

Peningkatan Kesadaran Hak-Hak Konsumen Produk Pangan Sebagai Upaya Mewujudkan Kemandirian Konsumen Di Kabupaten Bantul.

Oleh: Chandra Dewi Puspitasari, S.H.
Puji Wulandari K, M.Kn.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang berbagai upaya yang telah dilakukan oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul dan LPKSM (LKY dan LBH Indonesia) serta berbagai hambatan dalam meningkatkan kesadaran konsumen produk pangan atas hak-haknya. Selain itu, dari penelitian ini akan diketahui model peningkatan kesadaran hak-hak konsumen yang paling efektif.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara dan dokumentasi. Teknik penentuan subyek penelitian menggunakan teknik non probability sampling dengan metode purposive sampling dan snowball sampling. Penelitian dilaksanakan selama 6 bulan dan bertempat di beberapa kecamatan di Kabupaten Bantul, yaitu Bangunjiwo, Sanden dan Kasihan. Selanjutnya, data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik analisis induktif.

Dari penelitian yang telah dilaksanakan didapatkan hasil bahwa ada berbagai upaya yang telah dilakukan oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul, salah satunya adalah upaya dengan langkah preemtif (pembinaan). Upaya tersebut dilakukan dengan beberapa model, yaitu penyuluhan (melalui siaran radio dan penyuluhan terbatas), publikasi (hasil pengawasan dan survey produk pangan) dan memfasilitasi pengaduan konsumen. Upaya lain dilakukan oleh LKY, yaitu dengan melakukan model penyuluhan terbatas, publikasi (hasil pengawasan dan survey), kampanye publik, konsultasi cuma-cuma (secara pribadi maupun melalui media cetak) dan penerimaan pengaduan, sedangkan LBH Indonesia menerapkan model penyuluhan terbatas, publikasi (pengawasan dan survey produk pangan serta kajian kebijakan) dan pengaduan konsumen. Hambatan yang ditemui adalah terbatasnya anggaran, sumber daya manusia, sarana dan prasarana serta sikap-sikap konsumen yang kurang mendukung upaya peningkatan keasadaran hak-hak konsumen. Selama ini, model penyuluhan merupakan model yang paling efektif dibandingkan model lain. Disamping karena berbagai keunggulan dari penyuluhan terbatas, juga disebabkan karena masyarakat masih kurang proaktif dalam mencari informasi, sehingga ajakan melalui penyuluhan terbatas sangat memiliki peran.

Kata kunci: kesadaran, konsumen, kemandirian.

BAB I

PENDAHULUAN

A. PENDAHULUAN

Semakin terbukanya pasar sebagai akibat dari proses mekanisme pasar yang berkembang adalah hal yang tak dapat dielakkan. Perkembangan dunia perdagangan yang mengarah pada perdagangan bebas tersebut menyebabkan arus barang dan atau jasa yang dipasarkan pada konsumen menjadi marak. Realisasi tersebut di satu sisi tentu mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbukanya kebebasan untuk memilih beraneka macam jenis dan kualitas barang dan jasa.

Salah satu produk yang dimanfaatkan konsumen adalah produk pangan. Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan menyebutkan bahwa pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati dan air, baik yang diolah maupun tidak, yang diperuntukkan sebagai konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, bahan lain yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan dan/atau pembuatan makanan dan minuman. Produk pangan tersebut bagi setiap manusia merupakan kebutuhan pokok, sehingga siapapun tentu dihadapkan pada keadaan untuk menentukan atau memilih produk pangan di pasaran.

Derasnya peredaran produk-produk pangan akibat terbukanya pasar melahirkan iklim persaingan yang ketat dan membuka peluang terjadinya penyalahgunaan untuk mengeruk keuntungan sesaat. Tidak jarang dalam transaksi ekonomi yang terjadi terdapat permasalahan-permasalahan yang menyangkut

persoalan sengketa dan ketidakpuasan konsumen akibat produk yang di konsumsinya tidak memenuhi kualitas standar bahkan tidak jarang produk pangan tersebut juga membahayakan bagi konsumen. Akibatnya masyarakat sebagai konsumen sangat dirugikan bahkan dapat mengancam kesehatan dalam jangka panjang. Karenanya, adanya jaminan kepastian atas mutu, jumlah, dan keamanan produk pangan yang diperolehnya di pasar menjadi urgen.

Fakta tersebut membuat pelaku usaha mempunyai posisi yang kuat dibandingkan konsumen. Pelaku usaha menjadi pihak yang dipandang sebagai pihak yang mengetahui bahan dasar, pengolahan, pengemasan, serta pendistribusian produk pangan. Hal ini memberikan konsekuensi bagi pelaku usaha untuk dapat memastikan bahwa kualitas dari produknya aman untuk dikonsumsi oleh masyarakat luas. Sedangkan di lain pihak, konsumen sebagai pemakai akhir yang berhak atas keamanan dan kenyamanan dari produk pangan yang dikonsumsi justru berada di posisi yang lemah karena menjadi pihak yang dijadikan obyek bagi pelaku usaha untuk meraup keuntungan sebesar-besarnya.

Dalam praktik sering ditemukan pelaku usaha yang sengaja memanipulasi informasi atau memberikan informasi secara tidak lengkap sehingga membahayakan dan merugikan konsumen (Anonim, 2006:60). Prof. David Harland dalam pendapatnya mensinyalir bahwa kapasitas barang dan jasa dapat saja merugikan atau membunuh konsumen yang disebabkan hanya karena adanya informasi yang kurang lengkap untuk membantu mereka mengenal, apakah barang dan jasa itu telah memenuhi syarat keamanan. Kombinasi kemajuan metode komunikasi massa dan teknik pemasaran yang semakin rumit mengakibatkan konsumen menjadi lebih

bertanggung jawab atas klaim yang menyesatkan, yang mungkin dibuat oleh pelaku usaha (Doram T. Dumalagan, 2005:6).

Konsumen, khususnya konsumen produk pangan, seringkali menderita kerugian akibat pengkonsumsian pada produk pangan tertentu. Hal tersebut banyak juga terjadi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Menurut data dari Lembaga Konsumen Yogyakarta (LKY), konsumen yang pernah mengalami kerugian adalah sebesar 89% dari jumlah responden 100 orang. Ini artinya dari 100 orang sebanyak 89 orang konsumen pernah mengalami kerugian. Dari berbagai kasus kerugian tersebut 69,7% adalah kerugian yang dialami oleh konsumen produk pangan (Anna Susilaningtyas, 2008: 4). Masih segar dalam ingatan ketika pada tahun 2008 marak berbagai kasus yang menimpa konsumen produk pangan. Banyaknya daging sapi glonggongan, tahu berformalin, beredarnya makanan tidak layak konsumsi karena telah kadaluwarsa yang menyebabkan keracunan, penggunaan bahan pengawet dan pewarna yang berbahaya untuk makanan dan peristiwa dirugikannya konsumen akibat produk pangan berbahan susu bermelamin menjadi beberapa catatan buruk bagi perjalanan konsumen produk pangan. Realita lain yang terjadi dilapangan hingga saat ini adalah masih banyaknya konsumen produk pangan yang tidak menindaklanjuti pemenuhan hak-haknya sebagai konsumen ketika dirugikan. Berdasarkan pada survey yang dilakukan oleh LKY di Daerah Istimewa Yogyakarta pada tahun 2008 menunjukkan bahwa hanya sebesar 24,7% konsumen yang mengadukan kerugiannya sedangkan yang tidak mengadukan kerugian tersebut adalah 75,3% konsumen (Anna Susilaningtyas, 2008: 5).

Konsumen seringkali berada pada posisi yang kurang menguntungkan dan lemah daya tawarnya. Salah satunya disebabkan karena mereka belum memahami hak-hak mereka atau bahkan tidak jarang menganggap itu adalah persoalan yang biasa saja. Disamping itu, dari sisi pelaku usaha pemahaman mengenai kewajiban terhadap konsumen pun belum mencukupi. Jika terjadi permasalahan atau kerugian dari penggunaan suatu produk pangan tertentu, biasanya konsumen terbentang kesulitan untuk mendapatkan penyelesaian dari pelaku usaha, karena konsumen berada dalam posisi tawar yang tidak seimbang (*inequality of bargaining power*). Terkadang jika konsumen mengadukan permasalahannya kepada pelaku usaha juga tidak mendapatkan penyelesaian yang memuaskan, hal tersebut membuat konsumen sangat tidak berdaya. Konsumen hanya bisa pasrah terhadap kondisi yang dialaminya, karena tidak mungkin dengan kekuatan konsumen seorang diri bisa mengubah perilaku bisnis dari pelaku usaha.

Banyak faktor yang menyebabkan konsumen bersikap demikian. Salah satunya adalah tingkat kesadaran konsumen akan hak-haknya yang masih rendah. Kurangnya pengetahuan mengenai hak-hak sebagai konsumen yang sebetulnya dilindungi oleh undang-undang tersebut membuat konsumen ada pada kondisi penuh ketidakberdayaan dalam menghadapi pelaku usaha.

Kabupaten Bantul adalah wilayah yang memiliki kondisi yang demikian. Hal tersebut dapat dilihat dari adanya berbagai kasus yang selama ini terjadi, diantaranya adalah masih ditemukannya penjualan produk pangan pada swalayan yang tidak memenuhi standar pada pengawasan dan survey yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Bantul. Padahal saat ini tercatat ada 98 swalayan yang ada di Kabupaten

Bantul. Belum lagi produk pangan pada sejumlah pasar tradisionalnya. Produk pangan yang tidak memenuhi standar tersebut seperti misalnya beredarnya produk pangan yang telah masuk pada daftar dilarang edar (misalnya permen susu asal cina karena kandungan melamin), produk pangan yang sudah kadaluwarsa, produk pangan dengan kemasan yang telah rusak atau cacat, produk pangan tanpa label yang lengkap di beberapa warung, toko atau minimarket. Permasalahan tersebut selalu terjadi dari tahun ke tahun. Selain alasan kelalaian, Disperindagkop Kabupaten Bantul menyebutkan bahwa ada pula faktor kesengajaan dari pelaku usaha. (Kedaulatan Rakyat, Kamis 04 Oktober 2007: 5).

Disamping itu, di Kabupaten Bantul banyak terdapat beberapa produsen produk pangan tradisional yang tersebar di berbagai kecamatan. Menurut data Disperindagkop, di Kabupaten Bantul terdapat 21 sentra industri rumah tangga makanan tradisional. Sentra industri makanan geplak di Bantul Kota, industri krecek di Segoroyoso, industri tempe di Pendowoharjo, Poncosari, Bangunharjo, Canden dan Srimartani. Sementara itu, industri tahu ada di Trimurti, Trirenggo, Ngestiharjo dan Baturetno. Selanjutnya sentra industri emping di Wirokerten, Potorono, Palbapang, Triwidadi dan Sumbermulyo. Industri emping ketela ada di Ringinharjo. Sentra industri kripik tempe terdapat di Imogiri, sedangkan industri kue satu di Patalan dan industri yangko ada di Singosaren. Dari sekian banyak industri rumahan tersebut, masih ada yang kurang memperhatikan kepentingan konsumen seperti tidak mencantumkan komposisi bahan makanan, tanggal kadaluwarsa dan tanggal produksi.

Disisi lain, mayoritas masyarakat Bantul memiliki tingkat pendidikan, pengetahuan dan tingkat ekonomi yang masih rendah. Selanjutnya, rendahnya kesadaran konsumen akan hak-haknya juga dipengaruhi oleh hal-hal tersebut. Seperti misalnya, rendahnya pendidikan dan pengetahuan membuat masyarakat kurang memperdulikan aspek kesehatan ketika memilih produk pangan, kondisi ekonomi yang sulit membuat masyarakat lebih memilih produk pangan yang murah dan kurang memperhatikan kualitas produk pangan, dan sebagainya.

Menghadapi kondisi yang demikian, tentu konsumen produk pangan di Kabupaten Bantul perlu membekali diri dengan pengetahuan dan pemahaman yang cukup terkait dengan hak-hak konsumen. Masih beredarnya produk pangan yang tidak memenuhi standar tersebut tentu menjadi ancaman tersendiri bagi konsumen. Diketuinya hak-hak konsumen akan menjadikan konsumen mampu memilih produk pangan yang tepat, baik bagi diri sendiri dan keluarganya. Selanjutnya, kesadaran akan hak-hak konsumen menjadi hal yang penting, sehingga sebagai konsumen produk pangan memiliki kepedulian untuk melindungi diri.

Mewujudkan kesadaran konsumen produk pangan dapat ditempuh melalui upaya-upaya peningkatan kesadaran hak-hak konsumen dengan menerapkan berbagai model. Terselenggaranya peningkatan kesadaran hak-hak konsumen tersebut tentu menjadi tanggung jawab berbagai pihak, yaitu pemerintah, khususnya Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi (Disperindagkop) Kabupaten Bantul, pelaku usaha dan masyarakat yang direpresentasikan melalui Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM).

