



Sosialisasi Pemberdayaan Konsumen Tentang Garansi Kepada Siswa MA Hidayatullah Martapura Dalam Rangka Mewujudkan Konsumen Cerdas

Amelia Rahmaniah¹, Siti Nur Annisa², Nurhalisa³, Muhammad Al-Hafiy⁴, Ramly Salim Anwar⁵

¹²³⁴⁵Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Antasari, Indonesia, 70235

E-mail:* amelia.rahmaniah1971@gmail.com

Doi : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v5i1.1598>

Info Artikel:

Diterima :
2023-12-26

Diperbaiki :
2023-12-31

Disetujui :
2024-01-05

Kata Kunci: sosialisasi, konsumen, garansi, siswa MA Hidayatullah Martapura

Abstrak: Salah satu aspek penting dalam perlindungan konsumen adalah pemberdayaan konsumen melalui edukasi dan sosialisasi. Konsumen yang cerdas, kritis dan berani akan mampu melindungi diri sendiri dari berbagai praktik bisnis yang merugikan atau berbahaya. Oleh karena itu kegiatan sosialisasi pemberdayaan konsumen tentang garansi kepada siswa Madrasah Aliyah (MA) Hidayatullah Martapura dilaksanakan untuk memberikan pemahaman dan kesadaran untuk mewujudkan konsumen cerdas. Materi sosialisasi mencakup pengertian konsumen, hak dan kewajiban konsumen, alasan mengapa konsumen perlu untuk dilindungi, pengertian garansi, jenis-jenis garansi, kewajiban pelaku usaha untuk memberikan garansi, cara mengajukan klaim garansi, dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Metode yang dipilih untuk menyampaikan materi adalah melalui pemaparan, dialog dan interaksi. Kegiatan sosialisasi berhasil meningkatkan pemahaman dan kesadaran siswa tentang garansi sehingga mewujudkan konsumen yang cerdas.

Abstract: One important aspect of consumer protection is consumer empowerment through education and outreach. Smart, critical and courageous consumers will be able to protect themselves from various detrimental or dangerous business practices. Therefore, consumer empowerment outreach activities regarding guarantees to Madrasah Aliyah (MA) Hidayatullah

Keywords: *Socialization, Consumers, Guarantees, MA Hidayatullah Students*

Martapura students were carried out to provide understanding and awareness to create intelligent consumers. The socialization material includes the definition of consumers, consumer rights and obligations, reasons why consumers need to be protected, the meaning of guarantees, types of guarantees, the obligations of business actors to provide guarantees, how to submit warranty claims, and the Consumer Dispute Resolution Agency. The method chosen to convey material is through presentation, dialogue and interaction. The outreach activities succeeded in increasing students' understanding and awareness about warranties, thereby creating intelligent consumers.

Pendahuluan

Usia pelajar di sekolah menengah merupakan fase peralihan dari masa remaja ke dewasa. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan pemahaman mereka terhadap berbagai aspek yang memengaruhi pengambilan keputusan, termasuk pemahaman mengenai hak-hak mereka sebagai konsumen (Nurul Fibrianti, 2020). Pelajar pada sekolah menengah mayoritas menjadi konsumen yang aktif dalam melakukan transaksi untuk barang dan/jasa. Terutama dalam era digital dengan popularitas aplikasi transaksi online (*e-commerce*), sebagian besar pelajar menjadi konsumen yang aktif dalam memanfaatkannya (Asri Lasatu dkk., 2023). Pembelian yang dilakukan pelajar sekolah menengah biasanya tidak terlalu memperdulikan terkait kewajiban pelaku usaha untuk memberikan garansi atas barang yang dibeli, padahal dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) secara tegas menyebutkan bahwa pelaku usaha berkewajiban untuk memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberikan jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.

Konsumen harus dilindungi agar dapat berbelanja dengan keyakinan, mendapatkan produk atau layanan berkualitas, serta memiliki hak dan keamanan yang terjamin dalam setiap transaksi. Ada beberapa alasan utama mengapa konsumen perlu dilindungi seperti: a. Melindungi konsumen berarti melindungi keseluruhan bangsa sesuai dengan tujuan pembangunan nasional dalam Pembukaan UUD 1945. b. Perlindungan konsumen diperlukan untuk mencegah dampak negatif penggunaan teknologi. c. Melindungi konsumen juga merupakan upaya untuk menciptakan individu yang sehat secara rohani dan jasmani, sebagai kontributor pembangunan dan kelangsungan pembangunan nasional. d. Perlindungan konsumen

memiliki peran penting dalam menjamin sumber dana pembangunan yang berasal dari masyarakat (Hidayani dkk., 2022).

