

Penyuluhan Hukum Tentang Kewajiban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Di Kabupaten Kubu Raya Kalimantan Barat

Rachmawati^{1*}, Dina Karlina², David Banjarnahor³, Agalapea Jane⁴, Keisha Tamara Alvina⁵

^{1,2,3,4,5}Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura, Indonesia

E-mail: rachmawati@hukum.untan.ac.id

*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1896>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 04 July 2025

Revised: 10 July 2025

Accepted: 25 July 2025

Kata Kunci

Penyuluhan Hukum,
Kewajiban, Pelaku Usaha,
Konsumen

Keywords

Legal Counseling,
Obligations, Business Actors,
Consumers

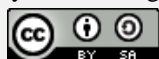


ABSTRACT

Pengetahuan akan kesadaran dan kepatuhan hukum di kalangan pelaku UMKM menjadi fondasi dalam membangun ekosistem usaha yang berkelanjutan. Ketika pelaku usaha memahami dan mematuhi ketentuan hukum seperti standar kelayakan, keamanan, kualitas serta transparansi informasi produk, maka tidak hanya memenuhi kewajiban formal, tetapi menegaskan komitmen moral kepada konsumen. Kepatuhan tersebut menciptakan hubungan timbal balik yang sehat antara hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha, sehingga kepercayaan publik menguat, potensi konflik ditekan dan praktik usaha yang sehat dapat tumbuh dan berkembang. Dalam kontes UMKM air minum isi ulang, pengetahuan hukum yang memadai akan membantu pelaku usaha untuk selalu menempatkan perlindungan konsumen sebagai prioritas utama. Pelaku UMKM juga didorong untuk patuh administratif dan menginternalisasi bahwa kepatuhan hukum adalah bagian dari identitas usaha, sehingga dalam melaksanakan kegiatan usaha pengisian air minum isi ulang juga memiliki pola pikir yang berdaya saing. Peningkatan pengetahuan akan kesadaran dan kepatuhan hukum di kalangan pelaku UMKM dituntut melalui strategi edukasi yang inovatif dan berkelanjutan. Rendahnya literasi hukum serta minimnya sosialisasi regulasi menjadi tantangan yang harus diatasi melalui pendekatan yang lebih kolaboratif dan adaptif. Pengetahuan hukum tidak cukup disampaikan secara teoritis tetapi harus juga diterjemahkan ke dalam praktik melalui pelatihan dan pendampingan intensif. Pemerintah, asosiasi dan institusi pendidikan tinggi perlu bersinergi dalam menyediakan akses informasi yang mudah dipahami dan relevan dengan kebutuhan pelaku usaha sehingga mampu melaksanakan nilai kepatuhan sebagai bagian dari identitas profesional pelaku usaha. Kepatuhan hukum harus dipandang sebagai tanggung jawab dan bukan beban, yang melekat pada setiap pelaku usaha dan bukan sekadar formalitas administratif. Integritas dan komitmen terhadap perlindungan konsumen dapat membangun reputasi usaha yang kuat dan berkelanjutan dalam masyarakat. Pada akhirnya kesadaran dan kepatuhan hukum yang sudah terinternalisasi dengan baik akan menjadi modal sosial dalam memperkuat daya tahan UMKM di tengah perubahan dinamis dan tantangan zaman.

Knowledge of awareness and presence of law among MSMEs is the foundation for building a sustainable business ecosystem. When business actors understand and comply with legal provisions such as standards of eligibility, safety, quality and transparency of product information, they not only fulfill formal obligations but also affirm moral commitment to consumers. This compliance creates a healthy reciprocal relationship between consumer rights and business actors' obligations, so that public trust is strengthened, potential conflicts are suppressed and healthy business practices can grow and develop. In the refill drinking water MSME contest, adequate legal knowledge will help business actors to always place consumer protection as the main priority. MSMEs are also encouraged to comply with administrative and internalize that legal compliance is part of the business identity, so that in carrying out refill drinking water business activities they also have a competitive mindset. Increasing knowledge of awareness and legal compliance among MSMEs is required through innovative and sustainable strategic education. Low legal literacy and

minimal socialization of regulations are challenges that must be overcome through a more collaborative and adaptive approach. Legal knowledge is not enough to be delivered theoretically but must also be translated into practice through intensive training and mentoring. The government, associations and higher education institutions need to synergize in providing access to information that is easy to understand and relevant to the needs of business actors so that they are able to implement compliance values as part of the professional identity of business actors. Legal compliance must be seen as a responsibility and not a burden, which is inherent in every business actor and not just an administrative formality. Integrity and commitment to consumer protection can build a strong and sustainable business reputation in society. Ultimately, legal awareness and compliance that has been well internalized will become social capital in strengthening the resilience of MSMEs amidst dynamic changes and challenges of the times.



access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite: Rachmawati, et al (2025). Penyuluhan Hukum Tentang Kewajiban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Di Kabupaten Kubu Raya Kalimantan Barat.4(1), 2402-2412 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1896>

PENDAHULUAN

Bentuk kegiatan ekonomi yang sangat mudah diakses dan dijalankan oleh berbagai lapisan masyarakat bernama usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), dengan tanpa memandang tingkat pendapatan atau latar belakang sosial. Fleksibilitas dan kesederhanaan dalam pengelolaan UMKM memberikan peluang bagi individu dari kalangan ekonomi rendah hingga menengah untuk memulai usaha dengan modal dan sumber daya yang relatif terbatas. Hal tersebut menjadikan UMKM sebagai salah satu pilar penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara luas, karena membuka peluang kerja, memperkuat ekonomi lokal dan mendorong kemandirian finansial. Namun, agar UMKM dapat berkontribusi secara optimal terhadap perbaikan kualitas hidup, diperlukan pendampingan yang berkelanjutan, terutama dalam aspek pengelolaan usaha dan pemahaman hukum yang mengatur hubungan antara pelaku usaha dan konsumen (Irianto & Tyasari, 2022).

