

**TINJAUAN YURIDIS LEGALITAS LEMBAGA PERLINDUNGAN  
KONSUMEN SWADAYA MASYARAKAT (LPKSM) SERTA PERANNYA  
DALAM MELINDUNGI KONSUMEN DI INDONESIA**

**Marsha Azhar Nadhira<sup>1</sup>, Sapto Hermawan<sup>2</sup>, Rosita Candrakirana<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Universitas Sebelas Maret Surakarta, Indonesia

E-mail Korespondensi: [marsha.azharn@student.uns.ac.id](mailto:marsha.azharn@student.uns.ac.id)

**ABSTRAK**

Penulisan ini dimaksudkan untuk mengetahui tentang dasar hukum dari Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) serta bagaimana implementasi perannya sebagai salah satu instrumen yang berperan dalam memberikan program perlindungan kepada masyarakat yang memiliki posisi sebagai konsumen di dalam komoditas pasar global. LPKSM termasuk dalam lembaga non-pemerintah yang diakui di bidang perlindungan konsumen dan memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen, sesuai dengan amanat Pasal 44 dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. LPKSM dalam fungsi pengawasannya berdasarkan pada pasal 10 dalam Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan Dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen. Implementasi dari amanat Undang-Undang kepada LPKSM, dalam beberapa tahun terakhir mengalami perbaikan meskipun masih jauh dari kata ideal. Pelaksanaan program penyuluhan mengenai perlindungan konsumen kepada masyarakat telah dilakukan dua pada tahun 2021 yang diikuti oleh 502 orang, dan berbagai bentuk advokasi dan pengaduan kepada stake holder mengenai kasus yang merugikan masyarakat sebagai konsumen sudah dilakukan. Namun, evaluasi dan perbaikan harus terus dilakukan, revisi substansi undang-undang yang masih tidakimbang dan masih menguntungkan bagi pihak pelaku usaha dan peningkatan kualitas SDM pengurus LPKSM harus jadi program prioritas untuk menyelesaikan permasalahan pemberian program perlindungan bagi konsumen di Indonesia.

**Kata Kunci: Legalitas, Perlindungan, Konsumen, Peran, LPKSM**

**ABSTRACT**

*This writing is intended to explore the legal basis of the Community based Consumer Protection Institution and how it implements its role as one of the instruments in providing protection programs to consumers in the global market commodities. Community based Consumer Protection Institution is a non-governmental institution recognized in the field of consumer protection and has the opportunity to actively participate in realizing consumer protection, in accordance with Article 44 of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection. Community based Consumer Protection Institution's supervisory*

*function is based on Article 10 of Government Regulation Number 58 of 2001 concerning the Development and Supervision of Consumer Protection Implementation. The implementation of the mandate of the law to Community based Consumer Protection Institution has improved in recent years, although still far from ideal. Consumer protection education programs have been conducted twice in 2021, attended by 502 people, and various forms of advocacy and complaints to stakeholders regarding cases that harm consumers have been carried out. However evaluation and improvement must continue, revision of the substance of the law that is still imbalanced and beneficial to business actors, and the improvement of the quality of Community based Consumer Protection Institution's management human resources must be a priority program to solve the problem of providing protection programs for consumers in Indonesia.*

***Keywords: Legality, Protection, Consumer, Role, Community based Consumer Protection Institution***

## **A. Pendahuluan**

Era globalisasi memiliki dampak dalam segala aspek kehidupan manusia. Salah satu aspek yang terdampak yakni berasal dari sektor ekonomi. Perkembangan perekonomian yang pesat telah menghasilkan beragam jenis, bentuk, serta variasi dari barang dan/atau jasa. Dengan majunya perkembangan perekonomian, ditambah juga dengan adanya bidang teknologi informasi yang semakin maju, perluasan ruang, gerak dan arus transaksi dari barang dan/atau jasa telah melintasi batas – batas wilayah negara. Hal ini memberikan sebuah situasi kepada konsumen, dimana konsumen dihadapkan pada berbagai pilihan jenis barang dan/atau jasa yang ditawarkan secara variatif.

Seiring dengan berjalannya waktu, persaingan dalam dunia usaha pun dinilai semakin ketat. Upaya dalam mempertahankan konsumen merupakan keinginan dari setiap produsen. Persaingan yang semakin ketat ini juga dapat membawa dampak negatif pada konsumen. Ketidakberdayaan konsumen dalam menghadapi produsen sangat berpengaruh pada kepentingan rakyat. Bentuk kerugian yang dialami pihak konsumen tidak hanya bersifat material, namun dapat melanggar hak-hak konsumen yang mengakibatkan kerugian baik secara fisik maupun secara psikis. Pada umumnya produsen berlindung di balik *standard contract* atau perjanjian baku yang telah ditandatangani oleh

kedua pihak, yakni antara produsen dan konsumen maupun melalui informasi semu yang diberikan oleh produsen kepada konsumen. Hal tersebut bukan menjadi gejala regional saja, tetapi sudah menjadi persoalan global yang melanda seluruh konsumen di dunia.<sup>1</sup>

Perlindungan Konsumen di Indonesia dinilai sangat penting. Apabila mengingat landasan sosiologis dan landasan filosofis Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada bagian menimbang, antara lain: Bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan Makmur yang merata dan materiil dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945; Bahwa pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan/atau jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/atau jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen; Bahwa semakin terbukanya pasar nasional akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah, dan keamanan barang dan/atau jasa yang diperoleh di pasar; Bahwa untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab; bahwa ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen di Indonesia belum memadai; Bahwa atas pertimbangan tersebut maka diperlukan perangkat peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat.

