

**PEMBERDAYAAN KONSUMEN OLEH YAYASAN PERLINDUNGAN
KONSUMEN MASYARAKAT SURAKARTA (YPKMS)**

DESITHA BEAUTY WIDYASARI
NPM : 18111019

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine consumer empowerment carried out by the Yayasan Perlindungan Konsumen Masyarakat Surakarta (YPKMS) in terms of Law Number 8 of 1999 Concerning Consumer Protection.

The background of this study is that consumers with all the limitations that exist often buy products that are not as expected so that they suffer losses due to buying these products. The consumer loss is a result of the use of the product of the business actor, so the business actor must be responsible for the loss. Business actors who cause harm to consumers, make the public or consumers who are victims do not know where to complain if they suffer losses.

The research methodology used is descriptive qualitative with the nature of sociological juridical research. To obtain data used literature study methods and field research including interviews and documentation. The data analysis technique is descriptive qualitative.

The results of research and data analysis can be concluded that the Role of the Yayasan Perlindungan Konsumen Masyarakat Surakarta (YPKMS) in consumer empowerment includes: (1) Conducting Smart Consumer Counseling by referring to: Research before buying, Ensure Products marked with SNI Quality Assurance, Pay Attention to Labels and Expiration Period, and Buy According to Needs Not Wants. (2) Providing advice to consumers who need, i.e. giving advice to consumers who need assistance as a result of being harmed by business actors conducted by YPKMS verbally or in writing. (3) Assist consumers in fighting for their rights, including receiving consumer complaints or complaints. Obstacles experienced by the Yayasan Perlindungan Konsumen Masyarakat Surakarta (YPKMS), namely (1) Internal barriers (Lack of funds and a small number of members) and (2) external barriers (The Role of the Government that Is Not Proactive in Consumer Protection and the Attitudes of Business Actors Who Do Not Care and do not want to obey and comply with applicable legal provisions relating to goods or services so as not to harm consumers causing YPKMS to experience difficulties in protecting consumers.

Keywords: Consumer, Consumer Protection, Consumer Empowerment

PENDAHULUAN

Dengan adanya Pembangunan dan perkembangan perekonomian umumnya dan khususnya di bidang perindustrian dan perdagangan nasional, telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Disamping itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi komunikasi dan informatika, telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu Negara, sehingga barang dan/atau jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri.

Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. Hal ini terutama disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen. Oleh karena itu, maka pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK) Nomor. 8 Tahun 1999 yang diberlakukan pada Tahun 2003. UUPK ini dimaksudkan sebagai landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen. Begitupun, UUPK merupakan upaya struktural untuk melindungi konsumen secara integrative dan komprehensif serta dapat diterapkan secara efektif di masyarakat dalam rangka pemberdayaan konsumen.

Upaya pemberdayaan ini menjadi sangat penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran pelaku usaha yang pada dasarnya prinsip ekonomi pelaku usaha adalah mendapat keuntungan yang semaksimal mungkin dengan

modal seminimal mungkin. Prinsip ini sangat potensial merugikan kepentingan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung. Karenanya upaya mewujudkan kesadaran konsumen perlu dilakukan secara simultan dan melibatkan semua pihak terutama leading sector yang terkait dengan pemberdayaan konsumen, yakni Pemerintahan, Kepolisian, Kejaksaan dan LSM Perlindungan Konsumen (dalam UUPK disebut dengan istilah Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat disingkat LPKSM).

Dalam konteks ini, Kota Surakarta sebagai salah satu Kota pada Provinsi Jawa Tengah, memiliki daya cakup/ruang lingkup yang sangat luas karena (1) Kota Surakarta merupakan daerah yang strategis karena berada di tengah tengah Provinsi Jawa Tengah sehingga memiliki dampak pada interaksi sosial, ekonomi, politik, budaya, pertahanan dan keamanan, (2) jumlah penduduk yang sangat tinggi akibat urbanisasi bersamaan dengan pengembangan Kota Surakarta sebagai kawasan industri, dan (3) struktur sosial budaya masyarakat yang tinggi dalam hal konsumsi barang dan/atau jasa.

