



Jurnal Multidisiplin Indonesia

Journal homepage: <https://jmi.rivierapublishing.id/>

ISSN 2963-2900 E-ISSN 2964-9048

PERLINDUNGAN KONSUMEN JASA KEUANGAN (STUDI PERAN LEMBAGA KONSUMEN YOGYAKARTA)

Nurul Amaliah
Universitas Islam Indonesia
amelian082@gmail.com

Riwayat Artikel:

Received: 29-11-2022

Revised: 17-12-2022

Accepted: 20-12-2022

Keywords: Consumer protection; consumer financial services; the role of consumer institutions in Yogyakarta

Kata Kunci: Perlindungan konsumen; konsumen jasa keuangan; peran lembaga konsumen Yogyakarta.

Abstract

Protection of financial service consumers is an important instrument that needs to be carried out by related institutions in realizing consumer protection. This study aims to analyze: (i) the role of Yogyakarta consumer institutions in protecting consumers of financial services; (ii) guidance and supervision by Yogyakarta consumer institutions in protecting consumers of financial services. The results showed the role of Yogyakarta consumer institutions, namely through complaint services and advocacy services. In practice, the position of business actors is higher than that of consumers, so LKY has the duty to encourage a parallel between the position of consumers and business actors. The guidance carried out by the Yogyakarta consumer institution is the formation of conscious consumer groups, public campaigns and training. Supervision from LKY is in the form of joint supervision of the government and the community regarding consumer protection in the form of supervision by LKY of financial services by means of research, testing, and surveys. However, there are some lack of optimality from LKY, namely the lack of recent innovations related to community programs and the lack of use of social media in providing information related to consumer protection. LKY needs to be optimized by disseminating its existence in the community so that consumer dispute resolution can be resolved at LKY.

Abstrak

Perlindungan konsumen jasa keuangan merupakan instrumen penting yang perlu dilakukan oleh lembaga-lembaga terkait dalam mewujudkan perlindungan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (i) peran lembaga konsumen yogyakarta dalam melindungi konsumen jasa keuangan; (ii) pembinaan dan pengawasan oleh lembaga konsumen yogyakarta dalam melindungi konsumen jasa keuangan. Hasil penelitian menunjukkan peran lembaga konsumen yogyakarta yaitu melalui layanan pengaduan dan layanan advokasi. Pada praktiknya kedudukan pelaku usaha lebih tinggi daripada konsumen sehingga LKY bertugas untuk mendorong adanya kesejajaran antara kedudukan konsumen dan pelaku usaha. Pembinaan yang dilakukan oleh lembaga konsumen yogyakarta yaitu dengan pembentukan kelompok konsumen sadar, kampanye publik dan pelatihan. Pengawasan dari LKY berupa

pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terkait perlindungan konsumen bentuk pengawasan oleh LKY terhadap jasa keuangan dengan cara penelitian, pengujian, dan survei. Namun ada beberapa ketidakefektifan dari LKY yaitu kurangnya inovasi terbaru terkait program untuk masyarakat dan kurangnya pemanfaatan sosial media dalam pemberian informasi terkait perlindungan konsumen. LKY perlu dioptimalkan dengan dilakukan sosialisasi keberadaannya di masyarakat agar penyelesaian sengketa konsumen dapat diselesaikan di LKY.

Corresponding Author: Nurul Amaliah
E-mail: amelian082@gmail.com



PENDAHULUAN

Betapa rentannya kerugian yang dialami oleh konsumen khususnya pada konsumen jasa keuangan. Upaya hukum yang telah dilakukan untuk melindungi konsumen jasa keuangan sampai sekarang belum juga dapat mengurangi tingkat kerugian konsumen jasa keuangan.

Yogyakarta sebagai salah satu daerah di Indonesia yang memiliki beberapa masalah yang harus dihadapi, salah satunya dalam perlindungan konsumen terkhusus perlindungan terhadap konsumen jasa keuangan. Banyaknya permasalahan yang dihadapi membuat perkumpulan relawan bersedia membentuk suatu kelembagaan yang bernama Lembaga Konsumen Yogyakarta.

Awalnya LKY bernama Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) perwakilan untuk Daerah Istimewa Yogyakarta. YLKI lahir pada tanggal 11 Mei 1973. Awalnya yayasan ini berkaitan dengan rasa mawas diri. Terhadap promosi untuk memperlancar barang-barang dalam negeri. Adanya keinginan dan desakan masyarakat untuk melindungi dirinya dari barang yang rendah mutunya telah memacu untuk memikirkan secara sungguh-sungguh usaha untuk melindungi konsumen, dan mulailah gerakan untuk merealisasikan cita-cita itu. 20 Mei 1999 Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) dan berganti nama menjadi YLKI Yogyakarta. Musyawarah Anggota ke II pada bulan Mei tahun 2005 disepakati pergantian nama dari YLKI Yogyakarta menjadi Lembaga Konsumen Yogyakarta (LKY).