Pengetahuan akan kesadaran dan kepatuhan hukum yang rendah sering kali menjadi kendala utama dalam implementasi perlindungan konsumen, sehingga penyuluhan hukum menjadi strategi krusial untuk mengedukasi pelaku usaha agar memahami hak dan kewajiban pelaku usaha secara menyeluruh, agar upaya perlindungan konsumen dapat berjalan efektif maka penting untuk menekankan pemahaman dan pelaksanaan kewajiban hukum oleh pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) terhadap konsumen di Kabupaten Kubu Raya, Kalimantan Barat. Dalam konteks perlindungan konsumen, pelaku usaha memiliki tanggung jawab yang tidak hanya bersifat moral, tetapi juga diatur secara tegas dalam UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Negara & Kristinae, 2018). Kewajiban tersebut mencakup itikad baik dalam menjalankan usaha, memberikan informasi yang benar dan jelas mengenai produk atau jasa, menjamin mutu barang sesuai standar yang berlaku serta memberikan kompensasi apabila terjadi kerugian pada konsumen. Namun, kenyataannya masih ditemukan pelaku UMKM yang belum sepenuhnya memahami atau melaksanakan kewajiban tersebut sehingga berpotensi merugikan konsumen dan menimbulkan konflik hukum (Claria, 2021).

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran strategis yang merupakan suatu aktivitas usaha yang menciptakan kesempatan kerja, dan mampu menyediakan layanan ekonomi yang luas bagi masyarakat serta berperan aktif dalam mendukung pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta berperan dalam memajukan stabilitas nasional. Namun, untuk memaksimalkan peluang tersebut perlu adanya pendekatan inovatif dalam pemberdayaan UMKM seperti pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi operasional, kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta dan akademisi pun diperlukan dalam menyediakan pelatihan kewirausahaan, akses pembiayaan yang mudah serta pendampingan hukum yang akan memperkuat daya saing UMKM. Sinergi yang terjalin akan memperkuat daya saing UMKM sebagai pilar dalam membangun ekonomi yang inklusif. Usaha mikro, kecil, menengah saat ini berperan sebagai pilar utama dalam menopang perekonomian masyarakat untuk lebih mandiri dan tangguh (resilient) dalam menghadapi tantangan ekonomi. Peran

UMKM vital dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat karena mampu memberikan tambahan sumber pendapatan bagi keluarga yang akan membantu memenuhi kebutuhan sehari-hari. Namun, agar peran tersebut dapat berkembang dan memberikan dampak yang lebih signifikan, dibutuhkan pendekatan yang lebih inovatif dan terintegrasi dalam pengembangan UMKM, misal dalam pemberian akses pelatihan keterampilan manajemen keuangan, pemasaran digital serta pendampingan hukum yang memadai (Rosita, 2020).

Pendekatan secara holistik penting karena perlindungan konsumen memiliki empat alasan fundamental yang menjadi pijakan penting dalam menjaga keseimbangan dan keberlanjutan pembangunan nasional yakni sebagai berikut : pertama; melindungi konsumen adalah bagian upaya menjaga keseluruhan bangsa sebagaimana diamanatkan UUD Tahun 1945 yang menegaskan bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat secara menyeluruh, dengan memberikan perlindungan hukum kepada konsumen, negara memastikan bahwa hak masyarakat sebagai pengguna barang dan jasa terlindung sehingga tercipta keadilan sosial dan stabilitas ekonomi yang menjadi fondasi kemajuan bangsa (Setyorini et al., 2021). Kedua; perlindungan konsumen sangat diperlukan untuk menghindari dampak negatif kemajuan teknologi yang semakin pesat, karena teknologi yang berkembang tanpa pengawasan dapat menimbulkan risiko seperti penyebaran informasi yang menyesatkan, produk yang tidak aman maupun praktik perdagangan yang merugikan konsumen. Ketiga, perlindungan konsumen juga berperan dalam menciptakan manusia yang sehat secara rohani dan jasmani, yang merupakan pelaku utama dalam proses pembangunan nasional, kesehatan fisik dan mental konsumen penting agar mampu berkontribusi secara optimal dalam pembangunan berkelanjutan sehingga menjaga kesinambungan kemajuan bangsa. Keempat, konsumen sebagai bagian dari masyarakat merupakan sumber dana utama pembangunan, melindungi konsumen berarti negara menjamin bahwa dana yang berasal dari masyarakat digunakan secara adil dan transparan serta tidak disalahgunakan oleh pelaku usaha, karena kepercayaan masyarakat penting dan berdampak pada sistem ekonomi yang akan tetap terjaga dan pembangunan dapat berjalan dengan lancar tanpa hambatan akibat konflik atau ketidakadilan dalam transaksi ekonomi (Primadewi, Fitriyani, & Adhyasti W, 2022).

Dalam konteks ini, sasaran utama dari penyuluhan hukum adalah pelaku usaha yang menjalankan usaha di bidang produksi dan penjualan air minum isi ulang, sebuah sektor usaha yang kini semakin dinikmati dan berkembang pesat di masyarakat, usaha tersebut menjanjikan keuntungan yang cukup menjanjikan karena kebutuhan akan air minum bersih terus meningkat terutama di daerah yang belum terjangkau oleh jaringan air bersih perusahaan daerah air minum (PDAM) dan masih mengandalkan sumber air tanah yang kualitasnya tidak layak konsumsi (Saputra, Sari, Rafiq, & Rahmawati, 2022). Fenomena tersebut mendorong banyak pelaku usaha untuk membuka depot air minum isi ulang baik di area umum maupun lingkungan pemukiman sehingga bisnis tersebut menjadi salah satu alternatif dalam memenuhi kebutuhan dasar masyarakat. Dengan pemahaman hukum yang lebih baik, pelaku usaha yang bergerak dalam bidang pengisian ulang air minum, diharapkan mampu menjalankan bisnis secara legal dan etis serta menjaga kualitas produk demi melindungi kesehatan konsumen. Hal tersebut memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap produk usaha mikro kecil menengah lokal dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif (Utami & Herwastoeti, 2022). Pengetahuan tersebut penting untuk disebarluaskan kepada masyarakat umum agar dapat turut mendorong praktik bisnis yang bertanggung jawab dan berdaya saing. Melalui penyuluhan hukum mengenai kewajiban pelaku usaha khususnya dalam konteks pelaku usaha air minum isi ulang tanpa merek atau depot air minum isi ulang (DAMIU), maka menjadi sangat penting untuk diberikan kesadaran dan pemahaman yang mendalam tentang perlindungan konsumen (Armadi, Misbahudholam AR, & Aini, 2022). Pelaku UMKM yang bergerak di bidang tersebut harus memahami bahwa perlindungan konsumen bukan hanya formalitas, melainkan fondasi utama agar usaha tetap berjalan dan berkembang secara berlanjut dan mendapat kepercayaan oleh masyarakat (Syafitri & Dewi, 2022). Kewajiban pelaku usaha harus mencakup aspek teknis seperti memenuhi standar higienitas dan sanitasi yang telah diatur oleh pemerintah termasuk juga pelatihan sertifikasi standar air layak minum sehingga pelaku usaha memiliki pola pikir dalam menghormati hak-hak konsumen dengan memberikan produk aman, berkualitas (Kahman, 2021).

