



**Jurnal Pengabdian Eksplorasi Humaniora  
(EKSHUM)**

Vol. 4, No. 1, Maret 2026, pp. 68-72  
<http://jurnalekshum.ulm.ac.id/index.php/id>  
ISSN: 3031-8459 (Print) | 3032-3271 (Online)



## Sosialisasi Perlindungan Konsumen di Desa Karias Dalam Kecamatan Banjang, HSU

Siti Raudah<sup>1\*</sup>, Ilyawati<sup>2</sup>, Khaidir Yahya<sup>3</sup>, Lina Liyanti<sup>4</sup>, M. Zuma Agil<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai, Indonesia

\*Corresponding author: [siti.raudah8@gmail.com](mailto:siti.raudah8@gmail.com)

### Article Info

**Keywords:**

Legal Protection  
Consumer  
Cosmetic Produk

Submitted: 17/01/2026

Accepted: 14/03/2026

Published: 30/03/2026

### ABSTRACT

Consumer protection is a part of the law entitled principles or rules that apply and also contains properties that protect the interests of consumers. Related to consumer protection law in all principles and legal rules related to the relationship and problems between various parties to each other related to consumer goods and / or services in life. Learn this to explain and explain the principles of legal protection for consumers of cosmetic products and to know and explain legal protection for consumers of cosmetics. The formulation of the problem posed is how the principles of protection for consumers of cosmetic products and how to protect the law for consumers of cosmetic products. This research is a normative juridical legal research. Research data obtained by methods obtained by invitations and literature. With data sources derived from primary and secondary data, and analyzing the data used is qualitative normative, namely by describing and pouring data that will be compiled based on applicable laws and regulations. In the Field of Cosmetic Products In line with the Act No. 8 of 1999, the UUPK does not clearly state the provisions regarding cosmetics. However, Article 8 paragraph (1) letter a can be used by consumers who buy cosmetic products that do not meet quality standards. In the article it is said that business actors are prohibited from trading goods that are not in accordance with the required standards and statutory provisions. Circulating cosmetic products must meet the quality standards set by BPOM and related laws and regulations. The quality standard includes materials used in making cosmetics, production processes, buildings, equipment and handling personnel



© Year Author(s). Published by Business Administration, Lambung Mangkurat University. This is Open Access article under the CC-BY License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

## PENDAHULUAN

Hak asasi anak merupakan bagian dari hak asasi manusia yang termuat dalam Undang-Undang dasar negara republik Indonesia tahun 1945. Dari sisi kehidupan berbangsa dan bernegara, anak adalah masa depan bangsa dan generasi penerus bangsa, sehingga setiap anak berhak atas kelangsungan hidup, tumbuh dan berkembang, berpartisipasi berhak atas perlindungan dari tindak kekerasan dan diskriminasi serta hak sipil dan kebebasan. Hasil Proyeksi Sensus Penduduk Indonesia menyatakan 33,9% dari keseluruhan rakyat Indonesia merupakan anak-anak yang di bawah usia 18 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa berinvestasi untuk anak-anak adalah berinvestasi untuk sepertiga lebih

penduduk Indonesia, salah satu aspek penting untuk melihat kualitas anak adalah dari sisi pendidikan. Meskipun jaman sekarang tingkat pendidikan di Indonesia sudah tinggi, namun kualitas dan anak tersebut juga harus ditingkatkan demi terciptanya Sumber Daya Manusia yang berkualitas dimasa mendatang.

Anak merupakan generasi penerus cita-cita perjuangan bangsa serta sebagai sumber daya manusia dimasa depan yang merupakan modal bangsa bagi pembangunan yang berkesinambungan. Berangkat dari pemikiran tersebut, kepentingan yang utama tumbuh dan berkembang dalam kehidupan anak harus memperoleh prioritas yang sangat tinggi. Sayangnya tidak semua anak mempunyai kesempatan yang sama dalam merealisasikan harapan dan aspirasi. Tetapi apakah anak sebagai konsumen dan orang dewasa yang sama-sama merupakan subjek hukum dapat diperlakukan sama. Setiap anak sebagai konsumen dalam pengambilan suatu keputusan untuk membeli suatu produk sangatlah jauh berbeda dengan orang dewasa, dan anak-anak sebagai konsumenlah yang akan menjadi korban para pelaku usaha, karena disisi lain setiap anak sebagai konsumen masih membutuhkan serta ketergantungan penuh terhadap orang dewasa dalam suatu pengambilan keputusan untuk memilih barang/jasa yang baik dari para pelaku usaha.

