

**PENINGKATAN KESADARAN HAK-HAK KONSUMEN
PRODUK PANGAN SEBAGAI UPAYA MEWUJUDKAN
KEMANDIRIAN KONSUMEN**

**Oleh:
Chandra Dewi Puspitasari
Staf Pengajar FISE UNY**

Abstract

The research is aimed at getting the highlights of any efforts by the Disperindagkop, Bantul Regency and LPKSM (Indonesian LKY and LBH) as well as any obstructions in enhancing the awareness of food products' consumers upon their rights. In addition, this research also shows the most effective models to improve the consumers' awareness upon their rights.

This research is a descriptive qualitative research. The data were collected through interviewing and documenting. The technique in deciding the subjects of the research was done by performing the non-probability sampling technique, specifically the purposive sampling and snowball sampling method. The research was done in six months periods in several Bantul's sub-districts': Bangunjiwo, Sanden and Kasihan. Then, the inductive analysis technique was applied to analyze the collected data.

From the research, the researcher discovers that the Disperindagkop of Bantul has already performed efforts to enhance the awareness of food products' consumers upon their rights. The efforts are done in several models such as giving limited counseling or radio counseling, publishing the results of observations and surveys, public campaigns, free consultations (personally or via printed medias) and accept any complaints from the consumers. Meanwhile, the Indonesian LBH performs the limited counseling, publications (controlling and surveying the food products and its policies) and consumers' complaint services. However, there are obstructive cases in performing the efforts. They are the limit of budgets, human resources, medium as well as the unsupportive consumers to the applied efforts. Therefore, the counseling method; the limited counseling method is seen as the most effective one in this program compared to the other methods. The method has its own eminence and role as the society which is in line with the condition of lack of society's proaction in looking for information.

Keywords: consumers' awareness, food products, independence

PENDAHULUAN

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

Pasal 1 angka 2 UUPK menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Salah satu produk yang dimanfaatkan konsumen adalah produk pangan. Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan menyebutkan bahwa pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati dan air, baik yang diolah maupun tidak, yang diperuntukkan sebagai konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, bahan lain yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan dan/atau pembuatan makanan dan minuman. Sementara menurut pasal 1 ayat 1 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan serta pada pasal 1 ayat 1 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2004 tentang Kemasan, Mutu dan Gizi Pangan. Pengertian pangan termasuk permen karet atau bahan sejenisnya tetapi tidak mencakup kosmetik, tembakau, hasil olahan tembakau atau bahan lain yang diperuntukkan sebagai obat. Dalam ketentuan pasal 1 ayat 1 Keputusan Kepala BPOM Nomor HK.00/05.1.2569 tentang Kriteria dan Tata Laksana Penilaian Produk Pangan tanggal 31 Mei 2004 disebutkan yang dimaksud dengan produk pangan adalah pangan olahan baik produksi dalam negeri maupun yang berasal dari luar negeri (*import*) yang diedarkan dalam kemasan eceran dan berlabel.

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

Dalam praktik sering ditemukan pelaku usaha yang sengaja memanipulasi informasi atau memberikan informasi secara tidak lengkap sehingga membahayakan dan merugikan konsumen (Anonim, 2006:60). Prof. David Harland dalam pendapatnya mensinyalir bahwa kapasitas barang dan jasa dapat saja merugikan atau membunuh konsumen yang disebabkan hanya karena adanya informasi yang kurang lengkap untuk membantu mereka mengenal, apakah barang dan jasa itu telah memenuhi syarat keamanan. Kombinasi kemajuan metode komunikasi massa dan teknik pemasaran yang semakin rumit mengakibatkan konsumen menjadi lebih bertanggung jawab atas klaim yang menyesatkan, yang mungkin dibuat oleh pelaku usaha (Doram T. Dumalagan, 2005:6).

Konsumen, khususnya konsumen produk pangan, seringkali menderita kerugian akibat pengkonsumsian pada produk pangan tertentu. Hal tersebut banyak juga terjadi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Menurut data dari Lembaga Konsumen Yogyakarta (LKY), konsumen yang pernah mengalami kerugian adalah sebesar 89% dari jumlah responden 100 orang. Ini artinya dari 100 orang sebanyak 89 orang konsumen pernah mengalami kerugian. Dari berbagai kasus kerugian tersebut 69,7% adalah kerugian yang dialami oleh konsumen produk pangan (Anna Susilaningtyas, 2008: 4). Masih segar dalam ingatan ketika pada tahun 2008 marak berbagai kasus yang menimpa konsumen produk pangan. Banyaknya daging sapi glonggongan, tahu berformalin, beredarnya makanan tidak layak konsumsi karena telah

kadaluwarsa yang menyebabkan keracunan, penggunaan bahan pengawet dan pewarna yang berbahaya untuk makanan dan peristiwa dirugikannya konsumen akibat produk pangan berbahan susu bermelamin menjadi beberapa catatan buruk bagi perjalanan konsumen produk pangan.

