

PENINGKATAN PENGETAHUAN PRAKTIK JUAL BELI ONLINE BERDASARKAN UNDANG-UNDANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK PADA MASA PANDEMI COVID-19

Rosalia Dika Agustanti¹, Rianda Dirkareshza², Taupiqqurrahman³,
Shafira Fatahaya⁴, Rissa Asmitha Wardoyo⁵

^{1,2,3,4,5}Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Indonesia
rosaliadika@upnvj.ac.id¹, riandadirkareshza@upnvj.ac.id², taupiqqurrahman@upnvj.ac.id³,
shafirafatahaya@upnvj.ac.id⁴, rissaasmithaw@upnvj.ac.id⁴

ABSTRAK

Abstrak: Tujuan dilakukan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan mitra tentang praktik jual beli di masa pandemi Covid-19, menambah pengetahuan tentang tata cara pemasaran produk yang baik dan benar pada *e-commerce*. Sejak Covid-19 merebak ke seluruh sektor kehidupan, banyak pelaku usaha yang mengalihkan usahanya dengan menggunakan media *e-commerce*. Dalam dunia bisnis, menjamurnya *e-commerce* menyebabkan pertumbuhan ekonomi yang pesat. Untuk mengimbangnya diketahui tentang hak dan kewajiban bagi pelaku usaha sesuai dengan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Solusi permasalahannya adalah bagaimana seharusnya yang dilakukan dalam praktik jual beli online pada masa pandemi Covid-19. Kegiatan ini dilaksanakan dengan media online dan offline bergantung pada kesiapan kelompok sasaran dalam memberikan umpan balik. Sehingga pengabdian akan melakukan pendampingan dari awal dan sampai pelaku usaha dapat menjalankan usahanya dengan baik pada media *e-commerce*. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan dimana dari 10 peserta yang mengikuti, sebelumnya dilakukan *pretest* terlebih dahulu mengukur sejauh mana mereka memahami menjadi penjual yang baik sesuai dengan aturan hukum yang berlaku. Hasil test tersebut ada di angka 30% dan setelah kegiatan selesai, dilakukan melalui *posttest* dengan mengisi kuesioner menggunakan media *google form* dengan hasil *posttest* dengan pengetahuan di angka 90%, terdapat selisih 60%, yang menjelaskan bahwa ada peningkatan pengetahuan setelah diberikannya edukasi oleh pengabdian.

Kata Kunci: Pelaku Usaha; Internet; Informasi dan Transaksi Elektronik.

Abstract: The purpose of this activity is to increase partner knowledge about buying and selling practices during the Covid-19 pandemic, increasing knowledge about good and correct product marketing procedures in *e-commerce*. Since Covid-19 has spread to all sectors of life, many business actors have shifted their business to using *e-commerce* media. In the business world, the proliferation of *e-commerce* has led to rapid economic growth. To compensate for this, it is known about the rights and obligations of business actors in accordance with the Law on Information and Electronic Transactions. The solution to the problem is how should be done in the practice of buying and selling online during the Covid-19 pandemic. This activity is carried out using online and offline media depending on the readiness of the target group to provide feedback. So that the servant will provide assistance from the beginning and until the business actor can run his business well on *e-commerce* media. The results of the service showed an increase where out of 10 participants who took part, a *pretest* was carried out before measuring the extent to which they understood being a good seller in accordance with applicable legal rules. The test results are at 30% and after the activity is completed, it is carried out through a *posttest* by filling out a questionnaire using *google form* media with *posttest* results with knowledge at 90%, there is a difference of 60%, which explains that there is an increase in knowledge after education is given by the servant.

Keywords: Businessmen; Internet; Information and Electronic Transactions.



Article History:

Received: 13-08-2021
Revised : 06-09-2021
Accepted: 09-09-2021
Online : 25-10-2021



This is an open access article under the
CC-BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi dan informasi membawa banyak perubahan dalam dunia bisnis. Salah satu bentuk perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis adalah pemanfaatan media internet sebagai suatu sistem transaksi baru yang dikenal dengan istilah *e-commerce* (*electronic commerce*) atau transaksi elektronik (Ramli, 2004). Secara umum *e-commerce* dapat didefinisikan kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumer*), manufaktur (*manufactures*), *serviceproviders*, dan pedagang perantara (*intermediateries*), dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (komputer *network*), yaitu internet (Purwaningsih, 2010). *E-commerce* merupakan kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, industri manufaktur, *service providers*, dan pelaku usaha dengan menggunakan jaringan-jaringan internet (Suhariyanto, 2012). Salah satunya dalam sektor bisnis, pemanfaatan teknologi dapat meningkatkan kinerja. Saat ini perusahaan melakukan persaingan dengan transformasi fondasi internalnya secara struktural dengan mengembangkan strategi *e-bussiness*. Hal ini dikarenakan *e-commerce* menciptakan transaksi bisnis yang praktis tanpa menggunakan kertas dan tanpa dilakukan pertemuan secara langsung (*face to face*).