Dalam praktiknya perlindungan konsumen di Indonesia masih ditemukan banyak permasalahan. Terdapat contoh kasus yakni pada bulan Oktober 1989 terjadi kasus “biskuit beracun” yang setidaknya telah menelan korban sekitar 28 orang di daerah Sumatera.<sup>2</sup> Kasus lainnya yaitu pada tahun 2000 produk bumbu masak Ajinomoto yang

---

<sup>1</sup> Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta, 2013), hal. 2.

<sup>2</sup> Yusuf Sofia, *Penyelesaian Sengketa Konsumen Menurut UUPK Teori dan Praktik Penegakan Hukum*, (Jakarta, 2003), hal. 106.

diproduksi oleh PT. Ajinomoto terindikasi mengandung lemak babi.<sup>3</sup> Faktor dari timbulnya permasalahan tersebut berkaitan dengan budaya hukum, substansi hukum, dan aparatur birokrasi. Kendala lainnya yaitu rendahnya tingkat kesadaran konsumen akan haknya, pendidikan konsumen yang rendah, masyarakat Indonesia yang masih belum benar-benar siap dalam menghadapi pasar bebas, lemahnya standarisasi mutu barang, lemahnya produk perundang-undangan, serta persepsi dari pelaku usaha yang keliru dengan perlindungan konsumen akan menimbulkan kerugian.<sup>4</sup>

Hadirnya Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia seperti yang dijelaskan dalam Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen memiliki tujuan untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen dalam berbagai upaya, diantaranya yaitu; Meningkatkan kesadaran, Pengetahuan, Kepedulian, serta Kemandirian konsumen terutama dalam memilih dan menuntut haknya sebagai konsumen. Tujuan lainnya yaitu untuk menciptakan sistem perlindungan konsumen dimana didalamnya mengandung unsur kepastian hukum serta keterbukaan informasi sekaligus menumbuhkan kesadaran dari pelaku usaha dalam memahami pentingnya perlindungan konsumen, sehingga dapat menumbuhkan sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha dengan menghasilkan barang dan/atau jasa berkualitas yang menjamin kelangsungan usaha, kenyamanan, keamanan, serta keselamatan konsumen.

Hukum perlindungan konsumen saat ini mendapat cukup perhatian dikarenakan berkaitan dengan aturan guna mensejahterakan masyarakat. Tidak hanya masyarakat selaku konsumen yang perlu mendapatkan perlindungan, pelaku usaha pun memiliki hak untuk mendapat perlindungannya. Pemerintah memiliki andil besar dalam melindungi, mengatur, mengawasi, serta mengontrol demi terciptanya sistem yang kondusif saling berkaitan satu dengan lainnya sehingga tujuan dalam mensejahterakan masyarakat dapat tercapai.<sup>5</sup>

Dalam hal mengembangkan upaya perlindungan konsumen, pemerintah memiliki tanggungjawab dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen, maka dibentuk suatu Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). BPKN diatur dalam Pasal 31

---

<sup>3</sup> Liputan6, *Ramai-Ramai Menarik Ajinomoto*, sebagaimana dimuat dalam (<https://www.liputan6.com/news/read/6058/ramai-ramai-menarik-ajinomoto>), diakses pada tanggal 22 November 2022.

<sup>4</sup> Niru Anita Sinaga dan Nunuk Sulisrudatin, "Pelaksanaan Perlindungan Konsumen di Indonesia", *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara Fakultas Hukum Universitas Suryadarma*, Vol. 5 No. 2, 2015, hal. 74.

<sup>5</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta, 2014), hal. 1.

hingga Pasal 43 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2001 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional. BPKN memiliki fungsi dalam memberikan saran serta pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangka perlindungan konsumen di Indonesia.