Konsumen seringkali berada pada posisi yang kurang menguntungkan dan lemah daya tawarnya. Salah satunya disebabkan karena mereka belum memahami hak-hak mereka atau bahkan tidak jarang menganggap itu adalah persoalan yang biasa saja. Konsumen sebetulnya mempunyai beberapa hak, yaitu (1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa; (2) Hak untuk memilih barang dan jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; (3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; (4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan jasa yang digunakan; (5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut; (6) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen; (7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; (8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; (9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya. UUPK memberikan ruang yang cukup luas terhadap hak-hak konsumen. Ini sangat berbeda dengan hak-hak dasar konsumen sebagaimana yang pertama kali dikemukakan oleh Presiden Amerika Serikat, John F. Kennedy di depan kongres pada tanggal 15 Maret 1962, yaitu (1) Hak untuk memperoleh keamanan; (2) Hak untuk memilih; (3) Hak untuk mendapatkan informasi; (4) Hak untuk didengar. (Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, 2003:27).

Disamping ditentukan hak-haknya, UUPK juga menentukan beberapa kewajiban konsumen sebagai penyeimbang. Pasal 5 UUPK mewajibkan konsumen untuk (1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan; (2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa; (3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati; (4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Jika terjadi permasalahan atau kerugian dari penggunaan suatu produk pangan tertentu, biasanya konsumen terbentang kesulitan untuk mendapatkan penyelesaian dari pelaku usaha, karena konsumen berada dalam posisi tawar yang tidak seimbang (*inequality of bargaining power*). Banyak faktor yang menyebabkan konsumen bersikap demikian. Salah satunya adalah tingkat kesadaran konsumen akan hak-haknya yang masih rendah. Kurangnya pengetahuan mengenai hak-hak sebagai konsumen yang sebetulnya dilindungi oleh undang-undang tersebut membuat konsumen ada pada kondisi penuh ketidakberdayaan dalam menghadapi pelaku usaha.

Kabupaten Bantul adalah wilayah yang memiliki kondisi yang demikian. Hal tersebut dapat dilihat dari adanya berbagai kasus yang selama ini terjadi, diantaranya adalah masih ditemukannya penjualan produk pangan pada swalayan yang tidak memenuhi standar pada pengawasan dan survey yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Bantul. Padahal saat ini tercatat ada 98 swalayan yang ada di Kabupaten Bantul. Belum lagi produk pangan pada sejumlah pasar tradisionalnya. Produk pangan yang tidak memenuhi standar tersebut seperti misalnya beredarnya produk pangan yang telah masuk pada daftar dilarang edar (misalnya permen susu asal cina karena kandungan melamin), produk pangan yang sudah kadaluwarsa, produk pangan dengan kemasan yang telah rusak atau cacat, produk pangan tanpa label yang lengkap di beberapa warung, toko atau minimarket.

Permasalahan tersebut selalu terjadi dari tahun ke tahun. Selain alasan kelalaian, Disperindagkop Kabupaten Bantul menyebutkan bahwa ada pula faktor kesengajaan dari pelaku usaha. (Kedaulatan Rakyat, Kamis 04 Oktober 2007: 5).

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

Di sisi lain, mayoritas masyarakat Bantul memiliki tingkat pendidikan, pengetahuan dan tingkat ekonomi yang masih rendah. Selanjutnya, rendahnya kesadaran konsumen akan hak-haknya juga dipengaruhi oleh hal-hal tersebut. Seperti misalnya, masyarakat kurang memperdulikan aspek kesehatan ketika memilih produk pangan, kondisi ekonomi yang sulit membuat masyarakat lebih memilih produk pangan yang murah dan kurang memperhatikan kualitas produk pangan, dan sebagainya. Menghadapi kondisi yang demikian, tentu konsumen produk pangan di Kabupaten Bantul perlu membekali diri dengan pengetahuan dan pemahaman yang cukup terkait dengan hak-hak konsumen. Diketuinya hak-hak konsumen akan menjadikan konsumen mampu memilih produk pangan yang tepat, baik bagi diri sendiri dan keluarganya, serta memiliki kepedulian untuk melindungi diri.