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka dipandang sangat penting untuk melakukan penelitian ini yang pada akhirnya diharapkan akan diketahui berbagai model peningkatan kesadaran hak-hak konsumen yang telah diselenggarakan di Kabupaten Bantul, baik yang dilakukan oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul maupun LPKSM. Selanjutnya dilakukan penelusuran model yang efektif yang akan didapatkan dengan mengevaluasi berbagai upaya dalam meningkatkan kesadaran konsumen produk pangan atas hak-haknya. Model yang efektif inilah yang ke depan perlu digalakkan sebagai tujuan jangka panjang yaitu mewujudkan kemandirian konsumen produk pangan di Kabupaten Bantul.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan pada latar belakang masalah, maka dikemukakan permasalahan sebagai berikut:

1. Upaya-upaya apa sajakah yang telah dilakukan oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul dan LPKSM dalam meningkatkan kesadaran konsumen produk pangan atas hak-haknya?
2. Hambatan-hambatan apa sajakah yang ditemui oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul dan LPKSM dalam menyelenggarakan upaya-upaya tersebut?
3. Bagaimanakah model peningkatan kesadaran hak-hak konsumen yang telah dilakukan oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul dan LPKSM yang efektif bagi upaya meningkatkan kesadaran konsumen produk pangan atas hak-haknya?

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Tentang Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Pasal 1 angka 2 UUPK menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

“Setiap orang” dalam definisi tersebut berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa. Orang yang dimaksudkan dalam UUPK tidak hanya sebatas orang alami (*natuurlijk persoon*) namun juga mencakup badan usaha yang berbadan hukum (*rechts persoon*). Sedangkan “pemakai” ditekankan pada pengertian konsumen akhir (*ultimate consumer*). Sebagai pemakai dirumuskan bahwa barang dan/jasa yang dipakai oleh pemakai tidak serta merta selalu merupakan hasil transaksi jual beli. Artinya, yang diartikan sebagai konsumen tidak harus selalu memberikan prestasinya dengan cara membayar uang untuk memperoleh barang dan/atau jasa tersebut. Dengan kata lain, dasar hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha tidak perlu harus tertulis.

Sedangkan “barang dan/atau jasa” menurut pasal 1 angka 4 UUPK disebutkan bahwa yang dimaksud dengan barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen. UUPK tidak menjelaskan perbedaan istilah dipakai,

dipergunakan atau dimanfaatkan. Sementara itu, pada pasal 1 angka 5 UUPK disebutkan pengertian jasa yang diartikan sebagai setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen. Pengertian disediakan bagi masyarakat menunjukkan jasa tersebut harus ditawarkan kepada masyarakat, artinya harus lebih dari satu orang.

Pengertian “yang tersedia dalam masyarakat” artinya bahwa barang dan/atau jasa tersebut yang ditawarkan kepada masyarakat harus tersedia dipasaran. Namun dalam perdagangan yang semakin kompleks dewasa ini, syarat ini tidak mutlak lagi dituntut oleh masyarakat konsumen. Sering sekali terjadi transaksi sebelum barang dan/atau jasa tersebut tersedia. Sedangkan pengertian “bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain” adalah bahwa kepentingan tidak sekedar ditujukan untuk diri sendiri tetapi termasuk orang di luar diri sendiri dan keluarga, termasuk hewan dan tumbuh-tumbuhan.

Sementara itu, yang dimaksudkan dengan “tidak untuk diperdagangkan lagi” adalah bahwa barang dan/atau jasa yang diperoleh adalah untuk dikonsumsi dan tidak untuk diperjualbelikan kembali.

2. Hak dan Kewajiban Konsumen

Hak-hak konsumen dalam UUPK telah diatur secara jelas. Konsumen mempunyai beberapa hak, yaitu:

- 1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;**

2. Hak untuk memilih barang dan jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Sembilan hak konsumen tersebut diatas, tampak bahwa persoalan kenyamanan, kemanan dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling pokok dan utama dalam perklindungan konsumen. Barang dan/atau jasa yang dalam penggunaannya tidak memberikan kenyamanan dan tidak aman serta membahayakan bagi keselamatan konsumen jelas tidak layak untuk diedarkan dalam masyarakat.

Selanjutnya, untuk menjamin bahwa suatu barang dan/atau jasa dalam penggunaannya diperlukan keterbukaan informasi yang benar, jelas dan jujur dari pelaku usaha. Apabila terdapat penyimpangan, maka konsumen berhak untuk menyampaikan keluhan, mendapatkan advokasi dan perlakuan yang adil serta kompensasi sampai ganti rugi.

UUPK memberikan ruang yang cukup luas terhadap hak-hak konsumen. Ini sangat berbeda dengan hak-hak dasar konsumen sebagaimana yang pertama kali dikemukakan oleh Presiden Amerika Serikat, John F. Kennedy di depan kongres pada tanggal 15 Maret 1962, yaitu:

1. Hak untuk memperoleh keamanan;
2. Hak untuk memilih;
3. Hak untuk mendapatkan informasi;
4. Hak untuk didengar. (Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, 2003:27).

Selain itu disebutkan pula bahwa hak-hak di bidang konsumsi berhubungan dengan Pasal 25 Deklarasi Universal HAM dan Pasal 11 Perjanjian Internasional tentang Hak-hak Ekonomi, Sosial, dan Budaya. Kedua pasal ini pada dasarnya berisi norma tentang hak atas standar kehidupan yang memadai untuk kesehatan dan kesejahteraan pada diri setiap orang beserta keluarganya, termasuk hak-hak yang berkenaan dengan makanan, pakaian, dan rumah yang memadai.

Disamping ditentukan hak-haknya, UUPK juga menentukan beberapa kewajiban konsumen sebagai penyeimbang. Pasal 5 UUPK mewajibkan konsumen untuk:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan;
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

3. Konsumen Mandiri

Penjelasan umum pasal 29 UUPK menyebutkan bahwa faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya yang masih rendah. Oleh karena itu, perlu dilakukan pemberdayaan konsumen melalui peningkatan kesadaran konsumen akan hak-haknya. Peningkatan kesadaran tersebut dilakukan melalui pembinaan dan pendidikan konsumen. Selanjutnya, kemampuan konsumen dalam memilih, menentukan dan memperjuangkan hak-haknya dapat menjadi awal terwujudnya kemandirian konsumen.

Konsumen yang mandiri merupakan salah satu tujuan dari perlindungan konsumen sebagaimana dituangkan dalam UUPK. Secara keseluruhan disebutkan bahwa tujuan perlindungan konsumen adalah:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkan dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;

4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
6. Meningkatkan kualitas barang dan/jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

Terkait dengan hal tersebut, pasal 2 Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa pemerintah memiliki tanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Tanggung jawab tersebut dimaksudkan untuk memberdayakan konsumen untuk memperoleh haknya, yaitu dilakukan melalui pendidikan, pelatihan, ketrampilan. Ada kekhawatiran pelaku usaha dengan prinsip ekonominya, menjadikan konsumen menderita kerugian karenanya. Pemberdayaan konsumen tersebut sesuai dengan asas keadilan dan keseimbangan tidak boleh merugikan kepentingan pelaku usaha (Gunawan Wijaya, 2003: 40).

Selain pemerintah, peran lembaga yang bergerak di bidang perlindungan konsumen menjadi penting. Lembaga perlindungan konsumen yang secara swadaya didirikan masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan

perlindungan konsumen. Pasal 44 ayat 3 UUPK menentukan bahwa Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) berperan untuk menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa, memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya, serta bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen, membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen, melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

Terkait dengan penyebaran informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak-hak konsumen dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa, dalam Pasal 4 Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat disebutkan bahwa penyebaran informasi meliputi penyebarluasan berbagai pengetahuan mengenai perlindungan konsumen termasuk peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan masalah perlindungan konsumen. Adapun informasi yang dimaksud adalah mengenai proses produksi, standar, label, promosi dan periklanan, klausula baku dan lain-lain. Sedangkan penyebaran informasi yang dilakukan dapat melalui kegiatan pendidikan, pelatihan, penyuluhan, pelayanan informasi, dan lain-lain.

Sementara itu, kemandirian konsumen oleh Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri ditentukan berdasarkan kriteria sebagai berikut:

1. Sadar akan harkat dan martabat konsumen, mampu untuk melindungi diri sendiri dan keluarganya;

2. Mampu menentukan pilihan barang dan jasa sesuai kepentingan, kebutuhan, kemampuan dan keadaan yang menjamin keamanan, keselamatan, kesehatan konsumen sendiri;
3. Jujur dan bertanggungjawab;
4. Berani dan mampu mengemukakan pendapat, serta berani memperjuangkan dan mempertahankan hak-haknya;
5. Berbudaya dan sadar hukum perlindungan konsumen.
(www.pkditjenpdn.depdag.go.id, tanggal akses 25 Maret 2009).

Dalam rangka membantu masyarakat dalam memenuhi hak-haknya selaku konsumen, maka selanjutnya Dirjen Perdagangan Dalam Negeri menentukan “6 (enam) Waspada” bagi konsumen, yaitu:

1. Kritis terhadap iklan dan promosi dan jangan mudah terbujuk;
2. Teliti sebelum membeli;
3. Biasakan belanja sesuai rencana;
4. Memilih barang yang bermutu dan berstandar yang memenuhi aspek keamanan, keselamatan,kenyamanan dan kesehatan;
5. Membeli sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan;
6. Perhatikan label, keterangan barang dan masa kadaluwarsa
(www.pkditjenpdn.depdag.go.id, tanggal akses 25 Maret 2009).

Dalam hal ini diperlukan sosialisasi kepada masyarakat secara terus menerus, sehingga mampu mengajak atau mendorong konsumen untuk lebih bijak dalam menentukan pilihan, artinya konsumen harus memiliki kesadaran dan pengetahuan

tentang produk pangan dan ketentuannya. Upaya pemberdayaan ini tentu bukan hal yang mudah untuk dilakukan karena sulit mengharapkan kesadaran pelaku usaha yang pada dasarnya berprinsip mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Kesadaran akan hak-hak konsumen menjadi hal yang penting, sehingga seseorang sebagai konsumen produk pangan mampu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya. Atas dasar itulah, kiranya perlu adanya pengupayaan pemberdayaan konsumen melalui pengaturan dalam undang-undang yang dapat melindungi kepentingan konsumen secara intergratif dan komprehensif, serta dapat diterapkan secara efektif di masyarakat. Dengan memberdayakan masyarakat, konsumen akan mampu menolak produk-produk pangan yang tak terjamin keamanannya. Selain itu, sudah saatnya konsumen menjadi konsumen yang mandiri dan mampu menyeimbangkan posisinya dengan pelaku usaha.

B. Tinjauan Tentang Produk Pangan

1. Pengertian produk pangan

Produk secara umum diartikan sebagai barang yang secara nyata dapat dilihat, dipegang (*tangible goods*), baik yang bergerak maupun yang tidak bergerak (Adrian Sutedi, 2008:64), sedangkan dalam pengertian luas, produk adalah segala barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu proses sehingga produk berkaitan erat dengan teknologi (Janus Sidabalok, 2006:18).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan, pada pasal 1 butir 1 disebutkan bahwa pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari

sumber hayati dan air, baik yang diolah maupun tidak, yang diperuntukkan sebagai konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, bahan lain yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan dan/atau pembuatan makanan dan minuman.

Pengertian pangan sebagaimana telah disebutkan diatas, sama dengan pengertian pangan dalam pasal 1 ayat 1 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan serta pada pasal 1 ayat 1 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan. Pengertian pangan termasuk permen karet atau bahan sejenisnya tetapi tidak mencakup kosmetik, tembakau, hasil olahan tembakau atau bahan lain yang diperuntukkan sebagai obat.

Dalam ketentuan pasal 1 ayat 1 Keputusan Kepala BPOM Nomor HK.00/05.1.2569 tentang Kriteria dan Tata Laksana Penilaian Produk Pangan tanggal 31 Mei 2004 disebutkan yang dimaksud dengan produk pangan adalah pangan olahan baik produksi dalam negeri maupun yang berasal dari luar negeri (*import*) yang diedarkan dalam kemasan eceran dan berlabel.

2. Arti Penting Standarisasi Produk Pangan

Standarisasi merupakan salah satu bentuk pengawasan preventif namun memiliki makna yuridis yang harus ditaati oleh pelaku usaha. Standar yang resmi ditetapkan mengikat sehingga harus dipatuhi oleh setiap pelaku usaha dan untuk setiap penyimpangan terhadap ketentuan tersebut merupakan bahaya langsung yang menancam keselamatan dan kesehatan masyarakat. Adanya standarisasi produk pangan berguna untuk mengarahkan dan memberikan pedoman bagi produsen bahwa

suatu produk yang diproduksi harus memenuhi standar mutu dan menjaga konsumen dari kemungkinan memperoleh produk yang tidak layak dikonsumsi dengan segala akibatnya serta meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional.

