



SOSIALISASI TERKAIT LARANGAN PRAKTIK PENIPUAN DAN IKLAN MENYESATKAN OLEH PELAKU USAHA DALAM PERLINDUNGAN KONSUMEN KEPADA MAHASISWA UIN ANTASARI BANJARMASIN

Amelia Rahmaniah¹, Mahmudah², Nia Annisa³, Siti Nazla⁴, Silva Nor Hafizah⁵, Nadyatul
Jannah⁶, Muhamad Amin⁷, Muhammad Ikhlas⁸, Muhammad Khairur Rafe'i⁹, Muhammad Azizul
Hakim¹⁰, Muhammad Syaupi¹¹, Aulia Rahman¹²

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12}Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, Indonesia

Email: amelia Rahmaniah@uin-antasari.ac.id¹, mahmudah160206@gmail.com²,
annisia233@gmail.com³, sitinazla111@gmail.com⁴, selvanoorhafizah@gmail.com⁵,
hadihammadzaidan@gmail.com⁶, circelema07@gmail.com⁷, muhhammadikhlas584@gmail.com⁸,
raffi130506@gmail.com⁹, jackkuncoro.jk@gmail.com¹⁰, syaupi0324@gmail.com¹¹,
rahmanaulia@gmail.com¹²

Received 08-10-2025 | Revised 10-11-2025 | Accepted 26-12-2025

ABSTRACT

The growth of digital media has increased fraud and misleading advertising practices that harm consumers. Limited understanding of consumer rights, especially among students, makes consumer protection less effective as regulated by Law Number 8 of 1999. This community service activity aims to improve students' understanding of fraud, misleading advertising, and consumer rights through socialization activities at UIN Antasari Banjarmasin. The results show an improvement in students' awareness and caution as consumers.

Keywords: Socialization, Business Actors, Fraudulent

ABSTRAK

Perkembangan media digital meningkatkan praktik penipuan dan iklan menyesatkan yang merugikan konsumen. Kurangnya pemahaman masyarakat, khususnya mahasiswa, terhadap hak konsumen menyebabkan perlindungan konsumen belum berjalan optimal sesuai Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan memberikan pemahaman kepada mahasiswa mengenai praktik penipuan dan iklan menyesatkan serta hak konsumen. Metode yang digunakan adalah sosialisasi melalui pemaparan materi dan sesi tanya jawab kepada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mahasiswa tentang ciri iklan menyesatkan dan sikap lebih hati-hati sebagai konsumen.

Kata Kunci: Sosialisasi, Pelaku Usaha, Praktik Penipuan



PENDAHULUAN

Dengan berkembangnya teknologi informasi dan pesatnya pertumbuhan media digital membuat banyaknya praktik penipuan dan iklan yang menyesatkan di berbagai platform, mulai dari media cetak, elektronik, dan media sosial. Pelaku usaha sering memanfaatkan momen ini dengan menyebarkan informasi yang tidak benar, berlebihan, atau menyesatkan produk atau jasa yang mereka tawarkan, baik melalui promosi langsung ataupun endorsement oleh publik figur. Hal ini tidak hanya terjadi pada produk yang dikonsumsi sehari-hari, tetapi juga terjadi pada sektor makanan, kosmetik, hingga layanan digital, sehingga memperbesar potensi kerugian yang dialami masyarakat.

Penipuan merupakan tindakan yang tidak jujur atau bohong dengan maksud untuk menyesatkan dan mencari keuntungan, baik untuk diri sendiri ataupun orang lain secara materil maupun abstrak. Penipuan merugikan orang lain dan dapat dilakukan dalam berbagai bentuk¹. Oleh karena itu, konsumen harus lebih waspada dan cerdas dalam melakukan transaksi serta memahami tanggung jawab mereka dalam melindungi diri dari penipuan sehingga diperlukan pemahaman yang lebih baik tentang peran dan tanggung jawab konsumen dalam mencegah praktik penipuan.²

Tiap pemilik usaha percaya dengan promosi atau iklan memberi efek massif kepada pemasaran produk setelah diproduksi, hingga iklan menjadi wadah bagi pelaku usaha untuk bisa meraup keuntungan besar. Karena terkadang suatu produk bisa sangat laku di pasaran hanya dengan media iklan yang menarik minat banyak orang.³