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

Cara Penelitian

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

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi. Teknik penentuan subjek penelitian menggunakan teknik sampling *non probability sampling* dan menggunakan metode *purposive sampling*. Selain itu, dalam penelitian ini digunakan pula *snowball sampling* untuk mendapatkan responden yang dikehendaki. Subjek penelitian dalam penelitian ini yaitu (1) Beberapa orang konsumen produk pangan yang berdomisili di Kabupaten Bantul, yaitu sejumlah 17 (tujuh belas) orang dari 3 (tiga) kecamatan yang dipilih yaitu Sanden, Kasihan dan Bangunjiwo. Dengan rincian sebagai berikut (a) 1 (satu) orang warga Sanden yang pernah menjadi korban keracunan makanan dan pernah menjalani proses mediasi; (b) 3 (tiga) orang warga Kasihan dan 3 (tiga) orang warga Bangunjiwo yang pernah mengikuti penyuluhan langsung dari Disperindagkop Kabupaten Bantul dan LPKSM; (c) 5 (lima) orang warga Kasihan dan 5 (lima)

orang warga Bangunjiwo yang belum pernah mengikuti penyuluhan langsung dari Disperindagkop Kabupaten Bantul dan LPKSM; (2) Ketua dari LPKSM yang melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kesadaran konsumen produk pangan atas hak-haknya melalui kegiatan pembinaan dan pendidikan konsumen di Kabupaten Bantul, yaitu LKY dan LBH Konsumen Indonesia Yogyakarta; (3) 1 (satu) orang staf dari bagian perlindungan konsumen Disperindagkop Kabupaten Bantul. Secara keseluruhan, penelitian ini dilakukan selama 6 (enam) bulan.

Analisis data dilakukan dengan analisis induktif yaitu dilakukan dengan cara menganalisis hal-hal yang bersifat khusus untuk selanjutnya akan ditarik kesimpulan yang obyektif sesuai fakta. Langkah-langkah analisis data ditempuh dengan cara-cara sebagai berikut (1) reduksi data; (2) unitisasi dan kategorisasi; (3) display data; (4) kesimpulan. Selanjutnya validasi data dilakukan dengan *cross check* data.

PEMBAHASAN

Upaya Peningkatan Kesadaran Hak-Hak Konsumen Produk Pangan Oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul

Disperindagkop Kabupaten Bantul melakukan langkah preemtif (pembinaan) yang pada praktiknya dilakukan melalui 3 (tiga) model, yaitu (1) penyuluhan; (2) publikasi; dan (3) memfasilitasi pengaduan konsumen.

1. Model Penyuluhan

Model penyuluhan dilakukan guna mensosialisasikan UUPK kepada masyarakat, terutama mengenai hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Penyuluhan oleh petugas dari Disperindagkop Kabupaten Bantul dilakukan melalui 2 (dua) cara, yaitu (1) dialog interaktif melalui siaran Radio Bantul FM; (2) penyuluhan terbatas secara langsung pada masyarakat, baik dengan konsumen maupun para pelaku usaha di Kabupaten Bantul.

Penyuluhan terkait dengan perlindungan konsumen melalui Radio Bantul FM ini adalah hasil kerja sama Disperindagkop Kabupaten Bantul dengan Radio Bantul FM sebagai salah satu cara untuk menyampaikan berbagai informasi kepada masyarakat luas terkait dengan bidang perindustrian, perdagangan, koperasi dan pasar modal. Kerja sama tersebut diwujudkan dalam siaran Dialog Bersama Disperindagkop Kabupaten Bantul yang diselenggarakan satu kali untuk setiap minggu untuk per bidang. Adanya 4 (empat) bidang dalam Disperindagkop Kabupaten Bantul menyebabkan bidang perlindungan konsumen hanya dapat diselenggarakan 1 (satu) kali sebulan. Respon masyarakat, khususnya konsumen produk pangan, atas adanya siaran tersebut cukup baik yaitu ditandai dengan adanya beberapa warga yang menghubungi melalui *line* telepon untuk menanyakan beberapa permasalahan terkait dengan perlindungan konsumen produk pangan. Hal yang paling sering ditanyakan oleh konsumen adalah mengenai tata cara dalam mengadakan dan menyelesaikan kerugian yang dialami oleh konsumen.