Ketika konsumen membeli produk, baik barang maupun jasa, harapannya adalah menerima kualitas terbaik tanpa kekurangan atau pengalaman yang tidak menyenangkan, terutama dalam hal jasa. Jaminan bahwa produk tersebut sesuai atau bebas cacat dikenal sebagai garansi. Garansi merupakan bentuk layanan pascapembelian yang diberikan kepada konsumen untuk penggunaan barang secara berkelanjutan, dan dapat bersifat eksplisit atau tersirat (Shidarta, 2015). Kata “garansi” berasal dari bahasa Inggris “*guarantee*” yang artinya jaminan atau tanggungan (Axel Whilantio & Fitria Olivia, 2020). Sebagai contoh, ketika seseorang membeli handphone dari sebuah toko, toko tersebut memberikan garansi selama satu tahun terhadap kerusakan atau cacat yang disebabkan oleh masalah internal handphone, bukan karena kelalaian atau tindakan pembeli. Artinya, toko akan bertanggung jawab atas semua kerusakan pada handphone selama satu tahun jika ternyata terjadi masalah (Hidayat, 2006).

Fungsi utama adanya garansi adalah untuk melindungi hak-hak konsumen dari potensi kerugian (Hidayat, 2006). Adapun tujuannya, garansi dalam UUPK pada hakikatnya bertujuan untuk mencapai maslahat dari transaksi ekonomi atau bisnis. Pemahaman manfaat dalam konteks kegiatan ekonomi atau bisnis adalah gabungan dari keuntungan dan berkah (Masyittah dkk., 2019). Dengan adanya garansi maka konsumen akan mendapatkan perlindungan terhadap kerusakan internal (bukan akibat kelalaian atau faktor eksternal), serta cacat yang mungkin belum terdeteksi sebelumnya. Garansi ini menjamin hak konsumen untuk menerima barang sesuai dengan kesepakatan transaksi dan nilai tukar yang telah ditentukan. Jika ada kerusakan atau cacat yang ditemukan dalam jangka waktu yang telah ditentukan, penjual akan bertanggung jawab untuk mengganti atau memperbaiki tanpa biaya tambahan.

Pengetahuan tentang garansi ini masih minim di kalangan siswa MA Hidayatullah Martapura karena mereka tidak pernah mendapatkan materi terkait garansi sehingga diperlukan sosialisasi. Sosialisasi merupakan suatu proses di mana setiap individu terlibat dalam pengaruh, dipengaruhi, dan memengaruhi aktivitas untuk menyesuaikan diri (Puspo Nugroho, 2018). Sosialisasi garansi ini adalah salah satu bentuk upaya untuk membentuk konsumen yang cerdas, kritis, dan bertanggung jawab sejak dini.

Metode

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini berlangsung dalam tiga tahap sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Kegiatan ini dilakukan dengan membentuk tim pengabdian yang terdiri dari dosen dan mahasiswa. Selanjutnya tim berdiskusi mengenai pembagian tugas, tempat, dan sasaran yang dituju. Setelah melakukan pembagian tugas, tempat, dan sasaran untuk sosialisasi. Tim memproses izin ke MA Hidayatullah Martapura dan mengkoordinasikan waktu pelaksanaan kegiatan dengan pengelola MA Hidayatullah Martapura. Kemudian mahasiswa berkoordinasi dengan dosen melakukan pembahasan dan pengumpulan data terkait hak-hak konsumen dalam hukum perlindungan konsumen, khususnya dalam ketentuan garansi. Kemudian, informasi tersebut disusun menjadi suatu penyajian yang informatif dan mudah dipahami dalam format Power Point (PPT). Adapun proses yang dijalankan dalam kegiatan pengabdian dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 1. Tahapan Kegiatan

2. Tahap Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada hari selasa tanggal 12 Desember 2023 berlokasi di MA Hidayatullah Martapura yang berlokasi di Jalan Pangeran Hidayatullah No.1A, Keraton, Kecamatan Martapura, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan. Adapun peserta sosialisasi terdiri dari siswa kelas XII MA Hidayatullah Martapura. Sosialisasi juga didampingi guru pembina OSIS MA Hidayatullah Martapura. Penyampaian informasi mengenai garansi dilakukan oleh tim yang berlangsung selama 40 menit. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah penyampaian materi dan diskusi interaktif yakni untuk

meningkatkan pemahaman yang komprehensif mengenai hukum perlindungan konsumen dan mendorong peserta di kalangan MA Hidayatullah Martapura untuk dapat melindungi hak-hak mereka sebagai konsumen dengan lebih baik. Terakhir Pemberian umpan balik terhadap kegiatan yang dilaksanakan dalam bentuk permainan. Peserta akan diberikan pertanyaan seputar garansi yang materinya telah disampaikan sebelumnya untuk mengetahui sampai mana pemahaman mereka tentang garansi. Peserta yang berhasil menjawab mendapatkan hadiah buku dari tim pengabdian.