Kesejahteraan Masyarakat merupakan hal penting dalam tolak ukur kesuksesan pembangunan ekonomi di suatu negara. Dalam negara Indonesia pada dasarnya masyarakat sebagian besarnya merupakan konsumen dalam dunia perekonomian. Perlindungan konsumen sudah menjadi prioritas bila negara Indonesia ingin menjadi negara yang sukses dalam pembangunan ekonomi nasional. (Billah, 2018)

Dewasa ini perlindungan terhadap konsumen dipandang secara material maupun formal makin terasa sangat penting, mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktivitas dan efisiensi produsen atas barang dan jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha, dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, akhirnya baik langsung atau tidak langsung, konsumen lah yang pada umumnya akan merasakan dampaknya. (Siwi, 2011, p. 5)

Hubungan hukum antara penyedia layanan jasa keuangan dengan konsumen semestinya setara. De facto maupun de jure konsumen ada dalam posisi yang lemah di hadapan penyedia jasa. Terdapat banyak faktor yang menyebabkan kelemahan konsumen. Diantara berbagai hal yang menyebabkan lemahnya posisi konsumen itu adalah faktor ketidaktahuan

konsumen dan ketiadaan daya tawar konsumen. Ketidakseimbangan kedudukan hubungan hukum antara konsumen dan penyedia layanan jasa keuangan dibangun seringkali menimbulkan berbagai macam kerugian di tingkat konsumen. Ketika konsumen tertarik dengan promosi yang ditawarkan pelaku usaha jasa keuangan, sesungguhnya ia tidak menyadari persoalan yang akan dihadapi berikutnya. Persoalan akan timbul ketika konsumen menghadapi formula perjanjian baku yang di dalamnya banyak terdapat klausula baku yang mengharuskan konsumen setuju. (Satory, 2015)

Terbentuknya Undang-Undang Perlindungan Konsumen dirumuskan dengan mengacu pada filosofi pembangunan nasional yang pada dasarnya termasuk pembangunan hukum yang memberikan perlindungan terhadap konsumen dalam rangka membangun manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945, selain itu dalam Burgerlijk Wetboek (BW) atau Kitab Undang-Undang Hukum Perdata juga terdapat ketentuan yang bertendensi melindungi konsumen seperti dalam Buku III, Bab III yang dimulai dari pasal 1365, berbunyi: "Tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian itu karena kesalahannya untuk menggantikan kerugian tersebut". (Subekti, 2008)

Lembaga konsumen swadaya masyarakat diberi wewenang oleh pemerintah untuk membantu konsumen memperjuangkan haknya tersebut sesuai dengan yang tertuang didalam pasal 44 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Konsumen ternyata tidak hanya dihadapkan pada persoalan lemahnya literasi (pendidikan) konsumen juga yang rendah dan kesadaran terhadap hak-haknya sebagai konsumen. Hak-hak yang dimaksud, misalnya bahwa konsumen tidak mendapatkan penjelasan tentang manfaat barang atau jasa yang dikonsumsi. Lebih dari itu, konsumen ternyata tidak memiliki posisi tawar yang berimbang dengan pihak pelaku. (Widjaja, 2001, p. 3)

Hukum perlindungan konsumen dalam sektor jasa keuangan erat hubungannya dengan konsumen itu sendiri. Menurut Shidarta, suatu peristiwa hukum perlindungan konsumen dikatakan sudah terjadi apabila "konsumen" secara langsung terlibat di dalamnya. Jika tidak, maka bisa dipastikan bahwa area hukum itu bukan bidang hukum perlindungan konsumen. Menurut Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang dimaksud dengan perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Kalimat yang menyatakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum, diharapkan mampu menjadi perisai untuk meniadakan tindakan semena-mena yang merugikan pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen.

Perlindungan ini perlu diberikan karena selama ini konsumen selalu berada di posisi yang lemah jika berhadapan dengan pelaku usaha sehingga perlu dilindungi. Kalimat yang menyatakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum, diharapkan mampu menjadi perisai untuk meniadakan tindakan semena-mena yang merugikan pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen. (Samsul, 2004)

Diberlakukannya UUPK tujuannya adalah untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen melalui peningkatan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkan sikap pelaku usaha yang bertanggungjawab. Indonesia merupakan negara hukum yang menjunjung tinggi nilai keadilan bagi warga masyarakatnya, tetapi masih terlihat pengimplementasiannya masyarakat atau warga yang melakoni sebagai pelaku usaha atau produsen kadang kala masih menyimpang dan mengabaikan kewajibannya dalam pemenuhan hak-hak konsumen yang mengalami kerugian dalam penggunaan barang dan/atau jasanya. (Rizky, 2015)

