



LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA

No.96, 2017

KESRA. Perlindungan Konsumen. Strategi Nasional.

PERATURAN PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 50 TAHUN 2017
TENTANG
STRATEGI NASIONAL PERLINDUNGAN KONSUMEN

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

- Menimbang : a. bahwa dalam rangka mewujudkan iklim usaha dan hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen, serta untuk mendorong perekonomian nasional yang efisien dan berkeadilan diperlukan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang sinergis, harmonis, dan terintegrasi;
- b. bahwa untuk menyelenggarakan perlindungan konsumen yang sinergis, harmonis, dan terintegrasi sesuai dengan arah kebijakan dan strategi pembangunan Pemerintah sebagaimana ditetapkan dalam Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2015 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2015-2019, perlu menyusun Strategi Nasional Perlindungan Konsumen;
- c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, perlu menetapkan Peraturan Presiden tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen;
- Mengingat : 1. Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;

2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821);

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN PRESIDEN TENTANG STRATEGI NASIONAL PERLINDUNGAN KONSUMEN.

Pasal 1

- (1) Menetapkan Strategi Nasional Perlindungan Konsumen, yang selanjutnya disebut STRANAS-PK.
- (2) STRANAS-PK merupakan dokumen yang memuat sasaran, arah kebijakan, strategi dan sektor prioritas penyelenggaraan perlindungan konsumen untuk periode 5 (lima) tahun.
- (3) STRANAS-PK periode pertama berlaku 3 (tiga) tahun dimulai tahun 2017 sampai dengan tahun 2019.
- (4) STRANAS-PK terdiri dari antara lain:
 - a. Penjabaran Amanat RPJMN 2015-2019;
 - b. Kondisi Perlindungan Konsumen dan Persepsi Masyarakat;
 - c. Arah Kebijakan Perlindungan Konsumen;
 - d. Strategi dan Prioritas Nasional; dan
 - e. Sasaran dan Target.
- (5) STRANAS-PK sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dimuat dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Presiden ini.

Pasal 2

STRANAS-PK bertujuan untuk:

- a. memberikan arah kebijakan dan strategi penyelenggaraan perlindungan konsumen nasional yang lebih sinergis, harmonis, dan terintegrasi bagi kementerian/lembaga, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan terkait;

- b. mempercepat penyelenggaraan perlindungan konsumen di sektor-sektor prioritas; dan
- c. mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat serta penciptaan iklim usaha dan hubungan yang lebih berkeadilan antara pelaku usaha dan konsumen.

Pasal 3

STRANAS-PK berfungsi sebagai:

- a. pedoman bagi kementerian/lembaga dan pemerintah daerah dalam perencanaan, pelaksanaan, pemantauan dan evaluasi penyelenggaraan perlindungan konsumen yang sesuai dengan tugas dan kewenangan masing-masing; dan
- b. pedoman bagi pelaku usaha dan masyarakat dalam mewujudkan peran aktif perlindungan konsumen.

Pasal 4

STRANAS-PK terdiri atas penguatan 3 (tiga) pilar, yaitu:

- a. peningkatan peran pemerintah;
- b. peningkatan keberdayaan konsumen; dan
- c. peningkatan kepatuhan pelaku usaha.

Pasal 5

- (1) Kementerian/lembaga menjabarkan STRANAS-PK sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 melalui Aksi Nasional Perlindungan Konsumen.
- (2) Aksi Nasional Perlindungan Konsumen, yang selanjutnya disebut Aksi Nasional-PK, merupakan program atau kegiatan yang dilakukan kementerian/lembaga serta pemangku kepentingan terkait untuk periode 1 (satu) tahun.
- (3) Aksi Nasional-PK, sebagaimana dimaksud pada ayat (2) ditetapkan dengan Instruksi Presiden.
- (4) Penyusunan Aksi Nasional-PK sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dikoordinasikan oleh kementerian yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang perdagangan, dengan melibatkan kementerian yang

menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang perencanaan pembangunan nasional.

Pasal 6

- (1) Kementerian/lembaga dan pemerintah daerah melaksanakan STRANAS-PK dan Aksi Nasional-PK sesuai dengan tugas dan kewenangan masing-masing.
- (2) Kementerian/lembaga dan pemerintah daerah dapat melibatkan pemangku kepentingan terkait dalam pelaksanaan STRANAS-PK dan Aksi Nasional-PK.

Pasal 7

Pelaksanaan STRANAS-PK dan Aksi Nasional-PK oleh Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan tidak mengurangi wewenang dan independensi pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 8

- (1) Kementerian/lembaga dan pemerintah daerah melakukan pemantauan pelaksanaan Aksi Nasional-PK.
- (2) Dalam melakukan pemantauan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) kementerian/lembaga dan pemerintah daerah dapat melibatkan pemangku kepentingan terkait.
- (3) Kementerian yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang perdagangan mengoordinasikan pemantauan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) secara berkala paling sedikit 6 (enam) bulan sekali, atau sewaktu-waktu apabila dibutuhkan.
- (4) Hasil pemantauan pelaksanaan Aksi Nasional-PK sebagaimana dimaksud pada ayat (3) digunakan sebagai bahan penyusunan Aksi Nasional-PK untuk periode selanjutnya serta sebagai bahan evaluasi pelaksanaan STRANAS-PK.

Pasal 9

- (1) Kementerian yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang perencanaan pembangunan nasional mengoordinasikan evaluasi pelaksanaan STRANAS-PK.
- (2) Hasil evaluasi pelaksanaan STRANAS-PK digunakan sebagai bahan penyusunan STRANAS-PK untuk periode selanjutnya, melalui perubahan Lampiran Peraturan Presiden ini.
- (3) Hasil evaluasi STRANAS-PK dan pemantauan Aksi Nasional-PK dilaporkan kepada Presiden setiap 1 (satu) tahun sekali, atau sewaktu-waktu apabila dibutuhkan.

Pasal 10

Biaya pelaksanaan STRANAS-PK dan Aksi Nasional-PK dibebankan pada Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara, Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah, serta sumber lain yang sah yang tidak mengikat sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 11

Peraturan Presiden ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Presiden ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 3 Mei 2017

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

ttd

JOKO WIDODO

Diundangkan di Jakarta
pada tanggal 8 Mei 2017

MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
REPUBLIK INDONESIA,

ttd

YASONNA H. LAOLY

LAMPIRAN
PERATURAN PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 50 TAHUN 2017
TENTANG
STRATEGI NASIONAL PERLINDUNGAN
KONSUMEN

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Konsumsi rumah tangga mempunyai peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Kontribusi pengeluaran konsumsi rumah tangga terhadap PDB Indonesia selama 5 (lima) tahun terakhir mencapai rata-rata 55,4 persen. Ke depan, di tengah kondisi perekonomian dunia yang masih belum pulih dan masih diliputi dengan berbagai resiko ekonomi dan politik, pengeluaran konsumsi rumah tangga akan tetap menjadi sumber pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Konsumen yang merasa terlindungi haknya adalah konsumen sejahtera. Golongan konsumen ini akan merasa lebih yakin dalam berkonsumsi dan akan cenderung mengkonsumsi lebih banyak, sehingga dapat memberi kontribusi yang lebih besar bagi pertumbuhan ekonomi. Untuk itu, kesejahteraan dan keberdayaan konsumen perlu menjadi bagian penting dari pembangunan ekonomi, yang salah satunya adalah melalui penerapan kebijakan perlindungan konsumen yang efektif.

Perlindungan konsumen di Indonesia pada dasarnya bukan merupakan hal yang baru. Gerakan perlindungan konsumen di Indonesia pertama kali dimotori oleh lembaga swadaya perlindungan konsumen – Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia/YLKI – yang dibentuk pada tahun 1973. Selanjutnya, pada tanggal 20 April 1999,

Indonesia menetapkan undang-undang yang secara khusus mengatur mengenai perlindungan konsumen, yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU No 8/1999).

Implementasi UU No 8/1999 selama hampir 18 tahun masih belum sepenuhnya efektif. Tingkat keberdayaan konsumen Indonesia masih belum menunjukkan adanya perbaikan, yang ditandai dengan rendahnya nilai Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) Indonesia (hanya 30,86 dari skala 100,00) dan rendahnya jumlah pengaduan konsumen Indonesia, khususnya apabila dibandingkan dengan negara lain. Selain itu, tingkat kepatuhan pelaku usaha terhadap peraturan perundangan terkait perlindungan konsumen pun masih relatif rendah. Salah satunya tercermin dari rendahnya persentase barang beredar yang sesuai dengan ketentuan SNI wajib, yaitu hanya sebesar 42,0 persen di tahun 2016.

Ke depan, tantangan perlindungan konsumen di Indonesia akan semakin kompleks. Perekonomian dunia yang semakin terintegrasi dan teknologi informasi yang semakin maju menyebabkan frekuensi transaksi perdagangan barang/jasa lintas negara dan lintas perbatasan menjadi semakin tinggi. Konsumen Indonesia akan semakin mudah untuk berinteraksi langsung dengan produsen yang berada di luar yurisdiksi hukum Indonesia. Di satu sisi, hal ini akan membawa keuntungan bagi konsumen karena pilihan produk yang semakin bertambah. Namun di sisi lain, asimetri informasi antara konsumen dan produsen akan semakin lebar, yang dapat membawa dampak negatif bagi konsumen secara finansial maupun fisik.

Perlindungan konsumen yang bersifat lintas sektor menjadi tantangan tersendiri dalam koordinasi pelaksanaan perlindungan konsumen selama ini. Untuk itu, perlu ada suatu kesatuan langkah antara seluruh pemangku kepentingan (Pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat) agar penyelenggaraan perlindungan konsumen dapat lebih sinergis, harmonis, dan terintegrasi. Atas pertimbangan tersebut, Pemerintah menyusun Strategi Nasional Perlindungan Konsumen (Stranas PK).

B. Tujuan

1. Memberikan arah kebijakan dan strategi penyelenggaraan perlindungan konsumen nasional yang lebih sinergis, harmonis, dan terintegrasi bagi kementerian/lembaga, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan terkait;
2. Mempercepat penyelenggaraan perlindungan konsumen di sektor-sektor prioritas; dan
3. Mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat serta penciptaan iklim usaha dan hubungan yang lebih berkeadilan antara pelaku usaha dan konsumen.

BAB II
AMANAT RPJMN 2015-2019

Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015-2019 mengamanatkan penguatan Perlindungan Konsumen di Indonesia guna meningkatkan aktivitas perdagangan dalam negeri yang lebih efisien dan berkeadilan. Dalam RPJMN 2015-2019 disebutkan bahwa terdapat 4 (empat) hal yang menjadi kendala dalam penguatan perlindungan konsumen selama ini, yaitu :

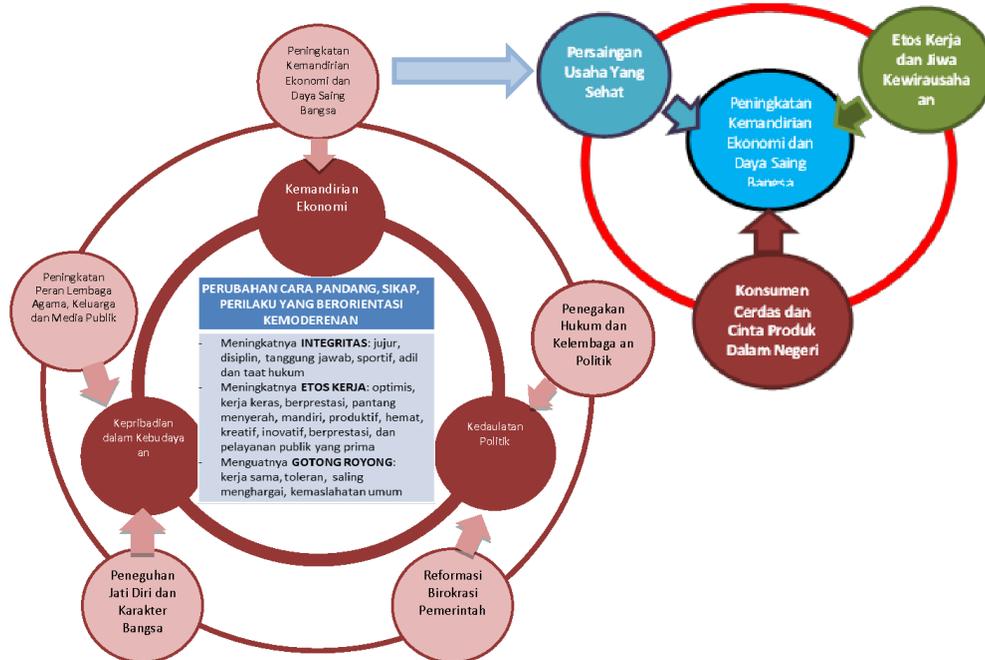
- a. Jumlah dan kapasitas lembaga perlindungan konsumen yang masih terbatas, salah satunya dapat dilihat dari masih sedikitnya jumlah BPSK;
- b. Rendahnya tingkat kesadaran masyarakat dan produsen akan perlindungan konsumen,
- c. Terbatasnya upaya tertib ukur, serta
- d. Belum efektifnya implementasi sistem dan perangkat regulasi perlindungan konsumen.

Upaya penguatan perlindungan konsumen dalam RPJMN 2015-2019 secara lebih jelas digambarkan pada Gambar 2.1. berikut.



Gambar 2.1. Penguatan Perlindungan Konsumen dalam Bidang Perdagangan dalam Negeri

Selanjutnya, Pemerintah menetapkan penumbuhan budaya konsumen cerdas dan cinta produk dalam negeri sebagai salah satu kegiatan prioritas yang mendukung prioritas nasional Revolusi Mental. Melalui budaya konsumen cerdas dan cinta produk dalam negeri, konsumen Indonesia diharapkan dapat semakin kritis dalam memperjuangkan hak-haknya sebagai konsumen, sehingga akan mendorong pelaku usaha untuk menghasilkan barang dan/atau jasa yang lebih tepat guna (sesuai kebutuhan konsumen), andal, aman, dan efisien. Konsumen Indonesia yang tangguh akan menjadi salah satu landasan penting bagi Indonesia untuk meningkatkan kemandirian ekonomi nasional yang lebih berdaya saing.