Atas dasar itulah, dan bersamaan dengan belum adanya LPKSM yang fokus pada upaya perlindungan dan/atau pemberdayaan konsumen maka pada tanggal 04 Agustus 2014 didirikan Yayasan Perlindungan Konsumen Masyarakat Surakarta (YPKMS) Kelembagaan swadaya ini didirikan atas dasar pemikiran sebagai berikut (1) Belum adanya LPKSM perlindungan/pemberdayaan konsumen di Kota Surakarta, (2) Masih minimnya kesadaran konsumen di Kota Surakarta yang diindikasikan dengan tiadanya complain terhadap beberapa komoditi baik barang ataupun jasa yang berdasarkan investigasi YPKMS

dipandang bertentangan dengan UUPK, (3) Banyaknya pelaku usaha yang belum menerapkan UUPK secara konsisten semisal dalam hal penerapan clausula baku, dan (4) Perlunya upaya perlindungan/pemberdayaan konsumen yang dilakukan secara sinergis antara pemerintahan dengan masyarakat (LPKSM). Dengan didirikannya YPKMS ini diharapkan dapat menjadi "suatu energi" tersendiri didalam mendorong dan membangun serta meningkatkan kualitas kesadaran konsumen dan pelaku usaha di Kota Surakarta. Pada akhirnya, Undang-undang Perlindungan Konsumen benar-benar dapat diterapkan secara konsisten.

Kelemahan konsumen dibandingkan dengan pelaku usaha dapat terlihat pada faktor ekonomi, pengetahuan, psikologis, maupun pendidikan. Menurut hasil penelitian BPHN (Badan Pembinaan Hukum Nasional), faktor-faktor penyebab lemahnya konsumen (Intan Nur & Rukiyah Lubis, 2014 : 44) juga dapat muncul karena hal-hal sebagai berikut:

1. Masih rendahnya tingkat kesadaran konsumen akan haknya.
2. Belum terkondisinya masyarakat konsumen karena masyarakat belum tahu hak-hak dan kemana hak-haknya disalurkan jika mendapatkan kesulitan atau kekurangan dari standar barang atau jasa yang sewajarnya.
3. Belum terkondisinya masyarakat konsumen menjadi masyarakat yang mempunyai kemauan menuntut hak-haknya.
4. Proses peradilan yang ruwet dan waktu yang berkepanjangan.
5. Posisi konsumen yang lemah.

Faktor penyebab lemahnya konsumen dapat berasal dari sisi hukum, dapat pula dari kondisi sosial yang berkembang. Penyebab lemahnya konsumen dari sisi hukum, garis besarnya adalah belum adanya kesadaran konsumen akan hak-haknya sebagai konsumen. Kelemahan ini sudah semakin tereliminasi seiring berkembangnya teknologi informasi yang memungkinkan setiap orang mengakses informasi dan mempublikasikannya kepada siapapun. Perkembangan teknologi informasi tersebut tidak lantas membuat konsumen sangat kuat melainkan tetap harus berada pada koridor aturan komunikasi yang tepat, jika tidak konsumen dapat terjatuh kepada kasus diluar sengketa konsumen itu sendiri, misalnya pencemaran nama baik.

Seiring berjalannya waktu untuk membantu konsumen Indonesia agar tidak dirugikan oleh pelaku usaha dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa dan agar dapat membantu konsumen dalam menyelesaikan sengketa dengan pelaku usaha muncul Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yang dibentuk oleh masyarakat itu sendiri. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat ini berfungsi sebagai penerima aspirasi atau keluhan konsumen yang dirugikan dan untuk menangani masalah penyelesaian sengketa konsumen dan pelaku usaha.

Sebagai salah satu contoh kasus, Suyanto pergi belanja dan membeli coklat di salah satu Hypermart di Kota Surakarta setelah dibuka ternyata coklatnya sudah berlubang dan ada belatungnya ternyata setelah dicek kembali sudah kadaluarsa. Oleh Suyanto barang yang telah kadaluarsa tersebut dilaporkan ke pimpinan toko dan pimpinan toko meminta maaf dan mengganti coklat tersebut, hal ini sering

terjadi karena pemerintah tidak pernah memberikan sanksi tegas kepada pelaku usaha ataupun pengawasan rutin terhadap pelaku usaha, sehingga pelaku usaha tidak jera untuk melakukan hal tersebut kembali. Dalam kasus ini telah terjadi pelanggaran terhadap hak konsumen seperti tercantum dalam pasal 4 UUPK terutama pasal 4 huruf a hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.

Pengaduan tentang daging sapi impor dari Australia dan tanpa izin dari dinas terkait diadakan oleh Suryadi. Pada tanggal 15 Januari 2020, jam 09.00 pagi WIB, pintu rumah Suryadi di kawasan Pasar Kliwon semanggi diketok oleh sales daging sapi. Setelah melihat dengan seksama daging sapi tersebut tidak memiliki izin dari dinas dan harganya lebih murah daripada yang ada di pasaran. Karena ragu akhirnya Suryadi tidak jadi membeli karena takut ada efeknya. Sales daging sapi impor tadi telah melakukan pelanggaran akan hak konsumen yaitu hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa serta hak untuk memilih barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan seperti yang tertuang dalam pasal 4 huruf a dan b UUPK dan melanggar Undang-Undang No 36 tahun 2009 Pasal 196 dan 197 tentang kesehatan.