3. Tahap Evaluasi

Tahap ini dilakukan untuk mengetahui kebermanfaatan kegiatan yang dilakukan. Tim akan membuat laporan akhir dari kegiatan pengabdian masyarakat. Laporan ini akan memuat tentang hasil serta dapat dijadikan bahan masukan untuk kegiatan pengabdian selanjutnya.

Hasil dan Pembahasan

Salah satu dari Tri Dharma Perguruan Tinggi adalah melakukan kegiatan pengabdian pada masyarakat (Rusdin Alauddin & Irham Rosyidi, 2022). Berangkat dari hal ini kami membentuk tim pengabdian yang terdiri dari 4 orang Mahasiswa dan 1 orang dosen pengampu mata kuliah Hukum Perlindungan Konsumen dari Prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah UIN Antasari Banjarmasin untuk melakukan pengabdian berupa pemberian sosialisasi kepada siswa kelas 12 MA Hidayatullah Martapura.

Pada sosialisasi yang dilakukan kepada siswa MA Hidayatullah Martapura tersebut, tim mengangkat tema sosialisasi tentang “Konsumen Cerdas: Ketahui Kewajiban Pelaku Usaha untuk Memberikan Garansi” dengan materi yang disajikan berupa pengertian konsumen, hak dan kewajiban konsumen, alasan mengapa konsumen perlu untuk dilindungi, kewajiban pelaku usaha untuk memberikan garansi, dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kota Banjarmasin sebagai badan yang membantu menyelesaikan sengketa konsumen secara gratis apabila terdapat permasalahan tidak dipenuhinya hak konsumen atas garansi.



Gambar 2. Penyampaian materi sosialisasi “Konsumen Cerdas: Ketahui Kewajiban Pelaku Usaha untuk Memberikan Garansi”

Sosialisasi dilaksanakan di masjid MA Hidayatullah Martapura, dihadiri oleh siswa kelas XII Aliyah, pengelola sekolah, dan Mahasiswa. Sosialisasi berlangsung selama kurang lebih satu jam dan berjalan dengan cukup baik. Sepanjang sosialisasi berlangsung para siswa sangat antusias dengan materi yang disampaikan, beberapa bahkan ada yang berani mengungkapkan pendapatnya.

Sosialisasi dimulai dengan ucapan terima kasih beserta sambutan dari tim pengabdian. Kemudian dilanjutkan dengan perkenalan dari masing-masing tim sampai dengan masuk pada sesi penyampaian materi. Pada sesi penyampaian materi kami mencoba berinteraksi dengan siswa di sana mengenai alasan mengapa konsumen perlu dilindungi. Hasil dari interaksi tersebut terlihat bahwa siswa masih belum mengetahui mengapa konsumen perlu dilindungi. Dengan adanya sosialisasi ini mereka jadi mengetahui mengapa konsumen perlu dilindungi.

Tim pengabdian juga mengadakan games sebagai bagian dari sosialisasi agar tidak membosankan, games yang diberikan berupa pemberian pertanyaan mengenai materi yang telah disampaikan dengan ketentuan siswa yang bisa menjawab pertanyaan tersebut akan mendapatkan hadiah berupa buku Hukum Perlindungan Konsumen. Banyak dari mereka mengangkat tangan dan kami hanya memberikan kepada 3 orang pertama yang mengangkat tangan. Dari pertanyaan-pertanyaan yang kami berikan, ketiga siswa tersebut dapat menjawab pertanyaan yang kami berikan dengan cukup baik.



Gambar 3. Sesi games pada saat sosialisasi



Gambar 4. Pemberian hadiah berupa buku Hukum Perlindungan Konsumen kepada siswa yang berhasil menjawab pertanyaan

Tim pengabdian berupaya untuk mewujudkan konsumen yang cerdas, yang mengetahui hak dan kewajibannya. Komitmen perilaku konsumen yang cerdas melibatkan pemahaman terhadap hak dan kewajiban konsumen. Penting bagi konsumen untuk menyadari bahwa hak dan kewajiban mereka dilindungi oleh

Undang-Undang. Dengan pemahaman ini, maka dapat membentuk konsumen yang cerdas, memiliki kesadaran tinggi dalam melindungi diri dan lingkungannya (Riska Novitasari dkk., 2020).