Namun demikian, pada praktiknya masih banyak terdapat beberapa bentuk pelanggaran standarisasi produk pangan dalam masyarakat yang pada akhirnya menyebabkan konsumen menderita kerugian dalam pengonsumsiannya produk pangan tertentu. Berdasarkan kajian terhadap kasus-kasus pangan di lapangan ditemukan 4 (empat) masalah utama yang terkait dengan keamanan konsumen terhadap makanan yang dikonsumsi, yaitu :

1. Keracunan makanan, yaitu terjadi karena rusaknya dan terkontaminasinya atau tercampurnya produk pangan dengan bahan berbahaya.
2. Penggunaan bahan terlarang yang mencakup penggunaan bahan pengawet, bahan pewarna, bahan pemanis atau bahan-bahan tambahan lainnya.
3. Ketentuan label bagi produk-produk industri makanan dan minuman yang tidak sesuai dengan ketentuan label dan iklan pangan (PP 69 Tahun 1999) beserta Permenkes. Penyimpangan terhadap peraturan pelabelan yang paling banyak ditemui adalah :
 - a. Penggunaan label tidak berbahasa Indonesia dan tidak menggunakan huruf latin, terutama produk impor;
 - b. Label yang ditempel tidak menyatu dengan kemasan;
 - c. Tidak mencantumkan waktu kadaluarsa;
 - d. Tidak mencantumkan keterangan komposisi dan berat bersih;

- e. Tidak ada kode barang MD, ML atau P-IRT dan acuan kecukupan gizi yang tidak konsisten;
 - f. Tidak mencantumkan alamat produsen/importir (bagi produknya).
4. Produk-produk industri makanan dan minuman yang kadaluarsa.

Kenyataan seperti itulah yang tentu sangat membahayakan bagi masyarakat luas, khususnya konsumen produk pangan. Memang kerugian tersebut terkadang baru akan terlihat dalam jangka waktu yang panjang. Sebagai contoh penggunaan formalin yang sering digunakan untuk mengawetkan tahu atau mie basah dapat menyebabkan kanker paru-paru, gangguan pada jantung, gangguan pada alat pencernaan hingga gangguan pada ginjal. Penggunaan boraks atau pijer atau kie atau bleng dapat menyebabkan gangguan pada kulit, gangguan pada otak dan gangguan pada hati. Namun demikian, apabila kesadaran masyarakat konsumen produk pangan telah baik maka kemampuan konsumen dalam memilih dan menentukan produk pangan mana yang baik tentu dapat menjadi tindakan preventif. Disamping itu, apabila kerugian telah dialami, maka konsumen mampu untuk memperjuangkan hak-haknya.

BAB III

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

A. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran tentang:

1. Upaya-upaya yang telah dilakukan oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul dan LPKSM dalam meningkatkan kesadaran konsumen produk pangan atas hak-haknya.
2. Hambatan-hambatan yang ditemui oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul dan LPKSM dalam menyelenggarakan upaya-upaya tersebut.
3. Model peningkatan kesadaran hak-hak konsumen yang telah dilakukan oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul dan LPKSM yang efektif bagi upaya meningkatkan kesadaran konsumen produk pangan atas hak-haknya.

B. KONTRIBUSI PENELITIAN

Diharapkan hasil penelitian ini akan memberikan kontribusi bagi :

1. Masyarakat luas selaku konsumen produk pangan terutama masyarakat Kabupaten Bantul untuk dapat lebih mengetahui dan memahami hak-haknya sebagai konsumen sehingga mampu menjadi konsumen yang mandiri;

2. Pemerhati dan aktivis perlindungan konsumen untuk dapat lebih berperan dalam memberikan ide dan pendapat-pendapatnya bagi perbaikan kinerja LPKSM, sehingga dapat meningkatkan pelayanannya kepada konsumen;
3. Media massa sebagai wadah untuk menyebarkan informasi-informasi mengenai hak dan kewajiban konsumen produk pangan dan pelaku usaha;
4. Lembaga Perguruan Tinggi, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan kajian dan pertimbangan dalam memecahkan permasalahan-permasalahan konsumen produk pangan di DIY dan memberikan pertimbangan serta sumbangan pemikiran bagi LPKSM.
5. Pemerintah Kabupaten Bantul, khususnya instansi yang terkait, sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam perumusan kebijakan tentang perlindungan konsumen produk pangan.

BAB IV METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian tentang peningkatan kesadaran hak-hak konsumen produk pangan sebagai upaya mewujudkan kemandirian konsumen ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran tentang model peningkatan kesadaran konsumen atas hak-haknya yang telah dilakukan oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul dan LPKSM yang efektif sehingga ke depan peningkatan kesadaran hak-hak konsumen produk pangan dapat lebih optimal.

B. Tahap-Tahap Penelitian

Tahap Pertama : Melakukan eksplorasi terhadap keberadaan LPKSM di DIY. Kegiatan tahap pertama dilakukan mulai bulan Juni sampai dengan Agustus 2009. Selanjutnya dari beberapa LPKSM yang ada tersebut dieksplorasi lebih lanjut dengan melihat apakah LPKSM tersebut pernah melakukan upaya-upaya peningkatan kesadaran hak-hak konsumen produk pangan di Kabupaten Bantul. Setelah didapatkan sejumlah LPKSM yang melakukan kegiatan peningkatan kesadaran hak-hak konsumen tersebut kemudian peneliti mencoba menghubungi untuk memastikan kesediaannya dalam memberikan informasi atau data terkait dengan permasalahan dalam penelitian ini. Dari beberapa LPKSM yang ada tersebut hanya 2 (dua) LPKSM yang memberikan kesanggupannya dalam memberikan informasi ataupun data terkait dengan upaya LPKSM dalam meningkatkan kesadaran hak-hak konsumen produk

pangan di Kabupaten Bantul, yaitu Lembaga Konsumen Yogyakarta (LKY) dan Lembaga Bantuan Hukum Konsumen Indonesia Yogyakarta (LBH Konsumen Indonesia Yogyakarta).

Selanjutnya peneliti mendatangi kedua LPKSM tersebut dan melakukan wawancara secara mendalam mengenai upaya-upaya yang telah dilakukan di Kabupaten Bantul dalam meningkatkan kesadaran hak-hak konsumen produk pangan serta hambatan-hambatan yang ditemui untuk kemudian didapatkan model peningkatan kesadaran hak-hak konsumen yang efektif bagi masyarakat setempat.

Pada proses selanjutnya, dari informasi yang telah didapatkan tersebut kemudian ditambah dengan data dari Disperindagkop Kabupaten Bantul melalui wawancara. Wawancara dilakukan secara mendalam dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun.

Tahap Kedua: Langkah selanjutnya yaitu pada awal bulan September sampai akhir oktober adalah melakukan eksplorasi mengenai wilayah-wilayah penelitian yang memiliki mayoritas masyarakat dengan tingkat kesadaran akan hak-hak konsumennya masih tergolong kurang memadai berdasarkan keterangan dari Disperindagkop Kabupaten Bantul. Wilayah yang dipilih adalah Bangunjiwo, Kasihan dan Sanden. Ketiganya pernah menjadi lokasi diadakannya kegiatan peningkatan kesadaran hak-hak konsumen oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul dan LPKSM, serta di Sanden pernah ada keluarga yang menjadi korban keracunan makanan dan mengadakan persoalan tersebut ke Disperindagkop Kabupaten Bantul.

Setelah didapatkan data tersebut kemudian peneliti akan melakukan eksplorasi secara terfokus pada wilayah-wilayah tersebut untuk mencari dan menemui beberapa

orang responden, yaitu beberapa masyarakat selaku konsumen produk pangan baik yang pernah mengalami kerugian maupun belum pernah mengalami kerugian akibat mengkonsumsi produk pangan tertentu yang pernah terlibat maupun belum pernah terlibat dalam berbagai upaya yang telah dilakukan oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul dan LPKSM. Kemudian peneliti mencari data dari para konsumen tersebut melalui metode wawancara untuk mengetahui sejauh mana tingkat kesadaran mereka selaku konsumen produk pangan serta sejauh mana keefektifan berbagai upaya yang telah dilakukan oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul dan LPKSM bagi mereka.

Tahap Ketiga : Tahap ini dilakukan selama bulan November 2009. Peneliti melakukan member cek atau mengecek hasil penelitian yang telah diperoleh dari lapangan. Member cek dilakukan baik untuk temuan hasil penelitian yang berupa domain-domain penting yang di dapatkan pada tahap pertama maupun tahap kedua. Selanjutnya dari hasil analisis terhadap data tersebut akan dapat diketahui model peningkatan kesadaran hak-hak konsumen produk pangan yang efektif.

C. Teknik Pengumpulan data

1. Wawancara

Teknik ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan peneliti terhadap staff Disperindagkop Kabupaten Bantul, khususnya yang bertugas di sie perlindungan konsumen pada bagian perdagangan dalam negeri, serta ketua LPKSM dan beberapa konsumen produk pangan di Kabupaten Bantul. Pedoman wawancara menggunakan pedoman bebas terstruktur, yaitu peneliti telah menyiapkan pokok-pokok pertanyaan yang dinilai penting dan selanjutnya

peneliti bebas untuk mengembangkan pertanyaan-pertanyaan tersebut di lapangan. Tujuannya agar informasi dapat digali secara mendalam atau maksimal sesuai dengan kebutuhan peneliti.

2. Dokumentasi

Dilakukan dengan menghimpun berbagai bahan pustaka dan catatan kegiatan yang merupakan upaya-upaya yang dilakukan oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul maupun LPKSM dalam meningkatkan kesadaran konsumen produk pangan akan hak-haknya. Disamping itu, dokumentasi dilakukan untuk menelusuri berbagai kendala atau hambatan dalam melakukan upaya peningkatan kesadaran konsumen produk pangan akan hak-haknya.

D. Teknik Penentuan Subjek Penelitian

Penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik sampling *non probability sampling* dan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data ini menentukan sampel dengan tidak memberi kesempatan yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan penggunaan metode *purposive sampling* menentukan bahwa pemilihan sampel disesuaikan dengan tujuan penelitian (Hadari Nawawi, 1998: 157). Selain itu, dalam penelitian ini digunakan pula *snowball sampling* untuk mendapatkan responden yang dikehendaki. Dalam menentukan subyek penelitian digunakan kriteria-kriteria tertentu, yaitu :

1. Konsumen produk pangan yang pernah mengalami kerugian maupun belum pernah mengalami kerugian akibat mengkonsumsi produk pangan

yang pernah terlibat dalam upaya peningkatan kesadaran hak-hak konsumen oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul dan LPKSM maupun belum pernah serta yang berdomisili di Kabupaten Bantul.

2. LPKSM yang pernah melakukan upaya peningkatan kesadaran hak-hak konsumen produk pangan di Kabupaten Bantul.
3. Instansi pemerintah yang bertanggungjawab di bidang perlindungan konsumen di Kabupaten Bantul.

Berdasarkan pada kriteria penentuan subyek penelitian sebagaimana telah disebutkan diatas, maka didapatkan subyek penelitian dalam penelitian ini yaitu:

1. Beberapa orang konsumen produk pangan yang berdomisili di Kabupaten Bantul, yaitu sejumlah 17 (tujuh belas) orang dari 3 (tiga) kecamatan yang dipilih yaitu Sanden, Kasihan dan Bangunjiwo. Dengan rincian sebagai berikut:
 - a. 1 (satu) orang warga Sanden yang pernah menjadi korban keracunan makanan dan pernah menjalani proses mediasi;
 - b. 3 (tiga) orang warga Kasihan dan 3 (tiga) orang warga Bangunjiwo yang pernah mengikuti penyuluhan langsung dari Disperindagkop Kabupaten Bantul dan LPKSM;
 - c. 5 (lima) orang warga Kasihan dan 5 (lima) orang warga Bangunjiwo yang belum pernah mengikuti penyuluhan langsung dari Disperindagkop Kabupaten Bantul dan LPKSM;
2. Ketua dari LPKSM yang melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kesadaran konsumen produk pangan atas hak-haknya melalui kegiatan

pembinaan dan pendidikan konsumen di Kabupaten Bantul, yaitu LKY dan LBH Konsumen Indonesia Yogyakarta.

3. 1 (satu) orang staf dari bagian perlindungan konsumen Disperindagkop Kabupaten Bantul.

E. Tempat dan Waktu Penelitian

Peneliti memilih wilayah penelitian di Kabupaten Bantul karena Kabupaten Bantul menjadi wilayah yang cukup berpeluang bagi terjadinya kerugian yang mungkin akan dialami konsumen. Hal tersebut dapat dilihat secara rinci pada uraian latar belakang masalah pada bagian pendahuluan penelitian ini.