E-commerce membawa perubahan terhadap para pelaku usaha yang selama ini mengelola bisnisnya di dunia nyata (*real*), kemudian mengembangkan bisnis tersebut ke dunia maya (*virtual*). Perubahan ini dapat diketahui dengan banyaknya "*online shop*" dalam situs internet. Dalam sistem ini, pelaku usaha memasang iklan produk yang dijual pada internet, dan para konsumen yang tertarik dengan produk tersebut selanjutnya dapat menghubungi pelaku usaha yang bersangkutan untuk melakukan kesepakatan jual beli, termasuk mengenai cara pengiriman barang dan cara pembayaran yang dilakukan. Sistem kerja seperti ini akan mengubah omzet penjualan dimasa pandemi Covid-19 seperti saat ini menjadi lebih tinggi. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara membuat akun atau media sosial yang paling sering digunakan masyarakat seperti *facebook*, *instagram* dan lain sebagainya (Sumali et al., 2021).

Adapun faktor lain yang mempengaruhi minat bertansaksi menggunakan *e-commerce* yaitu terletak pada sistem keamanan pembayaran (Priyambodo, 2021). *E-Commerce* menggunakan sistem pembayaran secara elektronik yaitu melalui pengiriman dana via elektronik (*electronic fund transfer / EFT*). Transaksi dalam bisnis ini pun memiliki sifat *moving quickly* yang mana memunculkan berbagai transaksi yang tidak perlu dilakukan pertemuan langsung antar penjual dan pembeli. Pembeli cukup menggunakan fasilitas berupa aplikasi yang tersedia melalui *handphone* maupun internet/*website*.

Kesepakatan antara pelaku usaha dan konsumen yang dilakukan melalui *e-commerce* menguntungkan banyak pihak, sehingga tidak menjadi suatu hal yang aneh mengapa kesepakatan melalui *e-commerce* sangat diminati di tengah pandemi seperti saat ini. Bagi konsumen, *e-commerce* dapat mengubah cara dalam membeli barang/jasa yang diinginkan. Sedangkan bagi pelaku usaha, kesepakatan melalui *e-commerce* dapat mempermudah proses pemasaran suatu barang/jasa.

Meskipun penggunaan internet dalam transaksi bisnis selalu menjanjikan banyaknya kemudahan, hal ini tidak berarti *e-commerce* menjadi suatu sistem yang bebas dari masalah, apalagi untuk negara yang belum mengatur mengenai *e-commerce*. Ada resiko bagi konsumen jika melakukan transaksi *e-commerce*. Pertama, konsumen dihadapkan pada kondisi ketidakpastian akibat tidak dapat menilai kualitas produk secara langsung yang dijual dalam situs internet. Kedua, antara pelaku usaha dan konsumen tidak saling bertemu secara tatap muka, yang mengakibatkan kurangnya komunikasi antara mereka. Ketiga, transaksi melalui *e-commerce* merupakan transaksi yang mempunyai risiko tinggi karena peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai transaksi tersebut masih sangat terbatas.

Pada praktiknya telah banyak permasalahan yang merugikan konsumen sebagai akibat dari penggunaan media internet dalam transaksi jual beli secara *online*. Permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah sering terjadi dimana pembeli yang seharusnya bertanggung jawab untuk membayar sejumlah harga dari produk jasa yang dibelinya tapi tidak melakukan pembayaran (Prastya et al., 2021), barang yang dipesan dan barang yang datang tidak sesuai, artinya terdapat kekurangan dari segi warna, jenis dan kualitas bahan, parahnya lagi barang yang di pesan tidak dikirim oleh pelaku usaha, tidak tahunya tentang tata cara bertransaksi dengan sistem COD (*cash on delivery*), turunnya penjualan, habisnya modal dan kebutuhan lain-lain yang mendesak namun tidak ada pemasukan. Pertanyaan yang muncul adalah bagaimana langkah yang dapat ditempuh oleh pelaku usaha dalam hal ini mempertahankan usahanya kala pandemi Covid-19 dan bagaimana menjadi pelaku usaha yang baik berdasarkan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Begitupun pada kesempatan yang sama, pengabdian akan mencoba untuk memberikan gambaran bagaimana jika konsumen menjadi korban atas tindak pidana penipuan pada transaksi *e-commerce* di masa pandemi Covid-19 dan bagaimana bentuk pertanggungjawaban pidana pelaku yang secara terang-terangan melakukan tindak pidana penipuan pada transaksi *e-commerce* di masa pandemi Covid-19.