Adapun dampak negatif yang timbul dari praktik penipuan dan iklan menyesatkan sangat banyak, terutama terhadap kepercayaan masyarakat terhadap pelaku usaha dan institusi hukum, serta dapat menimbulkan kerugian material dan immaterial bagi konsumen. Konsumen sangat sering dirugikan akibat informasi yang tidak benar, mulai dari kerugian finansial, gangguan kesehatan, hingga tekanan psikologis. Lemahnya kesadaran hukum dan kurangnya pengetahuan konsumen terkait hak-haknya, sehingga hukum yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan regulasi terkait belum

¹ Randi Aritama, "Penipuan Dalam Hukum Pidana Dan Hukum Perdata," *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah* 1, no. 3 (2022): 728-36., <https://doi.org/10.55681/sentri.v1i3.283>.

² Rustam, Martha Hasanah, et al. "Peran dan tanggung jawab konsumen untuk mencegah praktik penipuan dalam transaksi online dari perspektif hukum perlindungan konsumen." *Riau Law Journal* 7.1 (2023): 1-24.

³ Riancana, Resti, Nur Moh Kasim, and Fence M. Wantu. "PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN AKIBAT PERIKLANAN PRODUK KOSMETIK." *The Juris* 7.2 (2023): 376-382.

sepenuhnya efektif.

Latar belakang timbulnya iklan niaga yang menyesatkan adalah keinginan pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan maksimal, sehingga memberikan informasi atau promosi secara berlebihan (hiperbola) serta mengklaim produknya memiliki kualitas lebih baik dibandingkan dengan produk yang lain padahal informasinya kerap kali tidak sesuai dengan janji promosi dan berkesan menyesatkan konsumen⁴

Mahasiswa sebagai kelompok terdidik memiliki peran strategis sebagai agen perubahan dalam menyebarkan kesadaran hukum perlindungan konsumen. Tetapi, efektivitas edukasi dan sosialisasi hukum kepada mahasiswa masih menjadi tantangan, karena adanya kesenjangan antara regulasi yang ada dan kurangnya pemahaman praktis pada generasi muda sekarang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk dan modus penipuan dan iklan yang menyesatkan, serta mengevaluasi peran sosialisasi untuk meningkatkan pemahaman mahasiswa terkait hukum perlindungan konsumen.

METODE

Metode yang dipakai adalah Metode Pengabdian masyarakat melalui sosialisasi dengan tema larangan praktik penipuan dan iklan menyesatkan oleh pelaku usaha. Program sosialisasi ini disampaikan kepada Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada mahasiswa terkait apa saja yang tidak boleh dilakukan pelaku usaha. Adapun tahapan yang dilakukan dalam sosialisasi terkait praktik penipuan dan iklan menyesatkan oleh pelaku usaha yaitu:

- a. Menyusun materi dan membuat PPT tentang praktik penipuan dan iklan menyesatkan oleh pelaku usaha.

⁴ Pranda, Christo Mario. "Tinjauan Hukum Terhadap Iklan Yang Menyesatkan Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia Hukum Internasional Terkait." *Jurnal Paradigma Hukum Pembangunan* 7.2 (2022): 1-17.



- b. Penyampaian materi dan tanya jawab bersama Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin mengenai materi tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi mengenai larangan praktik penipuan dan iklan menyesatkan sangat penting untuk meningkatkan pemahaman mahasiswa, khususnya di UIN Antasari Banjarmasin, tentang hak-hak dan kewajiban pelaku usaha. Dalam konteks perlindungan konsumen di Indonesia, UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen secara tegas melarang pelaku usaha melakukan praktik penipuan dan memberikan informasi yang menyesatkan. Praktik penipuan dan iklan menyesatkan dapat merugikan konsumen sehingga edukasi kepada mahasiswa sebagai konsumen atau pelaku usaha menjadi sangat penting.