Sosialisasi ini memberikan perubahan kepada siswa MA Hidayatullah, pemahaman mereka tentang garansi semakin meningkat. Sehingga mereka dapat menjadi konsumen yang cerdas, kritis, bertanggung jawab, dapat memilih barang yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan dan memiliki garansi yang jelas. Siswa dapat mengklaim garansi dengan mudah dan tepat jika barang yang dibeli mengalami kerusakan. Siswa juga dapat melindungi diri mereka sendiri dari praktik-praktik yang merugikan konsumen, serta menuntut hak mereka jika terjadi pelanggaran.



Gambar 5. Foto bersama dengan seluruh siswa MA Hidayatullah Martapura kelas XII yang mengikuti kegiatan sosialisasi

Kesimpulan

Dengan adanya kegiatan sosialisasi yang bertemakan “Konsumen Cerdas: Ketahui Kewajiban Pelaku Usaha untuk Memberikan Garansi” mampu memberikan dampak positif kepada siswa. Siswa yang mengikuti sosialisasi ini mendapatkan manfaat berupa bertambahnya pemahaman dan kesadaran tentang garansi serta hak mereka sebagai konsumen untuk mendapatkan garansi. Siswa dapat menjadi lebih kritis dan selektif dalam memilih produk atau jasa yang berkualitas dan bergaransi. Siswa juga menjadi lebih aktif dan

responsif jika ada terjadinya pelanggaran terkait garansi yang dilakukan oleh pelaku usaha, mereka dapat mengadukan masalah, dan menyelesaikannya di lembaga yang terkait seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sehingga mereka menjadi konsumen yang cerdas.

Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan rasa terima kasih yang setinggi-tingginya terhadap semua pihak yang telah berkontribusi pada keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di MA Hidayatullah Martapura. Kami juga berterima kasih kepada Dekan Fakultas Syariah UIN Antasari Banjarmasin yang telah membantu dan memberikan dukungan untuk kegiatan pengabdian ini. Selain itu, kami mengucapkan terima kasih kepada Bapak H. Abdul Basith, Lc., M.H sebagai kepala sekolah, dewan guru dan staf MA Hidayatullah Martapura yang telah memberikan izin dan menyambut kami dengan hangat untuk melakukan sosialisasi.

Referensi

- Asri Lasatu, Manga' Patila, & Irzha Friskanov. S. (2023). Penyuluhan Hukum Tentang Urgensi Perlindungan Konsumen di Masa Covid-19 di SMAN 1 Palu. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1).
- Axel Whilantio & Fitria Olivia. (2020). Perlindungan Konsumen Terhadap Pelaku Usaha yang Tidak Menggunakan Kartu Garansi Berbahasa Indonesia Berdasarkan Pasal 2 PERMENDAG Nomor 19 Tahun 2009 dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. *JCA of LAW*, 1(1).
- Hidayani, S., Munthe, R., & Utama, A. M. (2022). Sosialisasi Hak Konsumen Dalam Hukum Indonesia Bagi Generasi Muda Di Taman Madya (Smas) Taman Siswa Singosari Medan. *JAPSI: Jurnal Pengabdian Kontribusi*, 02(02).
- Hidayat, T. (2006). Garansi dan Penerapannya Perspektif Hukum Islam. *Al-Mawarid: Jurnal Hukum Islam*, Edisi XV.
- Masyittah, D., Abbas, S., & Yuhermansyah, E. (2019). Sistem Garansi Barang Elektronik Dalam Fiqih Muamalah Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Dusturiah*, 9(2).
- Nurul Fibrianti. (2020). Penguatan Pemahaman Hak Konsumen Tentang Layanan Purna Jual Kendaraan Bermotor Bagi Siswa SMK Dalam Rangka

Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen. *Jurnal Pengabdian Hukum Indonesia (Indonesian Journal of Legal Community Engagement) JPHI*, 2(2).

Puspo Nugroho. (2018). Tripusat Pendidikan Sebagai Basis Sosialisasi dan Pembentukan Karakter Siswa. *Ijtimaiya: Journal of Social Science Teaching*, 2(1).

Riska Novitasari, Mohamad Sahid Rahman, Arif Darmawan, Despal, & Sri Rahayu. (2020). Sosialisasi Konsumen Cerdas di Desa Tenajar, Kecamatan Kertasemaya, Kabupaten Indramayu. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 2(3).

Rusdin Alauddin & Irham Rosyidi. (2022). Pemenuhan Hak-Hak Konsumen dalam Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Kota Ternate. *JANUR: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1).

Shidarta, S. (2015). Garansi dan Perlindungan Konsumen. <https://business-law.binus.ac.id/2015/10/14/garansi-dalam-layanan-purnajual-dan-perlindungan-konsumen/>