Beberapa permasalahan tersebut kemudian dikaji dan dikatakan bahwa terdapat beberapa perbuatan pidana, yang salah satunya adalah Penipuan. Penipuan pada jual beli *online* ini merupakan salah satu dari kejahatan *cyber* dan tentu akan sulit untuk menangkap pelaku. Pertama, penanganan

terhadap permasalahan kejahatan *cyber* masih terkendala masalah ruang. Dunia maya adalah dunia tanpa batas sehingga polisi memerlukan waktu yang tidak sebentar untuk mengungkap pelaku pada kegiatan jual beli *online* tersebut karena ketidakjelasan identitas pelaku yang sering dipalsukan (Zulkifli, 2021). Kedua, dalam hal pengumpulan alat bukti akan sulit mengingat peristiwa hukum ini terjadi dalam sistem elektronik, dalam melakukan pengumpulan bukti-bukti cara mudah yang dapat di upayakan adalah mencari petunjuk-petunjuk yang mengindikasikan telah adanya suatu niat jahat berupa akses secara tidak sah, identitas palsu saat pendaftaran, lokasi perangkat, dan *gadget* yang digunakan untuk melakukan kejahatan. Hal tersebut dapat diwujudkan dengan melihat dan mendengarkan keterangan saksi di pengadilan, atau surat elektronik atau hasil *print out* data, atau juga dari keterangan terdakwa di pengadilan (Mansur & Gultom, 2009). Ketiga, pelaku *cyber crime* sulit untuk diidentifikasi dikarenakan kuatnya jaringan diantara sesama pelaku *cyber crime* (Setyowati et al., 2018). Keempat, mengenai sarana dan prasana dalam unit *cyber crime* di Indonesia saat ini belum maksimal sehingga proses penegakan hukum menjadi terhambat. Mewujudkan suatu petunjuk dari bukti-bukti yang ditemukan dalam *cyber crime* akan sulit jika hanya mendasarkan pada keterangan saksi, surat, keterangan terdakwa saja meskipun hal tersebut masih mungkin untuk diterapkan.

Indonesia mempunyai peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang penggunaan *e-commerce* yang tentunya ditujukan untuk mencegah terjadinya tindak pidana dan memberikan kepastian hukum (Stefani, 2021), kepada para pelaku usaha yang menggunakan *platform* jual beli online melalui aplikasi atau *website* maupun oleh para korban penipuan dari transaksi *e-commerce* tersebut. “Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Selanjutnya disebut UU ITE), mengatur bahwa *setiap orang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik*, maka ancamannya pun berupa pidana penjara paling lama enam tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sebagaimana yang di atur pada Pasal 45 ayat (2) UU ITE.”

Adapun Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Selanjutnya disebut UUPK) yang mengatur pada “Pasal 4 angka (3) bahwa salah satu hak yang didapat konsumen yaitu hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Lalu hak-hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya (Damaiyanti, 2020) serta dalam Pasal 65 ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (Selanjutnya disebut UU Perdagangan)

pun menjelaskan bahwa “setiap pelaku usaha yang memperdagangkan barang dan jasa wajib menyediakan data/informasi yang baik dan benar.”

Sehingga solusi permasalahan yang ditawarkan adalah, *Pertama* akan di kumpulkan terlebih dahulu siapa saja mitra yang menjadi pelaku usaha. *Kedua*, mitra yang menjadi pelaku usaha diminta untuk menjelaskan kondisi usahanya. *Ketiga*, sosialisasi dan pengetahuan tentang *e-commerce*. *Keempat*, tata cara untuk berjualan di *e-commerce* (dengan permasalahan mitra yang sudah disebutkan, maka ditambahkan pula mengenai cara untuk mendesain produk yang dijual dengan cara yang menarik dan beda dari yang lain, ada ide konsep dan kemudian eksekusi, model produk yang digunakan harus asli dari mitra dan tidak mengambil tanpa izin dari internet). *Kelima*, pemasaran produk melalui media *e-commerce* dengan dilakukan pendampingan dalam pembuatan akun. Peran serta dari *stakeholder* juga menentukan keberhasilan dari program kemitraan masyarakat ini. Sehingga pengabdian mengajak Ketua RT sebagai penghubung dalam rencana kegiatan yang akan dilaksanakan.

Kita semua sama-sama menyadari bahwa teknologi dan dunia digital memegang peranan penting di kehidupan masyarakat hari ini. Sebagai pelaku usaha, harus melihat ketersediaan teknologi ini sebagai peluang. Sekarang sudah menjamur *e-commerce* yang memungkinkan untuk memasarkan barang hingga ke berbagai penjuru, baik dalam maupun luar negeri. Kesempatan ini harus bisa dimanfaatkan dengan baik. Sehingga pengabdian dapat memastikan bahwa kelompok sasaran hadir di semua layanan *e-commerce* yang ada. Dengan kehadiran kelompok sasaran di sana, semakin banyak juga orang yang mengenali usahanya. Itu artinya, semakin besar pula peluang seseorang akan tertarik dan membeli produk yang ditawarkan. Tak hanya itu, pengabdian juga akan mencoba potensi media sosial. Kelompok sasaran akan difasilitasi untuk bisa menggunakan Facebook dan Instagram. Agar lebih efektif, pengabdian akan memastikan foto produk yang di unggah di media sosial diambil secara menarik dan tidak monoton.

