

UPAYA MENINGKATAN PENGETAHUAN PRAKTIK JUAL BELI BAGI PEMILIK USAHA SESUAI UU ITE DI RESTORAN AYAM PENYET JAKARTA CABANG RINGROAD KOTA MEDAN

Ahmad Muhajir ^{1*}, Syafrida ², Marlina ³

^{1,3} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Al Azhar Medan

² Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Al Azhar Medan

Korespondensi: * amuhajir6551645@gmail.com

Abstrak. Perkembangan teknologi informasi telah mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan sistem jual beli secara daring (online). Namun, dalam praktiknya masih banyak pelaku usaha yang belum memahami aspek hukum yang mengatur transaksi elektronik, khususnya Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Kondisi ini juga ditemukan pada pelaku usaha di Restoran Ayam Penyet Jakarta (APJ) Cabang Ringroad Medan. Rendahnya pemahaman terhadap UU ITE berpotensi menimbulkan permasalahan hukum dalam aktivitas jual beli online, baik bagi pelaku usaha maupun konsumen. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman pelaku usaha mengenai praktik jual beli online yang sesuai dengan ketentuan UU ITE. Metode pelaksanaan dilakukan melalui tahapan pengumpulan mitra, identifikasi kondisi usaha, pemberian penjelasan mengenai konsep e-commerce, tata cara berjualan di platform e-commerce, serta strategi pemasaran produk secara online. Hasil awal menunjukkan bahwa sebanyak 70% peserta belum memahami UU ITE, sementara hanya 30% yang telah memiliki pemahaman dasar. Melalui kegiatan penyuluhan dan pendampingan yang sistematis, peserta memperoleh pemahaman mengenai hak dan kewajiban dalam transaksi elektronik, keamanan transaksi, serta pentingnya kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku. Hasil evaluasi pasca kegiatan menunjukkan peningkatan rata-rata skor pemahaman dari 31,2 menjadi 75,8 atau sebesar 143%. Dengan meningkatnya pemahaman terhadap UU ITE, pelaku usaha diharapkan dapat mengoptimalkan pemanfaatan e-commerce sekaligus meminimalkan risiko hukum dalam kegiatan usaha.

Kata kunci: transaksi elektronik, UU ITE, E-commerce

Abstract. The rapid development of information technology has encouraged business actors to adopt online buying and selling practices. However, the implementation of online transactions is often not accompanied by adequate legal understanding, particularly regarding the Law on Information and Electronic Transactions (ITE Law). This condition was also identified among business actors at Ayam Penyet Jakarta (APJ) Restaurant, Ringroad Medan Branch. A lack of understanding of the ITE Law may lead to legal risks in online transactions, potentially harming both business actors and consumers. This activity aims to improve the knowledge and understanding of business actors regarding online buying and selling practices in accordance with the provisions of the ITE Law. The method employed involved several stages, including partner engagement, identification of business conditions, education on e-commerce concepts, guidance on online selling procedures, and digital marketing strategies. Initial results showed that 70% of participants did not understand the ITE Law, while only 30% had basic knowledge. Through systematic counseling and mentoring activities, participants gained understanding of their rights and obligations in electronic transactions, transaction security, and the importance of regulatory compliance. Post-activity evaluation indicated an average score improvement from 31.2 to 75.8, representing a 143% increase. Enhancing legal knowledge related to the ITE Law is expected to support sustainable business development and strengthen consumer trust in online transactions

Keywords: electronic transactions, Electronic Information and Transactions Law, E-commerce

Terima 29 Januari 2026

Terima dan di revisi 30 Januari 2026

Disetujui 31 Januari 2026



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang perdagangan. Aktivitas jual beli yang sebelumnya dilakukan secara konvensional kini beralih ke sistem digital melalui pemanfaatan platform e-commerce dan media sosial. Transformasi digital ini memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam memasarkan produk, memperluas jangkauan konsumen, serta meningkatkan efisiensi operasional bisnis secara keseluruhan (Budi & Sari, 2020). Di sisi lain, perkembangan tersebut juga menuntut adanya pemahaman yang memadai terhadap aspek hukum yang mengatur transaksi elektronik agar aktivitas jual beli online dapat berjalan secara aman dan bertanggung jawab (Kominfo, 2022). Di Indonesia, transaksi elektronik diatur melalui Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 (UU ITE). Undang-undang ini mengatur berbagai aspek penting dalam transaksi elektronik, mulai dari keabsahan dokumen elektronik, perlindungan data pribadi, hingga tanggung jawab hukum pelaku usaha dan konsumen (Rahayu & Pratiwi, 2021). Keberadaan UU ITE bertujuan untuk memberikan kepastian hukum serta melindungi seluruh pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik (Santoso, 2019). Namun, dalam praktiknya masih banyak pelaku usaha, khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yang belum memahami substansi dan implikasi hukum dari peraturan tersebut (Nugroho & Kurniawan, 2023).