Keberadaan hukum perlindungan konsumen sebagai landasan yang memberikan jaminan atas hak konsumen sekaligus menuntut pelaku usaha untuk memahami dan menghormati kewajiban pelaku usaha. Dengan keberadaan hukum perlindungan konsumen, diharapkan hak konsumen dapat terlindungi dengan baik dan dipahami oleh pelaku usaha, sehingga hubungan hukum antara konsumen dan pelaku

usaha dapat dipertanggungjawabkan secara jelas dan sah, apabila ke depannya terjadi sengketa oleh salah satu pihak, dalam artian memiliki legal standing masing-masing (Dominika & Hasyim, 2019). Hal tersebut dapat turut menciptakan iklim usaha yang adil dan transparan sehingga apabila terjadi perselisihan atau sengketa maka kedua belah pihak dapat mengacu pada ketentuan hukum yang berlaku untuk menyelesaikan masalah tersebut secara objektif (Septadiani, Pribadi, & Rosnarti, 2022). Hukum perlindungan konsumen berfungsi sebagai instrumen preventif yang mendorong pelaku usaha melakukan usaha secara bertanggung jawab dan berorientasi pada kepuasan konsumen. Penyuluhan yang dirancang dengan kreatif dan kontekstual sehingga dapat memperkuat pemahaman pelaku usaha mikro kecil dan menengah terhadap aspek legal sekaligus membangun budaya kepatuhan yang berkelanjutan (Stephana Dyah Ayu R., Robertus Setiawan Aji Nugroho, Alexandra Adriani Widjaja, Agnes Advensia Christmastuti, & Vena Purnamasari, 2021).

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dirancang secara sistematis melalui tiga tahapan utama yang saling mendukung untuk mencapai tujuan peningkatan pemahaman hukum pelaku usaha mikro, kecil dan menengah terhadap perlindungan konsumen serta meningkatkan kesadaran hukum pelaku usaha. Kegiatan tahap awal, diawali dengan orientasi dan koordinasi yang bertujuan untuk mempersiapkan pihak yang terlibat dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan orientasi dan koordinasi meliputi pembahasan tujuan, materi serta strategi pelaksanaan penyuluhan hukum yang akan diberikan kepada pelaku usaha yang menjalankan usaha di bidang produksi dan penjualan air minum isi ulang (Christina Menuk Sri Handayani, Tony Susilo Wibowo, & Tri Ari Prabowo, 2020). Pada tahap tersebut juga dilakukan identifikasi kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi pelaku usaha terkait pemahaman kewajiban hukum dan perlindungan konsumen. Selanjutnya pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat, pada tahap ini dilakukan penyuluhan hukum secara langsung kepada pelaku usaha mikro kecil dan menengah dengan metode ceramah, diskusi dan tanya jawab secara interaktif. Materi yang disampaikan mencakup kewajiban pelaku usaha menurut UU Perlindungan Konsumen, larangan yang harus dihindari dan kewajiban melakukan uji layak konsumsi air minum isi ulang ke dinas kesehatan hingga mendapatkan informasi higienitas yang wajib terjaga sebagai bentuk kepatuhan hukum dan menjaga kualitas. Lalu monitoring dan evaluasi pengabdian kepada masyarakat sebagai tahap akhir yang difokuskan pada pemantauan pelaksanaan hasil penyuluhan yang telah diberikan serta evaluasi dalam penerapan kewajiban hukum dalam perlindungan konsumen. Monitoring dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pelaku usaha untuk mengidentifikasi kendala dan kebutuhan lanjutan (Putri, Abbas, & Jumriani, 2021). Evaluasi juga menjadi dasar dalam merancang tindak lanjut yang lebih adaptif ke depannya terhadap dinamika usaha di segmen mikro, kecil, menengah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kewajiban Hukum Yang Harus Dipatuhi Oleh Pelaku Usaha Mikro, Kecil, Menengah Terhadap Konsumen

Dalam menjalankan usaha, pelaku usaha memiliki kewajiban hukum yang harus dipatuhi demi menjamin perlindungan dan keamanan konsumen secara menyeluruh. Kewajiban tersebut sebagai pemenuhan regulasi dan wujud tanggung jawab moral dan sosial dalam membangun kepercayaan konsumen. Hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha memiliki keterkaitan yang erat dan tidak bisa dipisahkan karena keduanya saling bergantung satu sama lain untuk menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dan berkelanjutan. Interdependensi (ketergantungan) tercipta melalui perbuatan hukum yang lahir dari interaksi antara pelaku usaha dan konsumen, sehingga setiap hak konsumen akan selalu berbanding lurus dengan kewajibannya secara konsisten, yang pada akhirnya memperkuat hubungan saling percaya dan menciptakan stabilitas dalam transaksi ekonomi (Khatimah, 2023). Dalam konteks ini, kewajiban pelaku usaha dapat dipahami sebagai bentuk pelaksanaan atau pemenuhan atas hak-hak yang dimiliki oleh konsumen, sehingga keduanya saling terkait secara erat dalam membangun hubungan usaha. Aspek yang mendasari terciptanya hubungan usaha yang sehat adalah melaksanakan kewajiban hukum. Berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha diwajibkan untuk menjamin keamanan, kualitas dan kejelasan informasi produk yang ditawarkan pada konsumen. Dalam usaha air minum isi ulang, kewajiban pelaku usaha mencakup pemenuhan standar

kesehatan dan sanitasi, transparansi mengenai sumber dan proses pengolahan air serta penyediaan produk yang bebas dari kontaminasi dan berbahaya bagi kesehatan. Pelaku usaha juga harus memahami hak konsumen untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan standar mutu dan berhak atas kompensasi apabila produk yang diterima tidak memenuhi ketentuan (R. Sari & Pebriani, 2023).