Berdasarkan latar belakang tersebut, Pengabdian akan melaksanakan sosialisasi dan pendampingan pada masyarakat Dusun Sidokerto RT 01 RW 05, Desa Pulorejo, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto dengan judul peningkatan pengetahuan praktik jual beli online berdasarkan undang-undang informasi dan transaksi elektronik pada masa pandemi covid-19. Kebanyakan masyarakatnya mempunyai usaha kerajinan berupa pembuatan keset kaki dari kain perca.

B. METODEPELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan secara *daring* di lingkungan RT 01 RW 05 Desa Pulorejo, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur. Mitra adalah mereka para pelaku usaha keset kain perca yang berjumlah 10 orang.

Pertemuan *dilakukan melalui online meeting* dengan *platform zoom meeting*. Kegiatan ini berupa penyuluhan dan pendampingan dengan metode dialog, diskusi dan pendampingan kepada para pelaku usaha baik yang sudah maupun yang akan memulai usaha. Agar pendampingan dapat berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang diharapkan, maka akan dilakukan pencatatan data jumlah warga keseluruhan, dengan data kualifikasi mengenai jumlah pelaku usaha. Dimana terdapat 10 pelaku usaha yang diundang untuk hadir dalam kegiatan pengabdian yang dilakukan secara online.

Kegiatan ini dilakukan dengan mengumpulkan dan mendeskripsikan data kualitatif dan kuantitatif terkait dampak covid-19 (Yarlina et al., 2021), terhadap pelaku usaha di lingkungan pengabdian khususnya masyarakat yang mempunyai usaha kerajinan berupa pembuatan keset kaki dari kain perca, sehingga nantinya akan diberikan edukasi tentang pelaku usaha yang baik berdasarkan UU ITE serta pengembangan usaha dan pemasaran secara digital.

Secara rinci, tahapan yang ditempuh dalam pelaksanaan ini antara lain:

1. Tahap Persiapan

Melalui proses perizinan kepada pihak Mitra dengan menyampaikan beberapa bentuk solusi yang akan ditawarkan sehingga dapat diterima dengan baik. Kemudian mencari, memperoleh dan mengumpulkan data.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahapan ini diawali dengan diskusi dengan mitra mengenai bagaimana menjalani usaha yang baik. Kemudian dilanjutkan dengan cara-cara dan hak kewajibannya berdasarkan yang ada pada Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Diskusi dengan stakeholder tentang permasalahan inti yang selalu menjadi langganan dalam penyelesaian masalahnya dan terakhir adalah diskusi dengan mitra mengenai solusi.

3. Tahap Pelaporan

Membuat laporan kemajuan setelah diadakannya dialog dengan mitra dan stakeholder. Setelah itu pengabdian akan menyusun laporan yang akan disiapkan untuk menulis draft artikel atau prosiding, dan yang terakhir adalah membuat laporan akhir.

Adapun beberapa Solusi permasalahan yang ditawarkan kepada mitra seperti pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Solusi Permasalahan yang Ditawarkan Kepada Mitra

Dengan dilakukannya solusi permasalahan diharapkan permasalahan yang dihadapi mitra akan dapat diatasi dengan baik tentunya juga memperhatikan omset penjualan sebelum dan sesudah menggunakan *e-commerce*.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan sesuai dengan yang telah direncanakan, yakni dengan memberikan edukasi, demonstrasi, praktik serta evaluasi tentang praktik jual beli online pelaku usaha dan konsumen berdasarkan undang-undang informasi dan transaksi elektronik kepada para pelaku usaha baik yang sudah ataupun yang akan memulai usahanya di lingkungan RT 01 RW 05 Desa Pulorejo, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur. Pelaksanaan kegiatan ini tidak lepas dari bantuan dan peran serta dari Ketua RT 01 RW 05, Dusun Sidokerto. Adapun tahapan pelaksanaannya, yakni:

1. Edukasi tentang Hak dan Kewajiban Menjadi Pelaku Usaha yang Baik

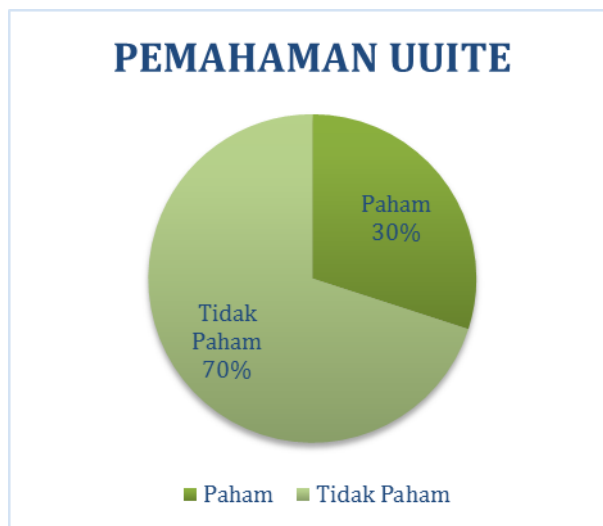
Sebelum memberikan edukasi kepada para pelaku usaha, tim dalam hal ini tentu memperkenalkan diri terlebih dahulu dan menjelaskan tujuan dari dilaksanakan kegiatan pengabdian ini. Tim terdiri dari 3 (tiga) orang dosen dan dibantu oleh 2 (dua) orang mahasiswa. Selanjutnya tim pengabdian melakukan edukasi mengenai bagaimana cara menjadi pelaku usaha yang baik dengan tetap memperhatikan hak dan kewajiban yang telah diatur dalam undang-undang. Pandemi Covid-19 yang terjadi bukan hanya di Indonesia namun diseluruh dunia menyebabkan segala kegiatan harus dilakukan secara digital. Teknologi menjadi unsur utama terhadap perkembangan industri yang dahulu konvensional menjadi industri digital sehingga mampu mentransfer data tanpa harus dibantu oleh manusia dan hal itulah yang akan membantu kemana arah bisnis dapat dijalankan (Rosita, 2020). Sehingga setiap orang dituntut untuk dapat menjalankan teknologi yang ada dengan sebaik-baiknya agar dapat tetap bertahan hidup.

Bukan hanya harus mengerti teknologi, kita harus pula memahami aturan hukum yang berlaku dalam melakukan segala kegiatan sehari-hari

termasuk dalam kegiatan jual beli online (*e-commerce*) yang sedang marak terjadi. Secara umum *e-commerce* adalah segala bentuk transaksi perdagangan atau perniagaan barang dan/atau jasa (*trade of goods and service*) dengan media elektronik sebagai alatnya yang tersambung secara online atau biasa kita kenal dengan internet, kegiatan ini merupakan bagian dari kegiatan bisnis (Fuady, 2001). Dimana dasar hukum dalam menjalankan kegiatan jual beli online ini dapat didasarkan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dalam kontrak jual beli para pelaku yang terkait didalamnya mempunyai hak dan kewajiban yang berbeda, kewajiban penjual dalam suatu perjanjian jual beli misalnya adalah menyerahkan hak milik atas barang yang dijual dan berkewajiban menanggung kenikmatan tentram dan menanggung cacat-cacat tersembunyi (*vrijwaring, warranty*). Dengan begitu pelaku usaha akan mendapatkan haknya seperti, hak untuk menentukan harga pembayaran atas barang yang dijual dan menerima pembayaran, hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang tidak beritikad baik, hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen, dan beberapa hak lainnya yang telah diatur dalam undang-undang (Wulandari, 2018). Begitupun dengan konsumen yang harus diperhatikan hak dan kewajibannya.

Beberapa pelaku usaha keset kain perca yang akan maupun sudah melakukan usahanya tentu harus dapat memperhatikan aturan hukum yakni UU ITE sebab melihat perkembangan zaman yang ada dalam melakukan transaksi jual beli online. Dalam hal ini pengabdian menjelaskan kepada masyarakat terkait Pasal 28 ayat (1) UU ITE yang pada dasarnya untuk menjadi pelaku usaha yang baik kita harus menjual barang sesuai dengan apa yang telah dipasarkan dalam iklan produk agar tidak merugikan konsumen atau pembeli.

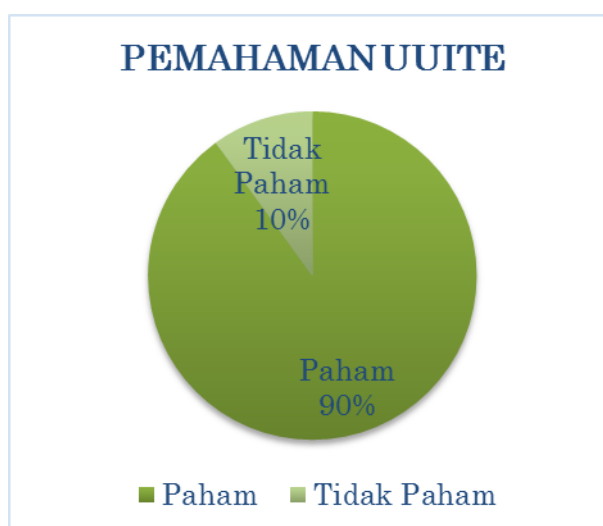
Sebelumnya peserta melakukan pretest terlebih dahulu dengan jumlah peserta 10 orang untuk mengukur sejauh mana mereka memahami menjadi penjual yang baik sesuai dengan aturan hukum yang berlaku. Hasil test tersebut ada di angka 30% yang artinya pengetahuan masyarakat mengenai praktik jual beli online berdasarkan UU ITE pada masa pandemi Covid-19 masih rendah. Pemahaman UUI TE oleh pelaku usaha sebelum kegiatan pengabdian dilaksanakan oleh tim seperti pada Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Pemahaman UITE oleh Pelaku Usaha Sebelum Kegiatan Pengabdian

Untuk membantu kegiatan edukasi peserta diminta untuk membaca terlebih dahulu UU ITE melalui link yang diberikan dalam ruang pesan *zoom meeting*. Setelah itu dilakukan diskusi dan tanya jawab tentang UITE jika dihubungkan dengan *e-commerce*.

