendorong terbentuknya budaya literasi hukum digital. Manfaat dari kegiatan ini meliputi peningkatan pemahaman hukum dan perlindungan konsumen bagi masyarakat (khususnya konsumen muda), perwujudan Tri Dharma Perguruan Tinggi melalui pengabdian kepada masyarakat bagi institusi, serta menjadi wadah penerapan ilmu dan kontribusi nyata dalam isu sosial hukum digital bagi dosen dan tim pengabdian.

Metode pendekatan dan strategi kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan normatif dan sosiologis serta edukatif. Penyuluhan dilakukan dengan metode ceramah, diskusi, konsultasi dan penyuluhan hukum yang disesuaikan dengan target solusi yang ditawarkan, materi, tempat penyuluhan dan latar belakang peserta penyuluhan, yang dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Ceramah.

Metode ceramah adalah salah satu bentuk komunikasi lisan yang bersifat satu arah, di mana seorang pembicara menyampaikan informasi, nasihat, atau ajaran kepada sejumlah pendengar dengan tujuan memberikan pemahaman dan pengaruh terhadap sikap dan perilaku mereka.⁵ Pada pengabdian ini, metode ceramah memposisikan tim pengabdian menjadi subyek pembelajaran dan peserta sosialisasi yaitu para pelajar sebagai obyek penerima materi yang disampaikan narasumber dari tim pengabdian.

2. Diskusi.

Metode diskusi adalah proses tukar-menukar pikiran, informasi, dan pengalaman antara dua orang atau lebih untuk memperoleh suatu pengertian bersama.⁶ Pada kegiatan pengabdian ini, metode ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh masyarakat yaitu para pelajar dalam memahami materi yang disampaikan mengenai pentingnya peraturan hukum perlindungan konsumen bagi pelajar sebagai konsumen muda.

3. Konsultasi.

Konsultasi adalah pertukaran pikiran untuk mendapatkan kesimpulan (nasihat, saran, dan sebagainya).⁷ Metode ini efektif digunakan untuk memberikan kesempatan

4 Kurniawan, 2016, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Pustaka Bangsa, Mataram, hlm. 2.

5 Helmi Hidayati, dkk., 2010, *Pembelajaran Bahasa Indonesia SMP/MTs Kelas VIII*, Pusat Perbukuan Kementerian Pendidikan Nasional, Jakarta, hlm. 85.

6 Syafruddin, 2017, *Strategi Pembelajaran Bahasa Indonesia*, CV Pustaka Setia, Bandung, hlm. 143.

7 Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring*, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konsultasi>, diakses 5 Juni 2025.

dan membantu peserta untuk mengemukakan permasalahan hukum berkaitan dengan perlindungan konsumen kepada tim pengabdian.

4. Penyuluhan hukum dilaksanakan di SMPN 2 Batulayar, Kabupaten Lombok Barat, Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Sasaran kegiatan ini ditujukan bagi konsumen muda yaitu para pelajar, khususnya pelajar/siswa SMPN 2 Batulayar.

PEMBAHASAN

Literasi Hukum Pada Konsumen Muda Mengenai Hak dan Kewajiban dalam Transaksi Jual Beli Online Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merupakan dasar hukum yang secara eksplisit memberikan jaminan atas hak-hak konsumen di Indonesia sekaligus menetapkan kewajiban yang harus dipatuhi baik oleh pelaku usaha maupun konsumen itu sendiri. Lahirnya undang-undang ini merupakan respons negara terhadap ketimpangan posisi tawar antara konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi barang dan/atau jasa, yang sering kali merugikan pihak konsumen, terutama dalam konteks ketidakseimbangan informasi dan akses hukum.

Dalam Pasal 1 angka 2 UU Perlindungan Konsumen, konsumen diartikan sebagai setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan kembali. Undang-undang ini tidak membatasi konsumen berdasarkan usia, sehingga pelajar atau remaja yang melakukan transaksi jual beli secara online tetap termasuk dalam kategori konsumen yang berhak memperoleh perlindungan hukum.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa tingkat literasi hukum di kalangan konsumen muda, khususnya pelajar, masih tergolong rendah. Berdasarkan hasil observasi dan interaksi dalam sesi penyuluhan hukum yang dilaksanakan di SMPN 2 Batulayar, Lombok Barat, mayoritas peserta belum mengetahui bahwa terdapat peraturan perundang-undangan yang secara khusus mengatur perlindungan terhadap konsumen, yakni Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Bahkan, beberapa peserta mengira bahwa penyelesaian masalah transaksi online hanya dapat dilakukan melalui platform digital atau diserahkan sepenuhnya kepada penjual toko online.