Pemahaman tersebut penting karena berkaitan langsung dengan konsep tanggung jawab hukum berkaitan erat dengan kewajiban hukum, seseorang dianggap bertanggung jawab secara hukum atas tindakan tertentu yang dilakukannya dan harus memikul konsekuensi hukum dari perbuatan tersebut, yang berarti dia bertanggung jawab atas suatu sanksi bila perbuatannya bertentangan. Makna yang terkandung yaitu terdapatnya tanggung jawab hukum yang tidak hanya sebatas pemenuhan kewajiban, tetapi mencakup setiap subjek hukum untuk bertindak secara hati-hati dan bertanggung jawab, karena setiap pelanggaran dapat berujung pada tuntutan yang telah diatur secara tegas dalam regulasi, kesadaran akan hubungan antara kewajiban dan tanggung jawab menjadi dasar dalam membangun perilaku taat hukum. Salah satu bentuk nyata dari kepatuhan adalah perhatian serius terhadap kualitas produk menjadi aspek penting yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha sebagai salah satu strategi utama dalam meningkatkan penjualan dan mempertahankan kepercayaan konsumen. Kualitas tersebut mencakup berbagai dimensi seperti daya tahan produk yang menunjukkan seberapa lama produk dapat digunakan tanpa menurun fungsinya, keandalan yang memastikan produk bekerja sesuai dengan yang dijanjikan, ketepatan dalam memenuhi kebutuhan konsumen, serta aspek higiene dan sanitasi yang penting terutama dalam produk yang berhubungan langsung dengan kesehatan konsumen (Darmawan, 2022).

Sementara itu, kewajiban merupakan elemen fundamental dalam hubungan hukum yang mengikat para pihak yang terlibat, baik konsumen maupun pelaku usaha. Pemahaman yang jelas mengenai hak dan kewajiban masing-masing sangat penting agar keduanya dapat bertindak secara bijaksana dalam setiap transaksi. Ketika konsumen dan pelaku usaha sama-sama menyadari batasan dan tanggung jawab yang dipenuhi maka potensi konflik akan dapat diminimalisir secara signifikan dan menciptakan hubungan yang baik dan saling menguntungkan. Dalam situasi tersebut, kewajiban menjadi suatu ikatan yang mengikat antara konsumen dan pelaku usaha, terutama dalam ranah UMKM yang bergerak bidang produksi dan penjualan air minum isi ulang. Pemahaman yang mendalam mengenai hak dan kewajiban masing-masing pihak akan menciptakan interaksi yang harmonis sehingga kedua belah pihak dapat menjalankan peran tanggung jawab secara bertanggung jawab. Praktikanya, pelaku usaha bertanggung jawab untuk memastikan bahwa produk yang ditawarkan memenuhi standar kualitas, aman dan layak digunakan, sementara konsumen memiliki hak untuk memperoleh informasi yang jelas dan transparan mengenai produk tersebut. Kepatuhan yang demikian menjadi dasar kepercayaan dan keberlanjutan usaha mikro, kecil dan menengah menjual isi ulang air minum. Dalam konteks perlindungan konsumen, hak dasar yang dimiliki konsumen dapat dirangkum menjadi tiga prinsip utama. Pertama, konsumen berhak dilindungi dari segala bentuk kerugian, baik yang bersifat pribadi maupun yang berkaitan dengan harta benda. Kedua, konsumen berhak mendapatkan barang atau jasa dengan harga yang adil dan wajar. Ketiga, konsumen juga memiliki hak untuk memperoleh penyelesaian yang layak apabila menghadapi masalah terkait produk atau layanan yang diterima. Ketiga prinsip tersebut saling melengkapi dan membentuk kerangka yang kokoh untuk memastikan perlindungan konsumen berjalan efektif, sekaligus menciptakan keseimbangan yang adil antara kepentingan pelaku usaha dan konsumen dalam interaksi pasar yang sehat (Glory, 2019).

Sebagai penegasan lebih lanjut, berdasarkan Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menetapkan bahwa pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi jika konsumen mengalami kerusakan, pencemaran atau kerugian yang dialami akibat penggunaan barang atau jasa yang dihasilkan dan diperdagangkan. Ganti rugi tersebut dapat berupa pengembalian atau penggantian berupa uang atau barang/jasa yang sejenis atau memiliki nilai setara. Oleh sebab itu, untuk mencegah kerugian tersebut, pelaku usaha wajib memberikan informasi yang jelas mengenai produk sebagai bagian dari tanggung jawab pada konsumen. Hal tersebut menjadi langkah penting dalam menjamin transparansi dan perlindungan konsumen secara menyeluruh. Namun, tantangan nyata yang dihadapi pelaku usaha mikro, kecil dan menengah adalah keterbatasan literasi hukum dan sumber daya untuk memenuhi seluruh kewajiban tersebut secara konsisten (Maulana, 2021). Oleh karena itu, solusi yang dapat diterapkan adalah pengembangan program penyuluhan yang terintegrasi dengan pelatihan teknis pengolahan air minum serta pemanfaatan teknologi untuk memberikan akses informasi dan konsultasi hukum secara mudah dan interaktif. Misalnya, aplikasi mobile yang menyediakan modul edukasi tentang standar

kesehatan, hak dan kewajiban pelaku usaha serta mekanisme penyelesaian sengketa (Firdaus, Purwoko, & Setyawan, 2022). Selain itu, kolaborasi pemerintah daerah, lembaga kesehatan dan asosiasi pelaku usaha seperti ASDAMINDO (Asosiasi Depot Air Minum Isi Ulang Indonesia) menjadi kunci utama dalam menyediakan pendampingan yang berkelanjutan sekaligus pengawasan ketat terhadap kualitas produk air minum isi ulang. Pengawasan yang efektif tidak dapat berjalan optimal jika hanya mengandalkan satu pihak saja, sinergi antar pemangku kepentingan diperlukan untuk menjamin standar kesehatan dan keamanan air minum yang dikonsumsi masyarakat. Kerjasama yang terstruktur dari pemerintah dapat memberikan regulasi dan pengawasan berkala, lembaga kesehatan dalam ruang lingkup terkecil yaitu puskesmas dapat menyediakan standar teknis dan pembinaan sanitasi serta pengecekan rutin kandungan air, sementara asosiasi pelaku usaha berperan dalam mengedukasi anggota serta menumbuhkan budaya kepatuhan terhadap regulasi.