Evaluasi dari kegiatan edukasi dilakukan melalui posttest dengan mengisi kuesioner menggunakan media *google form* dengan hasil posttest dengan pengetahuan di angka 90%, terdapat selisih 60%, yang menjelaskan bahwa ada peningkatan pengetahuan setelah diberikannya edukasi oleh pengabdian. Sehingga melalui edukasi dapat meningkatkan pengetahuan peserta (Tapung et al., 2020). Pemahaman UITE oleh pelaku usaha sesudah kegiatan pengabdian dapat dilihat pada Gambar 3 berikut.



Gambar 3. Pemahaman UITE oleh Pelaku Usaha Sesudah Kegiatan Pengabdian

Penyampaian materi dalam kegiatan edukasi dilakukan secara runrut serta dilengkapi dengan contoh yang mudah untuk dipahami berdasarkan keseharian pelaku usaha, hal ini dikarenakan tidak adanya latar belakang hukum dari pelaku usaha itu sendiri. Media dan materi yang disampaikan oleh pengabdian menjadi faktor keberhasilan edukasi yang disampaikan.

Penyampaian materi yang menarik memberikan perubahan sikap para pelaku usaha dari yang sebelumnya tidak memahami undang-undang dan terkesan acuh menjadi lebih sadar akan hukum terkhusus UU ITE dalam menjalankan jual beli online. Dalam kegiatan edukasi, para pelaku usaha atau peserta terlihat fokus dan memperhatikan pengabdian yang sedang memaparkan materi serta adanya keaktifan dari peserta dalam mengikuti kegiatan ini. Pelaksanaan kegiatan ini berlangsung seperti pada Gambar 4 berikut.



Gambar 4. Pelaksanaan Kegiatan Bersama Mitra

2. Demonstrasi dan Praktik tentang Pemasaran Melalui *E-Commerce* dalam Menunjang Kegiatan Usaha Kain Perca

Salah satu media komunikasi yang dapat digunakan pelaku usaha untuk mempromosikan usahanya adalah komunikasi media maya atau media internet. Pelaku Usaha dapat memanfaatkan *e-commerce* yang memberikan peluang yang besar untuk bisa mengekspansi penjualan produk mereka melalui media digital. Pelaku usaha perlu memanfaatkan bermacam cara untuk melakukan promosi dan meningkatkan penjualan produk mereka, salah satunya dengan memanfaatkan peluang yang ada (Eko Sudarso, Moh. Jazuli, Budhi Prabowo, Rio Setiawan, 2021). Cara pelaku usaha bertahan seperti saat ini dimasa pandemi Covid-19 dapat melalui *e-commerce* dengan memasarkan dan menciptakan hubungan jual-beli antara pelaku usaha dengan konsumen. *E-commerce* merupakan sebuah aktivitas ataupun kegiatan jual beli yang dilakukan secara *online* melalui situs atau *website* (Cahyanti et al., 2021). Lima tahapan proses keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2009:235):

1. Pengenalan masalah merupakan proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenal suatu masalah atau kebutuhan;
2. Pencarian informasi merupakan seorang konsumen yang tergerak oleh informasi stimulus akan berusaha untuk mencari lebih banyak informasi;

3. Evaluasi alternatif merupakan para pembeli berupaya untuk mengurangi perasaan tidak pasti. Mereka mungkin akan membaca berbagai iklan. Pencarian informasi dapat bersifat internal maupun eksternal;
4. Keputusan pembelian merupakan seorang calon pembeli harus mengambil keputusan pembelian. Keputusan tersebut mungkin berupa tidak memilih salah satu alternatif yang tersedia;
5. Konsumsi pasca pembelian dan evaluasi merupakan dengan asumsi bahwa pengambil keputusan juga sekaligus merupakan pemakai maka persoalan kepuasan pembelian atau ketidakpuasan pembelian tetap akan ada (Sari et al., 2021).