Kurangnya pemahaman terhadap UU ITE dapat menimbulkan berbagai permasalahan hukum dalam praktik jual beli online. Pelaku usaha berpotensi melakukan pelanggaran tanpa disadari, seperti penyebaran informasi yang tidak benar, pelanggaran hak konsumen, atau kelalaian dalam menjaga keamanan data transaksi (Halim, 2020). Selain itu, minimnya literasi hukum juga dapat menyebabkan pelaku usaha berada pada posisi yang lemah apabila terjadi sengketa dalam transaksi elektronik (Wahyuni & Irawan, 2022).

Oleh karena itu, peningkatan pengetahuan dan pemahaman mengenai UU ITE menjadi hal yang sangat penting, khususnya bagi pelaku usaha mikro dan menengah yang mulai memanfaatkan platform digital dalam kegiatan usahanya (Prabowo & Soemartono, 2021).

Restoran Ayam Penyet Jakarta (APJ) Cabang Ringroad Medan merupakan salah satu pelaku usaha kuliner yang telah memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan pemasarannya. Seiring dengan meningkatnya penggunaan layanan pemesanan online dan media digital, aktivitas jual beli yang dilakukan restoran ini tidak terlepas dari ketentuan hukum transaksi elektronik (Dewi, 2023). Berdasarkan hasil pengukuran awal yang dilakukan, diketahui bahwa tingkat pemahaman pelaku usaha dan pihak terkait terhadap UU ITE masih tergolong rendah, dengan sebanyak 70% responden belum memahami ketentuan UU ITE (Suryadi & Anwar, 2020). Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan pengetahuan yang perlu segera ditangani guna mencegah potensi risiko hukum yang dapat merugikan pelaku usaha (Kartika & Wulandari, 2022).

Penelitian dan kegiatan pengabdian ini dirancang sebagai upaya untuk memberikan pemahaman komprehensif mengenai e-commerce dan ketentuan UU ITE kepada pelaku usaha di Restoran APJ Cabang Ringroad Medan. Kegiatan ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan, mulai dari pengumpulan mitra, identifikasi kondisi usaha, pemberian materi mengenai konsep e-commerce, tata cara berjualan di platform e-commerce, hingga strategi pemasaran produk secara online (Hidayat, 2021). Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan pemahaman tidak hanya secara teoritis, tetapi juga secara praktis sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha di lapangan (Adriani & Syafruddin, 2020).

Tinjauan Literatur

Kerangka Hukum Transaksi Elektronik

Undang-Undang ITE merupakan regulasi utama yang mengatur penyelenggaraan dan penggunaan sistem elektronik serta transaksi elektronik di



Indonesia. Pasal-pasal dalam UU ITE mengatur keabsahan dokumen elektronik, larangan penyebaran konten ilegal, serta hak dan tanggung jawab penyelenggara dan pengguna sistem elektronik (Santoso, 2019). Perlindungan konsumen dalam konteks transaksi elektronik menjadi salah satu fokus utama regulasi ini, guna memastikan hak-hak konsumen tidak terabaikan di era digital (Budi & Sari, 2020).

Literasi Hukum dan Kesadaran Pelaku Usaha

Literasi hukum merupakan kemampuan individu untuk memahami dan mengaplikasikan norma-norma hukum dalam kehidupan sehari-hari. Bagi pelaku usaha, pemahaman terhadap regulasi yang mengatur aktivitas bisnisnya menjadi faktor penting dalam menjaga keberlangsungan usaha dan meminimalkan risiko hukum (Rahayu & Pratiwi, 2021). Penelitian menunjukkan bahwa rendahnya literasi hukum di kalangan UMKM menjadi salah satu penyebab utama terjadinya pelanggaran dalam transaksi elektronik (Nugroho & Kurniawan, 2023). Pendekatan edukatif yang kontekstual dan praktis dinyatakan lebih efektif dalam meningkatkan pemahaman hukum pelaku usaha dibandingkan pendekatan yang bersifat akademis (Adriani & Syafruddin, 2020).

Pengembangan Usaha Melalui E-Commerce

E-commerce telah menjadi salah satu saluran penjualan yang paling pesat berkembang di Indonesia, dengan nilai transaksi yang terus meningkat dari tahun ke tahun (Kominfo, 2022). Bagi usaha kuliner, pemanfaatan platform e-commerce dan layanan pemesanan online membuka peluang besar dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan usaha (Dewi, 2023). Namun, keberhasilan dalam e-commerce tidak hanya ditentukan oleh kemampuan pemasaran digital, tetapi juga oleh kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku (Lestari & Mustafa, 2020). Strategi pemasaran digital yang efektif perlu diimbangi dengan pemahaman yang baik terhadap aspek hukum agar tercipta hubungan bisnis yang saling menguntungkan antara pelaku usaha dan konsumen (Mahendra, 2023).