Gambar 1. Penyerahan Bahan Komponen Filterisasi Air Isi Ulang Sebagai Bentuk Dukungan

Dalam kerangka tersebut, materi penyuluhan disusun untuk mengingatkan pelaku usaha agar tidak melakukan kelalaian atau sengaja melanggar aturan yang dapat berakibat serius, seperti menimbulkan kerugian bagi konsumen bahkan hingga menyebabkan kematian. Pelaku usaha wajib menjaga itikad baik dengan bersikap jujur, berhati-hati dan teliti dalam memilih serta menawarkan barang atau jasa kepada konsumen. Kelalaian yang merugikan membawa konsekuensi hukum yang serius, pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawaban dan diwajibkan memberikan kompensasi atas kerugian yang terjadi, maka dalam mengejar keuntungan juga harus memperhatikan aspek kejujuran dan keamanan produk agar tidak terjadi kerugian dan reputasi yang menurun. Untuk mendukung hal tersebut, model pembelajaran tersebut dapat juga dapat diintergrasikan dengan sistem pelaporan dan monitoring digital yang mempermudah pengawasan kualitas air secara berkala dan transparan. Selain itu, penguatan asosiasi seperti ASDAMINDO dapat menjadi wadah kolaborasi antar pelaku usaha untuk berbagai praktik terbaik dan mendorong standarisasi mutu produk secara mandiri. Dengan mekanisme tersebut, pengawasan tidak hanya menjadi tugas pemerintah, tetapi juga tanggung jawab bersama yang melibatkan seluruh elemen dalam ekosistem usaha air minum isi ulang. Keberhasilan pengelolaan usaha air minum isi ulang tidak bergantung pada usaha individu melainkan juga sinergi dan pendekatan holistik dalam menjamin kualitas produk dan perlindungan konsumen sehingga harapannya memperkuat ekonomi lokal dan pencapaian tujuan pembangunan kesehatan nasional yang aman dan sejahtera bagi seluruh lapisan masyarakat (kelvianto suisa, 2016).

Cara Meningkatkan Kesadaran Hukum Pelaku Usaha Mikro, Kecil, Menengah Mengenai Perlindungan Konsumen

Meningkatkan kesadaran hukum pelaku usaha mikro, kecil dan menengah khususnya pelaku usaha air minum isi ulang merupakan tantangan yang memerlukan pendekatan multidimensi dan inovatif. Sebagian besar pelaku usaha di bidang tersebut masih kurang memahami secara menyeluruh pentingnya UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta berbagai peraturan teknis yang mengatur standar kualitas dan perizinan untuk usaha air minum isi ulang. Rendahnya kesadaran hukum seringkali berdampak pada kurangnya kepatuhan terhadap standar kesehatan, minimnya informasi yang jujur dan transparan kepada konsumen serta lemahnya perlindungan terhadap hak konsumen. Kondisi tersebut semakin diperparah, bahwa sebagian besar pelaku usaha mikro, kecil dan menengah dipengaruhi akibat kurangnya pemahaman yang berakar pada minimnya sosialisasi hukum, keterbatasan akses informasi serta rendahnya literasi hukum di kalangan UMKM. Padahal implementasi perlindungan konsumen bukan sekadar kewajiban formal, melainkan komitmen untuk membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang antara pelaku usaha dan masyarakat, pemahaman yang lebih

baik mengenai perlindungan konsumen diharapkan dapat mendorong pelaku usaha untuk lebih bertanggung jawab dan profesional (Ardiansyah & Aquinia, 2022).

Dalam konteks tersebut, kesadaran pelaku usaha akan kewajiban untuk mematuhi peraturan menjadi faktor kunci yang menentukan keberhasilan upaya perlindungan konsumen. Ketika pelaku usaha secara aktif memahami dan menjalankan tanggung jawab yang telah diatur oleh undang-undang, perlindungan maksimal bagi konsumen dapat terwujud secara nyata. Undang-Undang telah menetapkan batasan dan tanggung jawab yang jelas bagi pelaku usaha, sehingga kepatuhan terhadap regulasi bukan hanya melindungi konsumen dari potensi kerugian, tetapi juga memperkuat fondasi usaha itu sendiri melalui reputasi positif dan kepercayaan yang terus terbangun. Keberhasilan perlindungan konsumen bergantung pada integritas dan komitmen pelaku usaha untuk menempatkan kepentingan konsumen sebagai prioritas utama. Namun, upaya tersebut tidak dapat berjalan tanpa dukungan memadai dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penting untuk melibatkan lembaga pemerintah, dinas kesehatan, asosiasi pelaku usaha dan lembaga perlindungan konsumen dalam kolaborasi lintas sektor guna memberikan pendampingan, pengawasan dan pembinaan secara rutin. Pemerintah daerah dalam hal ini Pemerintah Kabupaten Kubu Raya Provinsi Kalimantan Barat dapat memperkuat pengawasan dengan melakukan pendataan, pembinaan serta penegakan hukum yang tegas terhadap pelaku usaha yang melanggar standar kualitas dan perizinan. Selanjutnya, asosiasi pelaku usaha seperti Asosiasi Depot Air Minum Isi Ulang Indonesia menjadi mitra strategis dalam menyebarkan informasi, best practice serta membangun jejaring antar pelaku usaha untuk saling mendukung dalam peningkatan kepatuhan hukum (Hanum & Hidayat, 2017).