Berdasarkan informasi awal yang diperoleh peneliti dari Disperindagkop Kabupaten Bantul bahwa kegiatan peningkatan kesadaran hak-hak konsumen produk pangan telah dilakukan di beberapa kecamatan, maka selanjutnya peneliti memilih 3 (tiga) kecamatan sebagai tempat penelitian. Ketiga kecamatan tersebut adalah Sanden, Kasihan dan Bangunjiwo. Sanden dipilih karena pada daerah tersebut berdomisili salah satu warga yang pernah mengalami kerugian akibat mengkonsumsi produk pangan tertentu dan telah menyelesaikan persoalan tersebut. Bangunjiwo dan Kasihan dipilih sebagai perwakilan dari beberapa kecamatan yang pernah menjadi tempat diselenggarakannya berbagai upaya peningkatan kesadaran hak-hak konsumen produk pangan. Selain itu, pada wilayah tersebutlah peneliti berhasil melacak beberapa masyarakat, sedangkan waktu yang dibutuhkan untuk melakukan serangkaian kegiatan penelitian ini adalah selama 6 bulan.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan analisis induktif untuk mengetahui pelaksanaan peningkatan kesadaran atas hak-hak konsumen produk pangan. Teknik analisis induktif dilakukan untuk menganalisis data yang telah difokuskan tentang peningkatan kesadaran hak-hak konsumen produk pangan di Kabupaten Bantul. Analisis induktif dilakukan dengan cara menganalisis hal-hal yang bersifat khusus untuk selanjutnya akan ditarik kesimpulan yang obyektif sesuai fakta. Langkah-langkah analisis data ditempuh dengan cara-cara sebagai berikut:

- a. Data yang terkumpul akan dipilah-pilah dan dipilih sebagai data-data yang sesuai untuk menjawab rumusan masalah penelitian yang diajukan (Reduksi Data).
- b. Data yang sudah dipilih sebagai hasil reduksi data kemudian dikategorisasi sesuai dengan tujuan penelitian (Unitisasi dan Kategorisasi).
- c. Data yang telah didapatkan sebagai hasil reduksi data setelah dilakukan kategorisasi atau unitisasi kemudian dipaparkan dalam bentuk narasi (deskriptif) berupa informasi yang menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini dan digunakan matriks (Display Data).
- d. Data yang sudah dipaparkan akan ditarik kesimpulan sebagai hasil penelitian.

G. Validasi Data

Validasi data dilakukan dengan *cross check* data yang diperoleh dari subyek penelitian yang satu dengan subyek penelitian yang lainnya.

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Upaya Peningkatan Kesadaran Hak-Hak Konsumen Produk Pangan Oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul, LKY dan LBH Indonesia di Kabupaten Bantul

Disperindagkop Kabupaten Bantul merupakan merupakan salah satu unsur pelaksana Pemerintah Daerah di bidang Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan Penanaman Modal. Hal ini tertuang dalam Pedoman Organisasi Perangkat Daerah Kabupaten Bantul Nomor. 49 tahun 2000 dan SK Bupati No. 155 tahun 2000 tentang Penjabaran Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Perindagkop. Selanjutnya dalam melaksanakan tugas Kadinas Perindagkop Kabupaten Bantul dibantu oleh Bagian Tata Usaha, Sub Dinas Bina Program, Sub Dinas Perindustrian, Sub Bidang Perdagangan, Sub Bidang Koperasi, dan Sub Bidang Penanaman Modal. Terkait dengan penelitian yang dilakukan ini, Sub Bidang Perdagangan menjadi bidang yang bertanggung jawab atas terealisasinya perlindungan konsumen di Kabupaten Bantul.

Sub Dinas Perdagangan sendiri terbagi menjadi 2 (dua) bagian, yaitu Bagian Perdagangan Dalam Negeri dan Bagian Perdagangan Luar Negeri. Bidang perlindungan konsumen menjadi sub bagian dari Bagian Perdagangan Dalam Negeri. Bidang Perlindungan Konsumen inilah yang secara khusus menjalankan tugas-tugas di bidang perlindungan konsumen masyarakat Kabupaten Bantul. Berbagai upaya telah dilakukan oleh Bagian Perlindungan Konsumen untuk meningkatkan

pengetahuan, pemahaman dan kesadaran masyarakat Bantul tentang pentingnya menjadi konsumen yang mandiri serta pentingnya menjadi pelaku usaha yang baik.

Praktiknya, berbagai pendekatan telah dilakukan oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul dalam rangka mewujudkan fungsi melaksanakan perlindungan konsumen, yaitu meliputi:

1. Langkah preemtif (pembinaan),

Yaitu upaya yang dilakukan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kesadaran terkait dengan pentingnya perlindungan konsumen.

2. Langkah preventif (pencegahan),

Yaitu upaya yang dilakukan untuk mencegah terjadinya pelanggaran oleh pelaku usaha yang berpeluang merugikan bagi konsumen.

3. Langkah represif (penindakan),

Yaitu upaya yang dilakukan untuk menindak para pelanggar hak-hak konsumen oleh aparat penegak hukum.

Berikut akan diuraikan beberapa model yang telah dilakukan oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul, khususnya terkait dengan upaya peningkatan kesadaran hak-hak konsumen produk pangan yaitu melalui langkah pembinaan. Langkah pembinaan tersebut dalam praktiknya dilakukan melalui 3 (tiga) model, yaitu penyuluhan dan publikasi dari beberapa upaya yang telah dilakukan Disperindagkop Kabupaten Bantul serta memfasilitasi pengaduan konsumen.

Model penyuluhan dilakukan guna mensosialisasikan UUPK kepada masyarakat, terutama mengenai hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Terkait dengan perlindungan konsumen, maka penyuluhan tersebut diadakan dengan

tujuan agar konsumen memperoleh pengetahuan dan pemahaman akan pentingnya kesadaran atas hak-hak konsumen produk pangan, sehingga konsumen tidak mudah dirugikan oleh pelaku usaha dan seandainya mengalami kerugian maka konsumen mampu untuk menyelesaikan permasalahan tersebut sebagaimana mestinya.

Penyuluhan oleh petugas dari Disperindagkop Kabupaten Bantul dilakukan melalui 2 (dua) cara, yaitu:

1. Dialog interaktif melalui siaran Radio Bantul FM;
2. Penyuluhan terbatas secara langsung pada masyarakat, baik dengan konsumen maupun para pelaku usaha di Kabupaten Bantul.

Penyuluhan terkait dengan perlindungan konsumen melalui Radio Bantul FM ini adalah hasil kerja sama Disperindagkop Kabupaten Bantul dengan Radio Bantul FM sebagai salah satu cara untuk menyampaikan berbagai informasi kepada masyarakat luas terkait dengan bidang perindustrian, perdagangan, koperasi dan pasar modal. Kerja sama tersebut diwujudkan dalam siaran Dialog Bersama Disperindagkop Kabupaten Bantul yang diselenggarakan satu kali untuk setiap minggunya. Adanya 4 (empat) bidang dalam Disperindagkop Kabupaten Bantul menjadikan topik permasalahan yang disampaikan untuk setiap dialog interaktif harus bergiliran sesuai jadwal yang telah ditentukan. Hal itulah yang menjadikan dialog interaktif terkait dengan bidang perlindungan konsumen hanya dapat dilakukan satu kali dalam satu bulan.

Sosialisasi yang dilakukan melalui media radio ini mudah diakses oleh semua lapisan masyarakat, karena jadwalnya rutin dan radio banyak dimiliki oleh masyarakat. Respon masyarakat, khususnya konsumen produk pangan, atas adanya

siaran tersebut cukup baik yaitu ditandai dengan adanya beberapa warga yang menghubungi melalui *line* telepon untuk menanyakan beberapa permasalahan terkait dengan perlindungan konsumen produk pangan. Hal yang paling sering ditanyakan oleh konsumen adalah mengenai tata cara dalam mengadakan dan menyelesaikan kerugian yang dialami oleh konsumen. Meskipun demikian, keberadaan televisi ditengah-tengah masyarakat diakui Disperindagkop Kabupaten Bantul menjadi hambatan tersendiri. Mulai banyak masyarakat yang meninggalkan media radio dalam mengakses berbagai informasi termasuk tentang perlindungan konsumen. Selain itu, siaran melalui radio ini tidak dapat memilah-milah kondisi masing-masing pendengar, sehingga cara penyampaiannya akan sama untuk seluruh masyarakat.

Selain penyuluhan melalui dialog interaktif yang dilakukan melalui siaran radio, Disperindagkop Kabupaten Bantul juga menerapkan model penyuluhan ini kepada konsumen secara langsung yang dilaksanakan untuk tiap-tiap kecamatan di Kabupaten Bantul. Penyuluhan tersebut dilakukan secara bergilir dan terbatas. Lokasi penyuluhan pun dipilih secara acak. Demikian pula dengan pesertanya. Peserta penyuluhan dipilih oleh para kepala dukuh masing-masing dan tiap-tiap pedukuhan hanya diambil 2-5 orang saja sebagai perwakilan. Diharapkan beberapa orang konsumen yang mewakili masyarakat pedukuhan setempat setelah mendapatkan informasi dari penyuluhan tersebut dapat menyebarluaskan informasi tentang perlindungan konsumen kepada konsumen lain yang belum mendapatkan kesempatan yang sama. Hampir setiap penyuluhan yang dilaksanakan oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul memenuhi target jumlah peserta yang diharapkan yaitu sebanyak kurang lebih 50 (lima puluh) orang untuk setiap kegiatan yang diselenggarakan.

Penyuluhan yang diselenggarakan tersebut tidak selalu hanya dilakukan secara mandiri oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul saja tetapi juga merupakan hasil kerja sama dengan pihak-pihak lain. Kerja sama dilakukan untuk saling melengkapi materi penyuluhan, sehingga selain dari adanya sosialisasi UUPK beserta peraturan pelaksanaannya, juga disampaikan materi perlindungan konsumen dari aspek lain seperti misalnya aspek kesehatan. Pihak-pihak sebagai mitra kerja sama tersebut diantaranya adalah:

1. Tentara Manunggal Masuk Desa (TMMD);
2. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM);
3. Dinas-dinas terkait seperti Dinas Kesehatan Kabupaten Bantul, Dinas Peternakan Kabupaten Bantul, BPOM Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, Badan Metrologi Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan lain sebagainya.

TMMD adalah bentukan dari Tentara Nasional Indonesia (TNI). TMMD melakukan berbagai kegiatan di seluruh wilayah Kabupaten Bantul, salah satunya adalah menyelenggarakan kegiatan di bidang perlindungan konsumen yang dilakukan 2 (dua) kali dalam setahun. Model penyampaian informasi mengenai pentingnya perlindungan konsumen disampaikan melalui penyuluhan terbatas dengan materi mengenai implementasi UUPK beserta peraturan pelaksanaannya. Sebagai pemberi materi adalah para petugas dari Disperindagkop Kabupaten Bantul. Kegiatan ini biasanya bertempat di kantor kecamatan dari kecamatan yang telah terpilih secara acak.

Begitu pula kerja sama yang dilakukan dengan LPKSM dan juga dinas-dinas yang terkait lainnya. Model penyampaian informasi mengenai perlindungan konsumen juga dilakukan melalui penyuluhan terbatas. Dalam hal ini, Disperindagkop Kabupaten Bantul tidak hanya sebagai pelaksana kegiatan tetapi juga sebagai penyelenggara kegiatan. Dana dianggarkan dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Kabupaten Bantul. Terbatasnya dana masih menjadi kendala dalam mewujudkan tugas Disperindagkop Kabupaten Bantul dalam melaksanakan perlindungan konsumen secara optimal. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia sebagai penyuluh juga masih terbatas. Oleh karena itu, materi penyuluhan tidak dapat dikhususkan hanya untuk persoalan perlindungan konsumen produk pangan saja, tetapi yang disampaikan perlindungan konsumen secara umum. Namun demikian, porsi materi terkait dengan produk pangan adalah yang terbesar. Hal ini disebabkan karena masih banyaknya masyarakat luas yang kurang memiliki pengetahuan ataupun pemahaman mengenai pentingnya memperhatikan produk pangan yang dikonsumsi, mengingat masih saja ada kerugian yang dialami konsumen produk pangan akibat adanya pelaku usaha yang tidak memperhatikan kepentingan konsumen produk pangan.

Masih adanya pelaku usaha yang tidak memperhatikan kepentingan konsumen tersebut membuat penyuluhan perlindungan konsumen oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul tidak hanya dilakukan kepada konsumen saja, namun juga kepada para pelaku usaha yang berada di wilayah Kabupaten Bantul. Penyuluhan dilakukan satu kali dalam setahun dan mengundang para pelaku usaha secara bergiliran untuk setiap tahunnya. Materi yang diberikan berkaitan dengan pentingnya memperhatikan

kebutuhan dan kepentingan konsumen, sehingga pelaku usaha dapat berusaha dengan lancar karena tidak ada pengaduan dari konsumen produk pangan atas barang atau produk yang dihasilkan pelaku usaha.

Pelaku usaha memiliki peran penting dalam melaksanakan perlindungan konsumen produk pangan. Apabila pelaku usaha mengedarkan produk pangan yang layak konsumsi, maka kerugian konsumen dapat ditekan. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa belum semua pelaku usaha dapat berlaku demikian, sehingga disisi lain konsumen memang perlu untuk dibekali dengan pengetahuan dan pemahaman yang cukup agar terhindar dari kerugian.

Disamping adanya penyuluhan kepada para pelaku usaha, Disperindagkop Kabupaten Bantul juga melakukan pendampingan kepada pelaku usaha. Pendampingan dilakukan setiap bulan untuk membantu pelaku usaha supaya betul-betul memenuhi ketentuan perlindungan konsumen. Namun model pendampingan ini hanya dilakukan atas permintaan pelaku usaha saja, bahkan tidak ada prosedur permohonan pendampingan yang secara baku ditentukan. Dengan kata lain, permintaan pendampingan ini hanya secara lisan disampaikan. Disperindagkop Kabupaten Bantul belum memasukkan model pendampingan ini sebagai kegiatan rutusnya, apalagi bagi konsumen produk pangan. Mengingat model pendampingan ini lebih komprehensif, dimana didalamnya tidak hanya ada pemberian materi saja tetapi juga secara berkala petugas dari Disperindagkop Kabupaten Bantul membantu pelaku usaha untuk memeriksa seluruh produk pangan yang dijual setiap bulannya.