Masyarakat banyak yang tidak tahu bahwa betapa banyaknya pengaduan yang masuk

ke LKY sebagai Lembaga yang menangani mengenai keluhan konsumen yang berada di Kota Yogyakarta. Kelemahan dan persoalan yang dihadapi konsumen jasa keuangan pada saat sebelum ataupun sesudah transaksi berlangsung yang membuat konsumen mengalami kerugian. Lembaga Konsumen Yogyakarta menyatakan jasa keuangan di sektor perbankan dan kredit pinjaman masih banyak mendominasi jumlah pengaduan yang masuk dari masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta. Lembaga Konsumen Yogyakarta menerima aduan baik melalui surat langsung, surat tembusan, melalui surat elektronik maupun telepon. Banyaknya pengaduan perbankan di Daerah Istimewa Yogyakarta rata-rata terkait masih adanya informasi perbankan yang dinilai tidak transparan baik menyangkut masalah beban dan kewajiban nasabah serta penghitungan bunga angsuran di bank-bank swasta maupun negeri. Akses pinjaman yang semakin mudah dan banyak berceceran dimana-mana menjadi satu sisi membawa positif karena permodalan semakin mudah didapat, tetapi juga tidak jarang membawa dampak negatif apabila prosedur serta ketentuan bunga pinjaman tidak jelas dengan kriteria pemilik jasa pinjaman yang tidak jelas. (Hasil wawancara dengan Dwi Priyono di bidang advokasi di LKY pada 30 Juni 2020)

Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara materiil maupun formal makin terasa sangat penting, mengingat makin lajunya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktivitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, akhirnya baik langsung atau tidak langsung, maka konsumenlah yang pada umumnya akan merasakan dampaknya. (Hartono, 2000, p. 78)

Dengan demikian upaya-upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan suatu hal yang penting dan mendesak, untuk segera dicari solusinya, terutama di Indonesia, mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan dan menyangkut perlindungan konsumen lebih-lebih menyongsong era perdagangan bebas yang akan datang. (Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, 2000, p. 33)

Menarik untuk diamati, dari tahun ke tahun, karakter pengaduan konsumen tidak banyak mengalami perubahan jika dilihat dari sisi penyedia jasa. Artinya, pelaku usaha jasa keuangan yang sama hingga kini terus dikeluhkan oleh konsumen. itu sebabnya dalam hal ini Lembaga Konsumen Yogyakarta berkesimpulan bahwa kualitas layanan di sektor jasa keuangan di negeri ini masih buruk.

METODA PENELITIAN

Peneliti menggunakan pendekatan penelitian hukum normatif empiris. Penelitian hukum normatif empiris adalah penelitian hukum mengenai pemberlakuan ketentuan hukum normatif (kodifikasi, undang-undang atau kontrak) secara in action pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat (Muhammad, 2004, p. 134). Pendekatan normatif empiris adalah menekankan penelitian yang bertujuan memperoleh pengetahuan secara empiris dengan jalan terjun langsung ke obyeknya yaitu mengetahui perlindungan konsumen jasa keuangan di Daerah Istimewa Yogyakarta melalui wawancara dengan Kepala Lembaga Konsumen Yogyakarta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Peran Lembaga Konsumen Yogyakarta dalam Melindungi Konsumen Jasa Keuangan yang dirugikan

Pengaturan perlindungan konsumen di sektor jasa keuangan seharusnya memperhatikan keberadaan peraturan perundang-undangan perlindungan konsumen di

Indonesia. UUPK sebagai undang-undang payung atau umbrella act bagi pengaturan di bidang perlindungan konsumen di Indonesia seharusnya menjadi rujukan terhadap pembentukan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen. Upaya-upaya mewujudkan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam kerangka sistem hukum. (Mertokusumo, 2009, p. 18)

Sudaryatmo mengatakan peran lembaga konsumen dalam suatu negara sangat penting untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen. Pentingnya peran lembaga konsumen ini, pada kongres konsumen sedunia di Santiago, sempat mengemuka tentang bagaimana peran lembaga konsumen nasional dalam memfasilitasi konsumen memperoleh keadilan. Untuk menjawab pertanyaan ini, maka format yang ideal adalah bahwa perlindungan konsumen akan efektif jika secara simultan dilakukan dalam dua *level*/arus sekaligus, yaitu arus bawah ada lembaga konsumen yang kuat dan terosialisasi secara luas di masyarakat dan sekaligus secara representatif dapat menampung dan memperjuangkan aspirasi konsumen. Sebaliknya dari arus atas, ada bagian dalam struktur kekuasaan yang secara khusus mengurus perlindungan konsumen. Semakin tinggi bagian tersebut semakin besar pula power yang dimiliki dalam melindungi kepentingan konsumen. Jadi efektif tidaknya perlindungan konsumen suatu negara tidak semata-mata tergantung pada lembaga konsumen, tapi juga kepedulian pemerintah, khususnya melalui institusi yang dibentuk untuk melindungi konsumen. (Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, 2000, p. 199)