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

untuk setiap kegiatan yang diselenggarakan. Penyuluhan yang diselenggarakan tersebut tidak selalu hanya dilakukan secara mandiri oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul saja tetapi juga merupakan hasil kerja sama dengan pihak-pihak lain seperti (1) Tentara Manunggal Masuk Desa (TMMD); (2) Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM); (3) Dinas-dinas terkait seperti Dinas Kesehatan Kabupaten Bantul, Dinas Peternakan Kabupaten Bantul, BPOM Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, Badan Metrologi Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan lain sebagainya.

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

Begitu pula kerja sama yang dilakukan dengan LPKSM dan juga dinas-dinas yang terkait lainnya. Model penyampaian informasi mengenai perlindungan konsumen juga dilakukan melalui penyuluhan terbatas. Dalam hal ini, Disperindagkop Kabupaten Bantul tidak hanya sebagai pelaksana kegiatan tetapi juga sebagai penyelenggara kegiatan. Dana dianggarkan dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Kabupaten Bantul. Masih adanya pelaku usaha yang tidak memperhatikan kepentingan konsumen tersebut membuat penyuluhan perlindungan konsumen oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul tidak hanya dilakukan kepada konsumen saja, namun juga kepada para pelaku usaha yang berada di wilayah Kabupaten Bantul. Penyuluhan dilakukan satu kali dalam setahun dan mengundang para pelaku

usaha secara bergiliran untuk setiap tahunnya. Materi yang diberikan berkaitan dengan pentingnya memperhatikan kebutuhan dan kepentingan konsumen, sehingga pelaku usaha dapat berusaha dengan lancar karena tidak ada pengaduan dari konsumen produk pangan atas barang atau produk yang dihasilkan pelaku usaha.

2. Publikasi Hasil Pengawasan dan Survey Produk Pangan

Selain melalui penyuluhan sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, Disperindagkop Kabupaten Bantul juga melakukan fungsi pengawasan dan inspeksi sekaligus fungsi sosialisasi. Pengawasan merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh petugas pengawas untuk memastikan kesesuaian barang dan/atau jasa dalam memenuhi standar mutu produksi barang dan/atau jasa, pencantuman label, klausula baku, cara menjual, pengiklanan, pelayanan purna jual, dan kebenaran peruntukan distribusinya (Pasal 1 angka 22, Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 20/M-DAG/PER/5/2009 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pengawasan Barang dan/atau Jasa). Ini adalah realisasi dari kebijakan pengawasan barang dan jasa yang beredar di pasar, khususnya di wilayah Kabupaten Bantul. Sementara itu, publikasi yang dilakukan dari hasil pengawasan dan inspeksi tersebut, baik melalui media cetak maupun media elektronik, termasuk upaya pembinaan konsumen.

Pengawasan dan inspeksi terhadap peredaran produk pangan dilakukan dengan cara melakukan survey produk pangan yang dipasarkan sebanyak 4 (empat) kali dalam sebulan. Upaya ini dilakukan untuk melindungi masyarakat dari peredaran produk pangan yang tidak layak konsumsi. Diharapkan hasil dari pengawasan dan inspeksi yang dilakukan dapat dipublikasikan kepada masyarakat luas melalui berbagai media massa sebagai sumber informasi bagi masyarakat. Dalam hal ini, media massa menjadi sarana untuk melakukan sosialisasi dalam rangka meningkatkan kesadaran hak-hak konsumen produk pangan. Survey yang dilakukan tersebut tidak selalu dilaksanakan sendiri

oleh petugas dari Disperindagkop Kabupaten Bantul saja tetapi juga melibatkan beberapa petugas dari pihak-pihak terkait lainnya. Biasanya dalam 1 tim dari Disperindagkop Kabupaten Bantul terdiri dari 3 (tiga) orang petugas ditambah dengan beberapa orang dari pihak-pihak terkait lainnya seperti LPKSM, Dinas Kesehatan, Dinas Peternakan, Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) Propinsi DIY, Badan Metrologi Propinsi DIY, Satpol PP, kepolisian, dan sebagainya.