Minimnya pengetahuan pelajar mengenai hak dan kewajiban sebagai konsumen tampak dari jawaban-jawaban dalam forum diskusi. Misalnya, ketika ditanyakan apakah mereka berhak meminta pengembalian dana atas barang yang rusak, sebagian besar peserta ragu-ragu dan menyatakan tidak tahu harus mengadu ke mana. Hal ini mengindikasikan lemahnya pemahaman terhadap hak-hak dasar konsumen yang tercantum dalam Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen, seperti hak atas kenyamanan, keamanan, keselamatan, serta hak untuk didengar pendapat dan keluhannya.⁸

8 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4.

Secara umum dikenal 4 hak dasar konsumen, yaitu:⁹

1. Hak untuk mendapatkan keamanan.

Konsumen muda memiliki hak atas rasa aman, nyaman, dan selamat dalam menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan oleh toko online. Produk yang dipasarkan tidak boleh menimbulkan risiko bagi kesehatan fisik maupun mental konsumen, sehingga tidak merugikan mereka dalam bentuk apa pun.

2. Hak untuk mendapatkan informasi.

Konsumen muda berhak memperoleh informasi yang benar mengenai setiap produk yang ditawarkan toko online, baik melalui penyampaian lisan, iklan di berbagai media, maupun keterangan pada kemasan, guna mencegah kesalahpahaman atau persepsi keliru terhadap produk atau jasa.

3. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa.

Konsumen muda memiliki hak untuk secara mandiri menentukan pilihan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa tanpa adanya paksaan, tekanan, atau intervensi dari pihak mana pun, sebagaimana dijamin dalam prinsip perlindungan konsumen.

4. Hak Untuk didengar pendapat dan keluhannya.

Konsumen muda berhak untuk menyampaikan pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang dikonsumsi. Hak ini berkaitan erat dengan hak atas informasi, mengingat informasi yang disampaikan oleh pihak toko online sering kali belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan atau harapan konsumen.

Di sisi lain, kewajiban konsumen sebagaimana tertuang dalam Pasal 5 UU Perlindungan Konsumen juga belum dipahami secara utuh. Sebagian peserta tidak menyadari bahwa memberikan informasi yang tidak benar dalam transaksi online, seperti tidak pribadi palsu atau alamat yang tidak lengkap, merupakan bentuk pelanggaran terhadap kewajiban hukum sebagai konsumen.¹⁰ Hal ini menunjukkan bahwa literasi hukum konsumen perlu ditanamkan sejak dini dengan pendekatan edukatif yang kontekstual.

Penyuluhan yang dilaksanakan melalui metode ceramah dan diskusi terbukti cukup efektif untuk menumbuhkan kesadaran awal. Beberapa peserta secara aktif bertanya dan berdiskusi mengenai kasus-kasus yang mereka alami, seperti keterlambatan pengiriman barang, barang tidak sesuai deskripsi, atau tidak bisa melakukan pengembalian. Dalam sesi konsultasi, tim pengabdian memberikan arahan terkait langkah-langkah hukum yang dapat ditempuh, termasuk pelaporan ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau melalui mekanisme pengaduan konsumen secara daring yang difasilitasi oleh Kementerian Perdagangan.¹¹

Dari kegiatan ini dapat disimpulkan bahwa penyuluhan hukum berbasis literasi digital memiliki potensi besar untuk meningkatkan kapasitas hukum konsumen muda. Agar dampaknya berkelanjutan, diperlukan sinergi antara sekolah, keluarga, dan lembaga negara dalam mendorong penguatan pendidikan hukum dasar di kalangan pelajar.

9 Ardianto, Rifan A. N. J. M. H. F. "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Online" *Serambi Hukum*, vol. 8, no. 02 edisi Januari 2015, Hlm. 91–102.

10 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 5.

11 Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, *Panduan Pengaduan Konsumen Secara Online 2023*, <https://simpktn.kemendag.go.id>, diakses 30 Mei 2025.