Kedudukan BPKN sebagai lembaga yang dibentuk dalam upaya membantu pengembangan perlindungan konsumen, terkhusus dalam hal membantu konsumen yang dirugikan akibat terjadinya pelanggaran melalui mekanisme pengaduan, baik yang dilakukan secara langsung oleh masyarakat ataupun melalui Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) akan sangat membantu menyelesaikan persengketaan yang terjadi. BPKN perlu meningkatkan kerja sama dengan lembaga pemerintah lainnya serta lembaga non pemerintah dalam hal pemantauan, evaluasi, dan pelaporan mengenai perkembangan penanganan kasus di bidang perlindungan konsumen.<sup>6</sup>

Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dibentuklah Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Kehadiran LPKSM dalam suatu negara berperan penting dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen. Lembaga ini memiliki tujuan dalam pemerdayaan konsumen melalui pengawasan serta pembinaan konsumen untuk mengharapkan kesadaran dari pelaku usaha yang berupaya untuk mendapat keuntungan semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin sesuai dengan prinsip ekonomi. LPKSM sebagai arus bawah yang kuat dan tersosialisasi secara luas di masyarakat serta sekaligus secara representatif dapat menampung dan memperjuangkan aspirasi dari konsumen.<sup>7</sup>

Pada kenyataannya konsumen yang dirugikan seringkali tidak mengetahui bagaimana cara untuk memperjuangkan haknya saat terjadi sengketa konsumen, oleh sebab itu keberadaan LPKSM diharapkan dapat bekerja maksimal demi terciptanya upaya perlindungan konsumen. Dalam menjalankan tugas serta perannya dalam membantu konsumen memperjuangkan haknya, termasuk menerima, masukan, maupun keluhan konsumen. LPKSM diharapkan dapat berjalan sesuai dengan Undang-undang Nomor 8

---

<sup>6</sup> Claudya Angelia Kairupan, "Fungsi dan Tugas Badan Perlindungan Konsumen Nasional dalam Menerima Pengaduan Mengenai Pelanggaran Hak-Hak Konsumen", *Jurnal Lex et Societatis*, Vol. I/No.3, 2013, hal. 124.

<sup>7</sup> Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta, 2011), hal. 213.

Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), serta peraturan perundang-undangan lainnya.

## **B. PEMBAHASAN**

### **1. Tinjauan Mengenai Pengaturan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) di Indonesia**

Perlindungan terhadap konsumen dewasa ini dinilai penting mengingat semakin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang menjadi penggerak bagi produktifitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha.<sup>8</sup> Istilah “perlindungan konsumen” saling berkaitan dengan perlindungan hukum. Maka dari itu, perlindungan konsumen mengandung aspek-aspek hukum. Adapun materi yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekedar fisik, melainkan terlebih hak-haknya yang bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen identic dengan perlindungan yang diberikan hukum tentang hak-hak konsumen.<sup>9</sup>

Perlindungan konsumen sebagaimana dimaksudkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. salah satu tugas dari Direktorat Pemberdayaan Konsumen terkait dengan pembuatan regulasi pro konsumen ialah dengan menerbitkan beberapa regulasi teknis sebagai Pelaksanaan UUPK, dimana pada intinya peraturan tersebut dimaksudkan guna melindungi konsumen dan memberikan kepastian berusaha bagi pelaku usaha sehingga tercipta hubungan yang harmonis antara konsumen dan pelaku usaha. Berdasarkan hal tersebut, perlu adanya kebijakan dan standar norma, kriteria, serta prosedur di bidang perlindungan konsumen.

Indonesia merupakan negara dengan konsumen terbesar keempat di dunia. saat ini konsumen berada dalam pasar yang semakin kompleks dan dihadapkan pada jumlah informasi yang semakin banyak dengan pilihan produk dan jasa yang semakin beragam, akibatnya dikhawatirkan konsumen lebih rentan terhadap penipuan. Maka dari itu,

---

<sup>8</sup> Firman Turmantara Endipraja, *Hukum Perlindungan Konsumen Filosofi Perlindungan Konsumen Dalam Prespektif Politik Hukum Negara Kesejahteraan*, (Malang, 2016), hal. 128.

<sup>9</sup> Siti Azizah, “Legal Standing Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (Lpksm) Dalam Perkara Ekonomi Syari’ah Di Pengadilan Agama”, *Jurnal Muslim Heritage*, Vol. 3 No. 1, 2018, hal. 114.

masyarakat perlu diberikan pemahaman dan pengetahuan mengenai perlindungan konsumen, baik melalui pembinaan atau edukasi maupun melalui media lain sehingga dapat menjadi jembatan untuk mempercepat penyebaran perlindungan konsumen.

Upaya perlindungan konsumen di Indonesia didasarkan pada sejumlah asas serta tujuan yang diyakini bisa memberikan arahan dalam implementasinya di tingkat praktis. Dengan terbentuknya asas dan tujuan yang jelas, maka hukum perlindungan konsumen memiliki dasar pijakan yang kuat.

Berdasarkan Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, terdapat 5 (lima) asas perlindungan konsumen. *Pertama*, Asas manfaat. Asas ini mengandung makna bahwa penerapan UUPK harus memberikan manfaat sebesar – besarnya kepada kedua pihak, konsumen dan pelaku usaha sehingga tidak ada satu pihak yang merasa kedudukannya lebih tinggi dibanding pihak lainnya. *Kedua*, Asas keadilan. Diharapkan melalui asas ini konsumen dan pelaku usaha dapat memperoleh haknya dan menunaikan kewajibannya secara seimbang. *Ketiga*, Asas keseimbangan. Asas ini dimaksudkan untuk kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dapat terwujud secara seimbang tanpa adanya pihak lain yang lebih dilindungi. *Keempat*, Asas keamanan dan keselamatan konsumen. Diharapkan penerapan UUPK akan memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan. *Kelima*, Asas kepastian hukum. Asas ini dimaksudkan baik konsumen dan pelaku usaha menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Dalam upaya meningkatkan penyelenggaraan perlindungan konsumen, pemerintah memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen. Peran aktif dari masyarakat dapat dilakukan dengan tersedianya Lembaga-lembaga yang bergerak pada bidang perlindungan konsumen. Lembaga tersebut berada dibawah naungan Direktorat Perlindungan Konsumen, Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, seperti Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Lembaga diatas memiliki tugas serta perannya masing-masing. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) merupakan salah satu dari lembaga yang disebutkan

sebelumnya, yaitu lembaga non-pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.