Sesuai pendapat tersebut, maka dapat diketahui bahwa kehadiran Badan Perlindungan Konsumen Nasional yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden, merupakan bentuk perlindungan dari arus atas (*top-down*), sementara arus bawah (*bottom-up*) dalam hal ini diperankan oleh lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang representatif dapat menampung dan memperjuangkan aspirasi konsumen. Termasuk kategori arus bawah adalah YLKI. (*Ibid*)

Lembaga Konsumen Yogyakarta (LKY) sebagai Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Pengaturan penyelesaian sengketa konsumen di LKY termuat dalam *Standard Operating Procedure* (SOP) dalam layanan pengaduan dan layanan advokasi. Melalui peran LKY dalam layanan pengaduan berupa pemeriksaan ada tidaknya sengketa konsumen, pemberian informasi pilihan penyelesaian sengketa konsumen dan proses penyelesaian sengketa konsumen. Sedangkan layanan advokasi melakukan berbagai penelitian, baik dalam rangka pengumpulan data untuk memperkuat kinerja organisasi maupun untuk dijadikan dasar melakukan upaya perubahan kebijakan (advokasi).

Upaya meningkatkan kesadaran konsumen, LKY selalu berusaha melaksanakan kegiatan yang bersifat terjun langsung ke masyarakat dengan tujuan agar masyarakat mendapatkan informasi-informasi terkait perlindungan konsumen guna meningkatkan kesadaran akan hak-hak konsumen. Bentuk advokasi ini antara lain dengan pendampingan-pendampingan kepada konsumen pada saat konsumen mengalami dan menghadapi permasalahan dengan pelaku usaha jasa keuangan ataupun pihak lain (misalnya pemerintah). (Hasil wawancara dengan Dwi Priyono di bidang advokasi di LKY pada 30 Juni 2020)

Peran Lembaga yang bergerak dibidang perlindungan konsumen menjadi penting, terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen, membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan dan pengaduan konsumen, melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen. (Pantouw, 2016)

Peran LKY dalam melindungi konsumen jasa keuangan secara eksplisit telah

diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 59 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) dalam Pasal 3 huruf b, disebutkan bahwa LPKSM memiliki tugas untuk memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukan, LKY yang merupakan LKPSM memiliki kewajiban seperti yang dijelaskan dalam pasal tersebut.

Peran lembaga konsumen dalam suatu negara sangat penting untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen. Begitu pentingnya peran lembaga konsumen ini, pada kongres konsumen seduina di Santiago, sempat mengemukakan tentang bagaimana peran lembaga konsumen dalam memfasilitasi konsumen memperoleh keadilan. Untuk menjawab pertanyaan ini, maka format yang ideal adalah bahwa perlindungan konsumen akan efektif jika secara stimulan dilakukan dalam dua level/arus sekaligus, yaitu dari arus bawah ada lembaga konsumen yang kuat dan tersosialisasi secara luas di masyarakat dan sekaligus secara representatif dapat menampung dan memperjuangkan aspirasi konsumen, sebaliknya dari arus atas, ada bagian dalam struktur kekuasaan yang secara khusus mengurus perlindungan konsumen. (Miru, 2011, p. 94)

Semakin tinggi bagian tersebut semakin besar pula power yang dimiliki dalam melindungi kepentingan konsumen. Dengan demikian, efektif tidaknya perlindungan konsumen suatu negara tidak semata-mata tergantung pada lembaga konsumen, tapi juga kepedulian pemerintah, khususnya melalui institusi yang dibentuk untuk melindungi konsumen. (*Ibid*)

Lembaga Konsumen Yogyakarta sebagai Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang membantu konsumen untuk menyelesaikan sengketanya melalui mediasi. Faktor yang mempengaruhi konsumen untuk menyelesaikan sengketa konsumen melalui mediasi yaitu penyelesaian sengketa konsumen di LKY tidak formal seperti di pengadilan, kerugian yang dialami konsumen tidak besar dan biaya penyelesaian sengketa tidak mahal.

Lembaga Konsumen Yogyakarta sebagai Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat serta membantu konsumen untuk menyelesaikan sengketanya melalui mediasi merupakan lembaga penyelesaian sengketa yang mudah dan murah sehingga peran Lembaga Konsumen Yogyakarta perlu dioptimalkan dengan dilakukan sosialisasi keberadaannya di masyarakat agar penyelesaian sengketa konsumen dapat diselesaikan di LKY. (Astuti, 2018)

B. Pembinaan dan Pengawasan Lembaga Konsumen Yogyakarta dalam Melindungi Konsumen Jasa Keuangan yang dirugikan

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 angka 4 “Barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.” Pasal 1 angka 50 “Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.”