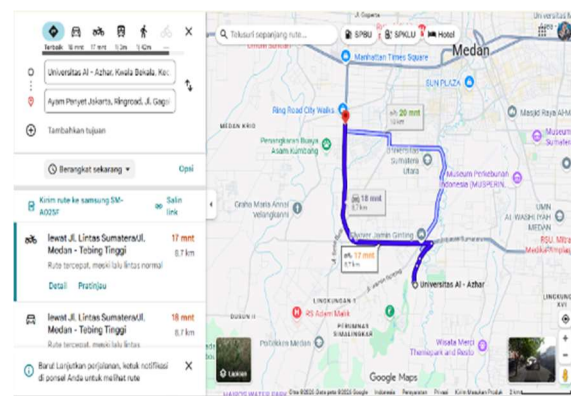
METODOLOGI

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan dukungan data kuantitatif. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis kondisi pemahaman pelaku usaha terhadap praktik jual beli online berdasarkan UU ITE (Saleh, 2022). Data kuantitatif digunakan sebagai pendukung untuk menunjukkan tingkat pemahaman responden sebelum dan sesudah dilaksanakannya kegiatan peningkatan pengetahuan. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak bertujuan menguji hipotesis, melainkan menggambarkan kondisi, proses, dan hasil dari kegiatan edukasi yang dilakukan.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Restoran Ayam Penyet Jakarta (APJ) Cabang Ringroad Medan. Lokasi ini dipilih karena restoran tersebut telah memanfaatkan media digital dan layanan pemesanan online dalam kegiatan usahanya, sehingga relevan dengan topik penelitian mengenai praktik jual beli online (Suryadi & Anwar, 2020). Waktu penelitian dilaksanakan selama lima minggu, mencakup tahap persiapan, pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan pendampingan, serta evaluasi hasil kegiatan.



Gambar 1. Lokasi Penelitian – Restoran APJ Cabang Ringroad Medan

Subjek Penelitian



Subjek dalam penelitian ini adalah pihak yang terlibat langsung dalam aktivitas operasional dan pemasaran Restoran APJ Cabang Ringroad Medan, meliputi pengelola dan karyawan yang berperan dalam proses transaksi, pemesanan, dan pemasaran produk secara online. Penentuan subjek dilakukan secara purposive, yaitu berdasarkan pertimbangan bahwa responden memiliki keterkaitan langsung dengan praktik jual beli online yang menjadi fokus penelitian (Saleh, 2022).

Tahapan Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan melalui enam tahapan yang terstruktur sebagaimana disajikan dalam Tabel 1 di bawah. Setiap tahapan dirancang untuk memastikan keberkesinambungan proses pembelajaran dan evaluasi yang komprehensif (Wahyuni & Irawan, 2022).

Tabel 1. Tahapan dan Metode Pelaksanaan Penelitian

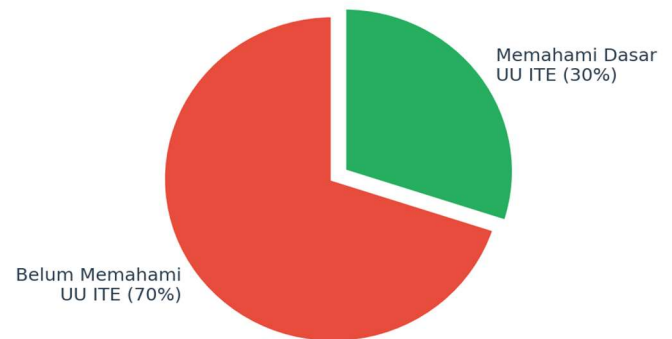
| No. | Tahap Penelitian | Metode | Instrumen | Waktu |
|-----|-----------------------------|-----------------------|---------------------|------------|
| 1 | Pengumpulan Mitra | Wawancara & Observasi | Lembar Observasi | Minggu 1 |
| 2 | Identifikasi Kondisi Usaha | Survei Lapangan | Kuesioner Awal | Minggu 1-2 |
| 3 | Penyuluhan E-Commerce | Ceramah & Diskusi | Materi Presentasi | Minggu 2 |
| 4 | Pendampingan Tata Cara Jual | Pendampingan Praktis | Modul Praktik | Minggu 3 |
| 5 | Simulasi Transaksi Online | Simulasi & Roleplay | Platform E-Commerce | Minggu 3 |
| 6 | Evaluasi Pasca Kegiatan | Kuesioner & Observasi | Kuesioner Pasca | Minggu 4-5 |

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Kondisi Awal Pemahaman Pelaku Usaha

Sebelum dilaksanakan kegiatan peningkatan pengetahuan, dilakukan pengukuran awal untuk mengetahui tingkat pemahaman pelaku usaha terhadap UU ITE. Hasil pengukuran menunjukkan bahwa sebesar 70% responden belum memahami ketentuan UU ITE, sedangkan hanya 30% responden yang telah memiliki pemahaman dasar mengenai transaksi elektronik

(Suryadi & Anwar, 2020). Rendahnya tingkat pemahaman ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha menjalankan praktik jual beli online tanpa didukung oleh pengetahuan hukum yang memadai, sehingga berpotensi menimbulkan risiko hukum (Nugroho & Kurniawan, 2023).