Gambar 2.2 Perlindungan Konsumen Pendukung Prioritas Nasional Revolusi Mental

BAB III
KONDISI PERLINDUNGAN KONSUMEN DI INDONESIA DAN PERSEPSI
MASYARAKAT

Gerakan perlindungan konsumen di Indonesia sudah dimulai sejak tahun 1973, yang dimotori oleh YLKI. Selanjutnya, lahirnya UU No 8/1999 menjadi titik balik perubahan rezim perlindungan konsumen di Indonesia, dimana Pemerintah secara khusus ditugaskan menjadi ujung tombak penyelenggaraan perlindungan konsumen. Melalui UU No 8/1999, perlindungan konsumen di Indonesia diharapkan dapat lebih memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan. Namun, pelaksanaan perlindungan konsumen selama ini belum sepenuhnya optimal. Beberapa permasalahan dan isu strategis perlindungan konsumen saat ini dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) aspek sebagai berikut:

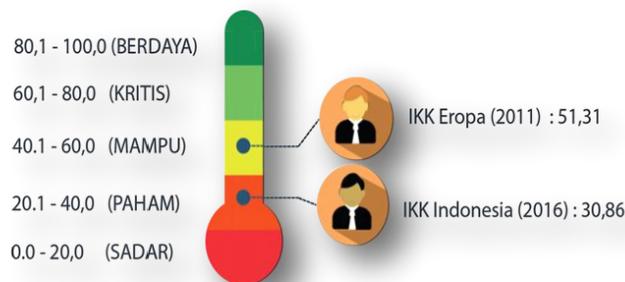
A. Tingkat Keberdayaan Konsumen Indonesia

Upaya perlindungan konsumen dapat dikatakan berhasil apabila konsumen sudah mampu melindungi diri sendiri dari hal-hal yang merugikan. Dengan kata lain, konsumen telah sadar, paham, dan memiliki kepercayaan diri dalam memperjuangkan hak dan kepentingannya sebagai konsumen (konsumen berdaya). Setidaknya terdapat 3 (tiga) prasyarat agar konsumen dapat berdaya, yaitu:

1. pilihan atas barang/jasa tersedia secara memadai, baik dari sisi jumlah, kualitas, dan harga,
2. konsumen memiliki cukup pengetahuan dan informasi (*symmetric information*) baik terkait barang/jasa maupun hak dan kewajibannya, serta
3. konsumen memiliki kebebasan dan merasa terlindungi dalam memilih-termasuk berpindah pilihan-barang/jasa yang dibutuhkan.

Konsumen akan selalu berada pada posisi yang kurang diuntungkan, jika terjadi kondisi informasi asimetris antara produsen dan konsumen. Produsen tentunya akan selalu memiliki informasi yang lebih utuh tentang barang/jasa yang dihasilkannya dibandingkan konsumen. Sementara, konsumen akan memiliki ketergantungan yang sangat tinggi terhadap informasi sepihak yang disediakan oleh pelaku usaha.

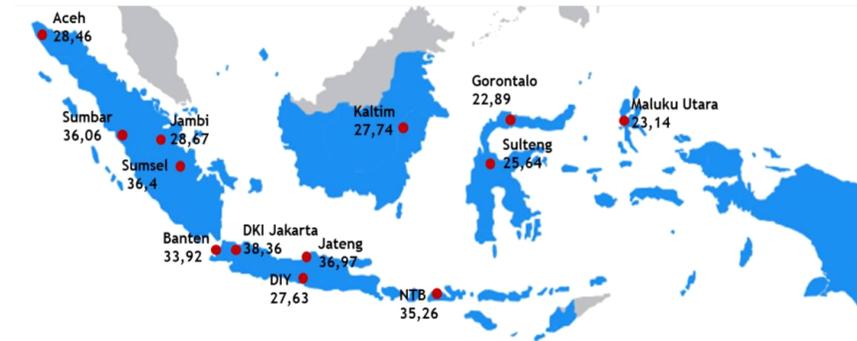
Hasil pemetaan Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) Indonesia di tahun 2016 – survei yang dilakukan oleh Kementerian Perdagangan terhadap konsumen di 13 Provinsi – menunjukkan nilai yang masih rendah, yaitu 30,86. Nilai tersebut masih lebih rendah 20,26 poin dibandingkan dengan nilai perhitungan IKK di 29 negara Eropa tahun 2011 yang sudah mencapai 51,31 (Nardo et al, 2011). Nilai tersebut menunjukkan bahwa keberdayaan konsumen Indonesia masih berada pada level paham, artinya konsumen Indonesia sudah mengenali hak dan kewajibannya sebagai konsumen, namun belum sepenuhnya mampu memanfaatkannya dan belum berperan aktif dalam memperjuangkan haknya sebagai konsumen.



Gambar 3.1 Perbandingan IKK Indonesia (2016) dan IKK Eropa (2011)

Dilihat dari sisi kewilayahan, terdapat ketimpangan tingkat keberdayaan konsumen antar wilayah. Nilai IKK di wilayah perkotaan (33,46) lebih tinggi dibandingkan dengan wilayah perdesaan (28,15),

artinya konsumen perdesaan jauh belum berdaya dibandingkan dengan konsumen perkotaan. Akses terhadap informasi, tingkat pendidikan, dan tingkat pendapatan masyarakat merupakan faktor yang mempengaruhi rendahnya nilai IKK di wilayah perdesaan. Berdasarkan provinsi, nilai IKK tertinggi adalah di Provinsi DKI Jakarta (38,36) dan nilai IKK terendah adalah di Provinsi Gorontalo (22,89). Selain Gorontalo, terdapat 6 (enam) provinsi lain yang nilai IKK-nya berada di bawah nilai IKK nasional (Gambar 3.2).



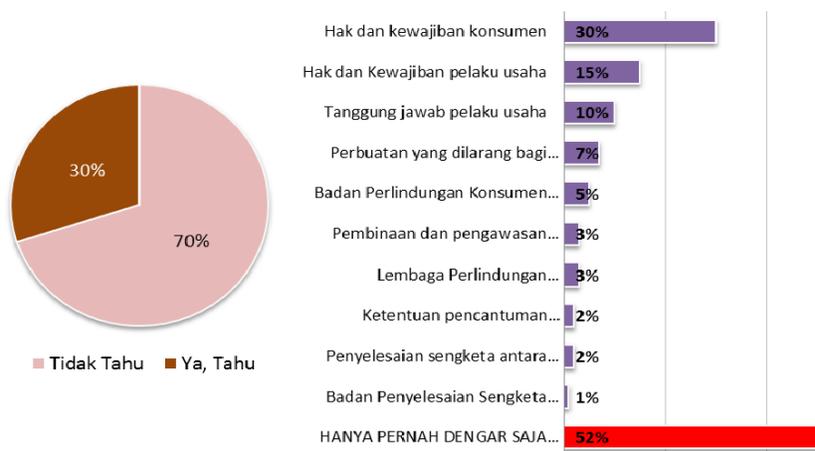
Gambar 3.2 Nilai IKK 13 Provinsi Sampling

Dari hasil pemetaan IKK per wilayah dapat dilihat bahwa nilai IKK yang tinggi umumnya berada di wilayah-wilayah yang akses terhadap informasinya baik dan memadai, baik informasi yang disediakan oleh Pemerintah maupun pelaku usaha. Konsumen di wilayah tersebut akan memiliki informasi dan pengetahuan yang lebih utuh, sehingga dapat lebih percaya diri dalam mengambil keputusan, termasuk dalam memperjuangkan haknya ketika menghadapi kerugian atau situasi yang kurang menyenangkan. Kondisi sebaliknya dialami oleh konsumen di Provinsi yang jauh dari pusat perekonomian, seperti Gorontalo dan Maluku Utara. Terbatasnya akses informasi di wilayah tersebut semakin memperbesar jurang asimetris informasi antara produsen dan konsumen.

Pada kondisi tersebut, konsumen akan sangat rentan terhadap eksploitasi pelaku usaha. Pada kondisi ini, peran Pemerintah akan sangat dibutuhkan untuk mengatasi permasalahan asimetris informasi tersebut.

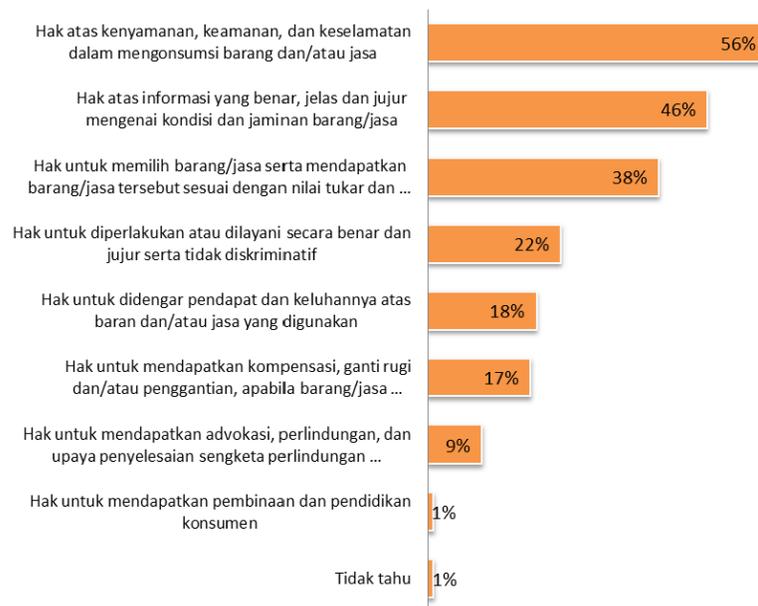
Dari 7 (tujuh) dimensi IKK yang dipetakan, dimensi pengetahuan konsumen terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan lembaga perlindungan konsumen (13,39) serta dimensi perilaku komplain (15,51) merupakan dimensi yang paling rendah dibandingkan dengan 5 (lima) dimensi keberdayaan konsumen lainnya. Kedua isu strategis ini yang akan menjadi fokus pembenahan dalam upaya peningkatan keberdayaan konsumen selama 3 (tiga) tahun ke depan.

Sebagaimana disebutkan sebelumnya, tahapan awal agar konsumen dapat berdaya adalah memiliki pengetahuan dan informasi yang utuh, baik informasi terkait barang/jasa maupun informasi terkait hak dan kewajibannya sebagai konsumen. Hak dan kewajiban konsumen di Indonesia sudah diatur dalam UU No 8/1999, yaitu dalam Pasal 4 dan Pasal 5. Meskipun UU tersebut sudah 18 tahun disahkan, namun hasil survei Kementerian Perdagangan di tahun 2016 menunjukkan bahwa hanya 30,0 persen masyarakat Indonesia yang mengetahui UU No 8/1999. Yang lebih memprihatinkan lagi, dari 30,0 persen tersebut, sebanyak 52,0 persen diantaranya hanya pernah mendengar tanpa mengetahui substansi dan ketentuan yang diatur dalam UU No 8/1999. Sementara, masyarakat yang mengetahui hak dan kewajiban sebagai konsumen hanya 30,0 persen.



Gambar 3.3 Tingkat Pengetahuan Konsumen akan UU No.8/1999

Hak konsumen yang paling diketahui dan dipahami oleh masyarakat adalah hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang/jasa (56,0 persen) dan hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa (46,0 persen). Sementara pengetahuan terkait hak untuk mendapatkan penanganan atas keluhan dan pengaduan serta hak atas penggantian/kompensasi/ganti rugi relatif kurang diketahui konsumen.

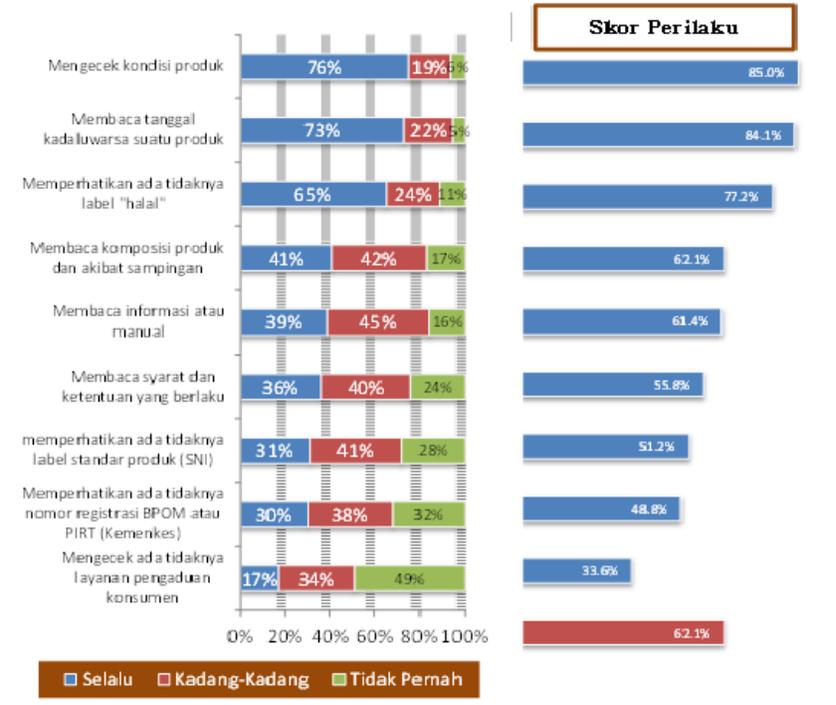


Gambar 3.4. Tingkat Pengetahuan Konsumen akan Hak Konsumen

Terkait kewajiban konsumen, dalam Pasal 5 UU No 8/1999 disebutkan bahwa salah satu kewajiban konsumen adalah membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan. Dalam studi yang dilakukan Kementerian Perdagangan, kewajiban tersebut kemudian dirinci menjadi 9 (sembilan) perilaku yang perlu dilakukan oleh konsumen saat membeli dan menggunakan barang/jasa (Gambar 3.5).

Hasil studi menunjukkan bahwa 62,1 persen konsumen telah melakukan kewajibannya, yaitu: membaca dan/atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur barang/jasa. Tahapan yang paling sering dilakukan oleh konsumen adalah mengecek kondisi barang/jasa (85,0 persen), diikuti dengan mengecek tanggal kedaluwarsa (84,1 persen) dan

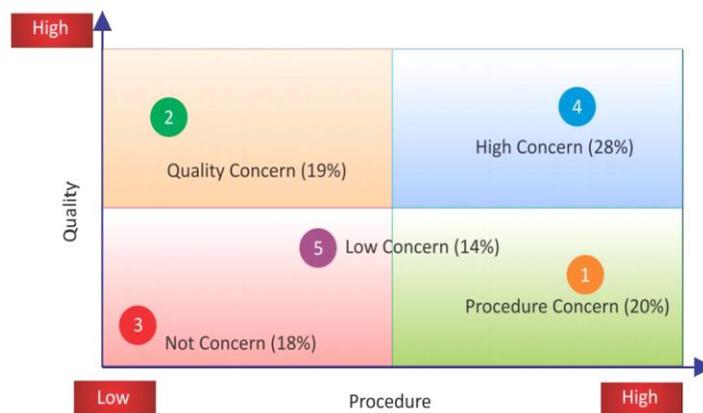
mengecek label 'halal' (77,2 persen). Tahapan yang sering luput dari perhatian konsumen saat melakukan pembelian dan penggunaan barang/jasa adalah memperhatikan ada/tidaknya layanan pengaduan dan memperhatikan ada/tidaknya nomor registrasi (BPOM dan PIRT Kemenkes).



Gambar 3.5 Perilaku Konsumen dalam Pembelian dan/atau Penggunaan Barang/Jasa

Dari 9 (sembilan) perilaku di atas, kemudian konsumen diklasifikasikan ke dalam 5 (lima) kelompok, yaitu : (1) *high concern*, (2) *procedure concern*, (3) *quality concern*, (4) *low concern* dan (5) *not concern*.