Pelaku usaha yang didampingi oleh petugas pendamping dari Disperindagkop Kabupaten Bantul tersebut mendapatkan manfaat yaitu selalu diberikan saran atau

masuk terhadap produk pangan yang diedarkan supaya produk tersebut layak konsumsi. Produk pangan yang ada secara berkala yaitu satu bulan sekali diperiksa kelengkapannya, khususnya pada pencantuman label. Selain itu, dilakukan pula penataan produk pangan, sehingga produk pangan selalu terjaga mutunya. Seperti misalnya, produk pangan tidak boleh diletakkan ditempat yang terkena sinar matahari secara langsung dan tidak boleh terkena debu sehingga harus selalu berada ditempat yang bersih. Pendampingan ini meminimalisir kerugian yang akan dialami konsumen produk pangan karena produk pangan yang ada di pasaran telah diawasi.

Model penyuluhan terbatas yang dilakukan oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul maupun oleh LPKSM tersebut disamping memiliki keterbatasan juga memiliki keunggulan yaitu adanya interaksi secara langsung antara pemateri dengan peserta sehingga dapat menyesuaikan cara penyampaian materi dengan kondisi masing-masing peserta. Biasanya pemateri akan melihat kondisi peserta yang rata-rata memiliki pekerjaan sebagai pengrajin, petani, buruh tani, dan pelaku usaha pada industri rumahan atau bahkan ibu rumah tangga. Penyesuaian cara penyampaian sangat menentukan apakah materi yang diberikan sampai pada peserta.

Selain langkah preemptif sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, langkah yang juga telah dilakukan oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul adalah langkah preventif. Langkah preventif dilakukan dalam rangka melaksanakan fungsi pengawasan dan inspeksi sekaligus fungsi sosialisasi. Jadi, jika dalam langkah preemptif sosialisasi dilakukan melalui model penyuluhan, maka sosialisasi dalam langkah preventif dilakukan sekaligus melalui model publikasi pengawasan dan inspeksi produk pangan. Pengawasan merupakan serangkaian kegiatan yang

dilakukan oleh petugas pengawas untuk memastikan kesesuaian barang dan/atau jasa dalam memenuhi standar mutu produksi barang dan/atau jasa, pencantuman label, klausula baku, cara menjual, pengiklanan, pelayanan purna jual, dan kebenaran peruntukan distribusinya (Pasal 1 angka 22, Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 20/M-DAG/PER/5/2009 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pengawasan Barang dan/atau Jasa). Ini adalah realisasi dari kebijakan pengawasan barang dan jasa yang beredar di pasar, khususnya di wilayah Kabupaten Bantul. Sementara itu, publikasi yang dilakukan dari hasil pengawasan dan inspeksi tersebut termasuk pada upaya pembinaan konsumen.

Pengawasan dan inspeksi terhadap peredaran produk pangan dilakukan dengan cara melakukan survey produk pangan yang dipasarkan sebanyak 4 (empat) kali dalam sebulan. Upaya ini dilakukan untuk melindungi masyarakat dari peredaran produk pangan yang tidak layak konsumsi. Selain itu, survey yang dilakukan juga diharapkan dapat menjadikan pelaku usaha lebih peduli dengan standar kelayakan produk pangan yang diedarkan. Diharapkan hasil dari pengawasan dan inspeksi yang dilakukan dapat dipublikasikan kepada masyarakat luas melalui berbagai media massa sebagai sumber informasi bagi masyarakat. Dalam hal ini, media massa menjadi sarana untuk melakukan sosialisasi dalam rangka meningkatkan kesadaran hak-hak konsumen produk pangan.

Kewenangan pengawasan oleh pemerintah (Disperindagkop Kabupaten Bantul) dilakukan sejak proses produksi, penawaran, promosi, pengiklanan hingga cara menjual. Terkait dengan produk pangan yang diawasi maka produk pangan yang baik harus memenuhi kriteria berikut:

1. Standar mutu yang telah ditentukan;
2. Mencantumkan label secara lengkap;
3. Menjual produk pangan dengan pernyataan yang benar dan tidak mengelabui atau menyesatkan konsumen serta diiklankan dengan cara yang benar.

Petugas dari Disperindagkop Kabupaten Bantul yang berwenang melakukan pengawasan dan inspeksi ini adalah Petugas Pengawas Barang Beredar dan Jasa (PPBJ) dan Penyidik Pegawai Negeri Sipil Perlindungan Konsumen (PPNS-PK). Penugasan masing-masing pengawas tersebut tergantung dari jenis pengawasan yang dilakukan. Jenis pengawasan sendiri terbagi menjadi 2 (dua) macam, yaitu:

1. Pengawasan Berkala;

Pengawasan ini merupakan pengawasan barang dan/jasa yang dilakukan dalam waktu tertentu berdasarkan prioritas barang dan/atau jasa yang akan diawasi sesuai program. Pengawasan ini menjadi kewenangan dari PPBJ.

2. Pengawasan Khusus;

Pengawasan ini adalah pengawasan yang dilakukan sewaktu-waktu berdasarkan adanya temuan indikasi pelanggaran, laporan pengaduan konsumen atau masyarakat, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), atau tindak lanjut dari pengawasan berkala atau adanya informasi, baik yang berasal dari media cetak, media elektronik atau media lainnya. Pengawasan ini menjadi kewenangan PPBJ dan PPNS-PK secara bersama-sama.

Petugas yang berwenang dalam pengawasan melakukan survey pada beberapa toko, minimarket, warung-warung atau pasar-pasar tradisional yang dipilih secara acak dan bergantian untuk setiap kali survey. Survey yang dilakukan tersebut tidak selalu dilaksanakan sendiri oleh petugas dari Disperindagkop Kabupaten Bantul saja tetapi juga melibatkan beberapa petugas dari pihak-pihak terkait lainnya. Biasanya dalam 1 tim dari Disperindagkop Kabupaten Bantul terdiri dari 3 (tiga) orang petugas ditambah dengan beberapa orang dari pihak-pihak terkait lainnya seperti LPKSM, Dinas Kesehatan, Dinas Peternakan, Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) Propinsi DIY, Badan Metrologi Propinsi DIY, Satpol PP, kepolisian, dan sebagainya.

Survey dilakukan secara rutin setiap bulan, terutama menjelang hari raya agama (Hari Raya Idul Fitri atau Hari Raya Natal) karena meningkatnya konsumsi masyarakat terhadap produk pangan dan banyaknya produk pangan yang dikemas dalam bentuk *parcel*. Pelaku usaha seringkali memanfaatkan kondisi yang demikian untuk memasukkan produk-produk pangan yang tidak layak konsumsi agar produk tersebut terbeli oleh konsumen sehingga pelaku usaha tidak rugi. Meskipun ada juga unsur ketidaksengajaan atau kelalaian dalam hal tersebut.

Beberapa pelanggaran yang ditemukan dari hasil survey diantaranya adalah ditemukannya produk pangan yang telah melewati masa kadaluwarsa. Salah satu contohnya adalah hasil survey yang dilakukan pada bulan September 2009 ditemukan pula makanan ringan dan ratusan produk susu yang telah diproduksi pada tahun 1999, sehingga telah melampaui masa kadaluwarsa. Ini terjadi di sebuah swalayan di Kecamatan Piyungan. Selain itu ditemukan pula pencantuman informasi produk pangan pada label yang tidak lengkap, produk pangan yang tidak terdaftar, kemasan

kaleng produk pangan cacat atau rusak, produk pangan telah berjamur, dan bahkan ditemukan produk pangan yang labelnya tidak sesuai dengan isinya. Sebagai contoh adalah ditemukannya satu produk abon merek "X" yang pada kemasannya tertulis "Abon Sapi" tetapi setelah diperiksa lebih lanjut ternyata abon tersebut adalah abon babi, demikian pula pada salah satu merek produk dendeng.

Selain itu, Disperindagkop Kabupaten Bantul juga secara rutin melakukan pengawasan terhadap ukuran berat bersih produk pangan. Seringkali ditemukan pula ukuran berat bersih yang tidak sesuai dengan yang tercantum pada label produk pangan. Oleh karena itu, kegiatan tera ulang selalu dilakukan melalui kerja sama dengan Badan Metrologi Legal Propinsi DIY. Biaya untuk melakukan tera ulang selanjutnya menjadi beban propinsi. Meskipun tidak berdampak pada aspek kesehatan konsumen, namun demikian persoalan ketepatan ukuran berat bersih yang disimpangi oleh pelaku usaha akan merugikan konsumen. Dengan kata lain, konsumen tidak mendapatkan haknya sebagaimana mestinya.

Berbagai produk pangan yang tidak layak konsumsi kemudian disita oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul untuk kemudian dilakukan pemusnahan. Selain itu, kepada pelaku usaha diberikan pembinaan dan pengarahan terkait dengan temuan-temuan tersebut. Selama ini tim gabungan pengawas cenderung bersikap persuasif. Namun demikian, dalam pelaksanaan survey, ternyata pemusnahan produk pangan yang tidak layak, serta pembinaan dan pengarahan yang diberikan tidak serta merta memberikan efek jera bagi para pelaku usaha. Hal tersebut terbukti dari adanya temuan-temuan serupa yang selalu terjadi untuk setiap tahunnya. Ini terlihat dari

evaluasi pada laporan hasil pengawasan dan survey yang dibuat 3 (tiga) bulan sekali (triwulan).

Sebagai langkah antisipatif bagi konsumen produk pangan agar lebih cermat dan berhati-hati dalam menentukan produk pangan yang akan dikonsumsi, maka hasil pengawasan dan inspeksi tersebut diteruskan kepada media cetak, media elektronik ataupun media lainnya untuk diinformasikan kepada masyarakat luas. Melalui cara ini, masyarakat akan mudah mengakses informasi tersebut. Meskipun disisi lain, cara ini memiliki kekurangan yaitu terbatasnya ruang pada media yang digunakan, sehingga informasi juga terbatas. Selain itu berita yang memuat hasil survey tersebut hanya dimuat pada saat-saat tertentu saja.

Disamping adanya upaya-upaya sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, Disperindagkop Kabupaten Bantul juga memfasilitasi pengaduan konsumen. Selain dapat disampaikan secara langsung kepada pelaku usaha yang memproduksi produk pangan dan juga kepada aparat penegak hukum, pengaduan konsumen juga dapat dilakukan dengan cara mengirimkan SMS melalui SMS Center Bupati Bantul atau juga dapat disampaikan secara langsung kepada Bagian Perlindungan Konsumen Disperindagkop Kabupaten Bantul.

Selama ini baru ada 1 (satu) pengaduan konsumen yang disampaikan melalui SMS Center Bupati Bantul. Pengaduan tersebut ditindaklanjuti dengan meneruskan laporan kepada dinas terkait, yaitu Disperindagkop Kabupaten Bantul. Petugas yang berwenang kemudian mendatangi konsumen produk pangan untuk mengumpulkan keterangan atau informasi terkait dengan permasalahan yang telah disampaikan untuk kemudian ditindaklanjuti.

Demikian pula dengan pengaduan konsumen yang disampaikan secara langsung kepada Disperindagkop Kabupaten Bantul. Apabila ada laporan dari konsumen produk pangan kemudian Penyidik Pegawai Negeri Sipil Perlindungan Konsumen (PPNS-PK) akan memeriksa konsumen yang bersangkutan dan pelaku usaha yang dilaporkan. Selanjutnya dilakukan upaya mediasi dan apabila belum ada kesepakatan dari para pihak maka akan dilakukan upaya konsiliasi. Namun demikian, proses penyelesaian pengaduan konsumen melalui konsiliasi hingga saat ini belum pernah dilakukan. Proses mediasi dilakukan melalui tahap-tahap berikut:

1. Melakukan pemanggilan para pihak (konsumen produk pangan dan pelaku usaha) ke Disperindagkop Kabupaten Bantul;
2. Mediator mempertemukan para pihak untuk selanjutnya dilakukan konfrontasi;
3. Mediator menjadi penengah dan mendengarkan keterangan dari kedua belah pihak tanpa memberikan keputusan;
4. Pengambilan keputusan oleh para pihak (dituangkan dalam bentuk perjanjian);
5. Pelaksanaan keputusan mediasi.

Upaya mediasi pernah dilakukan 1 (satu) kali, yaitu atas adanya pengaduan konsumen yang mengalami kerugian akibat keracunan makanan. Konsumen tersebut adalah warga Srigading, Sanden, Bantul yang mengalami keracunan makanan akibat mengkonsumsi sale pisang merek "X". Kasus ini dilaporkan ke Disperindagkop Kabupaten Bantul dan diselesaikan melalui mediasi. Langkah pertama, PPNS-PK mempertemukan konsumen dengan pelaku usaha untuk melakukan konfrontasi.