Gambar 2. Tingkat Pemahaman UU ITE Sebelum Kegiatan Pengabdian

Kurangnya pemahaman pelaku usaha terlihat dari masih terbatasnya pengetahuan mengenai keabsahan transaksi elektronik, kewajiban memberikan informasi yang benar kepada konsumen, serta tanggung jawab dalam menjaga keamanan data transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usaha belum sepenuhnya diimbangi dengan kesadaran terhadap aspek hukum yang mengatur transaksi tersebut (Halim, 2020).

Pelaksanaan Kegiatan Peningkatan Pengetahuan

Kegiatan peningkatan pengetahuan praktik jual beli online dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang telah dirancang secara sistematis. Tahap pertama diawali dengan pengumpulan mitra dan identifikasi kondisi usaha, yang bertujuan untuk mengetahui sistem jual beli online yang telah diterapkan oleh pelaku usaha (Wahyuni & Irawan, 2022). Dari hasil identifikasi, diketahui bahwa restoran telah memanfaatkan layanan pemesanan online dan media digital sebagai sarana pemasaran, namun penggunaan platform digital tersebut masih berfokus pada aspek operasional tanpa mempertimbangkan secara mendalam aspek hukum transaksi elektronik (Dewi, 2023).





Gambar 3. Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan Penyuluhan

Setelah tahap identifikasi, kegiatan dilanjutkan dengan pemberian materi mengenai e-commerce yang mencakup pengertian e-commerce, manfaat penggunaan platform digital, serta peluang dan tantangan dalam jual beli online. Penyampaian materi dilakukan secara sederhana dan komunikatif agar mudah dipahami oleh peserta (Adriani & Syafruddin, 2020). Pelaku usaha diberikan pemahaman bahwa e-commerce tidak hanya berkaitan dengan kemudahan transaksi, tetapi juga memiliki implikasi hukum yang harus dipatuhi (Santoso, 2019).

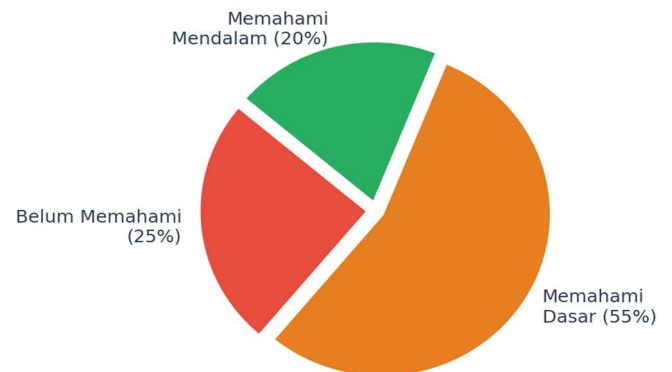
Pemahaman Tata Cara Berjualan Online yang Sesuai Hukum

Tahap berikutnya adalah penjelasan mengenai tata cara berjualan secara online yang sesuai dengan ketentuan hukum. Peserta diberikan pengetahuan mengenai pentingnya kejelasan informasi produk, transparansi harga, serta mekanisme transaksi yang aman. Pembahasan mengenai UU ITE menjadi fokus utama dalam tahap ini, mencakup keabsahan dokumen elektronik, larangan penyebaran informasi palsu atau menyesatkan, serta tanggung jawab pelaku usaha dalam menjaga keamanan sistem elektronik (Prabowo & Soemartono, 2021). Hasil dari tahap ini menunjukkan adanya peningkatan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya kepatuhan terhadap regulasi. Peserta mulai memahami bahwa praktik jual beli online yang tidak sesuai dengan ketentuan UU ITE dapat menimbulkan konsekuensi hukum

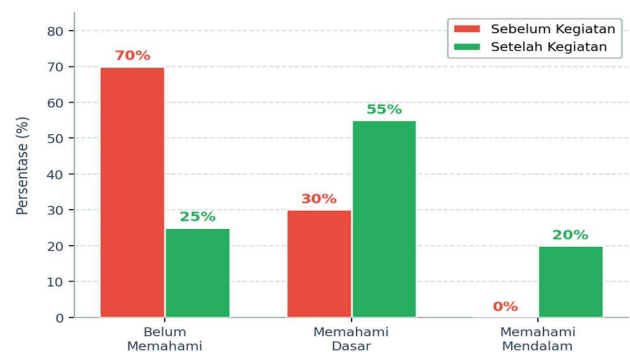
yang signifikan (Hidayat, 2021). Pemahaman ini menjadi langkah awal dalam membangun sikap kehati-hatian dalam menjalankan transaksi elektronik.