Berdasarkan klasifikasi tersebut terlihat bahwa baru sebagian kecil konsumen Indonesia yang masuk dalam kelompok *high concern* (28 persen), yaitu konsumen yang telah melakukan kewajibannya dalam membaca dan mengikuti petunjuk pembelian dan penggunaan barang/jasa, baik petunjuk yang sifatnya kualitas (seperti nomor registrasi BPOM dan PIRT Kemenkes, komposisi produk, dan label 'halal') maupun petunjuk yang sifatnya prosedur (seperti membaca syarat dan ketentuan berlaku). Konsumen yang tergolong dalam segmen *high concern* umumnya adalah konsumen dengan pendidikan tinggi (diploma-sarjana), memiliki pekerjaan formal, dan termasuk kelompok ekonomi atas.



Gambar 3.6 Segmentasi Konsumen Menurut Kewajibannya dalam Membaca dan Mengikuti Petunjuk Pembelian dan Penggunaan Barang/Jasa

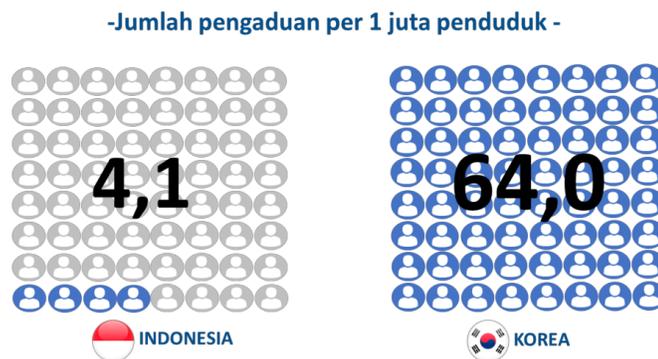
Adapun rincian profil konsumen berdasarkan 5 (lima) kelompok di atas adalah sebagai berikut:

	High Concern	Quality Concern	Procedure Concern	Low Concern	Not Concern
Usia	25-35 th	25-55 th	25-55 th	Berimbang	45-55 th
Kelas Ekonomi	SEC A dan A+	SEC B dan C	SEC A dan B	Berimbang	SEC D dan E
Pendidikan	Diploma-Sarjana	SMP-SMU	Sarjana	Berimbang	Sampai dengan SD
Pekerjaan	Pekerja Formal	Wiraswasta-IRT	Pelajar/Mhs - IRT	Informal - IRT	Buruh - Tidak Bekerja
Jenis Kelamin	P (46%)	P (51%)	P (45%)	P (56%)	P (56%)
	W (54%)	W (49%)	W (55%)	W (44%)	W (44%)

Konsumen yang berdaya akan memiliki kepercayaan diri dalam memperjuangkan hak dan kepentingannya sebagai konsumen pada saat menghadapi masalah dalam pembelian dan penggunaan barang/jasa. Salah satu cirinya adalah konsumen akan menjadi lebih kritis dan aktif untuk melakukan pengaduan. Dalam beberapa penelitian disebutkan bahwa konsumen yang kritis akan mendorong pelaku usaha untuk memproduksi barang/jasa yang lebih berkualitas, aman, dan efisien (sesuai kebutuhan konsumen).

Hasil survei yang dilakukan oleh Kementerian Perdagangan menunjukkan bahwa jumlah konsumen yang melakukan pengaduan saat mengalami masalah sebenarnya sudah cukup tinggi (Gambar 3.8).

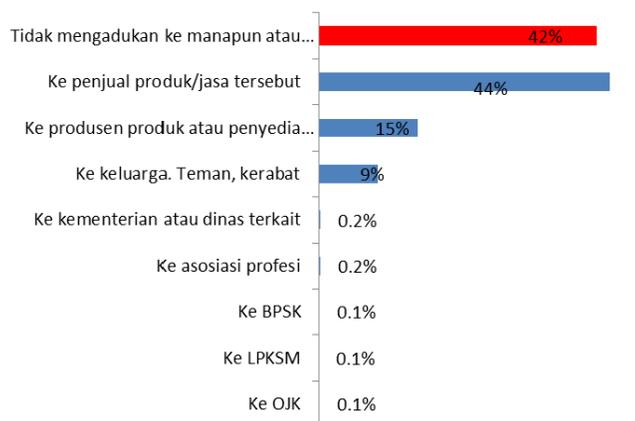
Namun, apabila dibandingkan dengan negara lain maka terlihat bahwa perilaku pengaduan konsumen Indonesia masih sangat rendah. Sebagai contoh, di Korea Selatan, jumlah pengaduan konsumen per 1 juta penduduk dapat mencapai 64 orang. Sementara di Indonesia, jumlah pengaduan konsumen per 1 juta penduduk hanya mencapai 4 orang.



Gambar 3.7 Perbandingan Perilaku Pengaduan Konsumen Indonesia dan Korea Selatan

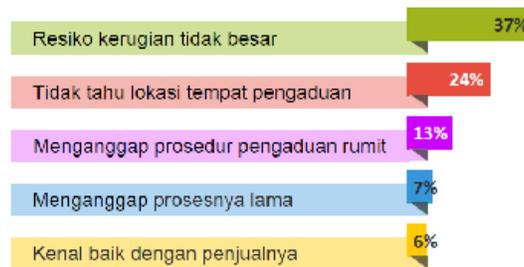
Konsumen lebih memilih mengadukan masalahnya ke penjual langsung (44,0 persen) dan ke produsen langsung (15,0 persen). Kondisi ini merupakan hal yang wajar karena secara alamiah konsumen akan melakukan pengaduan ke pihak yang berada di lingkungan sekitarnya. Oleh sebab itu, Pemerintah perlu mendorong pelaku usaha untuk menyediakan layanan pengaduan konsumen, sebagai wadah konsumen untuk melakukan pengaduan langsung ke pelaku usaha. Selain itu, Pemerintah perlu terus meningkatkan pemahaman terkait kebijakan perlindungan konsumen kepada pelaku usaha, selaku pihak yang akan berinteraksi secara langsung dengan konsumen.

Namun, berdasarkan hasil survey, apabila pengaduan kepada pelaku usaha tidak tercapai kesepakatan, masih sedikit konsumen yang mengadu ke lembaga pengaduan konsumen sebagaimana diatur dalam UU No 8/1999 – yaitu Kementerian/Lembaga terkait, Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM).



Gambar 3.8 Perilaku Pengaduan Konsumen Menurut Hasil Survei

Tingkat toleransi konsumen Indonesia (budaya toleransi) yang cukup tinggi menjadi salah satu faktor mengapa konsumen Indonesia enggan untuk melakukan pengaduan saat menghadapi masalah. Hal ini terlihat dari alasan utama konsumen tidak melakukan pengaduan, yaitu karena konsumen menilai bahwa resiko kerugian yang dialaminya tidak besar (37 persen). Padahal, menurut UU No 8/1999, sekecil apapun masalahnya, konsumen memiliki hak untuk melakukan pengaduan/keluhan dan bahkan sampai dengan mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang/jasa yang diterimanya tidak sesuai dengan perjanjian.



Gambar 3.9 Alasan Konsumen Tidak Melakukan Pengaduan

Dari hasil studi diagnostik perlindungan konsumen diketahui bahwa kedua isu strategis terkait tingkat keberdayaan konsumen di atas setidaknya disebabkan oleh 3 (tiga) hal, yaitu:

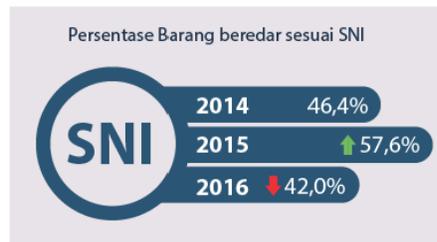
1. Kualitas LPKSM yang ada saat ini masih belum seragam, dimana dari 426 LPKSM yang ada di Indonesia hanya 3 (tiga) LPKSM yang menjadi anggota organisasi konsumen internasional (*Consumer International*). Selain itu, keberadaan LPKSM masih terkonsentrasi di kota-kota besar, khususnya di Pulau Jawa dan Bali.
2. Edukasi konsumen yang dilakukan selama ini belum efektif karena belum bersifat intensif dan massal.
3. Ketersediaan informasi konsumen yang akurat dan mudah diakses masih terbatas.

B. Tingkat Kepatuhan Pelaku Usaha Atas Peraturan Perundangan Terkait Perlindungan Konsumen

Dalam UU No 8/1999, rambu-rambu bagi pelaku usaha dalam memproduksi/menghasilkan dan menjual barang dan/atau jasa telah diatur secara komprehensif, mulai dari keamanan barang dan/atau jasa yang diproduksi/dihasilkan, pemberian informasi tentang barang dan/atau jasa yang dijual, iklan dan promosi, pemberian kompensasi dan ganti rugi, serta pencantuman klausula baku. Hanya saja,

meskipun sudah 18 tahun UU perlindungan konsumen ditetapkan, namun tingkat kepatuhan pelaku usaha dalam perlindungan konsumen masih relatif kurang.

Salah satu bukti dari belum efektifnya pelaksanaan perlindungan konsumen oleh pelaku usaha dapat dilihat dari rendahnya tingkat kepatuhan pelaku usaha atas ketentuan SNI wajib. Hasil pengawasan barang beredar Kementerian Perdagangan di tahun 2015 menunjukkan bahwa dari 288 sampel produk yang telah diuji, hanya 57,6 persen yang sesuai dengan ketentuan SNI. Di akhir tahun 2015, kebijakan pengawasan ketertelusuran barang, khusus atas produk impor, dilakukan deregulasi. Saat ini ketentuan Surat Pendaftaran Barang (SPB) yang bersifat transaksional dihapus dan hanya ada ketentuan Nomor Pendaftaran Barang (NPB) yang bersifat non transaksional. Pengawasan atas produk impor dilakukan melalui mekanisme post audit, yaitu di gudang importir, dan saat barang beredar di pasar. Perubahan kebijakan tersebut tentunya akan berpengaruh terhadap tingkat kesesuaian produk yang beredar di pasar dalam negeri. Hasil pengawasan barang beredar Kementerian Perdagangan di tahun 2016 menunjukkan bahwa jumlah produk beredar di pasar yang sesuai dengan ketentuan SNI wajib turun 15,7 persen dari tahun lalu, menjadi hanya sebesar 42,0%. Hasil uji petik BSN tahun 2016 menunjukkan hal yang serupa dimana jumlah produk yang sesuai ketentuan SNI Wajib hanya 44,0 persen.



Gambar 3.10 Hasil Pengawasan Barang Beredar Kementerian Perdagangan Tahun 2014-2016

Selain terkait SNI, hasil pengujian BPOM terhadap produk jajanan anak sekolah (PJAS) menunjukkan hasil yang kurang menggembirakan. Berdasarkan hasil sampling dan pengujian PJAS BPOM tahun 2015 - terhadap 526 sampel PJAS - menunjukkan bahwa 47,0 persen PJAS tidak memenuhi syarat (TMS). Di tahun 2016, terdapat penurunan hasil uji TMS, walaupun nilainya relatif masih tinggi. Dari 627 sampel PJAS terdapat 39,0 persen sampel TMS. Penyebab hasil uji TMS yaitu: cemaran mikrobiologi (68,5 persen), penggunaan BTP berlebih (30,4 persen), dan penyalahgunaan bahan berbahaya (1,0 persen). Meskipun angka penyalahgunaan bahan berbahaya dan cemaran mikrobiologi cenderung menurun, namun bukan berarti masalah ini dapat diabaikan, karena tidak menutup kemungkinan, profil hasil sampling dan pengujian PJAS merupakan fenomena puncak gunung es (*iceberg effect*) terhadap permasalahan yang sesungguhnya terjadi di masyarakat.

Kenaikan persentase hasil uji TMS terhadap penggunaan BTP melebihi batas umumnya disebabkan karena penggunaan pemanis buatan siklamat. Pemanis buatan siklamat dapat memberikan rasa manis 30 kali dari sukrosa/gula dan umumnya dikonsumsi oleh penderita diabetes mellitus dalam upaya mengontrol asupan kalori, yang tentunya berbanding terbalik dengan kebutuhan asupan kalori anak sekolah yang menjadi target konsumen PJAS, dimana asupan kalori yang terkontrol mutlak dibutuhkan seiring dengan aktifitas tumbuh kembang fisik dan kegiatan belajar.

Dengan kondisi tersebut, strategi Pemerintah ke depan perlu difokuskan pada upaya peningkatan kesadaran dan kepatuhan pelaku usaha agar lebih memperhatikan aspek keamanan, kesehatan, keselamatan, dan lingkungan (K3L) dalam memproduksi/menghasilkan barang dan/atau jasa. Dengan demikian, nilai-nilai perlindungan konsumen diharapkan dapat menjadi *common values* di kalangan pelaku usaha.

C. Peran Pemerintah Terkait Perlindungan Konsumen

Permasalahan lain dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen adalah terkait regulasi dan kelembagaan perlindungan konsumen yang ada saat ini. Berdasarkan UU No 8/1999, lembaga penyelenggara perlindungan konsumen di Indonesia adalah : (1) Pemerintah, dengan Menteri Perdagangan sebagai koordinator penyelenggaraan perlindungan konsumen; (2) BPKN, yang bertugas memberikan saran dan pertimbangan kepada Pemerintah terkait perlindungan konsumen; (3) BPSK, yang bertugas menyelesaikan sengketa konsumen di luar pengadilan; serta (4) LPKSM, yang bertugas membantu Pemerintah dalam melakukan advokasi terhadap konsumen. Rincian tugas lembaga perlindungan konsumen menurut UU No 8/1999 adalah sebagai berikut:

Lembaga Perlindungan Konsumen	Tugas
Pemerintah	<p><i>Pasal 29 ayat (1), (2), dan (3) serta Pasal 30 ayat (1) dan (2) UU No 8/1999</i></p> <p>Pemerintah bertanggungjawab atas pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen. Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen meliputi upaya untuk:</p> <ul style="list-style-type: none">a. Terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen;b. Berkembangnya LPKSM;c. Meningkatnya kualitas SDM serta meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.