Munculnya gerakan “konsumerisme” dan segala permasalahannya ke permukaan masih relatif baru. Kepopuleran dan paham kosumerisme ini baru mulai mendapat perhatian dunia bisnis maupun birokrasi sejak Presiden Amerika Serikat, Kennedy pada tahun 1962 mengukuhkan adanya hak-hak konsumen. Pengukuhan ini timbul atas desakan konsumen di Amerika pada tahun 1930-an yang sudah mulai mempertanyakan adanya ketidakadilan dalam memperoleh pelayanan, baik jasa pelayanan yang disediakan oleh pemerintah. Konsumen mulai mempermasalahkannya adanya ketidaksesuaian harga dengan mutu barang atau jasa serta keselamatan penggunaannya. Pemasaran barang dan jasa serta keselamatan penggunaannya. Pemasaran barang dan jasa secara bebas dan canggung di

negara liberal itu telah menimbulkan mekanisme defensive di kalangan konsumen dan mulai terdapat ketidakpercayaan akan informasi sepihak yang disampaikan para produsen. (Kristiyanti, 2008, p. 122)

1. Pembinaan oleh Lembaga Konsumen Yogyakarta

Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada awalnya dirumuskan dengan mengacu kepada filosofi pembangunan nasional dimana pembangunan nasional mempunyai tujuan untuk memberikan perlindungan kepada rakyat Indonesia. Berdasarkan UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen itulah yang menjadi acuan untuk perlindungan konsumen. Bertugas dalam melaksanakan pembinaan dan penyelenggaraan perlindungan konsumen sesuai UUPK berada pada kekuasaan Menteri perdagangan, maka secara struktural dan fungsi yang diberikan tersebut menjadi tugas yang dilimpahkan Direktorat Jenderal Standardisasi dan Perlindungan Konsumen yang kemudian dilaksanakan oleh Direktorat Pemberdayaan Konsumen. (Ruslan, 2016)

Regulasi yang dibuat oleh pemerintah dinilai masih memiliki celah yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha jasa keuangan dalam mencari keuntungan tanpa mempertimbangkan kerugian yang dialami oleh konsumen jasa keuangan. LKY mendorong pemerintah dengan memberikan kritik terkait regulasi yang dapat merugikan konsumen jasa keuangan melalui pembinaan.

Beberapa bentuk pembinaan yang telah LKY buat guna untuk mencerdaskan masyarakat serta pada konsumen jasa keuangan. Program pendidikan konsumen merupakan bentuk pembinaan yang dibentuk oleh LKY dalam rangka meningkatkan pengetahuan dan kesadaran konsumen mengenai permasalahan konsumen serta mendidik masyarakat agar masyarakat menjadi konsumen yang berdaya, cerdas dan kritis. Pemberian pendidikan kepada konsumen adalah dengan pembentukan kelompok konsumen sadar, pelatihan/workshop dan penyuluhan/kampanye publik, dengan cara tersebut diharapkan konsumen dapat memahami apa yang disepakati dalam penggunaan jasa keuangan sehingga harapannya ketika konsumen telah berdaya dan cerdas maka konsumen tersebut tidak akan mengalami hal-hal yang tidak baik.

Pemberian informasi dan pendidikan oleh LKY tentunya akan dapat menanamkan kesadaran masyarakat berkaitan dengan hak-haknya sebagai konsumen. Menurut Soerjono Soekanto, upaya penanaman kesadaran merupakan salah satu cara yang efektif dalam mengubah budaya masyarakat terutama masyarakat bawah. (Soekanto, 1983, p. 66)

Media pendidikan dan penyampaian informasi yang dapat dimanfaatkan oleh LKY untuk melakukan advokasi masih sangat terbatas dan merupakan salah satu permasalahannya. Biasanya terkendala dengan masalah pendanaan. Perkembangan terbaru, pemerintah (Kementerian Perdagangan) telah memiliki website perlindungan konsumen yang dapat memberikan informasi terbaru tentang perlindungan konsumen. Keberadaan website ini tentunya sangat baik terutama untuk masyarakat perkotaan namun, tidak semua masyarakat melek teknologi, oleh sebab itu media konvensional seperti majalah dan brosur tetap perlu dikembangkan. Beberapa program pendidikan meliputi antara lain:

a. Pembentukan Kelompok Konsumen Sadar (KKS)

Awal dari terbentuknya KKS pada tahun 2011, KKS memiliki tujuan untuk membangun kesadaran kolektif masyarakat konsumen dalam memperjuangkan keadilan dan hak-hak konsumen secara bersama-sama. Pengorganisasian ini merupakan salah satu upaya LKY dalam mewujudkan ikatan konsumen yang kuat.

Terbentuknya KKS ini diharapkan konsumen mampu memahami persoalan-persoalan yang dihadapi, memahami arti perlindungan konsumen, memahami perlunya gerakan pemberdayaan konsumen, memahami norma-norma hukum perlindungan konsumen, terlibat dalam advokasi kebijakan perlindungan konsumen.