Seorang anak betapa pun adalah seorang manusia, karenanya anak mempunyai kecenderungan bawaan untuk senantiasa berpikir dan bersikap kritis. Sikap kritis pada prinsipnya adalah sikap eksploratif yang didasari ingin tahu yang tinggi, bertanya-tanya, mencari jawaban dan tidak puas dengan penjelasan yang sebenarnya. Berkaitan dengan perkembangan anak, anak mempunyai dorongan untuk tumbuh, berkembang dan mengejar ketertinggalan dari teman-temannya. Oleh karena itu jajanan anak mempunyai pengaruh yang besar terhadap proses perkembangan anak. Dalam hal ini, jajanan anak dapat berpengaruh terhadap perkembangan daya pikir dan daya serap anak terhadap hal-hal baru.

Yang dimaksud dengan makanan jajanan anak adalah makanan dan jajanan yang dijual di sekitar sekolah dan banyak dikonsumsi oleh anak-anak sekolah. Anak yang membeli dan mengonsumsi makanan jajanan anak merupakan konsumen. Konsumen harus mendapatkan perlindungan hukum sebagai konsumen. Seperti yang disebutkan dalam UU no 8 tahun 1999 tentang perlindungan hukum yaitu: Pasal 1 angka 1 "Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjalin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen." Bukan hanya perlindungan konsumen yang dibutuhkan oleh anak, tetapi juga hak-hak-hak anak sebagaimana mestinya yang seharusnya mendapat perlindungan hukum, dimana terkadang dilalaikan oleh penjual makanan jajanan anak. Banyaknya penjual makanan jajanan anak yang mengejar produksi dan keuntungan tanpa berpikir bagaimana memenuhi hak-hak anak. Hal yang mengatur tentang anak termasuk juga hak-hak yang dimiliki anak telah diatur dalam UU nomor 23 tahun 2002 tentang perlindungan anak, yaitu

Pasal 1 angka 12 “Hak anak adalah bagian dari hak asasi manusia yang wajib dijamin, dilindungi, dan dipenuhi oleh orang tua, keluarga, masyarakat, pemerintah dan Negara”. Dengan adanya berbagai peraturan perundang-undangan maka pada dasarnya anak telah terlindungi hak dan kewajibannya, sehingga anak dapat hidup, tumbuh dan berkembang dan berpartisipasi, secara optimal sesuai dengan harkat dan martabat kemanusiaan, dan kepentingan yang terbaik bagi anak.

Target dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah Konsumen yaitu seseorang yang badan hukum yang menggunakan suatu produk barang dan/atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya dalam kehidupan sehari-hari. Konsumen dapat dibedakan menjadi dua yaitu konsumen antara dan konsumen akhir. Konsumen antara yaitu konsumen yang membeli suatu produk dari pelaku usaha yang tujuannya untuk dijual kembali. Sedangkan konsumen akhir yaitu konsumen yang menggunakan produk dari produsen yang tujuan untuk dikonsumsi sendiri dan tidak untuk diperjual belikan.

Luaran yang diharapkan dari kegiatan ini adalah meningkatnya pemahaman dan kesadaran Pelaku usaha atau produsen merupakan seseorang atau badan hukum yang melakukan kegiatan usaha dalam segala bidang ekonomi yang bisa menghasilkan suatu produk yang bisa didistribusikan kepada orang lain. Dalam menjalankan usahanya apabila ingin menjadi lancar maka produsen harus menaati peraturan yang sudah berlaku yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan segalanya.

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah metode sosialisasi dengan tema “Perlindungan Konsumen” yang dilaksanakan di Desa Karias Dalam, Kecamatan Amuntai Tengah, Kabupaten Hulu Sungai Utara, Provinsi Kalimantan Selatan. Kegiatan sosialisasi ini diikuti oleh siswa-siswi kelas II dan VI.