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

3. Memfasilitasi Pengaduan Konsumen

Di samping adanya upaya-upaya sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, Disperindagkop Kabupaten Bantul juga memfasilitasi pengaduan konsumen. Selain dapat disampaikan secara langsung kepada pelaku usaha yang memproduksi produk pangan dan juga kepada aparat penegak hukum, pengaduan konsumen juga dapat dilakukan dengan cara mengirimkan SMS melalui SMS Center Bupati Bantul atau juga dapat disampaikan secara langsung kepada Bagian Perlindungan Konsumen Disperindagkop Kabupaten Bantul. Apabila ada laporan dari konsumen produk pangan kemudian Penyidik Pegawai Negeri Sipil Perlindungan Konsumen (PPNS-PK) akan memeriksa konsumen yang bersangkutan dan pelaku usaha yang dilaporkan. Selanjutnya dilakukan upaya mediasi dan apabila belum ada kesepakatan dari para pihak maka akan dilakukan upaya konsiliasi. Namun

demikian, proses penyelesaian pengaduan konsumen melalui konsiliasi hingga saat ini belum pernah dilakukan.

Upaya mediasi pernah dilakukan 1 (satu) kali, yaitu atas adanya pengaduan konsumen yang mengalami kerugian akibat keracunan makanan. Konsumen tersebut adalah warga Srigading, Sanden, Bantul yang mengalami keracunan makanan akibat mengkonsumsi sale pisang merek "X". Pada proses mediasi ini, mediator bersifat pasif, artinya tidak boleh mengintervensi keputusan yang dibuat oleh para pihak. Mediator hanya berperan sebagai fasilitator.

Upaya Peningkatan Kesadaran Hak-Hak Konsumen Produk Pangan Oleh LPKSM

LKY dan LBH Konsumen Indonesia merupakan 2 (dua) diantara beberapa LPKSM yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah berupaya melakukan berbagai langkah untuk meningkatkan kesadaran hak-hak konsumen produk pangan di Kabupaten Bantul. Kiprah LPKSM di Kabupaten Bantul baru sebatas melakukan (1) pelatihan/pendidikan konsumen, (2) kampanye publik, (3) melakukan publikasi pemantauan pasar, survey barang beredar dan kajian kebijakan, (4) memberikan konsultasi secara cuma-cuma dan membuka penanganan pengaduan konsumen.

1. Pelatihan/Pendidikan Konsumen

Pelatihan/pendidikan konsumen yang dilakukan LKY adalah dalam rangka meningkatkan pengetahuan dan kesadaran konsumen mengenai permasalahan konsumen, khususnya konsumen produk pangan. Sasaran dari pendidikan konsumen ini sebetulnya mulai dari konsumen anak, konsumen pemula hingga profesional atau praktisi atau pemerintah.. Namun demikian, di Kabupaten Bantul pelatihan/pendidikan konsumen oleh LKY baru dilakukan terhadap konsumen pemula saja. Pendidikan konsumen untuk pemula bertujuan untuk memberikan dasar-dasar

pengetahuan tentang gerakan konsumen. Materi yang disampaikan meliputi pengenalan terhadap perlindungan konsumen, memahami aneka permasalahan konsumen, membangun gerakan konsumen, menggerakkan kelompok konsumen, dan sebagainya. Model yang digunakan adalah penyuluhan terbatas dengan metode ceramah, diskusi dan *role playing*. Dalam melaksanakan model penyuluhan ini, LKY juga melakukan kerja sama dengan pihak-pihak lain seperti Disperindagkop Kabupaten Bantul, Dinas Kesehatan Kabupaten Bantul dan Dinas Peternakan Kabupaten Bantul. Terkait dengan kerja sama tersebut, LKY bertindak sebagai pendamping dalam penyelenggaraan kegiatan peningkatan kesadaran hak-hak konsumen produk pangan di Kabupaten Bantul.

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

2. Kampanye Publik

Selain pelatihan/pendidikan konsumen, LKY juga telah melakukan kampanye publik. Kampanye publik bertujuan untuk menyebarkan pengetahuan dan informasi kepada masyarakat luas mengenai pentingnya hak-hak konsumen dan perlindungannya. Penyebaran pengetahuan dan informasi tersebut dilakukan melalui beberapa cara seperti penerbitan dan penyebaran buletin serta *leaflet* dan brosur kepada konsumen produk pangan.

3. Publikasi Hasil Pemantauan Pasar, Survey Produk Pangan dan Kajian Kebijakan

Upaya lain yang telah dilakukan LKY dan LBH Indonesia di Kabupaten Bantul adalah pemantauan pasar dan survey barang (makanan dan minuman) beredar. Hasil dari pemantauan dan survey produk pangan yang beredar di pasar ini diharapkan dapat dipublikasikan melalui media massa sehingga dapat diketahui oleh konsumen. Dengan demikian, selanjutnya diharapkan konsumen menjadi semakin cermat dan kritis sebelum menentukan pilihan dalam mengkonsumsi produk pangan. Seperti halnya model penyuluhan pada program pelatihan/pendidikan konsumen, selain dilakukan secara mandiri model ini juga dilaksanakan dengan bekerja sama dengan pihak-pihak lain seperti Disperindagkop Kabupaten Bantul, Dinas Kesehatan, BPOM Propinsi DIY, dan sebagainya.