Selanjutnya para pihak membuat perjanjian. Dari perjanjian tersebut disepakati adanya pemberian ganti rugi oleh pelaku usaha atas sejumlah kerugian yang diderita oleh konsumen. Kedua belah pihak, baik konsumen maupun pelaku usaha, saling menerima hasil tersebut sehingga masalah yang dihadapi dinyatakan selesai. Pada proses mediasi ini, mediator bersifat pasif, artinya tidak boleh mengintervensi keputusan yang dibuat oleh para pihak. Mediator hanya berperan sebagai fasilitator.

Selain Disperindagkop Kabupaten Bantul, LPKSM juga turut berperan melakukan pendidikan dan pembinaan konsumen produk pangan dalam rangka meningkatkan kesadaran konsumen akan hak-haknya. LPKSM merupakan lembaga swadaya masyarakat yang bergerak dalam bidang perlindungan konsumen. Dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen, LPKSM memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen. Tugas LPKSM sendiri meliputi :

1. Menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;
3. Bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
4. Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen;
5. Melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

LKY dan LBH Konsumen Indonesia merupakan 2 (dua) diantara beberapa LPKSM yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah berupaya melakukan berbagai langkah untuk meningkatkan kesadaran hak-hak konsumen produk pangan di Kabupaten Bantul. Selanjutnya akan diuraikan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, yaitu berbagai upaya yang dilakukan baik oleh LKY maupun LBH Konsumen Indonesia.

Lembaga Konsumen Yogyakarta atau sering disebut LKY merupakan organisasi konsumen pertama di Yogyakarta. Sebelum tahun 2005 LKY lebih dikenal dengan nama Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia Yogyakarta (YLKI Yogyakarta). Perubahan nama tersebut tidak mempengaruhi visi, misi, tujuan maupun bentuk organisasinya. Dalam kiprahnya LKY berusaha mewujudkan keadilan bagi seluruh masyarakat konsumen. Keadilan bagi masyarakat konsumen tersebut dilakukan melalui misi-misi berikut:

1. Menumbuhkan kesadaran kritis konsumen,
2. Menggalang solidaritas konsumen,
3. Mendorong terbentuknya kelompok-kelompok konsumen yang kuat dan kritis,
4. Membela konsumen yang nir daya,
5. Memperjuangkan keadilan bagi masyarakat konsumen.

Dalam struktur kelembagaan, LKY memiliki program pendidikan dan program pemantauan, kajian dan advokasi. Program pendidikan terbagi atas 3 (tiga) bidang, yaitu:

1. Bidang Pengorganisasian;

Bidang ini bekerja membangun kesadaran kolektif masyarakat konsumen untuk memperjuangkan keadilan dan hak-haknya secara bersama-sama melalui pembentukan kelompok-kelompok konsumen.

2. Bidang Pelatihan;

Bidang ini menyelenggarakan pelatihan atau pendidikan, baik bagi para penggiat organisasi LKY sendiri guna meningkatkan kapabilitas dan kompetensinya maupun bagi masyarakat luas agar memahami persoalan-persoalan konsumen dan upaya perlindungannya.

3. Bidang Kampanye Publik;

Bidang ini melakukan penyebaran pengetahuan dan informasi kepada masyarakat mengenai pentingnya hak-hak konsumen dan perlindungannya, melalui berbagai kegiatan seperti seminar, diskusi publik, *talkshow*/dialog interaktif di media elektronik, penerbitan buletin, *leaflet*/brosur dan poster, dan lain-lain.

Sedangkan program pemantauan, kajian dan advokasi terbagi atas 3 (tiga) bidang, yaitu:

1. Bidang Pemantauan;

Bidang ini melakukan pemantauan pasar, survey, penelitian, baik dalam rangka pengumpulan data untuk kepentingan memperkuat kerja-kerja LKY maupun dalam rangka melakukan upaya perubahan kebijakan.

2. Bidang Pengaduan;

Bidang ini memberikan konsultasi dan penanganan pengaduan konsumen serta pembelaan hukum bagi konsumen yang dirugikan hak-haknya.

3. Bidang Kajian Kebijakan;

Bidang ini melakukan kajian terhadap kebijakan pelaku usaha dan pemerintah yang berpotensi merugikan konsumen dan melakukan upaya perubahan kebijakan.

Adanya berbagai bidang tersebut memudahkan LKY untuk mewujudkan berbagai upaya dalam meningkatkan kesadaran konsumen akan hak-haknya. Upaya-upaya yang telah dilakukan LKY selama ini antara lain adalah:

1. Membentuk kelompok-kelompok konsumen;
2. Menyelenggarakan pelatihan/pendidikan konsumen;
3. Melakukan kampanye publik terkait dengan penyadaran atas hak-hak konsumen dan perlindungannya;
4. Melakukan pemantauan pasar dan survey barang beredar;

5. Melakukan penelitian bidang perlindungan konsumen;
6. Memberikan konsultasi dan penanganan pengaduan konsumen serta pembelaan hukum;
7. Melakukan kajian terhadap berbagai kebijakan perlindungan konsumen.

Dari upaya-upaya yang telah dilakukan tersebut belum seluruhnya dapat direalisasikan di Kabupaten Bantul. Kiprah LKY di Kabupaten Bantul baru sebatas melakukan pelatihan/pendidikan konsumen, kampanye publik, melakukan pemantauan pasar serta survey barang beredar, memberikan konsultasi secara cuma-cuma serta penanganan pengaduan konsumen.

Pelatihan/pendidikan konsumen dilakukan dalam rangka meningkatkan pengetahuan dan kesadaran konsumen mengenai permasalahan konsumen, khususnya konsumen produk pangan. Sasaran dari pendidikan konsumen ini sebetulnya mulai dari konsumen anak, konsumen pemula hingga profesional atau praktisi atau pemerintah.. Namun demikian, di Kabupaten Bantul pelatihan/pendidikan konsumen oleh LKY baru dilakukan terhadap konsumen pemula saja. Pendidikan konsumen untuk pemula bertujuan untuk memberikan dasar-dasar pengetahuan tentang gerakan konsumen. Materi yang disampaikan meliputi pengenalan terhadap perlindungan konsumen, memahami aneka permasalahan konsumen, membangun gerakan konsumen, menggerakkan kelompok konsumen, dan sebagainya. Model yang digunakan adalah penyuluhan terbatas dengan metode ceramah, diskusi dan *role playing*.

Dalam memberikan materi-materi tersebut diawali dengan memberikan keterangan singkat tentang tujuan dan materi pokok dengan metode ceramah. Setelah itu peserta dibagi dalam kelompok-kelompok kecil dan diberikan bahan untuk diskusi. Hasil diskusi kemudian dipresentasikan dan mendapat tanggapan dari kelompok lain. Pada akhirnya para peserta dan petugas LKY merumuskan kesimpulan secara bersama-sama. Pada materi tertentu, seperti misalnya pada materi "Masalah Mutu Barang", disampaikan melalui metode *role playing*. Pada metode ini dibutuhkan 4 (empat) orang peserta sebagai pedagang kaki lima yang menjual suatu produk yang sejenis dengan merek yang berbeda dan sisanya sebagai pembeli. Lalu pembeli menentukan pilihan akan membeli produk dari penjual yang dipilih disertai dengan alasannya. Kemudian pembeli diajak berpikir mengenai tolok ukur standar mutu suatu produk sampai akhirnya tiba pada kesimpulan yang dituju.

Dalam melaksanakan model penyuluhan ini, LKY juga melakukan kerja sama dengan pihak-pihak lain seperti Disperindagkop Kabupaten Bantul, Dinas Kesehatan Kabupaten Bantul dan Dinas Peternakan Kabupaten Bantul. Terkait dengan kerja sama tersebut, LKY bertindak sebagai pendamping dalam penyelenggaraan kegiatan peningkatan kesadaran hak-hak konsumen produk pangan di Kabupaten Bantul.

Selain pelatihan/pendidikan konsumen, LKY juga telah melakukan kampanye publik. Kampanye publik bertujuan untuk menyebarkan pengetahuan dan informasi kepada masyarakat luas mengenai pentingnya hak-hak konsumen dan perlindungannya. Penyebaran pengetahuan dan informasi tersebut dilakukan melalui

beberapa cara seperti penerbitan dan penyebaran buletin serta *leaflet* dan brosur kepada konsumen produk pangan.

Upaya lain yang telah dilakukan di Kabupaten Bantul adalah pemantauan pasar dan survey barang (makanan dan minuman) beredar. Hasil dari pemantauan dan survey produk pangan yang beredar di pasar ini diharapkan dapat dipublikasikan melalui media massa sehingga dapat diketahui oleh konsumen. Dengan demikian, selanjutnya diharapkan konsumen menjadi semakin cermat dan kritis sebelum menentukan pilihan dalam mengkonsumsi produk pangan.

Seperti halnya model penyuluhan pada program pelatihan/pendidikan konsumen, selain dilakukan secara mandiri model ini juga dilaksanakan LKY dengan bekerja sama dengan pihak-pihak lain seperti Disperindagkop Kabupaten Bantul, Dinas Kesehatan, BPOM Propinsi DIY, dan sebagainya. Kerja sama tersebut rutin dilakukan terutama mendekati hari raya agama seperti Hari Raya Idul Fitri atau Natal. LKY mengadakan inspeksi bekerjasama dengan pihak-pihak lain yang berwenang ke pasar-pasar tradisional, toko-toko, warung dan minimarket di Kabupaten Bantul. Dari pemantauan dan survey yang dilakukan terdapat temuan-temuan berupa produk pangan yang sudah kadaluarsa atau mendekati masa kadaluarsa. Produk pangan yang sudah tidak layak konsumsi maka produk pangan tersebut akan ditarik. Setelah itu kepada pelaku usaha akan diberikan peringatan yang apabila peringatan tersebut diabaikan maka pelaku usaha akan dilaporkan pada pihak yang berwenang, yaitu PPNS-PK apabila memang terdapat indikasi tindak pidana.

Upaya lain adalah memberikan konsultasi cuma-cuma dan menerima pengaduan konsumen. Konsumen dapat mengadukan pelanggaran hak-hak konsumen yang dialaminya dengan mendaftarkan permasalahan tersebut pada LKY. Selanjutnya konsumen akan memberikan kuasanya kepada LKY untuk membantu menangani menyelesaikan permasalahan tersebut atau memberikan surat kuasa kepada LKY untuk menjadi mediator bagi konsumen dan pelaku usaha. Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan selama ini ada beberapa hak konsumen yang sering diadukan, yaitu hak mendapatkan kenyamanan dan keamanan dalam mengkonsumsi suatu produk pangan, misalnya permasalahan pada label produk pangan yang menunjukkan produk pangan telah kadaluwarsa tetapi tetap saja dijual; hak atas kejelasan informasi tentang produk pangan ternyata tidak sesuai dengan informasi; dan hak mendapatkan kompensasi ganti rugi.

Terkait dengan pengaduan konsumen, di wilayah Kabupaten Bantul seorang konsumen pernah melaporkan kepada LKY atas kerugian yang dialami akibat mengkonsumsi produk susu. Susu tersebut ternyata telah kadaluwarsa. Namun laporan tersebut tidak disampaikan secara formal. Artinya konsumen tersebut tidak mengikuti prosedur pengaduan konsumen sebagaimana yang telah ditetapkan oleh LKY. Konsumen produk pangan hanya menyampaikan secara informal saja. Kerugian tersebut dilaporkan secara lisan tanpa diikuti kesediaan dari konsumen untuk menyelesaikan kasus tersebut. Artinya, untuk sesuatu hal yang sebetulnya merupakan permasalahan yang harus diselesaikan justru tidak ditindaklanjuti. Tidak jarang konsumen sebetulnya mengetahui apa yang harus dilakukan, namun ia menganggap bahwa kerugian yang demikian bukanlah masalah atau menganggap itu

adalah hal yang biasa. Padahal, penyelesaian permasalahan menjadi bagian dari peningkatan kesadaran konsumen atas hak-haknya. Hal tersebut menunjukkan bahwa keaktifan konsumen untuk peduli dan mempertahankan haknya masih kurang.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keaktifan dari konsumen dalam memperjuangkan hak-haknya, yaitu:

1. Tingkat kesadaran konsumen akan hak-haknya yang memang masih kurang. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa hal yaitu tingkat pendidikan yang rendah, kurangnya sosialisasi UUPK dan faktor ekonomi.
2. Tingkat keberanian konsumen untuk mengemukakan pendapat yang masih rendah.
3. Tingkat pendidikan konsumen yang rendah.
4. Adanya penghitungan untung rugi seperti harga barang yang dibeli dengan pengeluaran yang dikeluarkan oleh konsumen jika mengangkat permasalahan konsumen.
5. Kesibukan konsumen yang mengadakan kerugiannya, sehingga untuk melewati proses penyelesaian masalah dianggap merepotkan.
6. Rasa tidak percaya diri dari konsumen yang berhadapan dengan pelaku usaha. Rasa tersebut menimbulkan dugaan bahwa konsumen pasti akan kalah dengan pelaku usaha.

7. Kurangnya kesabaran dalam melewati tahap demi tahap penyelesaian permasalahan, sehingga terkadang proses terhenti ditengah jalan.