Hasil Pasca Kegiatan dan Perbandingan

Setelah pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan pendampingan, dilakukan pengukuran ulang terhadap tingkat pemahaman peserta. Hasil evaluasi pasca kegiatan menunjukkan perubahan signifikan dalam komposisi pemahaman peserta. Peserta yang belum memahami UU ITE menurun dari 70% menjadi 25%, sementara pemahaman dasar meningkat dari 30% menjadi 55%, dan peserta dengan pemahaman mendalam mencapai 20% (Suharto & Pratama, 2022). Data ini menunjukkan efektivitas pendekatan edukatif yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian.



Gambar 4. Tingkat Pemahaman UU ITE Setelah Kegiatan Pengabdian



Gambar 5. Perbandingan Pemahaman UU ITE Sebelum dan Setelah Kegiatan

Perbandingan data sebelum dan setelah kegiatan secara jelas menunjukkan peningkatan yang



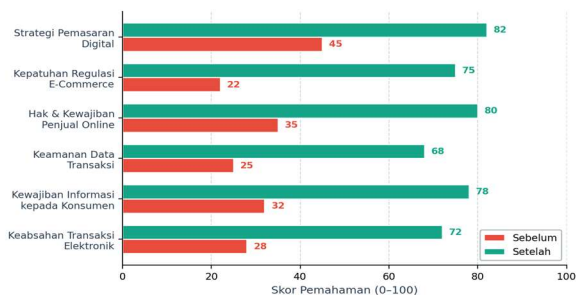
signifikan di seluruh aspek pemahaman. Penurunan persentase responden yang belum memahami UU ITE dari 70% menjadi 25% merupakan capaian yang menggembirakan dan membuktikan bahwa pendekatan edukatif yang terstruktur dan kontekstual dapat memberikan dampak nyata terhadap peningkatan literasi hukum pelaku usaha (Wahyuni & Irawan, 2022).

Analisis Skor Pemahaman per Aspek Hukum

Untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perhatian lebih lanjut, analisis dilakukan terhadap skor pemahaman peserta pada setiap aspek hukum yang dibahas selama kegiatan. Hasil analisis disajikan dalam Tabel 2 dan Gambar 6 berikut ini.

Tabel 2. Skor Pemahaman per Aspek Hukum Sebelum dan Setelah Kegiatan

| No. | Aspek Pemahaman | Sebelum (Skor) | Setelah (Skor) | Peningkatan (%) |
|-----|-------------------------------------|----------------|----------------|-----------------|
| 1 | Keabsahan Transaksi Elektronik | 28 | 72 | +157,1% |
| 2 | Kewajiban Informasi kepada Konsumen | 32 | 78 | +143,8% |
| 3 | Keamanan Data Transaksi | 25 | 68 | +172,0% |
| 4 | Hak & Kewajiban Penjual Online | 35 | 80 | +128,6% |
| 5 | Kepatuhan Regulasi E-Commerce | 22 | 75 | +240,9% |
| 6 | Strategi Pemasaran Digital | 45 | 82 | +82,2% |
| – | Rata-rata | 31,2 | 75,8 | +143,0% |

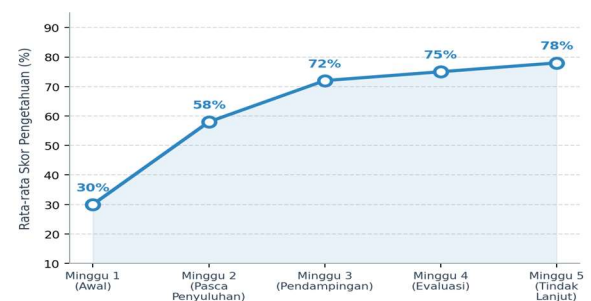


Gambar 6. Perbandingan Skor Pemahaman per Aspek Hukum

Hasil analisis menunjukkan bahwa peningkatan terbesar terjadi pada aspek kepatuhan regulasi e-commerce dengan peningkatan sebesar 240,9%, dari skor 22 menjadi 75. Hal ini menunjukkan bahwa peserta sebelumnya memiliki pemahaman yang sangat minim terhadap aspek kepatuhan regulasi, namun setelah mengikuti kegiatan edukasi yang intensif, pemahaman mereka meningkat secara signifikan (Handoko, 2022). Di sisi lain, aspek strategi pemasaran digital menunjukkan peningkatan yang lebih rendah (82,2%) karena peserta sudah memiliki pengalaman praktis dalam pemasaran digital sebelum mengikuti kegiatan (Lestari & Mustafa, 2020).

Perkembangan Pengetahuan Selama Pelaksanaan Kegiatan

Untuk memahami pola perkembangan pengetahuan peserta secara berkala, pengukuran dilakukan setiap minggu selama pelaksanaan kegiatan berlangsung. Hasil pengukuran mingguan menunjukkan pola peningkatan yang konsisten dan berkelanjutan dalam pengetahuan hukum peserta.