Kehadiran Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dalam suatu negara sangat penting untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen (Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, 2011 : 213). LPKSM sebagai arus bawah yang kuat dan tersosialisasi secara luas di masyarakat dan sekaligus secara representatif dapat menampung dan memperjuangkan aspirasi konsumen.

Berdasarkan uraian singkat diatas mendorong dilakukan pengkajian lebih dalam mengenai pemberdayaan konsumen yang dilakukan oleh Yayasan Perlindungan Konsumen Masyarakat Surakarta (YPKMS) yang dituangkan dalam bentuk tulisan dengan judul **PEMBERDAYAAN KONSUMEN OLEH YAYASAN PERLINDUNGAN KONSUMEN MASYARAKAT SURAKARTA (YPKMS)**.

TUJUAN PENELITIAN

Secara umum tujuan penelitian adalah untuk mendalami berbagai aspek tentang permasalahan-permasalahan yang telah dirumuskan dalam perumusan masalah diatas. Secara khusus tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut yaitu untuk mengetahui Pemberdayaan Konsumen oleh Yayasan Perlindungan Konsumen Masyarakat Surakarta (YPKMS) dan apa hambatan yang terjadi ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan pendekatan Yuridis Sosiologis yakni mempunyai objek kajian mengenai perilaku masyarakat yang berkaitan dengan makanan kadaluarsa dalam kaitannya dengan pemberdayaan konsumen oleh YPKMS. Sifat penelitian menggunakan metode deskriptif. Data yang digunakan berdasarkan pengaduan masyarakat yang datang ke YPKMS dan wawancara ke Dinas Kesehatan Kota Surakarta, Dinas Perdagangan Kota Surakarta dan Loka POM Kota Surakarta. Metode analisis data

dengan menggunakan reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dari data temuan di YPKMS dapat dilihat bahwa hanya sedikit laporan keluhan konsumen yang masuk ke YPKMS dalam kurun waktu november 2019 sampai januari 2020 dan yang terbanyak adalah mengenai makanan kadaluarsa. Hal ini disebabkan kurangnya pengetahuan konsumen tentang hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha terhadap konsumen, sehingga selama ini yang bertindak pro aktif dalam mencari informasi dan survey di lapangan terhadap ada tidaknya pelanggaran terhadap hak-hak konsumen oleh pelaku usaha. Setelah YPKMS cukup memperoleh informasi/ data temuan di lapangan dan juga bukti-bukti atas adanya pelanggaran hak-hak konsumen atau tidak dilaksanakannya kewajiban pelaku usaha sehingga menyebabkan konsumen menderita kerugian maka proses selanjutnya adalah dilakukannya pertemuan antara pihak yang bersengketa dimana YPKMS bertindak sebagai Mediator.

Karena minimnya laporan yang masuk ke YPKMS atas dugaan adanya pelanggaran Hak-hak konsumen maka YPKMS bertindak pro aktif dengan terjun ke lokasi yang disinyalir terdapat pelanggaran hak-hak konsumen. Salah satu cara yang dilakukan oleh YPKMS dalam mengumpulkan data atau informasi atas ada tidaknya sengketa konsumen yaitu dengan cara diadakannya penyuluhan atau penyebaran angket di tempat-tempat strategis di kota Surakarta seperti di pasar

maupun di tempat keramaian yang lain, yang disinyalir banyak terdapat pelanggaran terhadap hak-hak konsumen oleh pelaku usaha.