Dengan demikian cukup berpengaruh besar *e-commerce* bagi pemasaran barang dalam pengabdian ini, salah satu yang sedang banyak digunakan yaitu akun facebook dan instagram. Kegiatan demonstrasi dilakukan setelah pelaku usaha diberikan edukasi tentang hak dan kewajiban menjadi pelaku usaha yang baik secara virtual melalui *Zoom Meeting* dengan cara berdialog, diskusi dan pendampingan secara online kepada para pelaku usaha baik yang sudah maupun yang akan memulai usaha di lingkungan RT 01 RW 05 Desa Pulorejo, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur. Tim yang dibantu oleh mahasiswa mendemonstrasikan cara pemasaran suatu barang melalui *e-commerce* guna mempermudah pelaku usaha dan konsumen bertransaksi yang setelahnya, dipraktikkan melalui media sosial facebook atau instagram. Hasil dari pada yang didemonstrasikan kepada pelaku usaha dipraktikkan kembali semua yang telah dijelaskan dan didemonstrasikan secara individu dari rumah. Keperluan untuk mempraktikkan cara pemasaran, yang dibutuhkan pelaku usaha untuk mengelola bisnisnya dan mengembangkan bisnis tersebut di *e-commerce* dipantau dan dipandu oleh tim. Waktu praktik diatur dan disesuaikan oleh tim dan dikoordinasikan kepada beberapa pelaku usaha, hari Minggu, 1 Agustus 2021 pukul 09.00 WIB.

3. Evaluasi Keterampilan Cara Pengelolaan Kain Perca

Kain perca sebagai alternatif peluang usaha, dengan cara mendaur ulang limbah kain perca menjadi produk yang bernilai jual (Septiawati et al., 2019) seperti pelaku usaha di lingkungan RT 01 RW 05 Desa Pulorejo, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur yang memanfaatkan keahlian dan menciptakan keset dari kain perca. Kegiatan evaluasi keterampilan cara pengelolaan keset dari kain perca yang dijual-belikan melalui *e-commerce* dipantau langsung secara manual dengan dibantu mahasiswa untuk memantau apakah pelaku usaha sudah bisa atau belum dari segi pembuatan akun baik *facebook* maupun instagram, memantau pengambilan foto atau gambar pada produk agar menarik ketika dipasarkan dalam media sosial, dan melakukan pemasaran kepada orang

banyak yang menggunakan sosial media seperti di *facebook*, *instagram* dan lain sebagainya.

Hasil menunjukkan bahwa seluruh pelaku usaha yang mengikuti pelatihan ini mampu secara mandiri mengelola akun dan barang yang dijual menggunakan media sosial *facebook* dan *instagram*. Seseorang dapat membentuk dan mengasah keterampilannya melalui beberapa tahap seperti mendapatkan pengetahuan, pemahaman, melakukan penilaian, keterampilan sikap, serta terdapatnya komunikasi dan interaksi yang diakhiri dengan pembentukan keterampilan (Olii et al., 2021) khususnya mengenai keterampilan menggunakan media sosial dengan baik dan bijak sehingga menciptakan peluang menarik konsumen dan mendapatkan keuntungan bagi pelaku usaha dimasa pandemi Covid-19 seperti saat ini.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan diskusi beberapa pelaku usaha keset kain perca yang akan maupun sudah melakukan usahanya, tim telah berhasil melakukan peningkatan pemahaman mengenai hak dan kewajiban sebagai pelaku usaha berdasarkan UUTE, termasuk bagaimana melakukan pemasaran produk yang menarik, bagaimana membuat media e-commerce dengan mudah, dan bagaimana dalam menghadapi konsumen yang curang. Dalam pelaksanaan demonstrasi dan praktik tentang pemasaran di e-commerce diharapkan dapat menunjang kegiatan usaha keset kain perca, serta kreasi dalam pengelolaan kain perca. Pentingnya peran *e-commerce* menjadikan semangat baru untuk meraup keuntungan lebih banyak dan bangkit dari keterpurukan sepiunya bisnis dikarenakan pandemi Covid-19. Bukan lagi dalam negeri, kini menjamurnya e-commerce sangat mungkin dalam mendukung pemasaran produk hingga ke berbagai penjuru. Kesempatan inilah yang harus dimanfaatkan dengan baik. Dengan dilakukannya kegiatan ini diperoleh hasil peningkatan pengetahuan pelaku usaha tentang UUTE ataupun segala hal yang telah menjadi permasalahan berbuah menjadi kebahagiaan setelah adanya solusi permasalahan yang diberikan oleh tim pengabdian, dimana dari 10 peserta yang mengikuti, sebelumnya dilakukan *pretest* terlebih dahulu mengukur sejauh mana mereka memahami menjadi penjual yang baik sesuai dengan aturan hukum yang berlaku. Hasil test tersebut ada di angka 30% dan setelah kegiatan selesai, dilakukan melalui *posttest* dengan mengisi kuesioner menggunakan media *google form* dengan hasil *posttest* dengan pengetahuan di angka 90%, terdapat selisih 60%, yang menjelaskan bahwa ada peningkatan pengetahuan setelah diberikannya edukasi oleh pengabdian.