Konsumen produk pangan lain di wilayah Kabupaten Bantul yang pernah mengadakan keluhannya adalah konsumen yang membeli sosis yang ternyata sudah kadaluwarsa. Kasus ini dilaporkan secara formal oleh konsumen kepada LKY. LKY sebagai mediator mempertemukan para pihak (konsumen produk pangan dengan pelaku usaha) kemudian memproses penyelesaian masalah melalui mekanisme mediasi. Pada proses mediasi, mediator tidak diperkenankan untuk melakukan intervensi atas keputusan yang dibuat. Keputusan yang dibuat berasal dari kesepakatan para pihak. Namun proses mediasi ini tidak membawa hasil. Hal ini disebabkan karena konsumen meminta ganti rugi yang terlalu besar menurut sudut pandang pelaku usaha. Ganti rugi yang diminta melebihi dari harga produk yang dibeli. Ini yang membuat pelaku usaha merasa konsumen hanya memanfaatkan kondisi saja dan pada akhirnya tidak mau menerima permintaan konsumen, sehingga kesepakatan tidak tercapai.

LPKSM lain yang melakukan upaya-upaya peningkatan kesadaran hak-hak konsumen produk pangan di Kabupaten Bantul adalah LBH Konsumen Indonesia Yogyakarta. LBH Konsumen Indonesia berdiri pada tanggal 1 Desember 2008. LBH Konsumen Indonesia ini terdiri dari beberapa divisi mencakup seluruh wilayah DIY, salah satunya adalah divisi Bantul. LPKSM ini tugas pokoknya adalah memberikan bantuan hukum kepada masyarakat sebagai konsumen apabila hak-haknya sebagai konsumen dilanggar. Namun demikian, LBH ini juga memiliki tujuan mewujudkan

kemandirian konsumen, sehingga tidak hanya memberikan bantuan hukum semata tetapi juga melakukan berbagai upaya untuk merealisasikan tujuan tersebut.

LBH Konsumen Indonesia divisi Bantul telah beberapa kali mengadakan penyuluhan bekerja sama dengan Disperindagkop Kabupaten Bantul mengenai sosialisasi pentingnya pengetahuan dan pemahaman hak-hak konsumen produk pangan yang tujuannya untuk meningkatkan kesadaran konsumen atas hak-haknya. Materi yang disampaikan adalah mengenai implementasi dari UUPK. Penyuluhan yang dilakukan tersebut ditujukan tidak hanya kepada konsumen saja tetapi juga kepada pelaku usaha di Kabupaten Bantul. Dalam hal ini, LBH Konsumen Indonesia berperan sebagai pendamping bagi Disperindagkop Kabupaten Bantul.

Selain penyuluhan, LBH Konsumen Indonesia divisi Bantul juga melakukan pemantauan dan survey produk pangan yang beredar di pasar. Pemantauan dan survey tersebut dilakukan secara bersama-sama dengan pihak lain seperti Disperindagkop Kabupaten Bantul. Sebagaimana yang dilakukan oleh LKY, hasil dari pemantauan dan survey produk pangan kemudian dipublikasikan sebagai informasi bagi konsumen produk pangan. Upaya ini adalah salah satu cara untuk meningkatkan kesadaran konsumen produk pangan atas hak-haknya.

Disamping upaya-upaya tersebut, LBH ini juga melakukan kajian kebijakan bidang perlindungan konsumen dan berupaya untuk merintis terbentuknya Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kabupaten Bantul untuk selanjutnya dipublikasikan. Diharapkan keberadaan BPSK di Kabupaten Bantul dapat terwujud tahun 2010. BPSK tersebut merupakan tindak lanjut dari upaya peningkatan

kesadaran hak-hak konsumen, sehingga konsumen yang akan mempertahankan haknya memiliki alternatif pilihan untuk menentukan tempat penyelesaian permasalahan yang dihadapi. Publikasi dari kajian kebijakan sebagaimana yang dimaksud dapat menjadi salah satu sumber informasi bagi konsumen produk pangan untuk memberikan tambahan pengetahuan dan pemahaman atas hak-hak konsumen, khususnya terkait dengan hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Berikut adalah beberapa model yang telah diterapkan di Kabupaten Bantul dalam rangka meningkatkan kesadaran konsumen produk pangan atas hak-haknya:

Tabel
Kelebihan Dan Kelemahan
Model Peningkatan Kesadaran Hak-Hak Konsumen
Di Kabupaten Bantul

No.	Model	Kelebihan	Kelemahan
1.	Penyuluhan Melalui Media Elektronik (Radio Bantul FM)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah diakses karena mayoritas masyarakat memiliki radio. 2. Pada satu waktu yang sama, sosialisasi terjangkau ke seluruh wilayah Kabupaten Bantul, sehingga seluruh masyarakat dapat mengakses. 3. Rutin dilakukan satu bulan sekali, sehingga masyarakat dapat mengikuti jadwal siaran dengan mudah. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Waktu siaran terbatas, baik untuk penyampaian materi maupun tanya jawab dengan masyarakat (durasi siaran hanya selama 1 jam). 2. Praktiknya, mayoritas masyarakat ternyata lebih memilih media televisi swasta nasional dalam mengakses berbagai informasi (radio sudah mulai banyak

			ditinggalkan). 3. Cara penyampaian materi tidak dapat menyesuaikan kondisi masing-masing pendengar.
2.	Penyuluhan Langsung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peserta dapat bertatap muka langsung dengan petugas penyuluh, sehingga terjadi interaksi yang baik. 2. Petugas penyuluh memiliki waktu yang cukup untuk menyampaikan materi sosialisasi. 3. Peserta penyuluhan dapat mengutarakan segala keingintahuan mereka tentang hak-hak konsumen dengan lebih leluasa. 4. Cara penyampaian materi dapat menyesuaikan kondisi peserta. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah peserta terbatas sebagai akibat dari terbatasnya anggaran, sehingga masyarakat yang mendapatkan manfaat juga terbatas.
3.	Kampanye Publik (penyebaran informasi)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lebih praktis karena media sosialisasi berupa brosur atau <i>leaflet</i>, sehingga dapat disebar kemanapun. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Brosur atau <i>leaflet</i> sebagai media sosialisasi sangat terbatas dalam memuat materi mengenai hak-hak konsumen. 2. Tidak dapat menampung dan menjawab pertanyaan-pertanyaan konsumen sebagai pembaca brosur/<i>leaflet</i>.
4.	Publikasi hasil pengawasan dan survey produk pangan serta hasil dari kajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Publikasi dilakukan melalui surat kabar dan radio, sehingga mudah diakses oleh semua 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seperti halnya pada penyuluhan melalui radio, praktiknya

	kebijakan	masyarakat.	<p>masyarakat sudah mulai kurang memanfaatkan radio untuk mengakses informasi.</p> <p>2. Hasil survey seringkali yang dipublikasikan hanya survey yang dilakukan pada saat-saat tertentu saja, misalnya menjelang Hari Raya Agama.</p> <p>3. Tidak dapat menampung atau menjawab pertanyaan-pertanyaan konsumen sebagai pembaca.</p>
4.	Konsultasi secara cuma-cuma, baik secara langsung maupun melalui media cetak.	<p>1. Ada interaksi yang intens antara konsumen dengan LPKSM, sehingga berbagai informasi dapat tersampaikan dengan baik kepada konsumen.</p> <p>2. Informasi hasil konsultasi melalui media cetak dapat diakses oleh banyak pembaca/masyarakat.</p>	<p>1. Informasi sebagai hasil dari konsultasi secara langsung hanya mambawa manfaat bagi konsumen yang berkonsultasi secara langsung.</p> <p>2. Konsultasi yang dilakukan melalui media cetak belum terakomodasi dalam rubrik khusus (masih sebatas menjawab surat pembaca)</p>

5.	Penerimaan Pengaduan	1. Ada interaksi yang intens antara konsumen dengan Disperindagkop atau LPKSM, sehingga berbagai informasi dapat tersampaikan dengan baik kepada konsumen.	1. Informasi sebagai hasil dari konsultasi secara langsung hanya membawa manfaat bagi konsumen yang berkonsultasi.
----	----------------------	--	--

B. Hambatan Peningkatan Kesadaran Hak-Hak Konsumen Produk Pangan Oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul, LKY dan LBH Indonesia di Kabupaten Bantul

Dari berbagai upaya yang dilakukan oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul tentu tidak lepas dari berbagai keterbatasan sebagai kendalanya. Keterbatasan tersebut antara lain terkait dengan anggaran penyelenggaraan setiap kegiatan yang telah diagendakan setiap tahunnya. Anggaran untuk penyelenggaraan kegiatan tersebut bersumber dari APBD Kabupaten Bantul. Diakui oleh staff bagian perlindungan konsumen bahwa alokasi anggaran untuk kepentingan peningkatan kesadaran hak-hak konsumen masih jauh dari yang diharapkan. Beberapa kali telah diupayakan untuk mengajukan permohonan penambahan alokasi anggaran, namun belum mendapatkan respon positif. Selain itu, terbatasnya sumber daya manusia juga menjadi kendala. Sementara itu, tugas yang dibebankan kepada para petugas cukup beragam. Hambatan lain adalah terbatasnya sarana dan prasarana dalam merealisasikan kegiatan yang telah diagendakan.

Disamping itu, hambatan juga dijumpai pada pelaksanaan penyuluhan terbatas, yaitu belum keseluruhan peserta yang merupakan perwakilan dari tiap-tiap

kecamatan meneruskan informasi yang diperoleh dalam penyuluhan yang mereka ikuti sebagaimana diharapkan. Ini sebetulnya disebabkan karena terbatasnya jumlah peserta yang dapat diundang. Pada penyuluhan melalui siaran radio, hambatan yang muncul adalah mulai banyaknya masyarakat yang lebih memilih mengakses televisi untuk mendapatkan berbagai informasi, sehingga radio tidak lagi menjadi prioritas.

Berbagai hambatan juga ditemui oleh LKY dan LBH Konsumen Indonesia. Kedua LPKSM tersebut dapat dikatakan belum secara optimal melakukan berbagai upaya dalam meningkatkan kesadaran hak-hak konsumen produk pangan. Hal tersebut dapat dilihat pada beberapa model yang belum diaplikasikan pada konsumen produk pangan di Kabupaten Bantul. Keterbatasan tentu menjadi kendala bagi kedua LPKSM tersebut. Keterbatasan itu antara lain adalah sumber daya manusia. Sumber daya manusia yang dimaksudkan adalah tenaga penyuluh, tenaga pemantau produk pangan beredar, tenaga pendamping, tenaga pelatih/pendidik dan relawan yang peduli pada perlindungan konsumen. Saat ini cukup sulit mencari relawan yang mau bergabung dengan LPKSM. Hal tersebut dikarenakan sulitnya mencari orang yang memiliki dedikasi dalam memperjuangkan kepentingan konsumen.

Terbatasnya sumber daya manusia terkait juga dengan wilayah kerja yang luas (seluruh DIY) sehingga untuk saat ini sulit untuk menjangkau seluruhnya. Selain itu, anggaran LPKSM yang terbatas juga menjadi kendala. Anggaran yang tersedia harus dialokasikan untuk berbagai pelaksanaan kegiatan di berbagai bidang yang dimiliki oleh LPKSM.

Menurut pengakuan LPKSM dan Disperindagkop Kabupaten Bantul, hambatan lain muncul dari pelaksanaan upaya-upaya yang dilakukan oleh keduanya

dalam meningkatkan kesadaran konsumen akan hak-haknya. Hambatan tersebut justru muncul dari konsumen itu sendiri, antara lain seperti tingkat keberanian konsumen untuk mengemukakan pendapat yang masih rendah, tingkat pendidikan konsumen yang rendah, adanya penghitungan untung rugi seperti harga barang yang dibeli dengan pengeluaran yang dikeluarkan oleh konsumen jika mengangkat permasalahan konsumen, kesibukan konsumen yang mengadukan kerugiannya, sehingga untuk melewati proses penyelesaian masalah dianggap merepotkan dan rasa tidak percaya diri dari konsumen yang berhadapan dengan pelaku usaha. Rasa tersebut menimbulkan dugaan bahwa konsumen pasti akan kalah dengan pelaku usaha serta kurangnya kesabaran dalam melewati tahap demi tahap penyelesaian permasalahan, sehingga terkadang proses terhenti ditengah jalan.

C. Model Peningkatan Kesadaran Hak-Hak Konsumen Produk Pangan Yang Efektif Di Kabupaten Bantul

Konsumen yang mandiri merupakan salah satu tujuan dari perlindungan konsumen sebagaimana dituangkan dalam UUPK. Sebagaimana telah diuraikan pada tinjauan pustaka, bahwa kemandirian konsumen ditentukan berdasarkan kriteria sebagai berikut:

1. Sadar akan harkat dan martabat konsumen, mampu untuk melindungi diri sendiri dan keluarganya;

2. Mampu menentukan pilihan barang dan jasa sesuai kepentingan, kebutuhan, kemampuan dan keadaan yang menjamin keamanan, keselamatan, kesehatan konsumen sendiri;
 3. Jujur dan bertanggungjawab;
 4. Berani dan mampu mengemukakan pendapat, serta berani memperjuangkan dan mempertahankan hak-haknya;
 5. Berbudaya dan sadar hukum perlindungan konsumen.
- (www.pkditjenpdn.depdag.go.id, tanggal akses 25 Maret 2009).