Peran tersebut penting karena hukum perlindungan konsumen tidak hanya dirancang untuk menjaga hak konsumen secara langsung, tetapi juga berfungsi sebagai dorongan bagi pelaku usaha agar menjalankan setiap aspek kegiatan usahanya dengan penuh tanggung jawab. Dengan adanya asosiasi yang aktif dan terorganisir, pelaku usaha dapat lebih mudah mengakses edukasi hukum, memahami standar kualitas yang harus dipenuhi serta mendapatkan dukungan dalam penerapan usaha yang etis. Kepatuhan hukum akan menjadi budaya yang melekat dan tanggung jawab menjadi prioritas utama harus benar diinternalisasi oleh pelaku usaha agar kegiatan usaha yang sehat dapat terwujud. Namun, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha masih memandang konsumen semata-mata sebagai sumber pendapatan dan keuntungan, tanpa memperhatikan hak konsumen secara memadai. Hal tersebut tercermin dari ketidakpatuhan terhadap peraturan yang mengatur keamanan produk, prosedur produksi hingga kewajiban mencantumkan informasi produk yang jelas. Ketidakpatuhan tersebut akan merugikan konsumen sekaligus menciptakan risiko hukum yang serius bagi pelaku usaha. Prinsip tanggung jawab yang diatur dalam hukum perlindungan konsumen menegaskan bahwa konsumen tidak perlu membuktikan unsur kesalahan pelaku usaha untuk mengajukan tuntutan ganti rugi atas barang atau jasa yang tidak layak atau berbahaya, cukup dengan membuktikan adanya hubungan sebab akibat antara produk dan kerugian yang dialami konsumen sehingga diperoleh perlindungan hukum yang adil. Oleh karenanya, membangun kesadaran dan kepatuhan hukum yang kuat di kalangan pelaku usaha harus menjadi fokus utama dalam upaya perlindungan konsumen. Pendekatan edukatif yang berkesinambungan, pengawasan serta penerapan sanksi tegas akan mendorong pelaku usaha untuk patuh dan komitmen terhadap tanggung jawab (MUWAHDI, 2021).

Dalam konteks tersebut, pelaku usaha yang meliputi penjual, pedagang atau siapa pun yang menawarkan barang dan jasa kepada konsumen, memiliki kewajiban fundamental untuk memastikan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan berada dalam kondisi bebas dari kerusakan dan layak konsumsi. Kewajiban tersebut harus memenuhi standar kualitas yang ditetapkan karena dengan demikian hal tersebut mewujudkan bentuk penghormatan terhadap hak konsumen yang berhak mendapatkan produk yang aman dan sesuai dengan harapan. Pelaku usaha harus paham tanggung jawab merupakan bagian integral dari keberlangsungan usahanya. Tujuannya adalah agar konsumen tidak merasa dirugikan dan akhirnya dapat memperoleh ganti rugi jika terjadi ketidaksesuaian atau pertanggungjawaban kepada penjual. Karena ketika pelaku usaha secara proaktif memenuhi kewajibannya dengan menyediakan produk yang aman, berkualitas dan sesuai standar, maka risiko terjadinya sengketa dapat diminimalisir. Oleh karena itu, penerapan kehati-hatian dalam setiap tahap awal, produksi sampai pemasaran menjadi fokus agar pelaku usaha dapat memahami bahwa perlindungan konsumen adalah bersifat mengikat dan wajib untuk dilaksanakan. Namun, melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat, terungkap berbagai kendala yang dihadapi pelaku usaha dalam

memahami kewajiban hukum terkait perlindungan konsumen. Salah satu hambatan utama adalah ketidaktahuan akan keberadaan aturan hukum yang secara jelas mengatur hak-hak konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha dalam menjalankan kewajibannya (Sujiono, Pattipawae, & Soplantila, 2021).



Gambar 2. saat berdiskusi dan memberikan analisis terkait kasus dengan pelaku usaha air minum isi ulang

Kurangnya sosialisasi memberikan dampak kurangnya pemahaman mengenai pentingnya perlindungan konsumen yang harus dilakukan pelaku usaha sebagai bagian dari kegiatan usaha yang beretika dan berkelanjutan. Diperlukan upaya edukasi hukum yang efektif seperti penyuluhan yang dilakukan secara langsung, namun belum dapat menjangkau seluruh pelaku usaha karena keterbatasan akses dan sumber daya, dinamika usaha yang berkembang pun semakin kompleks dan terus berubah. Maka diperlukan sekali suatu pendekatan inovatif dengan pemanfaatan teknologi digital dalam melakukan penyuluhan secara interaktif, pelatihan berjenjang yang disesuaikan dengan karakteristik pelaku usahanya, kolaborasi antara asosiasi dan lembaga pelatihan, kolaborasi pemerintah dan akademisi (Fegi, Khairani, & Andora, 2023).

Dalam hal ini, akademisi memiliki peran strategis dalam mendukung dan membantu perlindungan konsumen melalui pemberian pemahaman dan edukasi kepada masyarakat, terutama saat dalam kegiatan pengabdian yang dilakukan. Selain itu, dapat menjembatani kesenjangan informasi antara regulasi hukum dan praktik di lapangan, sehingga masyarakat khususnya pelaku usaha dan konsumen dapat lebih sadar akan hak dan kewajibannya. Perlindungan konsumen terhadap barang atau jasa yang diperdagangkan merupakan upaya dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara luas, edukasi yang berkelanjutan dan berbasis bukti nyata menjadi prioritas dalam melakukan penyuluhan sehingga relevan dengan kebutuhan pelaku usaha air minum isi ulang yang berkembang saat ini (P. K. Sari, 2018). Salah satu upaya konkret untuk meningkatkan pemahaman pelaku usaha mengenai perlindungan konsumen adalah dengan menyampaikan materi yang komprehensif dan sistematis terkait ketentuan hukum yang berlaku, khususnya yang diatur dalam UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.



Gambar 3. Saat Melakukan Diskusi Langsung Di Tempat Usaha Air Isi Ulang

Materi tersebut mencakup kewajiban pelaku usaha dalam melindungi konsumen, dimulai dengan ketentuan dalam Pasal 7 UU No. 8 Tahun 1999 yang mengharuskan pelaku usaha untuk bertindak dengan itikad baik dalam menjalankan usahanya. Pelaku usaha juga wajib memberikan informasi yang

benar, jelas dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang atau jasa yang didagangkan sekaligus menjelaskan secara transparan cara penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan produk kepada konsumen. Selain itu, pelaku usaha wajib melayani konsumen dengan adil tanpa diskriminasi, menjamin mutu barang atau jasa sesuai standar yang berlaku dan memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji produk serta memberikan garansi atau jaminan atas barang yang diperdagangkan. Kewajiban tersebut mencakup pula pemberian kompensasi atau ganti rugi apabila terjadi kerugian akibat barang atau jasa yang tidak sesuai. Yang kedua; Pasal 8 dan Pasal 9 UU No. 8 Tahun 1999 mengatur perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, seperti memproduksi atau memperdagangkan barang atau jasa yang tidak memenuhi standar yang dipersyaratkan, tidak sesuai dengan label atau menyesatkan konsumen. Larangan tersebut bertujuan melindungi konsumen dari kegiatan usaha yang merugikan dan memastikan pelaku usaha bertanggung jawab atas kualitas produk yang ditawarkan. Yang ketiga; Pasal 10 UU No. 8 Tahun 1999 menjelaskan tujuan pelaku usaha dalam menawarkan barang dan jasa yaitu dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen secara adil dan bertanggung jawab, bukan semata untuk mencari keuntungan tanpa memperhatikan dampak sosial dan kesehatan para konsumen. Yang keempat; Pasal 18 UU No. 8 Tahun 1999 mengatur tentang pencantuman klausula baku dalam perjanjian haruslah jelas, adil dan tidak merugikan konsumen sehingga memberikan perlindungan hukum yang seimbang antara pelaku usaha dan konsumen (Hidayat & Hidayah, 2023).