Lembaga Perlindungan Konsumen	Tugas
BPKN	<p><i>Pasal 34 ayat (1) UU No 8/1999</i></p> <ol style="list-style-type: none"> a. Memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen; b. Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen; c. Melakukan penelitian terhadap barang dan jasa yang menyangkut keselamatan konsumen; d. Mendorong berkembangnya LPKSM; e. Menyebarluaskan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan pada konsumen. f. Menerima pengaduan dari masyarakat, lembaga swadaya masyarakat, dan pelaku usaha mengenai hal yang berkaitan perlindungan konsumen; dan g. Melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.
BPSK	<p><i>Pasal 52 UU No 8/1999</i></p> <ol style="list-style-type: none"> a. Melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi; b. Memberikan konsultasi perlindungan konsumen; c. Melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku;

Lembaga Perlindungan Konsumen	Tugas
	<p>d. Melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan UU No 8/1999;</p> <p>e. Menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;</p> <p>f. Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;</p> <p>g. Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;</p> <p>h. Memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap UU No 8/1999;</p> <p>i. Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang yang tidak bersedia memenuhi panggilan badan penyelesaian sengketa konsumen;</p> <p>j. Mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan;</p> <p>k. Memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen;</p> <p>l. Memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;</p> <p>m. Menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan UU No 8/1999.</p>

Lembaga Perlindungan Konsumen	Tugas
LPKSM	<p><i>Pasal 44 ayat (3) UU No 8/1999</i></p> <p>a. Menyebarkan informasi mengenai berbagai pengetahuan tentang perlindungan konsumen termasuk peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen;</p> <p>b. Memberikan nasehat kepada konsumen yang memerlukan, secara lisan dan tertulis, agar konsumen bisa melaksanakan hak dan kewajibannya.</p> <p>c. Melakukan kerjasama dengan instansi terkait dalam pertukaran informasi mengenai perlindungan konsumen; dan</p> <p>d. Melakukan advokasi untuk pemberdayaan konsumen.</p>

Selain UU No 8/1999, terdapat peraturan perundangan lain yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, dimana penyelenggaraannya dilakukan oleh berbagai instansi teknis yang secara khusus mendapatkan mandat dari UU. Sebagai contohnya adalah:

1. Perlindungan konsumen di sektor jasa keuangan diatur dalam UU No 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan (OJK), yang pelaksanaannya dilakukan oleh OJK. Upaya perlindungan konsumen di sektor jasa keuangan meliputi: (1) upaya yang bersifat pencegahan (*preventif*), seperti memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat serta meminta lembaga jasa keuangan (LJK) untuk menghentikan kegiatannya apabila berpotensi

merugikan masyarakat; (2) upaya yang bersifat penanggulangan (*represif*), seperti penyiapan perangkat pelayanan pengaduan konsumen, membuat mekanisme pengaduan konsumen, serta memfasilitasi penyelesaian pengaduan konsumen; dan (3) melakukan pembelaan hukum, seperti memerintahkan atau melakukan tindakan tertentu agar LJK menyelesaikan pengaduan konsumen serta mengajukan gugatan untuk memperoleh ganti kerugian kepada pihak yang dirugikan. Pelaksanaan amanat UU OJK yang berkaitan dengan perlindungan konsumen secara hukum diposisikan sebagai *lex specialis derogat legi generalis* terhadap UU No 8/1999. Namun demikian, dalam pelaksanaannya OJK tetap berkoordinasi dengan seluruh pemangku kepentingan terkait.

2. Perlindungan konsumen terkait pangan diatur dalam UU No 18 Tahun 2012 tentang Pangan. Dalam hal pangan olahan, pelaksanaannya dilakukan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). BPOM berwenang untuk mengatur norma, standar, prosedur dan kriteria serta pengawasan terhadap pemenuhan persyaratan keamanan, mutu, gizi, label dan iklan pangan olahan yang diedarkan di wilayah Indonesia, baik yang diproduksi di dalam negeri maupun pangan olahan impor. Saat ini pengawasan obat dan makanan diatur melalui Inpres No. 3 tahun 2017 tentang Peningkatan Efektivitas Pengawasan Obat dan Makanan, dimana pengawasannya melibatkan 10 K/L (Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan, BPOM, Kementerian Kesehatan, Kementerian Perdagangan, Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi, Kementerian Perindustrian, Kementerian Pertanian, Kementerian Kelautan dan Perikanan, Kementerian Dalam Negeri, Kementerian Komunikasi dan Informatika),

serta pemerintah provinsi dan pemerintah kabupaten/kota. Upaya penguatan pengawasan obat dan makanan ke depan adalah melalui penguatan regulasi dan kelembagaan, yang salah satunya dengan membentuk Deputi Bidang Kewaspadaan dan Penindakan BPOM guna meningkatkan efek jera kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran.

3. Perlindungan konsumen melalui standardisasi diatur dalam UU No 20 Tahun 2014 tentang Standardisasi dan Penilaian Kesesuaian, yang pelaksanaannya dilakukan oleh Badan Standardisasi Nasional (BSN). Menurut UU tersebut, standardisasi produk mempunyai dua tujuan utama yaitu (1) untuk perlindungan konsumen terhadap barang-barang yang berkualitas rendah, serta (2) untuk meningkatkan daya saing nasional dan menjaga persaingan usaha yang sehat.

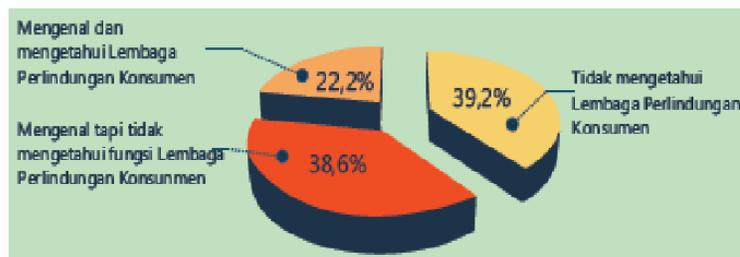
Selain itu, masih terdapat kementerian/lembaga yang secara tidak langsung melaksanakan perlindungan konsumen, seperti Kementerian Perhubungan untuk sektor jasa transportasi, Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia (BRTI) untuk sektor telekomunikasi dan teknologi informasi, Bank Indonesia (BI) untuk sektor jasa sistem pembayaran, serta Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) untuk memastikan bahwa harga yang diterima konsumen merupakan harga yang wajar – bukan akibat persaingan usaha tidak sehat.

Pelaksanaan perlindungan konsumen oleh banyak kementerian/lembaga pada dasarnya baik, sepanjang terjadi koordinasi yang baik. Namun, hal ini belum tercermin dalam pelaksanaan perlindungan konsumen di Indonesia. Perlindungan konsumen sangat bersifat multi sektor, sehingga fungsi koordinasi tidak cukup dilakukan oleh suatu Kementerian teknis. Selain itu, tidak adanya suatu tema nasional yang dapat menjadi acuan bersama antar kementerian/lembaga

menyebabkan upaya perlindungan konsumen yang berjalan saat ini masih terfragmentasi dan belum efektif. Akibatnya, upaya perlindungan konsumen yang telah dilakukan selama ini belum secara optimal dirasakan langsung oleh masyarakat.

C.1. Rendahnya Pengetahuan Masyarakat akan Lembaga Perlindungan Konsumen

Hasil survei Kementerian Perdagangan menunjukkan tingkat pengetahuan konsumen akan lembaga perlindungan konsumen masih relatif rendah. Hanya 22,2 persen masyarakat Indonesia yang mengetahui lembaga perlindungan konsumen, termasuk mengetahui fungsi dan peranannya. Sebanyak 38,6 persen masyarakat Indonesia hanya kenal terhadap lembaga perlindungan konsumen, namun tidak mengetahui fungsi dan peranan lembaga tersebut. Bahkan, sebanyak 39,2 persen masyarakat Indonesia tidak mengetahui sama sekali mengenai lembaga perlindungan konsumen. Akibatnya, konsumen lebih memilih untuk mengadukan masalahnya ke keluarga dibandingkan ke kementerian/lembaga, BPSK, ataupun LPKSM (lihat Gambar 3.11).



Gambar 3.11. Pengetahuan Masyarakat Akan Lembaga Perlindungan Konsumen

C.2. BPSK dan LPKSM Belum Merata Antar Wilayah

Salah satu faktor yang menyebabkan masyarakat tidak mengenal dan mengetahui tentang lembaga perlindungan konsumen adalah karena jumlahnya yang belum merata. BPSK yang seharusnya dibentuk di seluruh kabupaten/kota, sesuai amanat UU No 8/1999, ternyata sampai dengan tahun 2016 baru ada di 171 kabupaten/kota. Artinya, baru sekitar 33,0 persen kabupaten/kota di Indonesia yang memiliki lembaga alternatif penyelesaian sengketa konsumen. Dari seluruh BPSK yang sudah terbentuk pun ternyata hanya 112 BPSK yang telah operasional. Padahal, tujuan utama dari pembukaan BPSK di seluruh kabupaten/kota adalah untuk memberikan pelayanan penyelesaian sengketa yang mudah, cepat, murah, dan dapat dijangkau oleh seluruh konsumen di Indonesia.

Kendala dalam pembentukan dan operasional BPSK antara lain: (1) rendahnya keberpihakan Pemerintah Daerah dan DPRD dalam pembiayaan operasional BPSK; (2) rendahnya tekanan sosial-politik dari masyarakat kepada Pemerintah untuk membentuk BPSK; serta (3) kurangnya jumlah dan kapasitas SDM yang tersedia di daerah, dimana SDM tersebut diharapkan tidak hanya paham mengenai masalah perlindungan konsumen namun juga menguasai hukum. Tidak meratanya LPKSM antar wilayah diduga turut menghambat pembentukan BPSK di kabupaten/kota, karena salah satu prasyarat keanggotaan BPSK adalah harus ada unsur konsumen yang berasal dari LPKSM. Sementara, hasil studi diagnostik perlindungan konsumen menunjukkan bahwa sebagian besar kabupaten/kotamadya di luar Jawa dan Bali tidak memiliki LPKSM. Bahkan masih ada 5 (lima) Provinsi yang sama sekali belum memiliki LPKSM.

Selain kendala-kendala di atas, pasca diberlakukannya UU No. 23 tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah maka pelaksanaan perlindungan konsumen (termasuk BPSK) saat ini tidak lagi menjadi urusan pemerintah kabupaten/kota, melainkan menjadi urusan pemerintah provinsi.

Tanpa adanya komitmen yang besar dari pemerintah provinsi, maka peluang terbentuknya BPSK di seluruh kabupaten/kota akan semakin kecil. Kondisi ini tentunya dapat menghambat upaya Pemerintah dalam meningkatkan keberdayaan konsumen, dimana akses konsumen untuk melakukan pengaduan dan penyelesaian sengketa menjadi tidak mudah.

Sebenarnya, selain melalui BPSK, penyelesaian sengketa di luar pengadilan juga diatur melalui Undang-Undang No 30 tahun 1990 tentang Arbitrase dan Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan. Untuk keperluan ini, Pemerintah membentuk Badan Arbitrase Nasional Indonesia (BANI) yang dapat menyelesaikan sengketa atau perbedaan pendapat yang terjadi di berbagai sektor perdagangan, industri dan keuangan. Badan ini bertindak secara otonom dan independen dalam penegakan hukum dan keadilan.

Untuk sektor jasa keuangan, OJK dan asosiasi pada masing-masing industri jasa keuangan telah membentuk Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa (LAPS) sebagai suatu mekanisme penyelesaian sengketa alternatif yang independen untuk konsumen di sektor jasa keuangan. LAPS diperlukan apabila penyelesaian pengaduan melalui *internal dispute resolution* (IDR) di PUJK tidak mencapai kesepakatan (bertindak sebagai *second line of defense*). Dalam rangka memberikan kemudahan bagi konsumen, OJK telah mendorong asosiasi di setiap industri jasa keuangan untuk merevitalisasi dan membentuk LAPS, serta mewajibkan seluruh LJK untuk menjadi anggota LAPS. Sampai saat ini, telah terdapat 6 (enam) LAPS yang terdaftar di OJK, yaitu (1) Badan Mediasi dan Arbitrase Asuransi Indonesia (BMAI); (2) Badan Arbitrase Pasar Modal Indonesia (BAPMI); (3) Badan Mediasi Dana Pensiun (BMDP); (4) Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa Perbankan Indonesia (LAPSPI); (5) Badan Arbitrase dan Mediasi Perusahaan Penjaminan Indonesia (BAMPPPI); dan (6) Badan Mediasi Pembiayaan, Pegadaian, dan Ventura Indonesia (BMPPVI).

C.3. Kerangka hukum perlindungan konsumen Indonesia

UU No 8/1999 adalah payung hukum dari perlindungan konsumen di Indonesia. Undang-Undang yang diberlakukan sejak tahun 1999 ini dirumuskan berdasarkan filosofi pembangunan nasional yang mengedepankan perlindungan kepada rakyat Indonesia. Secara umum, materi dalam UU No 8/1999 telah cukup komprehensif yang mencakup 4 (empat) hal pengaturan, yaitu: (1) hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha; (2) perilaku usaha yang dilarang; (3) mekanisme kompensasi bagi konsumen yang dirugikan; serta (4) lembaga yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan, pembinaan dan pengawasan perlindungan konsumen.

Upaya perlindungan konsumen juga diperkuat dengan adanya ketentuan mengenai penyelesaian sengketa yang dapat dipilih oleh konsumen yang merasa dirugikan pelaku usaha. Upaya penyelesaian sengketa dapat dilakukan di luar pengadilan (tidak dibatasi hanya dapat dilakukan melalui pengadilan), sehingga memberikan alternatif penyelesaian sengketa yang lebih murah, cepat, dan terjangkau bagi konsumen.

Meskipun demikian, UU No 8/1999 masih memiliki kekurangan, khususnya dengan mempertimbangkan perubahan pola dan model transaksi perdagangan yang berkembang saat ini. Kelemahan pertama adalah belum adanya ketentuan perlindungan konsumen terkait transaksi perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*). Hal ini penting untuk dipertimbangkan mengingat profil pengguna internet di Indonesia masih didominasi oleh masyarakat muda, dengan rentang usia 18-25 tahun (49,0 persen) dan tingkat pendidikan SMU/SMA sederajat (64,7 persen). Artinya, keterlibatan konsumen muda ke depan di dalam perekonomian Indonesia akan bertambah besar, padahal kelompok tersebut sangat rentan untuk dieksploitasi oleh pengusaha karena tingkat pengetahuan akan haknya sebagai konsumen masih terbatas. Terlebih lagi,

pelaku usaha yang akan dihadapi oleh konsumen muda Indonesia tersebut tidak terbatas pada pelaku usaha dalam negeri, melainkan juga pelaku usaha asing. Tantangan Pemerintah adalah mencari regulasi yang tepat untuk meminimalkan jurang asimetri informasi antara konsumen dan pelaku usaha serta melakukan pemberdayaan dan advokasi perlindungan konsumen yang menjangkau kelompok konsumen muda, termasuk konsumen anak-anak.

Perubahan lainnya adalah terkait pengaturan perlindungan konsumen terkait dengan konsumsi produk jasa. Ke depan, porsi konsumsi jasa masyarakat Indonesia diperkirakan semakin meningkat, seiring dengan semakin banyaknya masyarakat golongan ekonomi menengah ke atas. Akibatnya, pengaturan perlindungan konsumen jasa perlu dibedakan secara nyata, karena mekanisme perlindungan konsumen antara barang dengan jasa sangat berbeda.

D. Permasalahan Perlindungan Konsumen di Beberapa Sektor

Hasil survei menunjukkan bahwa terdapat beberapa sektor yang rawan terhadap masalah perlindungan konsumen. Untuk belanja konvensional, kelompok barang/jasa yang paling bermasalah menurut persepsi konsumen antara lain: (1) barang tahan lama, seperti elektronik dan kendaraan bermotor; (2) jasa pelayanan publik, seperti listrik dan air bersih; (3) makanan dan minuman; (4) makanan olahan/siap saji; (5) telekomunikasi; (6) jasa personal, seperti *laundry* dan salon; serta (7) jasa pengiriman barang (Tabel 3.1).