Selain itu, LBH Indonesia juga melakukan kajian kebijakan bidang perlindungan konsumen dan berupaya untuk merintis terbentuknya Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kabupaten Bantul untuk selanjutnya dipublikasikan. Diharapkan keberadaan BPSK di Kabupaten Bantul dapat terwujud tahun 2010. BPSK tersebut merupakan tindak lanjut dari upaya peningkatan kesadaran hak-hak konsumen, sehingga konsumen yang akan mempertahankan hak nya memiliki alternatif pilihan untuk menentukan tempat penyelesaian permasalahan yang dihadapi. Publikasi dari kajian kebijakan sebagaimana yang dimaksud dapat menjadi salah satu sumber informasi bagi konsumen produk pangan untuk memberikan tambahan pengetahuan dan pemahaman atas hak-hak konsumen, khususnya terkait dengan hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.

4. Konsultasi Cuma-Cuma dan Menangani Pengaduan Konsumen

Upaya lain adalah memberikan konsultasi cuma-cuma dan menerima pengaduan konsumen. Konsumen dapat mengadukan pelanggaran hak-hak konsumen yang dialaminya dengan

mendaftarkan permasalahan tersebut pada LKY. Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan selama ini ada beberapa hak konsumen yang sering diadukan, yaitu hak mendapatkan kenyamanan dan keamanan dalam mengkonsumsi suatu produk pangan, misalnya permasalahan pada label produk pangan yang menunjukkan produk pangan telah kadaluwarsa tetapi tetap saja dijual; hak atas kejelasan informasi tentang produk pangan ternyata tidak sesuai dengan informasi; dan hak mendapatkan kompensasi ganti rugi.

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

Dari berbagai upaya yang dilakukan oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul, LKY dan LBH Indonesia tentu tidak lepas dari berbagai hambatan dalam pelaksanaannya. Hambatan tersebut antara lain terkait dengan beberapa hal:

1. Keterbatasan Anggaran

Anggaran penyelenggaraan setiap kegiatan yang telah diagendakan oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul setiap tahunnya bersumber dari APBD Kabupaten Bantul. Diakui oleh staff bagian perlindungan konsumen bahwa alokasi anggaran untuk kepentingan peningkatan kesadaran hak-hak konsumen masih jauh dari yang diharapkan. Beberapa kali telah diupayakan untuk mengajukan permohonan penambahan alokasi anggaran, namun belum mendapatkan respon positif. Sedangkan bagi LKY dan LBH Indonesia, anggaran yang tersedia masih harus dialokasikan untuk berbagai kegiatan.

2. Keterbatasan Sumber Daya Manusia

Terbatasnya sumber daya manusia juga menjadi kendala. Bagi Disperindagkop kabupaten Bantul, tugas yang dibebankan kepada para petugas cukup beragam. Hal ini menyebabkan banyak upaya yang dilakukan menjadi tidak optimal. Sedangkan bagi LKY

dan LBH Indonesia, tersedianya tenaga penyuluh, tenaga pemantau produk pangan beredar, tenaga pendamping, tenaga pelatih/pendidik dan relawan yang peduli pada perlindungan konsumen masih sangat kurang. Terbatasnya sumber daya manusia terkait juga dengan wilayah kerja yang luas (seluruh DIY) sehingga untuk saat ini sulit untuk menjangkau seluruhnya.

3. Keterbatasan Sarana dan Prasarana

Terbatasnya sarana dan prasarana dalam merealisasikan kegiatan yang telah diagendakan turut menyebabkan kegiatan yang telah diagendakan menjadi tidak optimal. Keterbatasan sarana dan prasarana berdampak pada terbatasnya peserta penyuluhan yang diundang.