Dalam memastikan pemahaman dan penerapan ketentuan secara efektif, pengembangan program penyuluhan hukum tidak hanya sekadar sifatnya informatif melainkan interaktif dan dibantu oleh basis teknologi digital sehingga dapat menjangkau pelaku usaha secara lebih luas dan efektif. Misalnya saja penggunaan database dari platform daring yang menyediakan modul edukasi hukum, lalu ada konsultasi langsung dengan ahli hukum serta simulasi kasus perlindungan konsumen yang dapat meningkatkan daya serap dan penerapan materi secara praktis (Bakhri, 2021). Selanjutnya adalah penguatan kolaborasi antara pemerintah daerah, asosiasi UMKM dan akademisi yang dapat memperkuat jejaring dukungan serta memastikan kontinuitas program penyuluhan tersebut. Harapannya pelaku usaha mikro, kecil dan menengah di Kabupaten Kubu Raya mampu menjalankan usaha secara bertanggung jawab karena telah dibekali pemahaman kewajiban secara hukum, sehingga tercipta hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan antara pelaku usaha dan konsumen.

KESIMPULAN

Pengetahuan akan kesadaran dan kepatuhan hukum di kalangan pelaku UMKM menjadi fondasi dalam membangun ekosistem usaha yang berkelanjutan. Ketika pelaku usaha memahami dan mematuhi ketentuan hukum seperti standar kelayakan, keamanan, kualitas serta transparansi informasi produk, maka tidak hanya memenuhi kewajiban formal, tetapi menegaskan komitmen moral kepada konsumen. Kepatuhan tersebut menciptakan hubungan timbal balik yang sehat antara hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha, sehingga kepercayaan publik menguat, potensi konflik ditekan dan praktik usaha yang sehat dapat tumbuh dan berkembang. Dalam kontes UMKM air minum isi ulang, pengetahuan hukum yang memadai akan membantu pelaku usaha untuk selalu menempatkan perlindungan konsumen sebagai prioritas utama. Pelaku UMKM juga didorong untuk patuh administratif dan menginternalisasi bahwa kepatuhan hukum adalah bagian dari identitas usaha, sehingga dalam melaksanakan kegiatan usaha pengisian air minum isi ulang juga memiliki pola pikir yang berdaya saing.

Peningkatan pengetahuan akan kesadaran dan kepatuhan hukum di kalangan pelaku UMKM dituntut melalui strategi edukasi yang inovatif dan berkelanjutan. Rendahnya literasi hukum serta minimnya sosialisasi regulasi menjadi tantangan yang harus diatasi melalui pendekatan yang lebih kolaboratif dan adaptif. Pengetahuan hukum tidak cukup disampaikan secara teoritis tetapi harus juga diterjemahkan ke dalam praktik melalui pelatihan dan pendampingan intensif. Pemerintah, asosiasi dan institusi pendidikan tinggi perlu bersinergi dalam menyediakan akses informasi yang mudah dipahami dan relevan dengan kebutuhan pelaku usaha sehingga mampu melaksanakan nilai kepatuhan sebagai bagian dari identitas profesional pelaku usaha. Kepatuhan hukum harus dipandang sebagai tanggung jawab dan bukan beban, yang melekat pada setiap pelaku usaha dan bukan sekadar formalitas administratif. Integritas dan komitmen terhadap perlindungan konsumen dapat membangun reputasi usaha yang kuat dan berkelanjutan dalam masyarakat. Pada akhirnya kesadaran dan kepatuhan hukum yang sudah terinternalisasi dengan baik akan menjadi modal sosial dalam memperkuat daya tahan UMKM di tengah perubahan dinamis dan tantangan zaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, M. F., & Aquinia, A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Konsumen Marketplace Tokopedia). *Seiko: Journal Of Management & Business*, 5(1), 469–477. <https://doi.org/10.37531/Sejaman.V5i2.2117>
- Armadi, A., Misbahudholam Ar, M., & Aini, K. (2022). Training And Coaching Strengthening Character Education Based On School Culture Inthe Upper Class Of Madrasah Ibtidaiyah Nurul Islam Tamidung Batang-Batang. *Mattawang: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 144–151. <https://doi.org/10.35877/454ri.Mattawang818>
- Bakhri, S. (2021). Penataan Pedagang Kaki Lima: Resiliensi Usaha Di Masa Pandemi. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 6(2), 147. <https://doi.org/10.24235/Jm.V6i2.8878>
- Christina Menuk Sri Handayani, Tony Susilo Wibowo, & Tri Ari Prabowo. (2020). Media Sosial Dan Pendidikan Kewirausahaan Pengaruhnya Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen. *Majalah Ekonomi*, 25(2), 110–121. <https://doi.org/10.36456/Majeko.Vol25.No2.A2941>
- Claria, D. A. K. (2021). Sosialisasi Penggunaan Kalimat Imperatif Sebagai Strategi Pemasaran Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Pejeng Gianyar. *Jurnal Abdidas*, 2(3), 472–482. <https://doi.org/10.31004/Abdidas.V2i3.300>
- Darmawan, S. A. (2022). Mendeteksi Persekongkolan Dari Pola Penawaran Harga. *Jurnal Pengadaan Barang/Jasa*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.55961/Jpbj.V1i1.6>
- Dominika, N., & Hasyim, H. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penjualan Kosmetik Berbahaya Di Indonesia: Suatu Pendekatan Kepustakaan. *Niagawan*, 8(1), 60. <https://doi.org/10.24114/Niaga.V8i1.12807>
- Fegi, F., Khairani, K., & Andora, H. (2023). Kepatuhan Kepala Daerah Dalam Melaksanakan Putusan Pengadilan Tata Usaha Negara Padang Yang Telah Berkekuatan Hukum Tetap. *Unes Law Review*, 6(1), 1129–1135.
- Firdaus, I. Z., Purwoko, P., & Setyawan, R. R. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Distribusi Dan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 6(3), 1466–1478. <https://doi.org/10.31955/Mea.V6i3.2491>
- Glory, H. (2019). *Peran Seksi Pengawasan Perlindungan Konsumen Dan Tertib Niaga Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi Kalimantan Barat Dalam Pemberian Perlindungan Konsumen Terhadap Kegiatan Perdagangan Suku Cadang Kendaraan Bermotor Palsu Di Kota Pontianak*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Opgehaal Van <http://E-Journal.Uajy.Ac.Id/Id/Eprint/21832>
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike Di Kota Medan. *Jurnal Bis-A: Jurnal Bisnis Administrasi*, 6(1), 37–43.
- Hidayat, A. F., & Hidayah, D. D. (2023). Pengembangan Desa Mandiri Melalui Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa Di Desa Madiasari Kecamatan Cineam Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 4(4), 436–444. <https://doi.org/10.36418/Syntax-Imperatif.V4i4.268>
- Irianto, M. F., & Tyasari, I. (2022). Dampak Moderasi Tarif Atas Pemahaman Dan Kesadaran Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 10(2), 173–188. <https://doi.org/10.21067/Jrma.V10i2.7242>
- Kahman, H. (2021). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Kosmetik Yang Mengandung Bahan Berbahaya Di Kota Palopo. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah*, 2(3), 18. <https://doi.org/10.24252/Iqtishaduna.V2i3.19501>
- Kelvianto Suisa, Veronica Febrilia. (2016). Gaya Hidup Minum Kopi Konsumen Di The Coffee Bean And Tea Leaf Plasa Tunjungan Surabaya. *Jurnal Hospitality And Manajemen Wisata*, 326–343.
- Khatimah, H. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Aplikasi Lazada Dan Shopee. *Lex Lata*, 4(3). <https://doi.org/10.28946/Lexl.V4i3.1757>
- Maulana, S. (2021). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Online Makanan Organik*. Ipb University. Opgehaal Van <http://Repository.Ipb.Ac.Id/Handle/123456789/106836>