Sedangkan untuk belanja melalui sistem elektronik (belanja *online*), kelompok barang/jasa yang paling bermasalah menurut persepsi konsumen antara lain: (1) makanan olahan/siap saji; (2) barang tahan lama, seperti elektronik; dan (3) barang non-makanan tidak tahan lama, seperti kosmetik dan obat (Tabel 3.2). Adapun masalah yang sering muncul pada belanja *online* umumnya terkait penipuan yang dilakukan pelaku usaha,

mulai dari ketidaksesuaian informasi yang disampaikan mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa, ketidaksesuaian standar barang/jasa, sampai dengan pesanan tidak diterima oleh konsumen.

Selain melalui metode survei, cara lain yang digunakan untuk melihat peta sektor yang paling bermasalah dalam hal perlindungan konsumen adalah dengan menganalisis banyaknya jumlah pengaduan dan/atau sengketa konsumen di lembaga perlindungan konsumen dan di media sosial. Jumlah sengketa diperoleh dari data sengketa yang ditangani BPSK, sementara data pengaduan konsumen diperoleh dari BPKN, YLKI, dan *big data*.

Kelompok Barang atau Jasa	Pernah Mengalami Masalah atau Tidak dalam Penggunaan			Rambu-Rambu
	N	Ya	Tidak	
Barang tahan lama	4.756	9%	91%	●
Jasa <i>Public Utilities</i>	4.484	7%	93%	●
Bahan makanan dan minuman	4.807	6%	94%	●
Makanan olahan dan siap saji	4.699	6%	94%	●
Jasa telekomunikasi	4.416	4%	96%	●
Jasa Personal	3.168	4%	96%	●
Jasa pengiriman barang	1.829	4%	96%	●
Barang non-makanan yang tidak tahan lama	4.768	3%	97%	●
Layanan kesehatan	4.575	3%	97%	●
Jasa transportasi	4.183	3%	97%	●
Jasa rumah makan/restoran	3.391	3%	97%	●
Jasa keuangan	3.248	2%	98%	●

Kelompok Barang atau Jasa	Pernah Mengalami Masalah atau Tidak dalam Penggunaan			Rambu-Rambu
	N	Ya	Tidak	
Jasa penginapan/hotel	1.357	2%	98%	●
Jasa pendidikan dan pelatihan	3.465	1%	99%	●
Jasa profesional	3.265	1%	99%	●
Jasa hiburan	2.194	1%	99%	●
Properti	1.091	1%	99%	●

Keterangan:

= ● perlu diwaspadai karena konsumen pernah mengalami permasalahan (≥4%)

= ● tidak perlu diwaspadai karena konsumen jarang/tidak pernah mengalami permasalahan (<4%)

Tabel 3.1. Persepsi Konsumen terhadap Kelompok Barang/Jasa yang Bermasalah untuk Belanja Konvensional

Kelompok Barang atau Jasa	Pernah Mengalami Masalah atau Tidak dalam Penggunaan			Rambu-Rambu
	N	Ya	Tidak	
Makanan olahan dan siap saji	14	36%	64%	●
Barang tahan lama	512	19%	81%	●
Barang non-makanan yang tidak tahan lama	104	8%	92%	●
Jasa transportasi	93	1%	99%	●
Jasa telekomunikasi	17	0%	100%	●
Jasa <i>public utilities</i>	49	0%	100%	●
Bahan makanan dan minuman	17	0%	100%	●

Kelompok Barang atau Jasa	Pernah Mengalami Masalah atau Tidak dalam Penggunaan			Rambu-Rambu
	N	Ya	Tidak	
Jasa personal	10	0%	100%	●
Layanan kesehatan	3	0%	100%	●
Jasa rumah makan/restoran	8	0%	100%	●
Jasa keuangan	25	0%	100%	●
Jasa penginapan/hotel	30	0%	100%	●
Jasa pendidikan dan pelatihan	3	0%	100%	●
Jasa hiburan	9	0%	100%	●
Jasa pengiriman barang	-	-	-	
Jasa professional	-	-	-	
Properti	-	-	-	

Keterangan:

= ● perlu diwaspadai karena konsumen pernah mengalami permasalahan (≥4%)

= ○ tidak perlu diwaspadai karena konsumen jarang/tidak pernah mengalami permasalahan (<4%)

Tabel 3.2. Persepsi Konsumen terhadap Kelompok Barang/Jasa yang Bermasalah untuk Belanja Melalui Sistem Elektronik

D.1. Sektor Yang Paling Banyak Mendapatkan Pengaduan Konsumen

Berdasarkan jumlah pengaduan yang dilakukan konsumen kepada YLKI dan BPKN, sektor yang paling bermasalah di tahun 2015 adalah jasa keuangan (perbankan, asuransi, dan pembiayaan/*leasing*). Bahkan selama 3 (tiga) tahun terakhir, jumlah pengaduan yang masuk ke BPKN selalu didominasi oleh pengaduan di sektor jasa keuangan (Tabel 3.3). Kondisi ini menunjukkan bahwa upaya perlindungan konsumen di sektor jasa keuangan dan sektor jasa sistem pembayaran perlu menjadi prioritas untuk dilakukan pembenahan dan penguatan.

Prioritas penguatan perlindungan konsumen di sektor jasa keuangan pun sesuai dengan arah kebijakan pembangunan bidang jasa keuangan sebagaimana ditetapkan dalam RPJMN 2015-2019. Penguatan perlindungan konsumen di sektor jasa keuangan diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk jasa keuangan, sehingga kegiatan/transaksi keuangan dalam ekonomi Indonesia pun akan mengalami peningkatan. Dengan demikian, sektor jasa keuangan nasional dapat tumbuh berkelanjutan secara kuat dan stabil.

Berdasarkan data pengaduan pada Tabel 3.3, sektor lain yang perlu mendapat perhatian dalam upaya penguatan perlindungan konsumen adalah: (1) properti/perumahan; (2) telekomunikasi; (3) jasa pelayanan publik, seperti listrik dan air; (4) transportasi; (5) barang tahan lama, seperti elektronik dan kendaraan bermotor; serta (6) jasa pelayanan kesehatan. Pelanggaran perlindungan konsumen yang terjadi di setiap sektor tersebut pun cukup bervariasi. Sebagai contoh, permasalahan umum konsumen pada properti/perumahan adalah kontrak baku; permasalahan konsumen pada jasa pelayanan publik dan jasa transportasi lebih banyak terkait dengan standar pelayanan minimum yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan; serta permasalahan umum konsumen pada jasa pelayanan kesehatan adalah pelayanan yang diskriminatif.

Kelompok Barang/Jasa	Jumlah Pengaduan (Tempat dan Tahun Pengaduan)			
	YLKI 2015	BPKN		
		2015	2014	2013
Jasa Keuangan	286	292	288	273
Perumahan	160	4	9	8
Telekomunikasi (termasuk TV Kabel)	102	-	4	4
Pelayanan Publik	90	-	4	4
Belanja <i>Online</i>	77	-	-	-
Transportasi	51	-	4	6
Elektronik	47	5	-	-
Layanan Kesehatan	46	3	-	-
Otomotif	36	8	-	-
Pendidikan	21	-	-	-
Iklan dan Undian	21	-	-	-
Pos/Pengiriman Barang	18	-	-	-
Wisata	15	-	-	-
Makanan	12	-	-	-
Supermarket	12	-	-	-
Obat/Kosmetik	6	-	-	-
Lainnya	29	-	-	-

Tabel 3.3. Jumlah Pengaduan Konsumen berdasarkan Kelompok Barang/Jasa di BPKN dan YLKI

Pengaduan yang terkait dengan makanan-minuman dan obat-obatan, yang sebenarnya sering mendapat perhatian media massa, justru tidak banyak dilaporkan oleh konsumen. Kondisi ini tidak berarti bahwa pelanggaran hak-hak konsumen pada kelompok barang tersebut tidak banyak; namun lebih disebabkan pelanggaran-pelanggaran tersebut (seperti: penggunaan bahan baku berbahaya, tidak memiliki nomor registrasi, dan lainnya) tidak dilaporkan kepada lembaga-lembaga perlindungan konsumen secara formal. Pengaduan terhadap permasalahan terkait makanan dan obat-obatan sebagian besar diadakan oleh konsumen secara langsung kepada penjual, produsen, dan/atau media sosial.

Sebagai gambaran, pengaduan dan permintaan informasi konsumen terkait obat dan makanan yang diterima BPOM melalui Unit Layanan Pengaduan Konsumen dan *Contact Center* HALOBPOM 1500533 selama tahun 2016 adalah sebanyak 29.474 pengaduan. Jumlah tersebut meningkat 41,3 persen dari tahun sebelumnya. Pengaduan terbanyak adalah tentang produk pangan (46,9 persen), kosmetika (15,7 persen), informasi umum (11,3 persen), obat (9,9 persen), obat tradisional (8,7 persen), dan suplemen kesehatan (4,2 persen). Selain itu pengaduan dan informasi konsumen tentang Bahan Berbahaya (BB), PKRT, Alat Kesehatan, dan NAPZA. Informasi tentang obat dan makanan yang paling banyak diadakan/ditanyakan adalah tentang legalitas, termasuk prosedur registrasi, produk yang telah disampaikan pada *public warning*, dan prosedur sertifikasi.

Selanjutnya, berdasarkan data *twitter* selama 1 (satu) tahun terakhir (1 Januari 2015 - 22 Maret 2016), diketahui bahwa permasalahan dan pengaduan konsumen yang sering muncul di media sosial antara lain: (1) jasa pelayanan publik, khususnya terkait pemadaman listrik; (2) makanan-minuman; (3) jasa transportasi; serta

D.2. Sektor Yang Paling Banyak Mendapatkan Kasus Sengketa Konsumen

Untuk kategori sengketa barang, kelompok barang yang paling banyak mengalami sengketa konsumen adalah: (1) perumahan/properti, (2) elektronik, serta (3) makanan dan minuman (Tabel 3.4); dimana kasus sengketa properti dan elektronik menunjukkan kecenderungan yang meningkat setiap tahunnya. Hal ini menjadi indikasi bahwa upaya perlindungan konsumen di kedua sektor tersebut belum mengalami perbaikan yang berarti.

Tahun	Makanan & Minuman	Elektronik	Properti	Bahan Bakar	Obat-Obatan	Sandang	Lainnya
2014	23	30	135	2	3	2	55
2013	4	23	97	1	0	0	43
2012	5	8	58	0	0	2	36
2011	3	11	19	0	0	1	14
2010	11	11	44	4	0	1	41
Total	46	83	353	7	3	6	189

Tabel 3.4 Jenis Sengketa Barang yang ditangani oleh BPSK Tahun 2010-2014

Sementara untuk kategori sengketa jasa, kelompok jasa yang paling banyak mengalami sengketa konsumen adalah : (1) jasa keuangan, seperti perbankan dan asuransi; (2) jasa pelayanan publik (listrik dan air); (3) jasa transportasi; dan (4) telekomunikasi (Tabel 3.5); dimana jumlah sengketa konsumen sektor jasa keuangan yang tercatat masuk di BPSK menunjukkan peningkatan yang cukup tajam di setiap tahunnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa perbaikan perlindungan konsumen di sektor keuangan mutlak untuk segera dilakukan, apalagi peningkatan tren belanja melalui sistem elektronik di Indonesia akan membutuhkan perlindungan konsumen sektor keuangan untuk melindungi konsumen terhadap transaksi keuangan yang dilakukan melalui elektronik.

Tahun	Listrik	Air	Keuangan	Telekomunikasi	Transportasi	Jasa Pengiriman	Layanan Kesehatan	Perparikiran	Lainnya
2014	31	10	1644	11	14	9	8	10	57
2013	10	7	1260	12	18	15	4	8	69
2012	6	9	481	8	10	1	2	6	33
2011	34	3	436	18	7	2	1	4	26
2010	12	8	260	6	7	2	2	5	25
Total	93	37	4081	55	56	29	17	33	210

Tabel 3.5. Jenis Sengketa Jasa yang Ditangani oleh BPSK Tahun 2010-2014

Berdasarkan analisis data-data jumlah pengaduan, jumlah sengketa konsumen, dan hasil survei yang telah dijelaskan diatas, dapat disimpulkan bahwa kelompok barang/jasa yang paling bermasalah terkait perlindungan konsumen adalah : (1) obat dan makanan; (2) jasa keuangan; (3) jasa transportasi; (4) jasa pelayanan publik; (5) jasa telekomunikasi; (6) jasa layanan kesehatan; (7) transaksi perdagangan melalui sistem elektronik (*e-Commerce*); (8) perumahan/properti; serta (9) barang tahan lama (seperti elektronik dan kendaraan bermotor).

BAB IV
ARAH KEBIJAKAN PERLINDUNGAN KONSUMEN

Seiring dengan kondisi dan permasalahan perlindungan konsumen di Indonesia yang telah disebutkan dalam Bab sebelumnya, Pemerintah Indonesia akan memberikan perhatian dan dukungan penuh terhadap upaya pengembangan kebijakan dan implementasi upaya perlindungan konsumen di Indonesia. Penyelenggaraan perlindungan konsumen yang lebih terintegrasi diharapkan dapat mewujudkan iklim usaha dan hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen, yang pada akhirnya dapat mendorong perekonomian nasional yang efisien dan berkeadilan. Untuk itu, Pemerintah Indonesia perlu menyusun strategi nasional ini, yang akan menjadi pedoman bagi seluruh pemangku kepentingan terkait untuk penyelenggaraan perlindungan konsumen yang lebih sinergis, harmonis, dan terintegrasi.

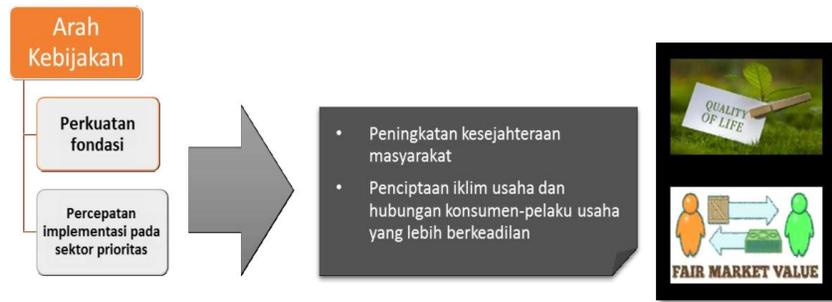
Dalam hal ini, Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Bappenas bertanggung jawab terhadap penyusunan Strategi Nasional Perlindungan Konsumen (Stranas-PK). Stranas-PK akan memuat mengenai arah kebijakan, strategi, sasaran, target, dan sektor-sektor yang menjadi prioritas perlindungan konsumen tahun 2017-2019. Selanjutnya, Stranas-PK ini perlu diperbaharui kembali untuk periode berikutnya, sehingga dapat menyesuaikan dengan kebutuhan perlindungan konsumen yang sedang berkembang pada periode tersebut. Kementerian/lembaga dan pemerintah daerah melakukan perencanaan dan pelaksanaan kegiatan perlindungan konsumen setiap tahunnya – sesuai dengan tugas dan kewenangannya – yang dapat mendukung pencapaian target sebagaimana ditetapkan dalam Stranas-PK. Kegiatan tersebut selanjutnya disebut dengan Aksi Nasional Perlindungan Konsumen (Aksi Nasional-PK), yang penyusunannya dikoordinasikan oleh Kementerian Perdagangan.