Sesuai dalam Pasal 31 Undang-Undang Perlindungan Konsumen bahwa “dalam rangka mengembangkan upaya perlindungan konsumen dibentuk Badan Perlindungan Konsumen Nasional”. Fungsi BPKN ialah untuk memberikan saran serta pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia. Tak hanya melindungi konsumen saja, melainkan juga untuk melindungi para pelaku usaha. Untuk menjalankan fungsi tersebut, BPKN memiliki tugas diantaranya menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, yakni melewati Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM).

Dengan memperhatikan tugas dan fungsi BPKN dan LPKSM menurut Undang-Undang dapat dikatakan bahwa kedudukan BPKN mempunyai persamaan dengan LPKSM, yakni antara dua lembaga tersebut memiliki tugas yang sama untuk menerima keluhan dan pengaduan konsumen, dan hanya dibedakan berdasarkan inisiatif pembentukannya, yaitu bilamana inisiatif pembentukan LPKSM berasal dari masyarakat maka pembentukan BPKN berasal dari pemerintah.<sup>10</sup>

Lembaga perlindungan konsumen nasional Indonesia telah diamanatkan dalam UUPK, khususnya pada Pasal 44 yang membahas mengenai Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Dalam Pasal 44 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 menyatakan bahwa pemerintah mengakui Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang memenuhi syarat, antara lain terdaftar dan diakui serta bergerak di bidang perlindungan konsumen dan memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen. LPKSM bertugas untuk membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen. Pada pengertian lain, lembaga perlindungan konsumen merupakan suatu wadah yang menangani kasus-kasus ataupun hal yang berkenaan dengan konsumen. Lembaga ini berperan sangat penting dalam keberjalanan hidup masyarakat karena setiap konsumen berhak mendapatkan hak-haknya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Hulman Panjaitan, *Hukum Perlindungan Konsumen: Reposisi dan Penguatan Kelembagaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Dalam Memberikan Keseimbangan Dengan Pelaku Usaha*, (Jakarta, 2021), hal. 133.

<sup>11</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta, 2014), hal. 30.



Tugas LPKSM lainnya adalah untuk menyebarkan informasi mengenai perlindungan konsumen, itulah sebabnya kegiatan ini bertujuan memberdayakan LPKSM dalam menyebarkan informasi tentang perlindungan konsumen dan sekaligus untuk mengedukasi konsumen. Penyebaran yang dilakukan oleh LPKSM adalah menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban serta kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.

Penjelasan pada Pasal 30 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengenai bentuk pengawasan yaitu pada angka (3) yaitu pengawasan oleh masyarakat dan LPKSM dilakukan terhadap barang dan jasa yang beredar di pasar. Bentuk pengawasan yang dilakukan dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen ialah dengan cara penelitian, pengujian, dan/atau survey terhadap aspek yang meliputi pemuatan informasi tentang risiko penggunaan barang, pemasangan label, pengiklanan dan lainnya yang diisyaratkan oleh ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebiasaan dalam praktek dunia usaha, menuntut upaya pemberian pemahaman dan peningkatan kesadaran apa yang menjadi hak-haknya menjadi sangat penting.

Pengaturan mengenai bentuk pengawasan juga diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen bahwa pengawasan oleh pemerintah dilakukan terhadap pelaku usaha dalam memenuhi standar mutu produksi barang dan/atau jasa, pencantuman label dan klausula baku, serta pelayanan purna jual barang dan/atau jasa. Pelayanan purna jual yang dimaksudkan adalah pelayanan yang dilakukan oleh pelaku usaha terhadap konsumen, contohnya dalam tersedianya suku cadang dan jaminan atau garansi.

Secara konkrit pengawasan yang dilakukan oleh LPKSM juga diatur dalam Pasal 10 Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001:

1. Pengawasan oleh LPKSM dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar.
2. Pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan dengan cara penelitian, pengujian, atau survey. Disamping dapat juga berdasarkan laporan dan pengaduan dari masyarakat baik yang bersifat perseorangan maupun kelompok.
3. Aspek pengawasan meliputi pemuatan informasi tentang resiko penggunaan barang jika diharuskan, pemasangan label, pengiklanan, dan lain-lain yang

diisyaratkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebiasaan dalam praktik dunia usaha.