- Muwahdi, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Kafe Balai Kopmil Bekasi Utara)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta. Opgehaal Van [Http://Repository.Stei.Ac.Id/Id/Eprint/5847](http://Repository.Stei.Ac.Id/Id/Eprint/5847)
- Negara, D. J., & Kristinae, V. (2018). Pengaruh Teknologi Dan Inovasi Dalam Persaingan Traditional Food Di Kalimantan Tengah. *Jmd: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 45–52. <https://doi.org/10.26533/Jmd.V2i1.347>
- Primadewi, S., Fitriyani, W., & Adhysti W, K. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Impulse Pada Live Streaming E-Commerce Berdasarkan S-O-R (Stimulus Organism Response) Framework. *Jurnal Sosial Teknologi*, 2(10), 846–856. <https://doi.org/10.36418/Journalsostech.V2i10.427>
- Putri, M. A., Abbas, E. W., & Jumriani, J. (2021). Strategies In Developing Creative Economic Activities Based On Local Wisdom. *The Innovation Of Social Studies Journal*, 3(1), 42. <https://doi.org/10.20527/Iis.V3i1.3517>
- 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>
- Saputra, M., Sari, N., Rafiq, M., & Rahmawati, L. (2022). Pelatihan Inovasi Produk Serta Strategi Pemasaran Pada Umkm Bubuk Jahe Di Masa Pandemi Covid 19. *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 142. <https://doi.org/10.35914/Tomaega.V5i1.977>
- Sari, P. K. (2018). Penerapan Upaya Paksa Dalam Eksekusi Putusan Pengadilan Tata Usaha Negara Kepada Pejabat Tata Usaha Negara. *Ius Civile: Refleksi Penegakan Hukum Dan Keadilan*, 1(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/Unesrev.V6i1.823>
- Sari, R., & Pebriani, R. A. (2023). Pemahaman Literasi Keuangan Di Era Vuca Untuk Para Petani Karet. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (Jp2m)*, 4(1), 208–214. <https://doi.org/10.33474/Jp2m.V4i1.20063>
- Septadiani, W. P., Pribadi, O. S. I. ., & Rosnarti, D. (2022). Peran Model Pentahelix Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika. *Universitas Trisakti. Widya Putri Septadiani*, 22–31.
- Setyorini, D., Sukirno, S., Dewanti, P. W., Novitasari, B. T., Siregar, M. N. N., & Purnama, D. N. (2021). Peningkatan Kapasitas Umkm Melalui Penyusunan Business Plan. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.18196/Ppm.32.215>
- Stephana Dyah Ayu R., Robertus Setiawan Aji Nugroho, Alexandra Adriani Widjaja, Agnes Advensia Christmastuti, & Vena Purnamasari. (2021). Pemanfaatan Software Erp Pada Umkm: Pendampingan Konfigurasi Awal. *Sendimas 2021 - Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 95–99. <https://doi.org/10.21460/Sendimasvi2021.V6i1.30>
- Sujiono, A., Pattipawae, D. R., & Soplantila, R. (2021). Akibat Hukum Apabila Pejabat Tata Usaha Negara Tidak Melaksanakan Putusan Pengadilan Tata Usaha Negara. *Tatohi: Jurnal Ilmu Hukum*, 1(4), 364–375. <https://doi.org/https://doi.org/10.47268/Tatohi.V1i4.613>
- Syafitri, I., & Dewi, A. S. (2022). Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Produk Skincare Ilegal. *Juripol*, 5(2), 124–133. <https://doi.org/10.33395/Juripol.V5i2.11697>
- Utami, A., & Herwastoeti, H. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penjualan Obat-Obatan Ilegal Secara Online. *Klausula (Jurnal Hukum Tata Negara, Hukum Administrasi, Pidana Dan Perdata)*, 1(2), 93. <https://doi.org/10.32503/Klausula.V1i2.2727>