Pengawasan terhadap pencapaian target dalam Stranas PK dilakukan dengan upaya pemantauan dan evaluasi terhadap pelaksanaan Aksi Nasional-PK dan Stranas-PK. Pemantauan pelaksanaan Aksi Nasional-PK dilakukan setiap tahun oleh setiap kementerian/lembaga dan pemerintah – dan dapat mengikutsertakan pemangku kepentingan terkait, seperti pelaku usaha dan asosiasi – yang dalam pelaksanaannya dilakukan atas koordinasi Kementerian Perdagangan. Hasil pemantauan tersebut selanjutnya disampaikan kepada Kementerian PPN/Bappenas untuk menjadi bahan evaluasi Stranas-PK. Kementerian PPN/Bappenas akan menyampaikan laporan capaian pelaksanaan Stranas-PK dan Aksi Nasional-PK kepada Presiden minimal 1 (satu) kali dalam setahun, atau sewaktu-waktu apabila diperlukan.



Gambar 4.1. Skema Penyusunan Upaya Penguatan Perlindungan Konsumen Indonesia

Kebijakan perlindungan konsumen Indonesia tahun 2017-2019 diarahkan untuk memperkuat fondasi perlindungan konsumen di Indonesia dan mempercepat penyelenggaraan perlindungan konsumen di sector-sektor prioritas yang dapat membantu peningkatan kesejahteraan masyarakat Indonesia serta penciptaan iklim usaha dan hubungan yang lebih berkeadilan antara pelaku usaha dan konsumen.



Gambar 4.2. Arah Kebijakan Perlindungan Konsumen Indonesia Jangka Menengah

BAB V
STRATEGI DAN PRIORITAS NASIONAL

Strategi nasional perlindungan konsumen terdiri dari 3 (tiga) pilar, yaitu: (1) Peningkatan efektivitas peran Pemerintah, (2) Peningkatan keberdayaan konsumen, serta (3) Peningkatan kepatuhan pelaku usaha. Pilar peningkatan keberdayaan konsumen dan pilar peningkatan kepatuhan pelaku usaha akan menjadi pondasi penguatan perlindungan selama 3 (tiga) tahun ke depan. Konsumen dan pelaku usaha akan menjadi aktor utama dalam pelaksanaan perlindungan konsumen. Konsumen akan terus didorong untuk semakin mandiri dan berdaya, sehingga konsumen dapat melindungi dirinya dari perilaku eksploitatif pelaku usaha. Dengan demikian akan tercipta hubungan konsumen dan pelaku usaha yang lebih sehat dan berimbang. Pelaku usaha pun didorong untuk lebih bertanggung jawab dalam menghasilkan barang dan/atau jasa yang mengedepankan aspek kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen. Sementara itu, peran Pemerintah akan lebih difokuskan pada penciptaan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan ketersediaan informasi yang akurat.



Gambar 5.1. Pilar Perlindungan Konsumen Indonesia

Dengan lingkup perlindungan konsumen yang luas, melibatkan hampir seluruh sektor, membutuhkan adanya penetapan prioritas dalam perlindungan konsumen selama 3 (tiga) tahun ke depan. Penetapan sektor prioritas utamanya didasarkan pada banyaknya jumlah pengaduan dan sengketa konsumen yang diajukan ke lembaga pengaduan dan penyelesaian sengketa konsumen yang ada saat ini. Sektor prioritas perlindungan konsumen untuk 3 (tiga) tahun ke depan adalah sebagai berikut:



Gambar 5.2. Sektor Prioritas Perlindungan Konsumen Indonesia Tahun 2017-2019

1. Peningkatan Efektivitas Peran Pemerintah

Dalam UU No 8/1999, secara tegas disebutkan bahwa tanggung jawab Pemerintah terkait penyelenggaraan perlindungan konsumen adalah: (1) Melakukan pembinaan untuk menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha; serta (2) Pengawasan terhadap penerapan ketentuan peraturan perundangan terkait perlindungan konsumen. Untuk itu, peran Pemerintah dalam upaya penguatan perlindungan konsumen selama periode 2017-2019 lebih ditekankan pada penciptaan sistem perlindungan konsumen yang efektif untuk mendorong terciptanya pasar yang lebih berkeadilan.

Pilar peningkatan peran Pemerintah akan difokuskan pada 2 (dua) strategi, yaitu: (1) Penguatan kelembagaan perlindungan konsumen di pusat dan daerah; serta (2) Penyusunan regulasi perlindungan konsumen yang mendukung iklim usaha yang sehat.



Gambar 5.3.Strategi pada Pilar 1- Peningkatan Efektivitas Peran Pemerintah

Strategi penguatan kelembagaan perlindungan konsumen dilakukan secara merata dari tingkat pusat sampai ke daerah, baik terhadap lembaga perlindungan konsumen Pemerintah maupun non-Pemerintah (seperti LPKSM dan BPSK). Penguatan kelembagaan meliputi: (1) Mendorong tumbuhnya LPKSM yang berkualitas, dimana peran LPKSM tidak hanya terbatas melakukan bantuan hukum bagi konsumen, melainkan juga melakukan program edukasi bagi konsumen di wilayahnya; (2) Meningkatkan kapasitas SDM lembaga perlindungan konsumen, seperti anggota BPSK, tenaga peneliti, penguji, dan aparat penyidik pegawai negeri sipil (PPNS); (3) Meningkatkan kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen; serta (4) Meningkatkan koordinasi antar lembaga perlindungan konsumen.

Strategi penyusunan kerangka regulasi yang efektif merupakan bagian dari upaya untuk menciptakan iklim usaha dan hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen. Penyusunan kerangka regulasi meliputi: (1) Amendemen UU No 8/1999 dan peraturan perundangan lain terkait perlindungan konsumen; (2) Pemetaan kesesuaian peraturan perundangan di sektor prioritas dengan UU No 8/1999; serta (3) Penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) terkait mekanisme pengaduan konsumen di 9 (sembilan) sektor prioritas.

Ketentuan tentang perlindungan konsumen diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan. Untuk itu, diperlukan harmonisasi semua peraturan perundangan yang terkait dengan perlindungan konsumen dengan tujuan untuk mengurangi potensi tumpang tindih penerapan dan pelaksanaan oleh seluruh sektor prioritas, sekaligus lebih memberikan kepastian hukum bagi konsumen dan pelaku usaha.

Pembenahan kerangka regulasi oleh peran Pemerintah juga perlu diiringi dengan pengawasan dan penegakan hukum yang efektif terhadap praktek-praktek pelanggaran perlindungan konsumen di Indonesia. Pembahasan rinci dari pengawasan dan penegakan hukum akan dibahas lebih lanjut pada pilar ketiga.

2. Peningkatan Keberdayaan Konsumen

Selama periode tahun 2017-2019 diharapkan konsumen Indonesia sudah memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai hak dan kewajibannya sebagai konsumen, serta mampu menggunakan dan memperjuangkannya (kritis dan berdaya). Konsumen tidak perlu merasa khawatir atau bahkan takut untuk memperjuangkan hak dan kepentingannya sebagai konsumen. Selain itu, konsumen Indonesia diharapkan dapat berperan aktif sebagai subyek utama dalam upaya

penguatan perlindungan konsumen, dan bukan lagi hanya sebagai obyek yang tidak berdaya. Untuk itu, ketersediaan informasi dan advokasi konsumen akan memegang peranan utama dalam pilar peningkatan keberdayaan konsumen.

Pilar peningkatan keberdayaan konsumen akan dilakukan melalui 2 (dua) strategi yaitu (1) Penyelenggaraan edukasi dan advokasi konsumen yang efektif, serta (2) Penyediaan sistem informasi konsumen yang terintegrasi, handal, dan terpercaya.

Edukasi dan advokasi konsumen untuk 3 (tiga) tahun ke depan diharapkan dapat lebih menyeluruh, melalui: (1) Integrasi isu-isu perlindungan konsumen dalam pendidikan formal; serta (2) Mendorong terbentuknya komunitas/kelompok konsumen cerdas di sekolah menengah dan atas. Internalisasi isu perlindungan konsumen melalui jalur pendidikan akan difokuskan pada pendidikan anak usia dini, pendidikan dasar dan menengah, serta pendidikan keluarga. Dengan demikian, masyarakat dapat diperkenalkan dengan isu perlindungan konsumen di usia sedini mungkin dan lingkungan terkecil.



Gambar 5.4.Strategi pada Pilar 2 - Peningkatan Keberdayaan Konsumen

Penyediaan sistem informasi dan *media center* konsumen bertujuan untuk mengatasi permasalahan asimetris informasi yang dapat mengurangi kemampuan konsumen untuk menjalankan hak dan kewajibannya. Penyediaan sistem informasi dan media center dilakukan melalui: (1) Penyediaan sistem informasi terpadu perlindungan konsumen secara *online*, yang akan mengintegrasikan seluruh informasi terkait perlindungan konsumen yang selama ada di kementerian/lembaga; serta (2) Penyebaran informasi perlindungan konsumen secara merata di tingkat Pusat dan Daerah, dengan memanfaatkan sarana informasi yang dimiliki Kementerian Komunikasi dan Informatika.

3. Peningkatan Kepatuhan Pelaku Usaha

Peningkatan kepatuhan pelaku usaha dan internalisasi nilai-nilai perlindungan konsumen sebagai norma bersama (*common values*) di kalangan pelaku ekonomi akan turut menjadi perhatian utama penguatan perlindungan konsumen untuk periode tahun 2017-2019. Pelaku usaha dalam negeri perlu terus didorong untuk menghasilkan barang dan jasa yang berkualitas, aman, handal dan dengan harga yang bersaing. Tata nilai tersebut perlu benar-benar ditanamkan di benak seluruh pelaku usaha dalam negeri. Semakin konsumen merasa yakin dan terlindungi, maka semakin tinggi pula penggunaan produk dalam negerinya. Pada akhirnya, pelaku usaha dalam negeri justru akan semakin diuntungkan.

Peningkatan kepatuhan pelaku usaha di sektor prioritas akan difokuskan pada 3 (tiga) strategi, yaitu (1) Peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha, (2) Penyediaan layanan pengaduan konsumen, serta (2) Pengawasan dan penegakan hukum yang efektif.



Gambar 5.5.Strategi pada Pilar 3 - Peningkatan Kepatuhan Pelaku Usaha

Peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha terhadap nilai-nilai perlindungan konsumen tidak hanya terbatas pada keamanan dan kehandalan barang dan/atau jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha saja. Seluruh pelaku usaha di sektor prioritas didorong untuk memiliki sarana pengaduan yang mudah dijangkau oleh konsumen, sekaligus melakukan penanganan terhadap pengaduan tersebut. Melalui ketersediaan sarana pengaduan konsumen, hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumendapat terjalin dengan lebih baik. Di satu sisi, konsumen akan mendapatkan informasi terkait barang dan/atau jasa yang utuh dari pihak pelaku usaha. Di sisi lain, pelaku usaha akan mendapatkan gambaran mengenai kebutuhan konsumen yang lebih akurat, sehingga memudahkan pelaku usaha untuk merancang dan menghasilkan barang dan/atau jasa yang lebih diminati konsumen.

Pengawasan dan penegakan hukum yang efektif ditujukan untuk memastikan bahwa pelaku usaha di sektor prioritas telah menaati ketentuan terkait perlindungan konsumen yang terdapat dalam peraturan perundangan. UU No 8/1999 memuat ketentuan tentang perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, seperti: larangan untuk memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/jasa yang tidak sesuai standar yang dipersyaratkan, serta memperdagangkan barang yang rusak/cacat.

Aturan lain bagi pelaku usaha dinyatakan pula dalam Pasal 9 sampai dengan Pasal 18 UU No 8/1999 yang mengatur pelaku usaha dalam beriklan, berpromosi, serta membuat klausula baku yang tidak merugikan konsumen. Sejalan dengan itu, dalam 3 (tiga) tahun ke depan, pengawasan dan penegakan hukum di sektor prioritas akan difokuskan pada aspek keamanan dan kehandalan barang dan/atau jasa yang dihasilkan pelaku usaha. Setiap sektor akan memiliki fokus yang berbeda-beda, sebagai berikut:

3.1. Obat dan Makanan

Untuk periode tahun 2017-2019, peningkatan pemahaman pelaku usaha terhadap perlindungan konsumen di sektor ini akan dititikberatkan pada aspek keamanan, khasiat/manfaat, dan mutu produk obat dan makanan. Ruang lingkup obat dan makanan meliputi obat, obat tradisional, kosmetik, suplemen kesehatan, dan pangan olahan – termasuk pangan jajanan anak sekolah.

Sistem pengawasan obat dan makanan yang dilakukan BPOM diperkuat oleh 3 (tiga) pilar yaitu pelaku usaha (produsen/distributor), masyarakat (konsumen), dan BPOM (regulator) yang bekerjasama dan berkoordinasi dengan instansi terkait di tingkat Pusat dan Daerah. Pengawasan ini dilakukan secara *fullspectrum*, mulai *premarket* (standardisasi, penilaian/registrasi, sertifikasi) sampai dengan *postmarket* (pemeriksaan sarana produksi dan distribusi, sampling produk, pengujian, dan penegakan hukum).

Untuk meningkatkan efektivitas pengawasan obat dan makanan, BPOM melakukan berbagai upaya untuk mendorong kemandirian pelaku usaha obat dan makanan. Pengawasan dan pembinaan yang dilakukan oleh BPOM adalah melalui pengawasan rutin, operasi gabungan, dan intensifikasi pengawasan (hari besar). Sementara untuk pengawasan Pangan Jajanan Anak Sekolah (PJAS) dilakukan dengan cara pengujian cepat melalui mobil laboratorium keliling.

Selain itu, dengan memperhatikan perkembangan kejahatan di bidang obat dan makanan saat ini, pengawasan obat dan makanan perlu dilakukan secara terintegrasi dan komprehensif sampai di kawasan terpencil dan daerah perbatasan. Fokus utama pengawasan di daerah tersebut adalah mencegah masuknya produk obat dan makanan ilegal (penyelundupan) termasuk bahan berbahaya dan narkotika. Pengawasan dilakukan oleh BPOM (termasuk 33 Balai Besar/Balai POM dan 10 Pos POM) bersama dengan instansi terkait, antara lain Bea Cukai, Kejaksaan, Kepolisian (termasuk jaringan interpol) serta Pemerintah Daerah.