Inisiasi pembentukan kelompok konsumen dapat dilakukan dengan baik oleh kelompok masyarakat/konsumen maupun pemerintah namun demikian, kelompok/organisasi konsumen belum banyak berkembang di Indonesia. Hasil studi yang dilakukan oleh AIPEG (2015) menyatakan bahwa lembaga advokasi masyarakat belum berkembang secara memadai. Kapasitas masing-masing organisasi konsumen di daerah juga sangat bervariasi sehingga belum optimal dalam memperjuangkan kepentingan konsumen dan belum ada asosiasi yang berfungsi sebagai koordinator dari para lembaga/organisasi konsumen. Pentingnya peranan kelompok/organisasi konsumen belum diiringi dengan perkembangan yang memadai. Jumlah konsumen sebesar 250 juta dan beragamnya jumlah barang dan jasa yang beredar di masyarakat, seharusnya konsumen dapat direpresentasikan melalui kelompok/organisasi. (Pusat Pengkajian Perdagangan Dalam Negeri, 2016, p. 75)

Perkembangannya LKY memiliki beberapa hambatan. Terbatasnya SDM adalah salah satu yang masih dirasakan rendahnya tingkat kesadaran konsumen akan haknya. Hambatan lain yaitu dari sisi pendanaan. Keanggotaan bersifat sukarela. Pendanaan LKY selain dari iuran anggota, sumber dana juga terkadang dapat LKY peroleh lewat proyek-proyek yang dikerjakan bersama mitra LKY. Keterbatasan SDM dan pendanaan juga menjadi alasan kurang berkembangnya beberapa KKS yang di bina. (*Ibid*)

Lahirnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sejatinya untuk mensejajarkan kedudukan antara konsumen dan pelaku usaha, pada praktiknya kedudukan pelaku usaha lebih tinggi daripada konsumen sehingga Lembaga Konsumen Yogyakarta (LKY) bertugas untuk mendorong adanya kesejajaran antara kedudukan konsumen dan pelaku usaha.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 44 ayat (3) huruf b yang menyatakan bahwa tugas dari Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yaitu “memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukan” sehingga dapat disimpulkan dari pernyataan dalam Pasal tersebut membuat LKY sadar bahwa cara yang efektif dalam pemberian nasihat kepada masyarakat yaitu melalui pembentukan Kelompok Konsumen Sadar (KKS).

b. Kampanye Publik

Kampanye Publik usaha untuk penyebarluasan pengetahuan dan informasi bertujuan untuk memberikan informasi serta pengetahuan kepada masyarakat secara luas mengenai pentingnya hak-hak konsumen dan perlindungannya. Melalui berbagai kegiatan seperti: publikasi, seminar, diskusi publik, *talk show interactive* di radio/TV, penerbitan dan penyebaran buletin dan pembagian brosur serta poster kepada konsumen jasa keuangan.

Kampanye Publik ini difokuskan oleh LKY dengan cara terjun langsung ke masyarakat luas agar semakin banyak masyarakat yang menerima informasi yang disampaikan LKY. LKY menginginkan isu yang diinformasikan dapat tersebar untuk semua kalangan masyarakat. *Press Release* sekaligus untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas terkait fakta-fakta, fenomena dan kejadian

mengenai perlindungan konsumen.

Pemberian informasi melalui press release, konsumen secara tidak langsung menjadi tahu apa yang tidak mereka ketahui sebelumnya dan konsumen menjadi lebih tahu dari apa yang mereka ketahui sebelumnya. Press Release yang dilakukan oleh LKY biasanya melalui kegiatan press conference dalam event-event tertentu atau menyampaikan hasil penelitian yang perlu untuk disampaikan. LKY juga mengirim berbagai tulisan untuk dikirim ke berbagai media massa.

Penyuluhan yang dilakukan oleh LKY ada dua kategori yaitu, penyuluhan yang sifatnya bertatap muka langsung dan penyuluhan melalui media berupa siaran radio. Kegiatan penyuluhan yang bersifat tatap muka langsung dilakukan dengan kerjasama dengan universitas, beberapa instansi terkait perlindungan konsumen untuk menyelenggarakan workshop. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran kritis konsumen dalam memahami permasalahan yang dihadapi, serta memahami apa saja hak dan kewajiban yang dimiliki konsumen untuk membangun kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam menjalankan usaha serta meningkatkan kesadaran hukum antar kedua belah pihak baik dari konsumen maupun pihak pelaku usaha jasa keuangan.