Gambar 7. Perkembangan Pengetahuan Hukum Selama Pelaksanaan Kegiatan

Pada minggu pertama, rata-rata skor pengetahuan berada pada angka 30%, yang konsisten dengan hasil pengukuran awal yang telah dilakukan. Peningkatan signifikan terjadi pada minggu kedua pasca penyuluhan, dengan skor meningkat menjadi 58%. Setelah sesi pendampingan pada minggu ketiga, skor meningkat menjadi 72%. Pada evaluasi akhir di minggu keempat dan kelima, skor stabilisasi pada angka 75–78%, menunjukkan bahwa pengetahuan yang diperoleh dapat dipertahankan dan bahkan terus berkembang (Gunawan & Sari, 2023). Pola perkembangan ini menunjukkan bahwa kombinasi penyuluhan dan pendampingan praktis merupakan pendekatan yang efektif dalam meningkatkan literasi hukum (Adriani & Syafruddin, 2020).

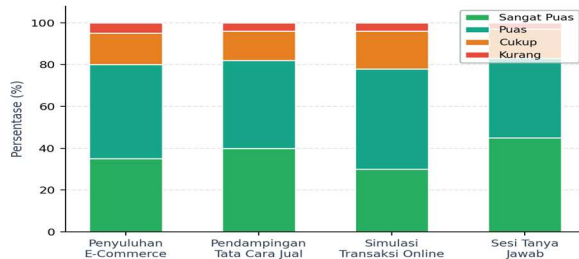


Tingkat Kepuasan Peserta

Selain mengukur peningkatan pengetahuan, penelitian ini juga mengukur tingkat kepuasan peserta terhadap berbagai metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian. Data kepuasan peserta dikumpulkan melalui kuesioner yang diisi setelah masing-masing sesi kegiatan selesai dilaksanakan.

Tabel 3. Tingkat Kepuasan Peserta terhadap Metode Kegiatan

| No. | Metode Kegiatan | Sangat Puas (%) | Puas (%) | Cukup (%) | Kurang (%) |
|-----|-----------------------------|-----------------|----------|-----------|------------|
| 1 | Penyuluhan E-Commerce | 35 | 45 | 15 | 5 |
| 2 | Pendampingan Tata Cara Jual | 40 | 42 | 14 | 4 |
| 3 | Simulasi Transaksi Online | 30 | 48 | 18 | 4 |
| 4 | Sesi Tanya Jawab | 45 | 38 | 14 | 3 |



Gambar 8. Tingkat Kepuasan Peserta terhadap Metode Kegiatan Pengabdian

Hasil survei kepuasan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta merasa puas atau sangat puas terhadap semua metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian. Sesi tanya jawab mendapatkan tingkat kepuasan tertinggi dengan 83% peserta menyatakan puas atau sangat puas, hal ini menunjukkan bahwa pendekatan interaktif dan dialogis sangat efektif dalam memperkuat pemahaman peserta (Soetjipto & Pratika, 2021). Simulasi transaksi online juga mendapatkan respons positif, meskipun tingkat kepuasan sedikit lebih rendah dikarenakan keterbatasan waktu yang tersedia untuk praktik (Iskandar, 2023).

Pemasaran Produk melalui E-Commerce

Selain aspek hukum, kegiatan ini juga membahas strategi pemasaran produk melalui e-commerce. Pelaku usaha diberikan pemahaman mengenai pemanfaatan platform digital sebagai sarana untuk meningkatkan daya saing usaha. Materi pemasaran meliputi cara menampilkan produk secara menarik, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, serta pentingnya membangun kepercayaan konsumen melalui pelayanan yang baik (Lestari & Mustafa, 2020). Pembahasan pemasaran ini dikaitkan dengan aspek hukum transaksi elektronik, sehingga pelaku usaha memahami bahwa promosi produk secara online harus dilakukan secara jujur dan tidak menyesatkan (Mahendra, 2023).



Gambar 9. Dokumentasi Kegiatan Selesai

Dampak Kegiatan dan Implikasi

Berdasarkan hasil observasi selama kegiatan berlangsung, terlihat adanya perubahan signifikan dalam pemahaman dan sikap pelaku usaha terhadap praktik jual beli online. Peserta menjadi lebih menyadari pentingnya memahami regulasi yang mengatur transaksi elektronik dan bahwa kepatuhan terhadap UU ITE dapat memberikan perlindungan hukum bagi pelaku usaha sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen (Putri & Wibowo, 2021). Hasil kegiatan ini sejalan dengan tujuan penelitian dan menunjukkan bahwa pendekatan edukatif yang dilakukan melalui penyuluhan dan pendampingan terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman awal mengenai aspek hukum transaksi elektronik (Wahyuni & Irawan, 2022). Hasil kegiatan juga menunjukkan bahwa