Pelaku usaha memiliki peran yang sangat strategis. Pelaku usaha didorong untuk bertanggung jawab untuk memenuhi standar dan persyaratan yang telah ditetapkan, sehingga menjamin obat dan makanan yang diproduksi dan/atau diedarkan adalah aman, berkhasiat/bermanfaat, dan bermutu, termasuk pemberian informasi produk obat dan makanan dengan benar dan tidak menyesatkan.

Sedangkan peran masyarakat/konsumen adalah cerdas memilih dan menggunakan produk obat dan makanan serta menyampaikan informasi mengenai permasalahan produk obat dan makanan yang beredar kepada BPOM. Dengan tingkat kesadaran dan pengetahuan yang tinggi terhadap mutu dan kegunaan produk, masyarakat diharapkan dapat melindungi diri dari produk obat dan makanan yang memenuhi syarat. Ke depan akan dikembangkan Pengembangan sistem pengawasan berbasis digital (*QR code*) melibatkan masyarakat untuk meminimalisir peredaran produk ilegal/palsu. Dengan tingkat kesadaran dan pengetahuan yang tinggi terhadap mutu dan kegunaan produk, masyarakat diharapkan dapat melindungi diri dari produk obat dan makanan yang memenuhi syarat. Selain itu, salah satu upaya peningkatan pemberdayaan konsumen yang akan dilakukan adalah melalui Komunikasi,

Informasi, dan Edukasi (KIE), seperti: (1) Generasi Peduli Obat dan Pangan Aman (GENPOPA), Klub Pompi (POM Pemberi Informasi), BPOM Sahabat Ibu, Aksi Nasional PJAS; (2) Akses informasi dan pengaduan masyarakat melalui unit layanan pengaduan masyarakat (24 jam), seperti contact centre HALOBPOM 1500533, Cek BPOM, dan media sosial (website, twitter, facebook); serta (3) Fasilitas hot issues Strategi Nasional Perlindungan Konsumen pada website BPOM.

3.2. Jasa Keuangan

Untuk periode tahun 2017-2019, peningkatan pemahaman pelaku usaha terhadap perlindungan konsumen di sektor ini akan dititikberatkan pada upaya mendorong pelaku usaha jasa keuangan (PUJK) dan penyelenggara jasa sistem pembayaran (PJSP) untuk memiliki layanan pengaduan konsumen mandiri (*internal dispute resolution*) yang mudah diakses, responsif, objektif, murah, serta memenuhi prinsip perlindungan konsumen keuangan. PUJK dan PJSP juga didorong untuk menindaklanjuti pengaduan konsumen sesuai aturan yang telah ditetapkan oleh OJK dan BI.¹ Khusus untuk PUJK dan PJSP yang mengeluarkan produk dan layanan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK), dimana transaksi dilakukan 24 jam/7 hari, maka PUJK dan PJSP juga diminta untuk memiliki layanan pengaduan secara *online*.

¹ Salah satu ketentuan dalam Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 2/SEOJK.07/2014 tentang Pelayanan dan Penyelesaian Pengaduan Konsumen pada Pelaku Usaha Jasa Keuangan dan Surat Edaran Bank Indonesia No. 16/16/DKSP tanggal 30 September 2014 perihal Tata Cara Pelaksanaan Perlindungan Konsumen Jasa Sistem Pembayaran adalah PUJK dan PJSP wajib menindaklanjuti pengaduan konsumen selambat-lambatnya 20 hari kerja.

Selain terhadap PUJK dan PJSP, penguatan perlindungan konsumen di sektor ini akan pula difokuskan pada ketersediaan informasi terpadu terkait jasa keuangan yang akan disediakan oleh OJK, mengingat sektor jasa keuangan termasuk dalam kelompok *credence goods* yang sering terjadi asimetris informasi. Untuk itu, kehadiran Pemerintah akan sangat dibutuhkan untuk menciptakan lingkungan yang lebih mampu menyediakan informasi yang akurat, sehingga distorsi informasi antara konsumen dan pelaku usaha tidak lagi terjadi. OJK juga akan menyusun strategi perlindungan konsumen di sektor jasa keuangan, untuk memperkuat upaya perlindungan konsumen di sektor tersebut.

Fokus penguatan perlindungan konsumen sektor jasa keuangan dan jasa sistem pembayaran untuk 3 (tiga) tahun ke depan adalah perbankan, asuransi, lembaga pembiayaan, serta PJSP. Kementerian/lembaga yang melakukan pengawasan di sektor ini adalah OJK dan BI.

3.3. Jasa Transportasi

Untuk periode tahun 2017-2019, peningkatan pemahaman pelaku usaha terhadap perlindungan konsumen di sektor ini akan dititikberatkan pada peningkatan aspek keselamatan, keamanan dan kehandalan jasa transportasi. Upaya tersebut akan dimulai dari sisi regulasi untuk pengawasan dan penegakan hukum atas implementasi regulasi oleh operator (pelaku usaha transportasi). Peningkatan keselamatan dan keamanan akan difokuskan pada Upaya untuk menurunkan peluang terjadinya kecelakaan dan gangguan keamanan yang membahayakan konsumen. Sementara itu, peningkatan kehandalan akan diupayakan pada penyediaan jasa transportasi publik yang tepat waktu.

Terkait ketersediaan transportasi publik yang tepat waktu, pelaku usaha didorong untuk lebih memiliki rasa tanggung jawab kepada konsumen. Dalam hal ini, pelaku usaha harus menyediakan kompensasi kepada konsumen, dalam hal terjadi keterlambatan, sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku. Saat ini, peraturan perundangan yang mengatur mengenai kompensasi atas keterlambatan waktu baru terbatas pada sub sektor perhubungan udara, laut, dan perkeretaapian, yaitu melalui Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 89 Tahun 2015 tentang Penanganan Keterlambatan Penerbangan (*Delay Management*) Pada Badan Usaha Angkutan Udara Niaga Berjadwal di Indonesia, Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 37 Tahun 2015 tentang Standar Pelayanan Penumpang Angkutan Laut, dan Permenhub Nomor 48 Tahun 2015 tentang Standar Pelayanan Minimum Angkutan Orang dengan Kereta Api. Dalam 3 (tiga) tahun ke depan sub sektor lainnya diharapkan sudah memiliki peraturan perundangan serupa.

Selain itu, pelaku usaha sektor jasa transportasi akan didorong untuk memiliki layanan pengaduan konsumen yang mudah dan cepat diakses serta responsif.² Selanjutnya, Kementerian Perhubungan diharapkan dapat mengeluarkan kebijakan terkait tata cara penanganan pengaduan konsumen, yang menjadi acuan bagi seluruh operator dalam menindaklanjuti pengaduan konsumen. Dengan demikian, konsumen lebih mendapatkan kepastian apabila akan melakukan pengaduan.

Pengawasan terhadap sektor ini akan menjadi tanggung jawab Kementerian Perhubungan, dan dalam implementasinya dapat melibatkan kementerian/lembaga lain seperti Kepolisian RI dan Pemerintah Daerah.

² Khusus untuk sub sektor transportasi darat, penyediaan layanan pengaduan konsumen selama 3 (tiga) tahun ke depan akan difokuskan pada sarana BRT, angkutan antar kota antar provinsi, dan taksi bandara.

3.4. Listrik dan Gas Rumah Tangga

Untuk periode tahun 2017-2019, peningkatan pemahaman pelaku usaha terhadap perlindungan konsumen di sektor ini akan dititikberatkan pada: aspek pemenuhan mutu pelayanan kepada konsumen, penyediaan layanan pengaduan konsumen yang mudah diakses, murah, dan responsif, serta penanganan pengaduan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.

Untuk sektor listrik, ketentuan terkait tingkat mutu pelayanan (TMP) saat ini telah diatur dalam Peraturan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral Nomor 8 Tahun 2016 tentang Perubahan Peraturan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral Nomor 33 Tahun 2014 tentang Tingkat Mutu Pelayanan dan Biaya yang Terkait dengan Penyaluran Listrik oleh Perusahaan Perseroan (Persero) PTPLN. Dalam peraturan tersebut, terdapat 13 indikator mutu pelayanan yang menjadi tanggung jawab PT PLN, selaku penyedia jasa ketenagalistrikan. Dari seluruh indikator tersebut, 5 (lima) indikator diantaranya disertai dengan pinalti, dalam bentuk pengurangan tagihan listrik bagi konsumen. Pinalti tersebut akan dikenakan kepada PT PLN apabila realisasi TMP PT PLN – untuk salah satu indikator atau lebih – melebihi 10% dari besaran TMP yang telah ditetapkan³. Kelima indikator tersebut adalah sebagai berikut: (1) Lama gangguan; (2) Jumlah gangguan; (3) Kecepatan pelayanan perubahan daya tegangan rendah; (4) kesalahan pembacaan kWh meter; serta (5) waktu koreksi kesalahan rekening.

Sementara untuk sektor gas rumah tangga, pengawasan akan difokuskan pada gas dalam tabung (*Liquefied Petroleum Gas/LPG*) serta gas dalam pipa. Ketentuan terkait kewajiban bagi pelaku usaha untuk menjaga standar mutu produk hilir gas saat ini telah diatur dalam Peraturan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral Nomor 19

³ Besaran TMP akan ditetapkan setiap tahun oleh Kementerian ESDM cq Direktorat Jenderal Ketenagalistrikan. Besaran tersebut akan berbeda untuk setiap wilayah distribusi.

Tahun 2008 tentang Pedoman dan Tata Cara Perlindungan Konsumen Pada Kegiatan Usaha Hilir Minyak dan Gas Bumi. Peraturan tersebut pun telah mewajibkan pelaku usaha hilir gas untuk memiliki dan menangani pengaduan konsumen. Dengan demikian, upaya dalam 3 (tiga) tahun ke depan yang akan dilakukan adalah memastikan bahwa seluruh pelaku usaha di sektor hilir gas telah memenuhi ketentuan yang diatur dalam peraturan perundangan terkait.

Pengawasan di sektor ini merupakan tanggung jawab Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral. Selain itu, pelaku usaha (PT PLN, PT Pertamina, PT PGN, PT Pertagas Niaga, dan Blue Gas Indonesia) diminta untuk turut secara aktif mendukung pencapaian target di sektor listrik dan gas rumah tangga.

3.5. Jasa Telekomunikasi

Untuk periode tahun 2017-2019, peningkatan pemahaman pelaku usaha terhadap perlindungan konsumen di sektor ini akan dititikberatkan pada aspek peningkatan kualitas penyelenggaraan jaringan dan jasa telekomunikasi, khususnya dalam hal akurasi tagihan (untuk *post paid*) dan *charging* (untuk prabayar). Ketentuan terkait standar kualitas pelayanan penyelenggara jaringan dan jasa telekomunikasi (operator) saat ini telah diatur melalui berbagai Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika (Permenkominfo).⁴ Untuk 3 (tiga) tahun ke depan, akan dilakukan revisi Permenkominfo dengan materi ketentuan yang akan disesuaikan dengan target dalam Stranas-PK.

⁴ Contohnya, untuk jaringan bergerak seluler diatur melalui Permenkominfo Nomor 16 Tahun 2013, dan untuk jaringan bergerak satelit diatur melalui Permenkominfo Nomor 34 Tahun 2014.

Setiap operator telekomunikasi diwajibkan untuk menyampaikan kinerja pencapaian standar pelayanan tersebut melalui media. Selain memberikan kemudahan bagi regulator dalam melakukan pengawasan, penyampaian hasil kinerja operator melalui media juga akan memudahkan konsumen untuk menilai dan membandingkan kinerja seluruh operator telekomunikasi. Dengan demikian dapat memudahkan konsumen dalam proses pengambilan keputusan.

Selain itu, pelaku usaha sektor jasa telekomunikasi akan didorong untuk memiliki layanan pengaduan konsumen yang mudah dan cepat diakses serta responsif. Penyediaan layanan pengaduan konsumen 24 jam/7 hari akan menjadi salah satu persyaratan perizinan bagi penyelenggara jaringan dan jasa telekomunikasi. Pengawasan di sektor telekomunikasi akan difokuskan pada jasa teleponi dasar⁵ dan jasa akses internet. Pengawasan di sektor ini akan dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika serta Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia (BRTI).

3.6. Jasa Layanan Kesehatan

Untuk periode tahun 2017-2019, peningkatan pemahaman pelaku usaha terhadap perlindungan konsumen di sektor ini akan dititikberatkan pada aspek peningkatan mutu dan transparansi penyelenggaraan jasa kesehatan. Fasilitas kesehatan, khususnya milik Pemerintah, akan didorong untuk memiliki sertifikat akreditasi. Penyedia jasa layanan kesehatan pun akan didorong untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dan lebih berorientasi terhadap kepentingan konsumen (pasien), termasuk dalam hal penyediaan layanan dan penanganan pengaduan konsumen.

⁵ Yang dimaksud dengan jasa teleponi dasar menurut Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2000 tentang Penyelenggaraan Telekomunikasi adalah jasa telepon yang menggunakan teknologi *circuit switch* – yaitu telepon, faksimile, teleks, dan telegraf – yang diselenggarakan oleh penyelenggara jaringan tetap lokal, penyelenggara jaringan bergerak seluler, dan/atau penyelenggara jaringan bergerak satelit.

Selain itu, sistem rujukan dalam Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) yang selama ini dinilai menyulitkan pasien, diharapkan dapat dilakukan perbaikan. Dalam 3 (tiga) tahun ke depan akan mulai didorong untuk menerapkan sistem rujukan secara *online*, yang akan lebih memudahkan dan memberikan kepastian bagi pasien.

Pengawasan di sektor ini akan dilakukan oleh Kementerian Kesehatan. BPJS Kesehatan – selaku badan hukum publik penyelenggara jaminan sosial – dan seluruh penyedia jasa kesehatan terkait diminta untuk turut secara aktif mendukung pencapaian target di sektor jasa kesehatan.

3.7. Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*e-commerce*)

Untuk periode tahun 2017-2019, peningkatan pemahaman pelaku usaha terhadap perlindungan konsumen di sektor ini akan dititikberatkan pada aspek keamanan dan kehandalan sistem yang mendukung transaksi perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*), termasuk di dalamnya adalah ketersediaan layanan dan penanganan pengaduan konsumen yang mudah diakses dan responsif. Keamanan dan kehandalan di sektor *e-commerce* akan melibatkan banyak kementerian/lembaga, mulai dari sisi perdagangan, sistem pembayaran, serta sistem aplikasi.

Dalam hal yang terkait dengan keamanan perdagangan, pelaku usaha *e-commerce* diwajibkan untuk mendaftar dan/atau memiliki izin sesuai ketentuan perundangan yang berlaku. Dengan demikian, konsumen yang melakukan transaksi melalui sistem elektronik akan mudah untuk melakukan penelusuran terhadap pelaku usaha. Dalam hal keamanan sistem pembayaran, perlindungan data pribadi akan menjadi fokus perhatian dalam 3 (tiga) tahun ke depan, agar pemalsuan identitas yang dapat merugikan konsumen akan dapat diminimalkan. Sementara untuk keamanan sistem aplikasi saat ini telah diatur melalui Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012

tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, dimana penyelenggara sistem elektronik wajib mendaftarkan diri dan menjamin kehandalan perangkat yang dimilikinya, seperti memiliki sertifikasi kelaikan untuk perangkat keras.