Kegiatan penyuluhan melalui media berupa siaran radio. Bekerjasama dengan salah satu radio di Yogyakarta dengan konsep kerja penyediaan narasumber tanpa pungutan biaya dengan mengangkat permasalahan yang relevan dengan isu-isu seperti jasa keuangan yang merugikan masyarakat (Panji Purnomo, 2014). Masyarakat yang mendapatkan informasi dan materi atau pesan-pesan diharapkan memahami akan pentingnya hak-hak konsumen. Radio merupakan media komunikasi yang banyak didengar masyarakat kelas menengah ke bawah.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang termuat dalam Pasal 3, dipaparkan bahwa perlindungan konsumen memiliki tujuan yang sama dengan peran LKY untuk melindungi konsumen melalui pendidikan agar konsumen dapat meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian dalam melindungi diri, mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif, meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.

Pasal 3 tersebut sesuai dengan salah satu pembinaan yang telah LKY lakukan mengenai perlindungan konsumen dengan cara menyelenggarakan kegiatan pendidikan untuk masyarakat agar masyarakat menjadi konsumen yang berdaya, cerdas dan kritis. Masyarakat yang menghadapi suatu permasalahan dalam jasa keuangan nantinya tidak takut lagi untuk melaporkan permasalahan tersebut. Mengikuti pendidikan konsumen diharapkan menjadi konsumen yang mandiri yang dapat memahami dalam menyelesaikan permasalahan jasa keuangan yang merugikannya.

Berdasarkan Pasal 4 Peraturan Pemerintah Nomor 59 tentang LPKSM, dipaparkan tugas LPKSM yaitu menyebarluaskan informasi berbagai pengetahuan mengenai perlindungan konsumen termasuk peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan masalah perlindungan konsumen. Pasal 4 sesuai dengan perlindungan yang dilakukan oleh LKY yaitu melalui kampanye publik. Kampanye publik sendiri dibentuk dan dilaksanakan dengan secara langsung agar informasi-informasi terkait hak-hak dan kewajiban sebagai konsumen dan pelaku jasa keuangan dapat tersampaikan melalui kampanye publik tersebut dapat

dilakukan melalui publikasi, seminar, diskusi publik, serta melalui media massa dengan melakukan talk show interactive di radio/TV.

Pembentukan pendidikan konsumen berupa penyuluhan tersebut memberikan manfaat nyata yang dirasakan kepada masyarakat terutama konsumen jasa keuangan namun dalam pelaksanaan penyuluhan dari pendidikan konsumen itu sendiri masih kurang mendapat perhatian dari generasi Z. Konsumen juga merupakan dari kalangan generasi Z. Sejak kecil generasi Z sudah banyak dikenalkan dengan teknologi dan akrab dengan smartphone dan dapat dikategorikan generasi yang kreatif. Kegiatan tersebut dapat dikatakan masih belum optimal karena generasi Z yang merupakan generasi internet lebih banyak berhubungan sosial lewat dunia maya kurang terinformasi terkait perlindungan konsumen. (Binus, 2018)

Terkait keberadaan LKY sendiri dirasakan masih kurang publikasi, bahkan media sosial yang dapat dijadikan wadah untuk pemberian informasi terkait perlindungan konsumen tidak dimanfaatkan oleh LKY. Diharapkan LKY memberikan informasi publik lebih intens dan aktif dengan pemanfaatan sosial media seperti mengaktifkan *website*, *instagram*, *facebook*, *twitter* dan *youtube* guna mewujudkan perlindungan konsumen melalui media.

c. Pelatihan Konsumen

Menyelenggarakan pelatihan/pendidikan, baik bagi pengiat perlindungan konsumen guna meningkatkan kapabilitas dan kompetensinya, maupun bagi masyarakat pada umumnya agar memahami persoalan-persoalan konsumen dan upaya perlindungannya. Pelatihan yang telah LKY lakukan seperti pelatihan hukum perlindungan konsumen UU Perlindungan Konsumen (UUPK) meskipun UU telah disahkan sejak tahun 1999, namun pelaksanaan dianggap masih jauh dari yang diharapkan.

Pengenalan hukum dan produk-produk aturan lainnya dalam ranah perlindungan konsumen perlu dimengerti dan dipahami oleh pihak-pihak terkait dalam penyediaan barang dan jasa maupun pihak yang berkepentingan terhadap perlindungan konsumen lainnya. Materi yang diberikan yaitu: telaah kritis UUPK, telaah kritis aturan-aturan turunan UUPK, penyelesaian sengketa konsumen dan studi kasus. (Pusat Pengkajian Perdagangan Dalam Negeri, 2016)

Berdasarkan Pasal 44 UUPK dan Pasal 3 huruf a dan b Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang LPKSM, dipaparkan tugas LPKSM yaitu menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban serta kehati-hatian konsumen, dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa serta memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukan. Mewujudkan hal tersebut LKY menyelenggarakan pelatihan-pelatihan terkait perlindungan konsumen.