Permasalahan Yang Dihadapi Oleh Konsumen Muda dalam Transaksi Jual Beli Online.

Dalam kegiatan penyuluhan yang dilaksanakan di SMPN 2 Batulayar, ditemukan bahwa konsumen muda yang dalam konteks ini merujuk pada pelajar usia 12–15 tahun menghadapi sejumlah permasalahan signifikan dalam aktivitas transaksi online. Permasalahan tersebut umumnya berkaitan dengan rendahnya literasi hukum digital, ketidakseimbangan informasi, serta minimnya kesadaran akan hak dan kewajiban sebagai konsumen.

Permasalahan utama yang diidentifikasi adalah kurangnya pemahaman terhadap hak-hak konsumen, sebagaimana diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Banyak pelajar yang tidak mengetahui bahwa mereka berhak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa sebelum melakukan pembelian. Akibatnya, mereka kerap menjadi korban barang tidak sesuai deskripsi, produk rusak, atau bahkan penipuan transaksi online.

Permasalahan lain adalah ketidakjelasan identitas pelaku usaha, terutama pada transaksi yang dilakukan melalui media sosial atau marketplace informal. Konsumen muda cenderung mudah tergiur oleh harga murah tanpa menelusuri legalitas penjual atau reputasi toko online. Ketidaksadaran ini menunjukkan lemahnya perlindungan konsumen terhadap risiko penyalahgunaan data pribadi dan potensi penipuan digital, yang seharusnya menjadi perhatian serius dalam kerangka literasi digital.¹²

Selain itu, ditemukan pula bahwa konsumen muda belum memahami prosedur pengaduan atau penyelesaian sengketa konsumen. Saat ditanyakan ke mana mereka akan melapor jika mengalami kerugian dalam transaksi online, sebagian besar peserta menjawab bahwa mereka akan membiarkannya atau menghapus akun penjual. Padahal, negara telah menyediakan mekanisme seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan sistem pengaduan daring (online) melalui Kementerian Perdagangan.¹³ Ketidaktahuan ini menjadi bukti bahwa upaya edukatif belum menjangkau kelompok usia remaja secara optimal.

Hasil pengamatan lapangan juga menunjukkan bahwa konsumen muda masih pasif dalam mencari informasi hukum, dan mengandalkan media sosial sebagai satu-satunya sumber referensi belanja online. Fenomena ini berpotensi menimbulkan kerentanan hukum, karena tidak semua platform digital menyediakan perlindungan konsumen yang memadai atau transparansi dalam syarat dan ketentuan transaksi.

Strategi Penyuluhan Hukum Yang Efektif Untuk Meningkatkan Kesadaran Serta Pemahaman Konsumen Muda Terhadap Perlindungan Hukum dalam Transaksi Jual Beli Di Era Digital.

Dalam konteks era digital yang ditandai dengan maraknya transaksi daring, konsumen muda yang sebagian besar merupakan pelajar dan mahasiswa menjadi kelompok yang rentan terhadap praktik perdagangan yang tidak adil, penipuan, serta pelanggaran hak

¹² Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. *Laporan Survei Nasional Literasi Digital*, Jakarta: Kominfo, 2023.

¹³ Kementerian Perdagangan RI. *Sistem Informasi Pengaduan Konsumen (SIMP KTN)*. <https://simpktn.kemendag.go.id> (diakses 30 Mei 2025).

konsumen lainnya.¹⁴ Strategi penyuluhan juga memperhatikan karakteristik media digital yang lekat dengan generasi muda. Oleh karena itu, materi hukum disampaikan dalam bentuk infografis, video pendek edukatif, dan kuis digital, yang terbukti lebih mudah dipahami dan diingat oleh peserta. Kombinasi antara pendekatan visual dan praktik simulatif membuat materi hukum terasa lebih relevan dengan kehidupan sehari-hari peserta.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa tingkat pemahaman peserta terhadap hak konsumen meningkat hingga 80 % setelah mengikuti penyuluhan, berdasarkan hasil post-test dan umpan balik kualitatif. Selain itu, peserta menunjukkan ketertarikan untuk mengetahui lebih lanjut tentang saluran pengaduan konsumen dan mekanisme hukum apabila terjadi kerugian dalam transaksi online.