KESIMPULAN

Pemberdayaan konsumen yang dilakukan oleh Yayasan Perlindungan Konsumen Masyarakat Surakarta (YPKMS) antara lain: (1) Mengadakan Penyuluhan Konsumen Cerdas (Konser) dengan berpedoman pada: Teliti sebelum membeli, Pastikan Produk bertanda Jaminan Mutu SNI, Perhatikan Label dan Masa Kadaluarsa, dan Beli Sesuai Kebutuhan Bukan Keinginan. (2) Memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukan yaitu pemberian nasihat kepada konsumen yang memerlukan bantuan akibat dirugikan oleh pelaku usaha dilakukan oleh YPKMS secara lisan atau tertulis. (3) Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen. Hambatan yang dialami oleh Yayasan Perlindungan konsumen Masyarakat Surakarta (YPKMS) yaitu (1) Hambatan Internal (Kurang dana dan jumlah anggota sedikit) serta (2) hambatan eksternal (Peran Pemerintah yang Kurang Pro Aktif Dalam Perlindungan Konsumen dan Sikap pelaku usaha yang tidak mau peduli dan tidak mau mentaati serta mematuhi ketentuan hukum yang berlaku terkait dengan barang ataupun jasa agar tidak merugikan konsumen menyebabkan YPKMS mengalami kesulitan di dalam melindungi konsumen. Pengaduan yang dilakukan konsumen terkadang tidak ditanggapi dengan serius dan Sanksi Hukum yang Tidak tegas, meskipun sudah ada dalam UUPK yang mengatur tentang perlindungan konsumen pelanggaran masih saja terjadi.

SARAN

1. Untuk Pemerintah

- Diharapkan adanya pembaharuan terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen, khususnya mengenai Tugas dan wewenang dari LPKSM.
- Perlu dibuka kembali Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) di Kota Surakarta, karena konsumen masih memerlukan lembaga penyelesaian di luar pengadilan
- Perlu tindakan represif dari pemerintah dengan cara pencabutan izin usaha ataupun pemberian sanksi administrasi maupun pidana apabila pelaku usaha masih melakukan pelanggaran-pelanggaran yang berdampak konsumen.

2. Untuk Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN)

- a. Hendaknya BPKN memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah agar mengkaji ulang Pasal 44 ayat 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.
- b. Hendaknya BPKN memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah, agar Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga mengakomodir mengenai Upaya perdamaian yang dilakukan YPKMS atas sengketa konsumen dengan pelaku usaha.

3. Untuk LPKSM

Diharapkan seluruh LPKSM dapat memberikan fasilitas upaya perdamaian kepada konsumen dengan pelaku usaha yang bersengketa.

4. Untuk YPKMS

Hendaknya YPKMS memberikan sosialisasi kepada masyarakat bahwa YPKMS selaku Yayasan Perlindungan Konsumen Masyarakat Surakarta dapat melakukan upaya perdamaian atas sengketa konsumen dengan pelaku usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim Barkatulah. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*. Bandung: Nusa Indah.
- Abdul Halim Barkatulah. 2010. *Hak-hak Konsumen*. Bandung: Nusa Media.
- Adi Nugroho Susanti. 2008. *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Jakarta: Prenada Media Group
- Ahmadi Miru. 2013. *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. 2011. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Ahmad Yani dan Widjaja Gunawan. 2003. *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ali Mansyur. 2007. *Penegakan Hukum Tentang Tanggung Gugat Produsen dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Genta Press.
- Ali Zainuddin. 2009. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Amirudin dan Zainal Asikin. 2006. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Burhan Ashshofa. 2010. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Intar Nur dan Rukiyah Lubis, 2014. *Win-Win Solution Sengketa Konsumen*. Yogyakarta: Pustaka Yustisia.
- Janus Sidabalok. 2014. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti

- Joni Emirzon. 2001. *Alternatif Penyelesaian Sengketa Di Luar Pengadilan*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Lexy. J. Moleong. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Patrick Purwahid. 1994. *Dasar-Dasar Hukum Perikatan. (Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian dan Dari Undang-Undang)*, Bandung: Mandar Maju.
- Satjipto Rahardjo. 1986. *Hukum dan Masyarakat*, Bandung: Angkasa.
- Shidarta. 2006. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo.
- Shidarta dan Darji Darmodiharjo. 2006. *Pokok-pokok Filsafat Hukum (Apa dan Bagaimana Filsafat Hukum Indonesia)*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2013. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Soemali. 2004. *Mekanisme Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika
- Tri Celina. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Yulianto dan Mukti. 2013. *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Yusuf Shofi. 2002. *Pelaku Usaha, Konsumen, dan Tindak Pidana Korporasi*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Zulham. 2013. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media.

JURNAL

- Erhian. 2013. “*Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Makanan dan Minuman Kadaluarasa (Studi Kasus BPOM)*”. *Jurnal Ilmu Hukum Legal Opinion*. Edisi 4, volume 1.
- Mira Erlinawati dan Widi Nugrahaningsih. 2017. “*Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Online*”. *Jurnal Serambi Hukum* Vol. 11 (01) 2017, hal. 27-40

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang *Perlindungan Konsumen*.

Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang *Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa*.

Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2011 tentang *Bantuan Hukum*.

Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang *Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat*.

Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang *Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen*.