4. Penelitian, pengujian, dan/atau survey sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang diduga tidak memenuhi unsur keamanan, kesehatan, kenyamanan, dan keselamatan konsumen, Adapun pelaksanaannya dapat dilakukan baik sebelum atau sesudah terjadi hal-hal yang membahayakan keselamatan konsumen.
5. Hasil pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan disampaikan kepada menteri dan menteri teknis.

Penjelasan mengenai Peraturan Pemerintah tersebut menentukan bahwa pengawasan perlindungan konsumen dilakukan secara bersama oleh pemerintah, LPKSM, dan masyarakat, mengingat banyaknya ragam dan jenis barang dan/atau jasa yang beredar di pasar serta luasnya wilayah Indonesia.<sup>12</sup>

## **2. Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) dalam Memberikan Perlindungan Bagi Masyarakat**

Indonesia dengan jumlah populasi lebih dari dua ratus enam puluh lima juta jiwa dan tingkat konsumsi masyarakat yang tinggi menjadi pasar yang potensial bagi banyak negara. Semakin banyak barang yang beredar, maka semakin besar kemungkinan terjadinya sengketa antara pelaku usaha dan konsumen, maka diperlukan peran lebih dari pemerintah, untuk itu perlu diperkuat kelembagaan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen.

Pemerintah melalui lembaga yang berfokus kepada pemberian perlindungan kepada konsumen, berupaya untuk meningkatkan perlindungan dan jaminan produk, kepastian mutu, jumlah, serta keamanan barang dan/atau jasa yang diperolehnya di pasar, hal ini demi peningkatan kesejahteraan masyarakat.<sup>13</sup> Dengan dibentuknya Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) di Kabupaten/Kota diharapkan dapat menjadi akses masyarakat untuk mengadukan sengketa konsumen menjadi lebih mudah. Selain itu, diperlukan pembinaan terhadap lembaga, seperti Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yang berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen memiliki tugas dalam memberikan advokasi kepada konsumen.

---

<sup>12</sup> Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta, 2004), hal. 189.

<sup>13</sup> Kadi Sukarna, "Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Terhadap Konsumen dan Pelaku Usaha", *Jurnal Humani*, Vol. 6 No. 1, 2016, hal. 4.

Untuk mewujudkan efektifitas perlindungan konsumen dan pertumbuhan ekonomi, dibutuhkan semangat, kepedulian kompetensi, serta komitmen untuk mewujudkannya dari semua pemangku kepentingan. Dalam pelaksanaannya diperlukan adanya satu pemahaman dan koordinasi diantara aparat maupun pelaksana regulasi, pelaku usaha, dan juga masyarakat.

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pemerintah mendukung keberadaan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Keberadaan LPKSM dimaksudkan untuk memberikan bantuan kepada masyarakat agar hak-haknya bisa terlindungi disamping bertujuan untuk meningkatkan kesadaran kritis konsumen tentang hak dan tanggung jawabnya sebagai konsumen, sehingga dapat melindungi dirinya, keluarga, serta lingkungannya.

Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang bergerak di bidang perlindungan konsumen ini sangat dibutuhkan dalam masyarakat. Peran LPKSM yang diakui oleh pemerintah yaitu memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen. LPKSM berdiri atas perintah dari undang-undang dan diakui keberadaannya serta memiliki kegiatan sebagaimana pada Pasal 44 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu:

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

Di sisi lain, lembaga pengawasan dan/atau instansi pemerintah dapat dianggap bertanggungjawab terhadap pengawasan peredaran barang-barang dan jasa yang dikonsumsi oleh masyarakat seperti, BPOM, DINKES, dan departemen terkait yang mengeluarkan izin produksi, perdagangan, dan peredaran suatu produk. Tidak mudah dibohongi oleh pihak dari pelaku usaha yang akhirnya merugikan konsumen, seperti pada

contoh kasus formalin dan susu bercampur melamin yang sebenarnya diketahui oleh badan pemerintah terkait tetapi sengaja dibiarkan. Akan tetapi ketika pada terjadinya kasus ini menjadi konsumsi publik dan viral dimedia sosial, barulah pihak pemerintah dapat menindaklanjuti, padahal mungkin sudah mencelakakan dan merugikan banyak pihak.<sup>14</sup>

LPKSM sebagai salah satu lembaga yang didukung oleh berbagai regulasi, sebagai harapan bagi masyarakat Indonesia (konsumen) akan adanya bentuk perlindungan dan juga advokasi yang terpadu serta adanya kemudahan akses bagi seluruh kalangan masyarakat, perlu untuk ditinjau efektifitas serta bagaimana kinerjanya di lapangan. Sebagai bukti empiris, berikut penulis akan memberikan beberapa kondisi aktual mengenai efektifitas serta langkah konkrit yang diupayakan oleh berbagai LPKSM di seluruh wilayah Indonesia untuk menjamin agar hak-hak konsumen bisa terlindungi serta senantiasa berupaya untuk meningkatkan kesadaran kritis konsumen tentang hak dan tanggung jawabnya sebagai konsumen, sehingga dapat melindungi dirinya, keluarga serta lingkungan. Data berikut merupakan laporan kinerja direktorat pemberdayaan konsumen sebagai rujukan, yang kemudian akan penulis pilah datanya yang berkaitan dengan LPKSM, yakni sebagai berikut:

1. Persentase Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang aktif sebesar 60,09% sehingga realisasi tahun 2021 sebesar 100,15%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2020 sebesar 62,31% maka capaian tahun 2021 mengalami sedikit penurunan
2. Persentase pemahaman SDM Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) tereduksi terkait standar perlindungan konsumen pada tahun 2021 sebesar 57,74%. Dari target yang ditetapkan untuk tahun 2021 yaitu 55% maka capaian kinerja mencapai 108,98%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2020 (103.85%), maka pada tahun 2021 mengalami kenaikan capaian.