Saran untuk pelaku usaha agar lebih mengeksplor kemampuan dalam mengolah keset kain perca, dapat dilakukan dengan adanya bermacam-macam bentuk keset, bahannya yang berwarna, dan kualitas yang terjaga. Untuk ketua RT 01 RW 05 agar dapat memfasilitasi warganya dalam

melakukan bisnis jual beli keset kain perca dengan melakukan beberapa penawaran kepada pemerintah terkait dengan harga yang terjangkau.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik, Ketua RT 01 RW 05 Dusun Sidokerto Desa Pulorejo Kecamatan Dawarblandong Kabupaten Mojokerto Jawa Timur beserta pelaku usaha keset kain perca, Mitra yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas dedikasi dan waktunya bergabung dalam kegiatan ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Cahyanti, F. L. D., Fajar Sarasati, Widiastuti, & Firasari, E. (2021). Perancangan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Kerajinan Bambu. *Edumatic: Jurnal Pendidikan Informatika*, 5(1), 70–79. <https://doi.org/10.29408/edumatic.v5i1.3275>
- Damaiyanti, T. (2020). Perlindungan Konsumen Terhadap Labelel Syariah Pada Hotel Tanpa Sertifikasi Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. In *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ndteint.2014.07.001%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ndteint.2017.12.003%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.matdes.2017.02.024>
- Eko Sudarso, Moh. Jazuli, Budhi Prabowo, Rio Setiawan, W. R. (2021). *Pelatihan Pemahaman Pentingnya E-Commerce Dalam Teknik Pemasaran Berwirausaha*. 4(021), 82–90.
- Fuady, M. (2001). *Hukum Kontrak: Dari sudut Pandang Hukum Bisnis* (Pertama). Citra Aditya Bakti.
- Mansur, D. M. A., & Gultom, E. (2009). *Cyber Law: Aspek Hukum Teknologi Informasi*. Refika Aditama.
- Olii, N., Claudia, J. G., Made, N., & Anggraeni, D. (2021). *Pemberdayaan Ibu Menyusui Dalam Peningkatan Kadar Hemoglobin Melalui Pengelolaan Buah Naga*. 5(3), 816.
- Prastya, K. F. I., Adnyani, N. K. S., & Ardhya, S. N. (2021). Tinjauan Yuridis Tentang Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Online Melalui E-Commerce Menurut Pasal 1320 Kuhperdata Dan Undangundang Nomer 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. *Komunitas Yustisia Universitas Pendidikan Ganesha*, 4, 619.
- PRIYAMBODO, T. (2021). *Terhadap Minat Dalam Bertransaksi E-Commerce (Studi Empiris Pada Pegawai Kabupaten Pemalang*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Purwaningsih, E. (2010). *Hukum Bisnis*. Ghalia Indonesia.
- Ramli, A. M. (2004). *Cyber Law Dan HAKI Dalam Sistem Hukum Indonesia*. Refika Aditama.
- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>
- Sari, D. P., Soliha, E., Semarang, U. S., Perception, P., Process, P. D., & Produk, K. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian E-Commerce Tokopedia*. 342.
- Septiawati, R., Murhad, A., Dinata, D., Anggainy, R., Sari, W., & Febrianty, F. (2019). Pemanfaatan Limbah Kain Perca Sebagai Alternatif Peluang Usaha. *Comvice: Journal of Community Service*, 3(1), 1.

- <https://doi.org/10.26533/comvice.v3i1.168>
- Setyowati, D., Putra, C. P., & Saputro, R. D. (2018). Perlindungan Hukum Pada Tindak Pidana E-Commerce. *Jurnal Perspektif Hukum*, 18(2), 215–246.
- Stefani. (2021). Kepastian Hukum Penyelesaian Sengketa E-Commerce di Indonesia Secara Online. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(7), 6.
- Suhariyanto, B. (2012). *Tindak Pidana Teknologi Informasi (Cybercrime), Urgensi Pengaturan dan Celah Hukumnya*. Rajawali Press.
- Sumali, A., Rovita, A., Farida, S. I., & Mogi, A. (2021). Ekonomi Kreatif Usaha Dagang Secara Online Dimasa Pandemi Covid 19. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 384.
- Tapung, M. M., Regus, M., Payong, M. R., Rahmat, S. T., & Jelahu, F. M. (2020). Bantuan sosial dan pendidikan kesehatan bagi masyarakat pesisir yang terdampak sosial-ekonomi selama patogenesis Covid-19 di Manggarai. *Transformasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 16(1), 12–26. <https://doi.org/10.20414/transformasi.v16i1.2067>
- Wulandari, Y. S. (2018). Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli E-commerce. *AJUDIKASI: Jurnal Ilmu Hukum*, 2(2), 199–210.
- Yarlina, V. P., Huda, S., Puspa, I., & Kuswandi, R. (2021). *Pengembangan Dan Pemasaran Produk Pangan Lokal Secara Digital Di Era Pandemi Covid-19*. 5(4), 1–8.
- Zulkifli, N. F. R. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Korban Penipuan Jual Beli Online Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Polrestabes Surabaya. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(5), 637–649.