Keberhasilan strategi ini juga didukung oleh kerjasama antara tim pengabdian dengan pihak sekolah, yang menyediakan ruang belajar yang kondusif dan membantu menyesuaikan pendekatan komunikasi dengan usia peserta. Kegiatan ini mengindikasikan bahwa edukasi hukum yang dikemas secara edukatif, inklusif, dan berbasis teknologi sangat potensial untuk diterapkan lebih luas dalam pendidikan konsumen muda. Penguatan perlindungan konsumen tidak hanya memerlukan upaya dalam pembuatan regulasi yang kuat, tetapi juga Upaya edukasi dan pemberdayaan konsumen agar mereka mampu memanfaatkan hak-hak perlindungan yang telah diberikan oleh hukum.¹⁵

Dengan demikian, strategi penyuluhan hukum yang efektif bagi konsumen muda bukan hanya terletak pada penyampaian materi normatif, tetapi juga pada pengemasan metode, media, dan partisipasi aktif peserta. Upaya literasi hukum digital harus menjadi bagian integral dari pendidikan generasi muda untuk menciptakan konsumen yang cerdas, kritis, dan terlindungi secara hukum di era digital.

KESIMPULAN

Dari kegiatan penyuluhan, dapat disimpulkan bahwa meskipun konsumen muda memiliki intensitas tinggi dalam bertransaksi online, mereka belum memiliki kesiapan yang memadai dalam menghadapi risiko hukum. Oleh karena itu, penting untuk mendorong pembentukan budaya literasi hukum digital di kalangan generasi muda, dengan melibatkan sekolah, keluarga, dan institusi negara sebagai agen penguat kesadaran hukum sejak dini.

Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan peserta mengenai hak dan kewajiban sebagai konsumen, serta kesadaran terhadap prosedur penyelesaian sengketa yang tersedia. Dengan begitu, kegiatan penyuluhan ini tidak hanya memberikan pemahaman normatif, tetapi juga memperkuat penginternalisasian nilai-nilai hukum dalam kehidupan digital generasi muda, sehingga berkontribusi terhadap terbentuknya konsumen yang cerdas, kritis, dan berdaya secara hukum dalam menghadapi arus transaksi digital yang terus berkembang.

14 Kurniawan T., Transformasi Perilaku Konsumen dalam Era Digital. Jurnal Hukum & Ekonomi Digital, vol.10 no.2, 2022, hlm. 123–130.

15 Yusuf Daeng, dkk., Penguatan Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Online: Kajian terhadap Strategi Hukum dan Kesadaran Konsumen, NNOVATIVE: Journal Of Social Science Research, Vol. 3 No. 6 edisi Desember 2023, Pg. 3012-3018.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Rifan A. N. J. M. H. F., (2015), “*Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Online.*” *Serambi Hukum*, 8(02): 91-102.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring*, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konsultasi>
- Ester Dwi Magfirah, (2009), *Perlindungan Konsumen Dalam E-Commerce*, Grafikatama jaya, Jakarta.
- Helmi Hidayati, dkk., (2010), *Pembelajaran Bahasa Indonesia SMP/MTs Kelas VIII*, Pusat Perbukuan Kementerian Pendidikan Nasional, Jakarta
- Hendrawan D, Zorigoo K., (2019), *Trust in website and its effect on purchase intention for young consumers on C2C e-commerce business*, *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*. 17(3): 391–399.
- Hume M. (2010). *Compassion without action: Examining the young consumers consumption and attitude to sustainable consumption*, *Journal of World Business*. 45(4): 385–394.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. *Laporan Survei Nasional Literasi Digital 2023*, Jakarta: Kominfo, 2023.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, *Panduan Pengaduan Konsumen Secara Online*, 2023, tersedia di <https://simpktn.kemendag.go.id>
- Kurniawan, (2016), *Hukum Perlindungan Konsumen*, Pustaka Bangsa, Mataram
- Kurniawan T., (2022), *Transformasi Perilaku Konsumen dalam Era Digital*, *Jurnal Hukum & Ekonomi Digital*.
- Syafruddin, (2017), *Strategi Pembelajaran Bahasa Indonesia*, CV Pustaka Setia, Bandung.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Yusuf Daeng, dkk., (2023), *Pengaturan Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Online: Kajian Terhadap Strategi Hukum dan Kesadaran Konsumen*, *Journal of Social Science Research* 3(6): 3012-3018.