Pelaksanaan kegiatan menggunakan beberapa metode. Pertama, pemaparan materi mengenai perlindungan konsumen yang disampaikan secara langsung kepada siswa-siswi. Kedua, pengumpulan umpan balik melalui sesi tanya jawab sebagai bentuk interaksi antara pemateri dan peserta. Ketiga, penyampaian materi secara visual melalui media laptop dengan menampilkan video edukatif tentang perlindungan konsumen. Keempat, implementasi tema kegiatan dilakukan melalui pembagian permainan edukatif yang dapat dimainkan anak-anak sebagai alternatif kegiatan positif agar anak terlindungi

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Konsumen yaitu seseorang yang badan hukum yang menggunakan suatu produk barang dan/atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya dalam kehidupan sehari-hari. Konsumen dapat dibedakan menjadi dua yaitu konsumen antara dan konsumen akhir. Konsumen antara yaitu konsumen yang membeli suatu produk dari pelaku usaha yang tujuannya untuk dijual kembali. Sedangkan konsumen akhir yaitu konsumen yang menggunakan

produk dari produsen yang tujuan untuk dikonsumsi sendiri dan tidak untuk diperjual belikan



Gambar 1. Kegiatan PkM di Desa Karias Dalam

Adapun asas-asas perlindungan konsumen yakni diantaranya sebagai berikut:

1. Asas Manfaat, asas ini digunakan untuk mengupayakan segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus dapat memberikan manfaat bagi kepentingan konsumen dan produsen dalam segala aspek.
2. Asas Keadilan, dalam asas ini harus menciptakan keadilan baik bagi konsumen maupun bagi pelaku usaha atau produsen yang dapat diwujudkan dengan memberikan kesempatan kepada konsumen dan produsen untuk mendapatkan hak dan melaksanakan kewajibannya secara adil yang sesuai dengan peraturan yang berlaku.
3. Asas keseimbangan, asas ini diartikan agar dapat memberikan keseimbangan atau kesetaraan posisi konsumen dan produsen.
4. Asas Keamanan dan keselamatan konsumen, asas ini dapat dimaksudkan untuk melindungi keselamatan konsumen sehingga terciptanya keamanan bagi konsumen dalam mengonsumsi produk tersebut.
5. Asas kepastian hukum, yakni dimana asas ini dimaksudkan supaya produsen maupun konsumen mematuhi hukum yang sudah ditentukan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa Konsumen yaitu seseorang yang badan hukum yang menggunakan suatu produk barang dan/atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya dalam kehidupan sehari-hari. Konsumen dapat dibedakan menjadi dua yaitu konsumen antara dan konsumen akhir. Konsumen antara yaitu konsumen yang membeli suatu produk dari pelaku usaha yang tujuannya untuk dijual kembali. Sedangkan konsumen akhir yaitu konsumen yang menggunakan produk dari produsen yang tujuan untuk dikonsumsi sendiri dan tidak untuk diperjual belikan

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam pelaksanaan kegiatan ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak Desa Karias Dalam Kecamatan Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara yang telah memberikan izin, kesempatan, serta dukungan sehingga kegiatan KKN Pemberdayaan Masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Terima kasih juga disampaikan kepada para apar desa dan anak-anak yang telah berpartisipasi aktif selama kegiatan berlangsung.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua orang yang telah membantu dalam proses persiapan, pelaksanaan, dan penyusunan laporan kegiatan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Mudah-mudahan segala bantuan, kerja sama, dan dukungan yang diberikan dibalas dengan baik. Penulis berharap kegiatan ini bermanfaat bagi semua orang. Ini juga akan membantu meningkatkan kesadaran akan pentingnya penggunaan gadget yang tepat pada anak-anak

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Barkatullah, A. H. (2016). Hak-hak konsumen. Jakarta: Nusa Media.
- Deddy Mulyana, Psikolog Anak, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1995), 176.
- Indonesia, (Jakarta; Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2012), 9.
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak (KPP&PA), Profil Anak.
- Nasution, A. Z. (2014). Hukum perlindungan konsumen: Suatu pengantar. Jakarta: Diadit Media.
- Republik Indonesia. (1999). Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Republik Indonesia. (2002). Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Shidarta. (2010). Hukum perlindungan konsumen Indonesia. Jakarta: Grasind