Kegiatan sosialisasi yang dilakukan kepada mahasiswa UIN Antasari



Banjarmasin dengan judul “Praktik penipuan dan iklan menyesatkan oleh pelaku usaha dalam perlindungan konsumen” dengan materi yang disajikan berupa definisi penipuan dalam konteks UUPK, larangan memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai janji, definisi iklan menyesatkan, larangan pemberian informasi yang tidak benar mengenai harga, kualitas, jaminan, waktu pengiriman, maupun potongan harga, serta memberikan contoh tentang praktik penipuan dan iklan menyesatkan.

Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan pada hari Senin, 20 Oktober 2025 pukul 15.00-16.00 WITA di lokal 2.1 Fakultas Syariah, dihadiri oleh mahasiswa 24A Hukum Ekonomi Syariah. Tim sosialisasi terdiri dari 1 Dosen Pengampu dan 11 orang Mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah UIN Antasari Banjarmasin.

Sosialisasi dimulai dengan mengucap basmalah dan sambutan dari tim sosialisasi. Kemudian memperkenalkan diri masing-masing, selanjutnya penyampaian materi dan dilanjutkan sesi tanya jawab, Sepanjang sosialisasi dilaksanakan mahasiswa tertarik dan antusias dengan materi yang disampaikan. Pada sesi tanya jawab ada 2 orang penanya dengan pertanyaan yang cukup bagus dan pertanyaan tersebut dijawab oleh tim sosialisasi dengan jawaban yang jelas dan tepat. Setelah sesi tanya jawab selesai, para mahasiswa terlihat lebih mengetahui dan lebih memahami tentang materi yang tim sampaikan.

Dengan adanya sosialisasi ini, mahasiswa diharapkan mampu mengenali ciri-ciri iklan menyesatkan, memahami hak-hak mereka sebagai konsumen, dan mengetahui mekanisme pengaduan jika mengalami kerugian akibat praktik curang. Selain itu, sosialisasi ini juga menanamkan nilai etika dan tanggung jawab sosial kepada



mahasiswa agar kelak dapat menjadi pelaku usaha yang jujur dan amanah.

PENUTUP

Sosialisasi dengan metode pengabdian masyarakat tentang larangan praktik penipuan dan iklan menyesatkan oleh pelaku usaha, dilaksanakan dengan cara pemaparan materi kepada para mahasiswa dan dilanjutkan sesi tanya jawab. Manfaat dari kegiatan ini adalah mahasiswa mengetahui tentang praktik penipuan dan iklan menyesatkan yang dilakukan oleh pelaku usaha serta mahasiswa menjadi lebih hati-hati terhadap barang dan/atau jasa yang akan digunakan atau dibeli. Dengan adanya kegiatan sosialisasi ini mampu memberikan dampak positif kepada mahasiswa. Mahasiswa yang mengikuti sosialisasi ini mendapatkan manfaat dan bertambahnya pemahaman tentang praktik penipuan dan iklan menyesatkan yang dilakukan oleh pelaku usaha.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan ribuan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi pada kelancaran kegiatan sosialisasi kepada Mahasiswa di UIN Antasari Banjarmasin. Dan kami juga berterima kasih kepada Dosen Pengampu mata kuliah Hukum Perlindungan Konsumen yang telah membantu dan memberikan dukungan terhadap kegiatan sosialisasi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Riancana, Resti, Nur M oh Kasim, and Fence M. Wantu. "PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN AKIBAT PERIKLANAN PRODUK KOSMETIK." *The Juris* 7.2 (2023): 376-382.
- Pranda, Christo Mario. "Tinjauan Hukum Terhadap Iklan Yang Menyesatkan Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia Hukum Internasional Terkait." *Jurnal Paradigma Hukum Pembangunan* 7.2 (2022): 1-17.
- Randi Aritama, "Penipuan Dalam Hukum Pidana Dan Hukum Perdata," *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah* 1, no. 3 (2022): 728-36., <https://doi.org/10.55681/sentri.v1i3.283>.
- Rustam, Martha Hasanah, et al. "Peran dan tanggung jawab konsumen untuk mencegah praktik penipuan dalam transaksi online dari perspektif hukum perlindungan konsumen." *Riau Law Journal* 7.1 (2023): 1-24.