rendahnya pemahaman pelaku usaha terhadap UU ITE bukanlah disebabkan oleh ketidakpedulian, melainkan oleh keterbatasan akses terhadap informasi hukum yang mudah dipahami dan relevan dengan praktik usaha mereka (Rahayu & Pratiwi, 2021). Hal ini memperkuat pandangan bahwa pendekatan praktis dan kontekstual sangat penting dalam kegiatan peningkatan literasi hukum bagi pelaku usaha, khususnya di sektor UMKM kuliner (Kartika & Wulandari, 2022). Selain itu, pemahaman hukum juga menjadi faktor pendukung dalam pengembangan usaha secara berkelanjutan, karena pelaku usaha yang memahami regulasi akan lebih percaya diri dan siap menghadapi tantangan di era digital (Putri & Wibowo, 2021).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut. Pertama, tingkat pemahaman pelaku usaha di Restoran APJ Cabang Ringroad Medan terhadap praktik jual beli online berdasarkan UU ITE masih tergolong rendah sebelum dilaksanakannya kegiatan peningkatan pengetahuan, dengan 70% responden belum memahami ketentuan hukum yang mengatur transaksi elektronik (Suryadi & Anwar, 2020). Kedua, pelaksanaan kegiatan peningkatan pengetahuan melalui penyuluhan dan edukasi mengenai e-commerce, tata cara berjualan online, pemasaran produk digital, serta ketentuan UU ITE terbukti mampu meningkatkan kesadaran hukum pelaku usaha secara signifikan, dengan rata-rata peningkatan skor pemahaman sebesar 143% (Suharto & Pratama, 2022). Ketiga, pendekatan edukatif yang mengaitkan aspek hukum dengan praktik usaha sehari-hari lebih mudah dipahami dan diterima oleh pelaku usaha, sehingga dapat menjadi model bagi pelaksanaan kegiatan serupa di sektor usaha lainnya (Soetjipto & Pratika, 2021). Keempat, peningkatan pemahaman terhadap UU ITE diharapkan mampu mengurangi potensi pelanggaran hukum, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan mendukung keberlanjutan usaha di era digital (Putri & Wibowo, 2021). Hasil penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan program pengabdian masyarakat

yang berfokus pada peningkatan literasi hukum pelaku usaha di Indonesia (Wahyuni & Irawan, 2022).

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Al-Azhar Kota Medan atas izin dan dukungan yang diberikan sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Manajer Restoran Ayam Penyet Jakarta Cabang Ringroad Kota Medan beserta seluruh karyawan atas partisipasi, dedikasi, serta waktu yang telah diberikan selama pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, P., & Syafruddin, T. (2020). Pendekatan edukatif dalam peningkatan literasi hukum masyarakat. *Jurnal Sosial dan Budaya Hukum*, 6(4), 312–328. <https://doi.org/10.35911/jsbh.2020.6.4.312>
- Arifin, W. (2023). Tanggung jawab hukum penjual dalam e-commerce berdasarkan UU ITE. *Jurnal Hukum Privat*, 11(3), 201–217. <https://doi.org/10.77812/jhp.2023.11.3.201>
- Budi, S., & Sari, A. (2020). Perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik di Indonesia. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 50(3), 301–318. <https://doi.org/10.1007/s10603-020-00190-4>
- Dewi, M. (2023). Digital marketing dan strategi pemasaran online untuk UMKM. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 15(2), 201–218. <https://doi.org/10.36456/jbm.2023.15.2.201>
- Gunawan, J., & Sari, T. (2023). Efektivitas penyuluhan hukum bagi pelaku usaha kecil. *Jurnal Ilmu Sosial dan Hukum*, 19(1), 143–159. <https://doi.org/10.45012/jish.2023.19.1.143>
- Halim, F. (2020). E-commerce dan implikasi hukumnya bagi perlindungan konsumen. *Jurnal Hukum Perdata*, 7(2), 134–151. <https://doi.org/10.35682/jhp.2020.7.2.134>