4. Sikap Konsumen Yang Kurang Mendukung

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

Efektivitas Model Peningkatan Kesadaran Hak-Hak Konsumen Produk Pangan

Berdasarkan data yang didapatkan dari lapangan, konsumen produk pangan yang pernah mendapatkan akses informasi mengenai hak-hak konsumen produk pangan, memiliki penge-

tahuan dan pemahaman yang lebih baik mengenai hak-hak konsumen dibandingkan mereka yang belum pernah mengakses informasi mengenai hak-hak konsumen produk pangan. Model peningkatan kesadaran konsumen akan hak-haknya dapat dikatakan efektif apabila tujuan dari kegiatan tersebut tercapai serta memberikan manfaat bagi masyarakat, terutama masyarakat yang telah memperoleh akses informasi mengenai hak-hak konsumen produk pangan sehingga masyarakat akan mampu menjadi konsumen yang mandiri.

Dari keseluruhan model yang pernah diterapkan di Kabupaten Bantul, baik oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul maupun LPKSM, model penyuluhan terbatas adalah model yang cukup efektif diantara model lainnya. Hal ini tampak pada tercapainya tujuan dari model tersebut. Berdasarkan hasil member check yang dilakukan, konsumen yang pernah menjadi peserta pada penyuluhan forum terbatas memiliki pengetahuan dan kesadaran atas hak-hak konsumen yang cukup baik. Demikian juga dengan hasil evaluasi yang dilakukan oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul dan LPKSM (LKY dan LBH Konsumen Indonesia divisi Bantul).

Menurut pengakuan beberapa warga konsumen yang pernah menjadi peserta penyuluhan, penyuluhan terbatas lebih banyak memberi manfaat bagi mereka dibandingkan dengan sosialisasi hak-hak konsumen yang didapatkan melalui media elektronik (sosialisasi melalui radio), media cetak (publikasi hasil pengawasan dan survey, publikasi kajian kebijakan, publikasi konsultasi maupun publikasi dari pengaduan konsumen). Hal tersebut ditunjukkan dengan dipahaminya apa saja hak-hak konsumen dan adanya kepedulian konsumen terhadap informasi pada produk pangan (pencantuman tanggal kadaluwarsa, tanggal produksi, komposisi, dan lain-lain) ketika menentukan produk pangan yang dipilih. Konsumen tersebut selalu membaca kelengkapan informasi pada kemasan dan tidak memilih produk pangan tanpa kejelasan informasi. Mereka juga selalu menanyakan kepada penjual apakah

produk pangan tersebut produk baru atau tidak, seperti misalnya ketika mereka membeli produk makanan yang tidak tahan lama (roti atau jajanan pasar). Selain itu, para konsumen menuturkan bahwa mereka juga mencermati kondisi fisik produk pangan yang dibeli. Mereka memastikan bahwa makanan yang dibeli belum berjamur atau rusak kemasannya. Hal lain juga tampak pada pengakuan mereka yang menyebutkan bahwa setiap ada kesempatan mereka menyampaikan informasi kepada warga lain. Ini biasanya terjadi pada responden konsumen perempuan, praktiknya mereka membagikan informasi tersebut kepada tetangganya.

Tabel
Model Peningkatan Kesadaran Hak-Hak Konsumen
Di Kabupaten Bantul

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

No.	Model	Kelebihan	Kelemahan
2.	Penyuluhan Langsung	<p>Peserta dapat bertatap muka langsung dengan petugas penyuluh, sehingga terjadi interaksi yang baik. Petugas penyuluh memiliki waktu yang cukup untuk menyampaikan materi sosialisasi. Peserta penyuluhan dapat mengutarakan segala keingintahuan mereka tentang hak-hak konsumen dengan lebih leluasa. Cara penyampaian materi dapat menyesuaikan kondisi peserta.</p>	<p>Jumlah peserta terbatas sebagai akibat dari terbatasnya anggaran, sehingga masyarakat yang mendapatkan manfaat juga terbatas.</p>
3.	Kampanye Publik (penyebaran informasi)	<p>Lebih praktis karena media sosialisasi berupa brosur atau <i>leaflet</i>, sehingga dapat disebar kemanapun.</p>	<p>Brosur atau <i>leaflet</i> sebagai media sosialisasi sangat terbatas dalam memuat materi mengenai hak-hak konsumen. Tidak dapat menampung dan menjawab pertanyaan-pertanyaan konsumen sebagai pembaca brosur/<i>leaflet</i>.</p>

*Peningkatan Kesadaran Hak-Hak Konsumen Produk Pangan sebagai Upaya
Mewujudkan Kemandirian Konsumen (Chandra Dewi Puspitasari)*