Kementerian/lembaga yang akan terlibat dalam sektor ini meliputi Kementerian Perdagangan, Kementerian Komunikasi dan Informatika serta Bank Indonesia. Peran kementerian/lembaga tersebut tidak hanya terbatas pada pengawasan, kementerian/lembaga akan diminta pula untuk menyediakan informasi yang akurat dan mudah diakses mengenai pelaku usaha yang sudah terdaftar dan memenuhi ketentuan peraturan perundangan di sektor ini.

3.8. Perumahan

Untuk periode tahun 2017-2019, peningkatan pemahaman pelaku usaha terhadap perlindungan konsumen di sektor perumahan akan dititikberatkan pada aspek jaminan keamanan bagi konsumen dalam melakukan transaksi dengan pelaku pembangunan (pelaku usaha/*developer*). Dalam hal ini, Pemerintah akan menyediakan sistem informasi yang memuat mengenai legalitas dan perizinan yang dimiliki oleh pelaku pembangunan. Dengan demikian, konsumen akan dapat melakukan pengecekan terlebih dahulu sebelum melakukan transaksi dengan pelaku pembangunan.

Pelaku pembangunan pun akan didorong untuk melaksanakan Perjanjian Pengikatan Jual Beli (PPJB) sesuai ketentuan peraturan perundangan yang berlaku, dalam hal: (1) ketentuan mengenai klausula baku sebagaimana diatur dalam UU No 8/1999; (2) ketentuan pemasaran sebelum proses pembangunan perumahan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2011 tentang Perumahan dan Kawasan Permukiman serta Undang-Undang

Nomor 20 Tahun 2011 tentang Rumah Susun.⁶ Selain itu, pelaku pembangunan didorong untuk memiliki layanan dan penanganan pengaduan konsumen yang mudah diakses dan responsif.

Pengawasan pada sektor ini untuk 3 (tiga) tahun ke depan akan difokuskan pada rumah tapak dan rumah susun. Pengawasan akan dilakukan oleh Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat, Kementerian Perdagangan, dan Pemerintah Daerah, sesuai dengan tugas dan kewenangannya masing-masing. Selain itu, pelaku pembangunan, melalui asosiasi, akan didorong secara aktif untuk mendukung pencapaian target di sektor jasa perumahan.

3.9. Barang Elektronik, Telematika, dan Kendaraan Bermotor

Untuk periode tahun 2017-2019, peningkatan pemahaman pelaku usaha terhadap perlindungan konsumen di sektor ini akan dititikberatkan pada kesesuaian barang yang beredar dengan ketentuan peraturan perundangan terkait perlindungan konsumen, seperti Standar Nasional Indonesia (SNI), serta penyertaan kartu garansi dan manual. Pengawasan terkait SNI hanya akan difokuskan pada barang-barang yang telah diberlakukan SNI Wajib. Saat ini, terdapat 9 (sembilan) barang elektronika⁷ dan 3 (tiga) komponen kendaraan bermotor⁸ yang sudah diberlakukan SNI Wajib, sementara untuk barang telematika belum ada yang diberlakukan SNI Wajib. Ke depan diharapkan barang elektronik, telematika, dan kendaraan bermotor yang diberlakukan SNI Wajib akan semakin bertambah.

⁶ Diatur dalam Pasal 42

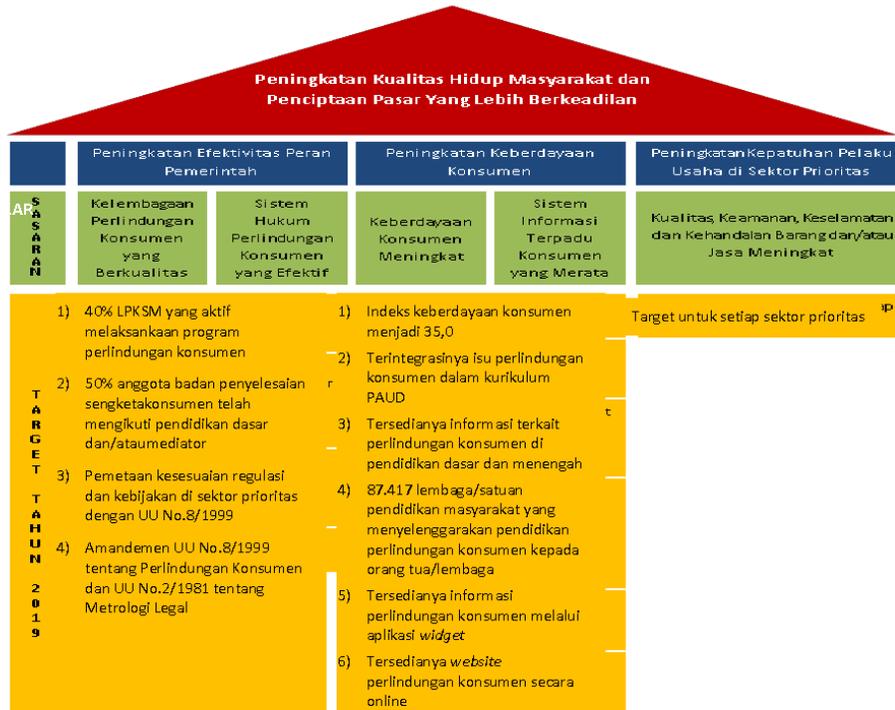
⁷ Setrika listrik; pompa; mainan elektrik; mesin cuci; peralatan pendingin, perelatan es krim, dan pembuat es; kompor gas satu tungku; kompor gas dua dan tiga tungku; peralatan audio, video, dan elektronika sejenis; ventilasi, kipas angin, dan pengatur udara.

⁸ Kaca, ban, dan pelek.

Pengawasan akan dilakukan di 2 (dua) titik utama, yaitu (1) sebelum barang beredar di pasaran (hulu), seperti di pabrik dan/atau gudang; serta (2) setelah barang beredar di pasaran (hilir). Kementerian/lembaga yang bertugas untuk melakukan pengawasan di sektor ini adalah Kementerian Perindustrian, Kementerian Perdagangan, dan Badan Standarisasi Nasional (BSN).

BAB VI
SASARAN DAN TARGET

Sasaran utama penguatan perlindungan konsumen dalam 3 (tiga) tahun ke depan adalah peningkatan kesejahteraan masyarakat dan penciptaan iklim usaha dan hubungan yang lebih berkeadilan antara pelaku usaha dan konsumen. Selanjutnya, sasaran dan target untuk masing-masing pilar dan sektor prioritas adalah sebagai berikut:



Keterangan:

- Penanggung Jawab **PILAR 1** :
- Target 1 : Kementerian Perdagangan dan BPKN
 - Target 2,3, dan 4 : Kementerian Perdagangan
- Penanggung Jawab **PILAR 2** :
- Target 1 : Kementerian Perdagangan
 - Target 2, 3, dan 4 : Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
 - Target 5 : Kementerian Komunikasi dan Informatika
 - Target 6 : Kementerian Perdagangan dan Kementerian Komunikasi dan Informatika

Adapun target perlindungan konsumen pada masing-masing sektor prioritas untuk tahun 2017-2019 adalah sebagai berikut:

	Sektor	Target Tahun 2019	Penanggung Jawab
	Obat dan Makanan	1) 94% obat memenuhi syarat (keamanan, mutu, dan khasiat)	BPOM
		2) 84% obat tradisional memenuhi syarat (keamanan, mutu, dan khasiat)	
	Obat dan Makanan	3) 93% kosmetik memenuhi syarat (keamanan, mutu, dan manfaat).	BPOM
		4) 83% suplemen kesehatan memenuhi syarat (keamanan, mutu, dan manfaat)	
		5) 90,1% pangan olahan memenuhi syarat (keamanan, mutu, dan bergizi)	
		6) 5.000 sekolah yang diintervensi keamanan pangan jajanan anak sekolah	
		7) Monitoring ketersediaan layanan pengaduan konsumen	
	Jasa Keuangan (Perbankan,	1) 35% tingkat literasi konsumen sektor jasa	OJK

	Sektor	Target Tahun 2019	Penanggung Jawab
	Asuransi, dan Lembaga Pembiayaan)	keuangan 2) Sistem informasi terpadu OJK untuk konsumen keuangan 3) 60% penyelesaian pengaduan sektor jasa keuangan sesuai dengan SLA 4) Layanan pengaduan konsumen secara online terkait APMK (Alat Pembayaran Menggunakan Kartu) oleh pelaku usaha	Bank Indonesia
	Jasa Transportasi	1) Menurunnya kecelakaan: a) Transportasi perkeretaapian: 0,55 kecelakaan per 1 juta km b) Transportasi laut: rasio 0,638 kejadian kecelakaan per 10.000 <i>freight</i> c) Transportasi udara: rasio 2,45 kejadian per 1 juta <i>flight</i> d) Transportasi darat: indeks fatalitas per 10.000 kendaraan sebesar 2.20	Kementerian Perhubungan

	Sektor	Target Tahun 2019	Penanggung Jawab
		<p>2) Menurunnya jumlah gangguan keamanan:</p> <p>a) Transportasi perkeretaapian (pelemparan batu): 211 kejadian per tahun</p> <p>b) Transportasi laut: 5 kejadian per tahun</p> <p>c) Transportasi udara: 5 kejadian per tahun</p> <p>3) Jadwal perjalanan tepat waktu:</p> <p>a) Transportasi perkeretaapian: 90%</p> <p>b) Transportasi laut: 90%</p> <p>c) Transportasi udara (angkutan udara niaga berjadwal dalam negeri): 88%</p> <p>4) 100% penyediaan kompensasi sesuai kategori jenis keterlambatan, sesuai peraturan perundangan yang berlaku (transportasi udara dan perkeretaapian)</p> <p>5) 100% pelaku usaha memiliki layanan pengaduan 24 jam/7 hari dan melakukan penyelesaian/penanganan pengaduan konsumen</p>	<p>Asosiasi Pelaku Usaha, Kementerian Perhubungan</p>

	Sektor	Target Tahun 2019	Penanggung Jawab
	Listrik dan Gas Rumah Tangga	Listrik 1) 80% pemenuhan tingkat mutu pelayanan (TMP) terhadap 5 indikator (lama gangguan, jumlah gangguan, kesalahan baca kWh meter, waktu koreksi kesalahan rekening listrik, dan kecepatan perubahan daya tegangan rendah) sesuai Peraturan Menteri ESDM 2) 100% pelaku usaha memiliki layanan pengaduan konsumen 24 jam/7 hari 3) 100% penyelesaian penanganan pengaduan konsumen oleh pelaku usaha ketenagalistrikan sesuai SLA Layanan Pengaduan	Kementerian ESDM, PT. PLN
		Gas Rumah Tangga 1) 85 % tingkat kepuasan pelanggan 2) 100% pelaku usaha memiliki layanan pengaduan konsumen 24 jam/7 hari 3) 100% penyelesaian penanganan pengaduan konsumen oleh pelaku usaha hilir gas sesuai SLA Layanan Pengaduan	Kementerian ESDM, PT. PGN, PT. Pertamina

	Sektor	Target Tahun 2019	Penanggung Jawab
	Jasa Telekomunikasi (Jasa Teleponi Dasar dan Jasa Akses Internet)	<ol style="list-style-type: none"> 1) \leq 2% keluhan pelanggan terkait akurasi tagihan (<i>post paid</i>) dalam satu bulan 2) \geq 95% penyelesaian keluhan atas akurasi <i>charging</i> prabayar yang diselesaikan dalam 15 hari 3) \geq 95% penyelesaian keluhan umum pengguna jasa teleponi oleh pelaku usaha 	Kementerian Komunikasi dan Informatika
	Jasa Layanan Kesehatan	<ol style="list-style-type: none"> 1) 85% tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelayanan kesehatan berkualitas 2) 82% tingkat kepuasan peserta JKN terhadap layanan BPJS Kesehatan 3) 5.600 kecamatan yang memiliki minimal satu Puskesmas yang tersertifikasi akreditasi 4) 481 kabupaten/kota yang memiliki minimal satu RSUD yang tersertifikasi akreditasi nasional 5) 60 rumah sakit yang menerapkan sistem rujukan <i>online</i> melalui upaya integrasi rekam medis di rumah sakit rujukan 	Kementerian Kesehatan <hr/> BPJS Kesehatan <hr/> Kementerian Kesehatan

	Sektor	Target Tahun 2019	Penanggung Jawab
		6) 100% rumah sakit yang terakreditasi memiliki layanan pengaduan konsumen 7) 100% rumah sakit melakukan penanganan pengaduan sesuai standar	
	Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (e-Commerce)	1) 100% penyelenggara transaksi perdagangan melalui sistem elektronik (TPMSE) yang terdaftar memiliki rekening <i>escrow</i> guna menjamin kesesuaian antara spesifikasi barang yang ditawarkan dengan yang diterima konsumen	Kementerian Perdagangan
		2) 1.000 penyelenggara TPMSE telah memiliki sertifikasi kehandalan sistem transaksi elektronik	Kementerian Komunikasi dan Informatika
		3) 100% penguatan perlindungan konsumen sistem pembayaran termasuk TPMSE	Bank Indonesia
		4) 100% penyelenggara TPMSE yang terdaftar memiliki sistem/mechanisme penanganan pengaduan konsumen	Kementerian Perdagangan

	Sektor	Target Tahun 2019	Penanggung Jawab
	Perumahan	1) 75% pelaksanaan perjanjian pengikatan jual beli (PPJB) telah memenuhi persyaratan pembangunan rumah sesuai ketentuan peraturan perundangan yang berlaku	Kementerian PUPR, Pemerintah Daerah
		2) 75% muatan PPJB sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku	
		3) 100% ketersediaan informasi tentang legalitas dan perijinan pelaku pembangunan, serta hak dan kewajiban pelaku pembangunan dan konsumen	
		4) 100% pelaku pembangunan memiliki layanan dan penanganan pengaduan konsumen	Kementerian PUPR, Pemerintah Daerah, Asosiasi Perumahan
	Barang Elektronik, Telematika dan Kendaraan Bermotor	1) 80% produk dalam negeri yang SNI-nya diberlakukan wajib telah memenuhi ketentuan SNI	Kementerian Perindustrian, BSN
		2) 80% produk beredar sesuai ketentuan SNI yang diberlakukan wajib	Kementerian Perdagangan, Kementerian Perindustrian, BSN

	Sektor	Target Tahun 2019	Penanggung Jawab
		3) 75% barang terdaftar yang beredar di pasar dalam negeri memenuhi penyertaan garansi dan manual	Kementerian Perdagangan (elektronik dan telematika), Kementerian perindustrian (kendaraan bermotor)
		4) 100% produsen/perwakilan resmi produk impor memiliki layanan pengaduan konsumen sesuai peraturan perundangan yang berlaku	Kementerian Perdagangan

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

ttd

JOKO WIDODO