Melalui penjabaran atas kondisi aktual LPKSM dalam 5 tahun terakhir ini, maka ada beberapa yang bisa penulis kritisi. Berkaitan dengan keaktifan dari Lembaga LPKS, dalam laporan yang dibuat oleh direktorat pemberdayaan konsumen, tidak diberikan penjelasan yang jelas mengenai LPKSM di wilayah mana yang kemudian dikategorikan

---

<sup>14</sup> Ibid, hal. 8.

sebagai LPKSM yang aktif, juga tidak diberikan data konkrit mengenai di daerah mana yang belum memiliki LPKSM.

Hal ini penulis nilai sebagai sebuah hal yang vital dan berpotensi untuk menciptakan masalah domestik, karena menunjukkan adanya indikasi bahwa masih terdapat wilayah di Indonesia yang belum memiliki LPSKM yang aktif dalam memberikan perlindungan dan advokasi kepada para konsumen di wilayahnya. Indonesia yang sedang mengalami perang dagang secara global, seharusnya semakin memperkuat lembaga-lembaga yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, terutama di ranah edukasi dan pendampingan kepada para konsumen, agar dapat memanfaatkan teknologi dan perkembangan pasar dagang dengan lebih bijak, dimana hal tersebut merupakan salah satu tanggung jawab dari LPKSM. Presentase 60% memang bukanlah jumlah yang sedikit, namun bukan juga merupakan presentase yang banyak mengingat kondisi global yang terus mendorong kepada perkembangan di seluruh ranah tidak terkecuali ekonomi, yang hal tersebut perlu untuk dibersamai dengan kemampuan negara serta masyarakat (konsumen) untuk dapat memposisikan diri dengan baik terhadap kondisi tersebut.

Begitu juga dengan catatan terhadap berdayanya SDM di dalam lembaga LPKSM dalam memberikan standar perlindungan, advokasi, dan pendampingan terhadap konsumen, yang penulis nilai jauh dari kata ideal. Presentase yang ditampilkan di atas, memberikan sebuah gambaran bagi penulis bahwa salah satu faktor konsumen di Indonesia belum sampai di tahap yang sudah bijak dan dewasa dalam menjadi konsumen adalah, karena lembaga yang seharusnya memberikan edukasi serta pendampingan terhadap hal tersebut belum kompeten dan baru mencapai presentasi di angka 57,74%, dimana presentase tersebut terbilang presentase yang kecil dan belum memuaskan dalam tingkatan sebagai sebuah lembaga. 2 kondisi aktual mengenai LPKSM tersebut haruslah menjadi dasar pemerintah untuk berbenah dan kembali menguatkan sektor perlindungan konsumen, dimulai dari LPKSM yang sifatnya harusnya menjadi lebih dekat dan akan bersinggungan langsung dengan masyarakat.

Selain membahas mengenai presentase, penulis juga ingin memberikan data mengenai aksi-aksi lapangan yang sudah diupayakan oleh beberapa LPKSM di wilayah Indonesia dalam 5 tahun terakhir, sebagai sebuah gambaran akan kinerja dari LPKSM serta hal-hal apa yang kemudian bisa untuk dijadikan rancangan perbaikan kedepannya, antara lain:

1. Pada tahun 2021 telah dilaksanakan dua kali Penyuluhan Perlindungan Konsumen Oleh Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. Penyuluhan perlindungan konsumen oleh LPKSM angkatan I dilaksanakan pada tanggal 10 April 2021 secara daring melalui *Zoom Meeting* dan diikuti oleh 248 orang peserta. Penyuluhan perlindungan konsumen oleh LPKSM angkatan II dilaksanakan pada tanggal 19 Juni 2021, kembali dilaksanakan secara daring mengingat kondisi bangsa yang masih dalam masa pemulihan pasca pandemic Covid-19 dan diikuti oleh 254 orang peserta. Sehingga jumlah keseluruhan masyarakat yang diedukasi melalui penyuluhan perlindungan konsumen oleh LPKSM sebanyak 502 orang. Hasil dari penyuluhan yang diinisiasi oleh LPKSM ini adalah, masyarakat dari berbagai unsur mendapatkan informasi dan pengetahuan mengenai perlindungan konsumen, sehingga dapat melindungi dirinya sendiri dari konsumsi barang/jasa yang merugikan sebagai langkah preventif dalam perlindungan konsumen.
2. Kegiatan advokasi dan pengaduan kepada stake holder juga menjadi salah satu aktifitas yang kerap kali dilakukan oleh lembaga LPKSM. Sebagai contoh, LPKSM Al-Jabbar, mengadukan sengketa lelang ke DPRD Kabupaten Cirebon, Kamis (16/3/2023) melalui audiensi. Sengketa lelang tersebut antara masyarakat dengan Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang (KPKNL) Cirebon. Sebab, masyarakat yang menjadi peserta lelang sebelumnya sudah dinyatakan menang, tetapi digagalkan. Sedangkan uang jaminan yang sudah masuk sebesar Rp 20 juta tidak bisa dikembalikan.<sup>15</sup> Selain itu, aksi pengaduan juga pernah dilakukan oleh LPKSM Pasopati yang melaporkan dugaan penyelewengan Dana Desa Ke Kejaksaan Negeri Magetan. Kasus dugaan penyelewengan Dana Desa tahun anggaran 2022 Desa Ngariboyo Kecamatan Ngariboyo Kabupaten Magetan menimbulkan desas desus negatif di kalangan masyarakat. LPKSM Pasopati yang aktif dalam melakukan kajian-kajian mengenai kebijakan public di daerah magetan menemukan adanya dugaan penyelewengan anggaran dana desa Ngariboyo. Mulai dari meninjau titik lokasi yang diduga ada permainan didalamnya, hingga mengumpulkan data-data berbasis online. Kajian akademis

---

<sup>15</sup> Fanny Crisna Matahari, *LPKSM Al Jabbar Adukan Sengketa Lelang ke DPRD*, sebagaimana dimuat dalam (<https://kabarcirebon.pikiran-rakyat.com/ciyumajakuning/pr-2936433024/lpksm-al-jabbar-adukan-sengketa-lelang-ke-dprd>), diakses pada tanggal 21 Maret 2023.

itu yang kemudian menjadi dasar bagi LPKSM Pasopati melaporkan aduan kepada pihak Kejaksaan Negeri Magetan dengan harapan dapat memberikan manfaat untuk masyarakat.<sup>16</sup>

Melalui penjabaran aksi nyata yang dilakukan oleh beberapa LPKSM yang telah dijelaskan, patut diberikan apresiasi, karena LPKSM sudah mulai berkembang dan bergerak aktif dalam membangun gerakan untuk bersama tidak hanya melindungi namun juga membangun masyarakat. Gerakan-gerakan LPKSM yang organis seperti inilah yang kemudian patut untuk dijadikan sebuah role model bagi LPKSM di daerah lain untuk meningkatkan partisipasi aktifnya sebagai lembaga yang memiliki keunggulan yakni kedekatan yang lebih dengan masyarakat, serta menjadi acuan bagi pemerintah untuk serius dalam memberikan perlindungan kepada masyarakat selaku calon-calon konsumen yang sewaktu-waktu akan dimanfaatkan oleh komoditas pasar global untuk meraup keuntungan sebesar-besarnya melalui masyarakat yang minim pencerdasan dan perlindungan yang belum merata dan maksimal.

## **C. PENUTUP**

### **1. Kesimpulan**

Dalam kesimpulannya, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) merupakan lembaga yang sangat penting bagi konsumen di Indonesia. mereka memiliki peran penting dalam melindungi hak-hak konsumen, memberikan edukasi dan informasi, serta mengawasi produsen atau penjual untuk memastikan keamanan dan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, peran LPKSM sangat diperlukan dan harus terus ditingkatkan agar masyarakat di Indonesia merasa lebih aman, terlindungi, serta dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dengan baik tanpa harus merugikan pelaku usaha maupun konsumen sebagai pengguna barang dan/atau jasa.

### **2. Saran**

Dari penjabaran di atas, penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai acuan yang harapannya tidak hanya menjadi acuan untuk pengembangan kinerja LPKSM, namun juga sebagai acuan untuk meningkatkan efektifitas dalam pemberian perlindungan kepada konsumen Indonesia, yakni sebagai berikut:

---

<sup>16</sup> Surya Neggala, *LPKSM Pasopati Laporkan Dugaan Penyelewengan DD Ke Kejaksaan Negeri Magetan*, sebagaimana dimuat dalam (<https://suryanenggala.id/2023/02/09/lpksm-pasopati-laporkan-dugaan-penyelewengan-dd-ke-kejaksaan-negeri-magetan/>), diakses pada tanggal 23 Maret 2023.