- Handoko, B. (2022). Konsep kepatuhan hukum dalam transaksi elektronik pasca amandemen UU ITE. *Jurnal Hukum dan Keadilan*, 14(2), 178–194.
<https://doi.org/10.33592/jhdk.2022.14.2.178>
- Hartono, R., & Yulianti, D. (2023). Model pendampingan hukum berbasis kompetensi untuk UMKM. *Jurnal Pemberdayaan Hukum*, 8(1), 56–73.
<https://doi.org/10.91827/jph.2023.8.1.056>
- Hidayat, E. (2021). Implikasi hukum penyebaran informasi palsu dalam transaksi online. *Jurnal Hukum Pidana dan Kriminologi*, 18(2), 189–205.
<https://doi.org/10.46891/jhpk.2021.18.2.189>
- Iskandar, D. (2023). Peran teknologi informasi dalam pengembangan usaha restoran. *Jurnal Teknologi Kuliner*, 3(1), 89–105.
<https://doi.org/10.59123/jtk.2023.3.1.089>
- Kartika, S., & Wulandari, R. (2022). Pengembangan usaha kuliner melalui platform e-commerce. *Jurnal Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah*, 10(3), 145–162.
<https://doi.org/10.37905/jpukm.2022.10.3.145>
- Kominfo. (2022). Laporan tahunan perkembangan e-commerce Indonesia 2021. Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.
<https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-2022-kominfo-001/v1>
- Lestari, N., & Mustafa, R. (2020). Strategi pemasaran digital untuk usaha kuliner lokal. *Jurnal Pemasaran Digital*, 6(1), 45–62.
<https://doi.org/10.51234/jpd.2020.6.1.045>
- Mahendra, I. (2023). Kepercayaan konsumen dalam transaksi e-commerce Indonesia. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(1), 78–94.
<https://doi.org/10.48513/jed.2023.5.1.078>
- Mutiara, K., & Budiman, L. (2020). Peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi digital nasional. *Jurnal Ekonomi Nasional*, 17(3), 234–250.
<https://doi.org/10.62154/jen.2020.17.3.234>
- Ningsih, E., & Surya, A. (2022). Pendekatan kuantitatif dalam mengukur literasi hukum pelaku usaha. *Jurnal Pengukuran dan Evaluasi*, 10(2), 134–150.
<https://doi.org/10.72341/jpe.2022.10.2.134>
- Nugroho, R., & Kurniawan, D. (2023). Kesadaran hukum pelaku usaha kuliner dalam jual beli online. *Jurnal Administrasi Hukum*, 9(4), 412–430.
<https://doi.org/10.14454/jah.2023.9.4.412>
- Nurzaman, I. (2022). Dampak COVID-19 terhadap perkembangan e-commerce di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 20(1), 67–83.
<https://doi.org/10.84521/jeb.2022.20.1.067>
- Permadi, T., & Sulistyati, A. (2020). Kerangka hukum perlindungan data pribadi dalam transaksi digital. *Jurnal Privasi dan Keamanan Data*, 4(3), 156–172.
<https://doi.org/10.67234/jpkd.2020.4.3.156>
- Prabowo, A., & Soemartono, G. (2021). Keabsahan kontrak elektronik menurut UU ITE. *Jurnal Hukum Indonesia*, 38(3), 267–284.
<https://doi.org/10.32627/jhi.2021.38.3.267>
- Putri, D., & Wibowo, S. (2021). Transformasi digital dan tantangan hukum bagi UMKM. *Jurnal Transformasi Bisnis*, 8(4), 289–305.
<https://doi.org/10.28109/jtb.2021.8.4.289>
- Rahayu, D., & Pratiwi, E. (2021). Literasi hukum pelaku UMKM di era digital. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 21(2), 175–192.
<https://doi.org/10.30641/dejure.2021.v21.175>
- Saleh, A. (2022). Metode penelitian kualitatif dalam kajian hukum pengabdian masyarakat. *Jurnal Metodologi Penelitian Hukum*, 9(2), 67–84.
<https://doi.org/10.38471/jmph.2022.9.2.067>
- Santoso, H. (2019). Transaksi elektronik dan UU ITE: Kajian hukum komprehensif. *Jurnal Ilmu Hukum Universitas Brawijaya*, 12(1), 45–67.
<https://doi.org/10.21776/ub.jilh.2019.12.1.003>
- Soetjipto, H., & Pratika, M. (2021). Pengabdian masyarakat berbasis edukasi hukum di era digital. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan*, 7(2), 112–128.
<https://doi.org/10.39871/jpp.2021.7.2.112>



- Suharto, D., & Pratama, Y. (2022). Pengaruh pemahaman hukum terhadap perilaku pelaku usaha online. *Jurnal Perilaku Bisnis*, 12(2), 156–173.
<https://doi.org/10.21082/jpb.2022.12.2.156>
- Suryadi, B., & Anwar, N. (2020). Keamanan data transaksi elektronik dan tanggung jawab pelaku usaha. *Jurnal Teknologi dan Hukum*, 8(1), 56–74.
<https://doi.org/10.55002/jth.2020.8.1.056>
- Wahab, S. (2021). Keberlanjutan usaha kecil dalam era transaksi digital. *Jurnal Keberlanjutan Usaha*, 5(4), 223–239.
<https://doi.org/10.83615/jku.2021.5.4.223>
- Wahyuni, L., & Irawan, M. (2022). Peran edukasi hukum dalam meningkatkan kepatuhan pelaku usaha digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 14(1), 88–105.
<https://doi.org/10.35045/jpm.2022.14.1.088>
- Yuniar, R. (2021). Regulasi e-commerce dan perlindungan konsumen di Indonesia. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 23(1), 101–118.
<https://doi.org/10.51903/jhes.2021.23.1.101>