Kemandirian konsumen yang diharapkan tersebut dapat diwujudkan dengan diawali adanya kesadaran konsumen akan hak-haknya. Kesadaran akan hak-hak konsumen inilah yang akan membuat konsumen mengetahui apa saja yang harus dilakukan ketika akan menentukan produk pangan yang akan dikonsumsi dan mengetahui cara mempertahankan hak-haknya ketika dirugikan.

Berdasarkan data yang didapatkan dari lapangan, konsumen produk pangan yang pernah mendapatkan akses informasi mengenai hak-hak konsumen produk pangan, memiliki pengetahuan dan pemahaman yang lebih baik mengenai hak-hak konsumen dibandingkan mereka yang belum pernah mengakses informasi mengenai hak-hak konsumen produk pangan. Hal ini tidak terlepas dari berbagai upaya yang dilakukan melalui berbagai model oleh berbagai pihak, baik pemerintah maupun lembaga non pemerintah, dalam meningkatkan kesadaran konsumen akan hak-haknya.

Model peningkatan kesadaran konsumen akan hak-haknya yang telah dilakukan tersebut tentu diharapkan berjalan efektif sehingga apa yang diharapkan

dapat terwujud. Selanjutnya, model yang efektif tersebut dapat diterapkan pada masyarakat lain yang belum mendapatkan kesempatan yang sama dalam memperoleh akses informasi terkait dengan hak-hak konsumen, khususnya konsumen produk pangan. Model peningkatan kesadaran konsumen akan hak-haknya dapat dikatakan efektif apabila tujuan dari kegiatan tersebut tercapai serta memberikan manfaat bagi masyarakat, terutama masyarakat yang telah memperoleh akses informasi mengenai hak-hak konsumen produk pangan sehingga masyarakat akan mampu menjadi konsumen yang mandiri.

Berdasarkan uraian tersebut dan melihat pada uraian pada 2 (dua) sub bab sebelumnya, bahwa secara garis besar terdapat beberapa model peningkatan kesadaran konsumen akan hak-haknya yang telah dilakukan oleh pemerintah maupun LPKSM. Masing-masing model tentu memiliki kelebihan dan kelemahan masing-masing. Hal tersebut dapat dilihat lebih lanjut pada tabel sub bab B. Dari keseluruhan model yang pernah diterapkan di Kabupaten Bantul, baik oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul maupun LPKSM, model penyuluhan terbatas adalah model yang cukup efektif diantara model lainnya. Hal ini tampak pada tercapainya tujuan dari model tersebut.

Penyuluhan yang diselenggarakan bertujuan memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai hak-hak konsumen, sehingga konsumen menyadari hak-haknya. Berdasarkan hasil member check yang dilakukan, konsumen yang pernah menjadi peserta pada penyuluhan forum terbatas memiliki pengetahuan dan kesadaran atas hak-hak konsumen yang cukup baik. Demikian juga dengan hasil evaluasi yang dilakukan oleh Disperindagkop Kabupaten bantul dan LPKSM (LKY

dan LBH Konsumen Indonesia divisi Bantul). Menurut pengakuan beberapa warga konsumen yang pernah menjadi peserta penyuluhan, penyuluhan terbatas lebih banyak memberi manfaat bagi mereka dibandingkan dengan sosialisasi hak-hak konsumen yang didapatkan melalui media elektronik (sosialisasi melalui radio), media cetak (publikasi hasil pengawasan dan survey, publikasi kajian kebijakan, publikasi konsultasi maupun publikasi dari pengaduan konsumen).

Hal tersebut ditunjukkan dengan dipahaminya apa saja hak-hak konsumen dan adanya kepedulian konsumen terhadap informasi pada produk pangan (pencantuman tanggal kadaluwarsa, tanggal produksi, komposisi, dan lain-lain) ketika menentukan produk pangan yang dipilih. Konsumen tersebut selalu membaca kelengkapan informasi pada kemasan dan tidak memilih produk pangan tanpa kejelasan informasi. Mereka juga selalu menanyakan kepada penjual apakah produk pangan tersebut produk baru atau tidak, seperti misalnya ketika mereka membeli produk makanan yang tidak tahan lama (roti atau jajanan pasar). Selain itu, para konsumen menuturkan bahwa mereka juga mencermati kondisi fisik produk pangan yang dibeli. Mereka memastikan bahwa makanan yang dibeli belum berjamur atau rusak kemasannya. Hal lain juga tampak pada pengakuan mereka yang menyebutkan bahwa setiap ada kesempatan mereka menyampaikan informasi kepada warga lain. Ini biasanya terjadi pada responden konsumen perempuan, praktiknya mereka membagikan informasi tersebut kepada tetangganya.

Efektifnya model penyuluhan terbatas, selain karena berbagai keunggulan dari penyuluhan dan dampak positif yang dirasakan oleh konsumen, mereka juga mengakui ternyata hal tersebut disebabkan pula karena mereka kurang proaktif dalam

mencari informasi-informasi terkait dengan hak-hak konsumen yang belum diketahui, sehingga masyarakat memang harus diajak dan dikumpulkan untuk diberikan sosialisasi tersebut. Celah inilah yang justru membuat model penyuluhan terbatas untuk saat ini paling efektif diterapkan di Kabupaten Bantul.

Namun demikian, pelaksanaan model penyuluhan langsung ini tidak terlepas pula dari keterbatasan sebagai kendalanya. Disperindagkop Kabupaten Bantul dan LKY serta LBH Konsumen Indonesia menuturkan bahwa terbatasnya anggaran dan tenaga penyuluh menjadi kendala utamanya. Kendala ini menyebabkan penyuluhan terbatas tidak dapat sering dilakukan per tahunnya. Disperindagkop Kabupaten Bantul hanya mengagendakan penyuluhan terbatas ini 1 kali dalam 1 tahun. Kegiatan tersebut dilaksanakan bersama-sama dengan LPKSM (LKY dan LBH Konsumen Indonesia). Selain itu penyuluhan langsung ini juga diselenggarakan Disperindagkop bekerja sama dengan TMMD, yaitu sebanyak 2 (dua) dalam 1 (satu) tahun.

Keterbatasan tersebut menyebabkan masih sedikitnya masyarakat yang mendapat kesempatan untuk menjadi peserta penyuluhan. Oleh karena itu, keterbatasan ini disiasati dengan menunjuk beberapa masyarakat dari masing-masing pedukuhan pada setiap kecamatan yang dipilih. Beberapa wakil tersebut diharapkan mampu untuk meneruskan informasi yang telah didapatkan dari penyuluhan. Hal ini pun belum berjalan seperti yang diharapkan, meskipun tidak dipungkiri bahwa beberapa dari wakil tersebut menyampaikan informasi-informasi yang diperoleh kepada beberapa warga yang lain.

Mengingat masih ditemukannya beberapa kelemahan dari penyuluhan terbatas, maka sebetulnya diperlukan model yang lebih komprehensif dan intensif,

sehingga tujuan mewujudkan kemandirian konsumen dapat tercapai. Seperti yang telah dilakukan oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul pada pelaku usaha sebagaimana telah diuraikan pada sub bab pertama pada Bab ini, yaitu model pendampingan. Demikian pula dengan yang telah dilakukan oleh LKY kepada kelompok konsumen di luar wilayah Kabupaten Bantul (Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman).

LKY lebih banyak memberikan pendampingan kepada beberapa kelompok ibu-ibu PKK di Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman yang disebut dengan Kelompok Kesadaran Siaga (KKS). Kabupaten Bantul belum menjadi sasaran dari model ini karena berbagai keterbatasan LKY, seperti dana dan tenaga pendamping. Keterbatasan yang serupa juga dikemukakan oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul, sehingga model inipun belum dapat dilaksanakan. Sejauh ini, model penyuluhan terbatas masih menjadi model yang diandalkan sebagai upaya untuk meningkatkan kesadaran hak-hak konsumen produk pangan di Kabupaten Bantul.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan paparan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada beberapa upaya yang telah dilakukan oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul dan LPKSM (LKY dan LBH Konsumen Indonesia) dalam meningkatkan kesadaran hak-hak konsumen produk pangan di Kabupaten Bantul. Disperindagkop telah melakukan upaya pembinaan dan pembudayaan serta penegakan hukum. Upaya tersebut dilakukan melalui model penyuluhan (penyuluhan melalui siaran radio dan penyuluhan terbatas), model publikasi hasil pengawasan dan survey produk pangan dan model pengaduan konsumen, sedangkan LPKSM telah melakukan upaya pendidikan, kajian dan advokasi melalui model penyuluhan terbatas, model kampanye publik, model publikasi baik terhadap hasil pengawasan dan survey produk pangan maupun hasil dari kajian kebijakan, serta model konsultasi cuma-cuma (konsultasi secara langsung maupun melalui media cetak) dan pengaduan konsumen.
2. Terdapat beberapa hambatan dari berbagai upaya yang dilakukan oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul yaitu dana, sumber daya manusia dan kurangnya sarana prasarana, sedangkan hambatan bagi LPKSM adalah terbatasnya dana dan sumber daya manusia. Disamping itu, hambatan dalam meningkatkan kesadaran hak-hak konsumen produk pangan juga

muncul dari konsumen produk pangan itu sendiri, yaitu Hambatan tersebut justru muncul dari konsumen itu sendiri, antara lain seperti tingkat keberanian konsumen untuk mengemukakan pendapat yang masih rendah, tingkat pendidikan konsumen yang rendah, adanya penghitungan untung rugi seperti harga barang yang dibeli dengan pengeluaran yang dikeluarkan oleh konsumen jika mengangkat permasalahan konsumen, kesibukan konsumen yang mengadakan kerugiannya, sehingga untuk melewati proses penyelesaian masalah dianggap merepotkan dan rasa tidak percaya diri dari konsumen yang berhadapan dengan pelaku usaha. Rasa tersebut menimbulkan dugaan bahwa konsumen pasti akan kalah dengan pelaku usaha serta kurangnya kesabaran dalam melewati tahap demi tahap penyelesaian permasalahan, sehingga terkadang proses terhenti ditengah jalan.

3. Model yang efektif dari beberapa model yang telah dilakukan di Kabupaten Bantul, baik oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul maupun LPKSM, adalah penyuluhan terbatas. Hal ini tampak pada tercapainya tujuan dari model tersebut. Penyuluhan yang diselenggarakan bertujuan memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai hak-hak konsumen, sehingga konsumen menyadari hak-haknya. Hal tersebut ditunjukkan dengan dipahaminya apa saja hak-hak konsumen dan adanya kepedulian konsumen terhadap informasi pada produk pangan (pencantuman tanggal kadaluwarsa, tanggal produksi, komposisi, dan lain-lain) ketika menentukan produk pangan yang dipilih serta lebih mencermati kondisi

fisik produk pangan yang dibeli. Disamping itu, hal tersebut efektif justru disebabkan karena mereka kurang proaktif dalam mencari informasi-informasi terkait dengan hak-hak konsumen yang belum diketahui, sehingga masyarakat memang harus diajak dan dikumpulkan untuk diberikan sosialisasi tersebut.

B. SARAN

Setelah melihat berbagai fakta dan informasi di lapangan mengenai peningkatan kesadaran hak-hak konsumen produk pangan sebagai upaya mewujudkan kemandirian konsumen di Kabupaten Bantul, maka dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi warga yang pernah mendapatkan kesempatan mengikuti penyuluhan terbatas, baik dari Disperindagkop Kabupaten Bantul maupun LPKSM, hendaknya meneruskan informasi yang telah diperoleh kepada warga lain, sehingga akan lebih banyak lagi warga yang merasakan manfaat dari informasi tersebut.
2. Perlu bagi LPKSM untuk mempertimbangkan Kabupaten Bantul sebagai salah satu wilayah untuk menerapkan model pendampingan kepada konsumen sebagaimana telah diterapkan pada KKS di Kota Yogyakarta dan Sleman.
3. Perlu bagi Disperindagkop untuk memperjuangkan tambahan anggaran dari APBD untuk menerapkan model pendampingan sebagaimana telah diterapkan pada pelaku usaha di Kabupaten Bantul.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku:

- Adrian Sutedi. 2008. *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Doram T. Dimalagan, 2005. *Economic Globalization and Its Impact on Consumer Rights: A Comparative Research and Analysis of Relevant Consumer Protection Laws and Programs in the Phillipines, Thailand, and Indonesia*. Bahan Perkuliahan Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta.
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani. 2003. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Hadari Nawawi. 1998. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Janus Sidabalok. 2006. *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia Dengan Pembahasan Atas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*. PT Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Soerjono Soekanto, 1986, *Pengantar Penelitian Hukum*, Penerbit Universitas Indonesia (UI PRESS), Jakarta.

B. Peraturan Perundang-Undangan:

- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan.
- Keputusan Kepala BPOM Nomor HK.00/05.1.2569 tentang Kriteria dan Tata Laksana Penilaian Produk Pangan.

C. Artikel:

Anonim, *Canggih Tapi Membahayakan Telinga*, Majalah *TRUST*, Edisi 20 Tahun IV, 27 Februari-5 Maret 2006.

D. Website:

<http://pkditjenpdn.depdag.go.id/index.>, tanggal akses 25 maret 2009.