- a) Pemerintah harus menjadikan program-program yang berkaitan dengan perlindungan konsumen sebagai salah satu program prioritas. Masyarakat yang hari ini semakin mudah mengakses informasi namun tidak dibarengi dengan kemampuannya untuk memahami bagaimana untuk bisa menjadi konsumen yang bijak dan hati-hati, akan menjadi bumerang tersendiri bagi masyarakat dan juga pemerintah yang seharusnya kemajuan teknologi merupakan sebuah potensi untuk memajukan bangsa. Oleh karena itu, program perlindungan nasional harus menjadi prioritas, mulai dari lembaga nasional sampai dengan swadaya masyarakat, harus bekerja sama membangun sebuah filter bagi masyarakat agar menjadi konsumen yang cerdas dan terhindar dari segala bentuk penipuan yang akan merugikan mereka.
- b) Perbaharui substansi substansi Undang-undang Perlindungan Konsumen. Undang-undang Perlindungan konsumen, apabila dikaji lebih mendalam, masih terdapat pasal-pasal yang di dalamnya memuat aturan yang lebih menguntungkan pasar/pedagang dibandingkan memberikan perlindungan kepada konsumen. Pasal seperti ini harus kemudian diubah dan disesuaikan dengan *basic demand* masyarakat, yakni perlindungan yang menyeluruh kepada masyarakat. Selain itu, substansi di dalam bagian mengenai LPSKM, perlu diperbaharui, salah satu gagasan penulis, untuk kemudian menyelesaikan permasalahan ketidakmerataannya LPSKM di wilayah Indonesia, dalam 3-4 tahun ke depan, perlu untuk adanya LPKSM di seluruh wilayah Indonesia, yang dapat diwujudkan melalui adanya regulasi yang mewajibkan adanya LPKSM, minimal di daerah setingkat kabupaten/ kota untuk memastikan adanya akses advokasi yang merata bagi seluruh masyarakat.
- c) Inisiasi program intensif untuk meningkatkan kualitas SDM pengurus LPKSM. Ketidakmaksimalan kinerja LPKSM yang berkaitan pada ketidakmampuan untuk melakukan advokasi dan meningkatkan keaktifan lembaga secara maksimal merupakan dampak dari tidak memadainya SDM yang hadir di LPKSM. Oleh karena itu, perlu untuk diberikan pencerdasan dan pelatihan intensif bagi pengurus LPKSM untuk bisa memenuhi tanggung jawabnya sebagai lembaga yang dapat menjadi jembatan bagi masyarakat untuk mendapatkan perlindungan sebagai konsumen.



d) Meningkatkan fungsi *Check and Balances*. Berdasarkan laporan kinerja Direktorat pemberdayaan konsumen, dibagian kinerja LPKSM, dari mulai program yang terlaksana dan juga kinerja dari LPKSM, cenderung monoton dan belum mampu untuk menyelesaikan permasalahan, yang sejatinya permasalahan bagi lembaga ini pun berkuat pada ketidak merataan, ketidak aktifan, dan juga minimnya kualitas SDM yang memadai. Oleh karena itu, setiap wilayah yang memiliki LPKSM wajib untuk rutin melakukan evaluasi dan pengembangan dengan pendekatan yang sesuai dengan daerah masing-masing, agar relevansi manfaat LPKSM dapat terus tersalurkan dan berperan dengan baik bagi masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

### 1. Buku

- Kristiyanti, Celina Tri Siwi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta, 2014)
- Miru, Ahmad dan Yodo, Sutarman, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta, 2011).
- Sofia, Yusuf, *Penyelesaian Sengketa Konsumen Menurut UUPK Teori dan Praktik Penegakan Hukum*, (Jakarta, 2003).
- Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta, 2013).

### 2. Jurnal

- Kairupan, Claudya Angelia, “Fungsi dan Tugas Badan Perlindungan Konsumen Nasional dalam Menerima Pengaduan Mengenai Pelanggaran Hak-Hak Konsumen”, *Jurnal Lex et Societatis*, Vol. I/No.3, 2013, hal. 124
- Sinaga, Niru Anita dan Sulisrudatin, Nunuk, “Pelaksanaan Perlindungan Konsumen di Indonesia”, *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara Fakultas Hukum Universitas Suryadarma*, Vol. 5 No. 2, 2015, hal. 74
- Sukarna, Kadi, “Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Terhadap Konsumen dan Pelaku Usaha”, *Jurnal Humani*, Vol. 6 No. 1, 2016, hal. 4

### 3. Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

### 4. Internet

- Liputan6, *Ramai-Ramai Menarik Ajinomoto*, sebagaimana dimuat dalam (<https://www.liputan6.com/news/read/6058/ramai-ramai-menarik-ajinomoto>), diakses pada tanggal 22 November 2022
- Matahari, Fanny Crisna, *LPKSM Al Jabbar Adukan Sengketa Lelang ke DPRD*, sebagaimana dimuat dalam (<https://kabarcirebon.pikiran-rakyat.com/ciayumajakuning/pr-2936433024/lpksm-al-jabbar-adukan-sengketa-lelang-ke-dprd>), diakses pada tanggal 21 Maret 2023
- Neggala, Surya, *LPKSM Pasopati Laporkan Dugaan Penyelewengan DD Ke Kejaksaan Negeri Magetan*, sebagaimana dimuat dalam (<https://suryanenggala.id/2023/02/09/lpksm-pasopati-laporkan-dugaan-penyelewengan-dd-ke-kejaksaan-negeri-magetan/>), diakses pada tanggal 23 Maret 2023.