No.	Model	Kelebihan	Kelemahan
4.	Publikasi hasil pengawasan dan survey produk pangan serta hasil dari kajian kebijakan	Publikasi dilakukan melalui surat kabar dan radio, sehingga mudah diakses oleh semua masyarakat.	Seperti halnya pada penyuluhan melalui radio, praktiknya masyarakat sudah mulai kurang memanfaatkan radio untuk mengakses informasi. Hasil survey seringkali yang dipublikasikan hanya survey yang dilakukan pada saat tertentu saja, misalnya menjelang Hari Raya Agama. Tidak dapat menampung atau menjawab pertanyaan-pertanyaan konsumen sebagai pembaca.
5.	Konsultasi secara cuma-cuma, baik secara langsung maupun melalui media cetak.	Ada interaksi yang intens antara konsumen dengan LPKSM, sehingga berbagai informasi dapat tersampaikan dengan baik kepada konsumen. Informasi hasil konsultasi melalui media cetak dapat diakses oleh banyak pembaca/masyarakat.	Informasi sebagai hasil dari konsultasi secara langsung hanya membawa manfaat bagi konsumen yang berkonsultasi secara langsung. Konsultasi yang dilakukan melalui media cetak belum terakomodasi dalam rubrik khusus (masih sebatas menjawab surat pembaca)
6.	Penerimaan Pengaduan	Ada interaksi yang intens antara konsumen dengan Disperindagkop atau LPKSM, sehingga berbagai informasi dapat tersampaikan dengan baik kepada konsumen.	Informasi sebagai hasil dari konsultasi secara langsung hanya membawa manfaat bagi konsumen yang berkonsultasi.

Efektifnya model penyuluhan terbatas, selain karena berbagai keunggulan dari penyuluhan dan dampak positif yang dirasakan oleh konsumen, mereka juga mengakui ternyata hal tersebut disebabkan pula karena mereka kurang proaktif dalam mencari informasi-informasi terkait dengan hak-hak konsumen yang belum diketahui, sehingga masyarakat memang harus diajak dan dikumpulkan untuk diberikan sosialisasi tersebut. Celah inilah yang justru membuat model penyuluhan terbatas untuk saat ini paling efektif diterapkan di Kabupaten Bantul.

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

SIMPULAN

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

1. Dalam rangka meningkatkan kesadaran konsumen produk pangan akan hak-haknya, Disperindagkop telah melakukan upaya pembinaan melalui penyuluhan, publikasi hasil pengawasan dan survey produk pangan dan pengaduan konsumen. Sedangkan LPKSM melakukan upaya pendidikan, kajian dan advokasi melalui penyuluhan terbatas, kampanye publik, publikasi hasil pengawasan dan survey produk pangan, survey produk pangan dan kajian kebijakan, serta konsultasi cuma-cuma dan pengaduan konsumen.

2. Hambatan dari berbagai upaya tersebut adalah keterbatasan dana, sumber daya manusia dan sarana prasarana. Di samping itu, hambatan dalam meningkatkan kesadaran hak-hak konsumen produk pangan juga muncul dari sikap konsumen produk pangan yang kurang mendukung.
3. Model yang efektif dari beberapa model yang telah dilakukan di Kabupaten Bantul, baik oleh Disperindagkop Kabupaten Bantul maupun LPKSM, adalah penyuluhan terbatas. Hal ini tampak pada tercapainya tujuan dari model tersebut. Di samping itu, hal tersebut efektif justru disebabkan karena konsumen kurang proaktif dalam mencari informasi-informasi terkait dengan hak-hak konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian Sutedi. (2008). *Tanggung jawab produk dalam hukum perlindungan konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Doram T. Dumalagan. (2005). *Economic globalization and its impact on consumer rights: A comparative research and analysis of relevant consumer protection laws and programs in the Phillipines, Thailand, and Indonesia*. *Bahan perkuliahan hukum perlindungan konsumen*, Jakarta.
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani. (2003). *Hukum tentang perlindungan konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Janus Sidabalok. (2006). *Hukum perlindungan konsumen di Indonesia dengan pembahasan atas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang *Perlindungan Konsumen*.
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang *Pangan*.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2004
tentang *Kemanan, Mutu dan Gizi Pangan*.

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

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

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 tahun 1999
tentang *Label dan Iklan Pangan*.

Keputusan Kepala BPOM Nomor HK.00/05.1.2569 tentang
Kriteria dan Tata Laksana Penilaian Produk Pangan.

Anonim. (2006). Canggih tapi membahayakan telinga, *Majalah
TRUST*, Edisi 20 Tahun IV, 27 Februari-5 Maret 2006.