Berdasarkan Pasal 44 UUPK dan Pasal 3 PP Nomor 59 tersebut tugas LKY yaitu menyelenggarakan pelatihan guna untuk konsumen dalam memahami hak-haknya. Menganut asas manfaat, sehingga masing-masing pihak mendapatkan manfaat baik dari konsumen maupun pelaku usaha jasa keuangan. Pembentukan pendidikan konsumen berupa pelatihan-pelatihan tersebut memberikan manfaat kepada masyarakat terutama konsumen jasa keuangan. Kegiatan tersebut yang telah dilaksanakan diupayakan agar konsumen dan pelaku usaha jasa keuangan menjadi lebih kritis dan paham akan hak dan kewajibannya.

Namun dalam kegiatan tersebut dianggap masih kurang optimal karena

kurangnya inovasi baru terkait program untuk masyarakat, diharapkan LKY mendorong lahirnya program-program baru seperti financial literacy yang diperuntukan bagi masyarakat pada umumnya, agar mereka menjadi lebih terinformasi dan memahami berbagai bentuk dan jenis layanan jasa keuangan sehingga mampu menjadi konsumen yang kritis.

2. Pengawasan oleh Lembaga Konsumen Yogyakarta

Pengawasan yang dilakukan LKY dengan bekerjasama dengan pemerintah dan masyarakat terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen. Masyarakat dalam membantu pengawasan dari lembaga perlindungan konsumen yaitu dengan melaporkan pelaku usaha jasa keuangan yang berpotensi merugikan konsumen. Bentuk pengawasan LKY bersama pemerintah melakukan penelitian, pengujian dan survei. LKY juga melakukan kajian kebijakan bidang perlindungan konsumen. Melakukan pengawasan terhadap jasa keuangan yang beredar. Kajian kebijakan dimaksud untuk menjadi salah satu sumber informasi bagi konsumen jasa keuangan untuk memberikan tambahan pengetahuan dan pemahaman atas hak-hak konsumen.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang LPKSM, dipaparkan tugas LPKSM bahwa pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen dan penerapan ketentuan perundang-undangnya dilaksanakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang LPKSM dalam Pasal 6 juga memaparkan pelaksanaan kerjasama LPKSM dengan instansi terkait meliputi pertukaran informasi mengenai perlindungan konsumen, pengawasan barang/atau jasa yang beredar, dan penyuluhan serta pendidikan konsumen.

Berdasarkan Pasal 10 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, dipaparkan bahwa pengawasan oleh LPKSM dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar. Berdasarkan asas keamanan dan keselamatan adalah untuk memberikan adanya suatu jaminan atas keamanan dan keselamatan atas layanan jasa keuangan sehingga konsumen mendapatkan suatu manfaat dari layanan jasa keuangan yang digunakan.

Pasal 10 ayat (3) memaparkan 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. Aspek pengawasan dari LKY yaitu konsumen jasa keuangan dan pelaku usaha jasa keuangan. Pengawasan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 ayat (1) dilakukan dengan cara penelitian, pengujian, atau survei disamping dapat juga berdasarkan laporan dan pengaduan dari masyarakat baik bersifat perseorangan maupun kelompok. Laporan tersebut berupa laporan yang menyatakan suatu pelaku usaha jasa keuangan berpotensi merugikan konsumen.

Berdasarkan Pasal 8 Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang LPKSM juga memaparkan pengawasan perlindungan konsumen oleh LPKSM bersama pemerintah dan masyarakat dilakukan atas barang dan/atau jasa yang beredar di pasar dengan cara penelitian, pengujian dan/atau survei. Penelitian, pengujian dan survei sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 ayat (2) dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang diduga tidak memenuhi unsur keamanan, kesehatan, kenyamanan, dan keselamatan konsumen. Pelaksanaannya, dapat dilakukan baik sebelum atau

sesudah terjadi hal-hal membahayakan keselamatan konsumen. Hasil pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan disampaikan kepada menteri dan menteri teknis.

Kurang adanya informasi pembaruan penyampaian hasil survei yang telah diteliti terhadap layanan jasa keuangan yang berpotensi merugikan. Berdampak pada pengawasan tersebut sia-sia karena informasi terkait layanan jasa keuangan yang berpotensi merugikan tidak tersampaikan kepada masyarakat khususnya konsumen jasa keuangan.

Pemerintah bersama dengan LKY diharapkan lebih memanfaatkan media sosial secara *up to date* serta rutin mengawasi layanan usaha jasa keuangan dengan meneliti dan survei secara langsung terhadap layanan usaha jasa keuangan dan menyampaikan hasil dari survei yang telah diteliti melalui media sosial. Harapan kedepannya konsumen dan pelaku usaha jasa keuangan dapat menaati dan menjalankan hak serta kewajiban masing-masing pihak. Kedepannya agar pelaku usaha jasa keuangan tidak semena-mena melakukan pelanggaran terhadap hak-hak konsumen yang mengganggu bahkan merugikan konsumen jasa keuangan.

KESIMPULAN

Perlindungan Konsumen Jasa Keuangan (Studi Peran Lembaga Konsumen Yogyakarta) untuk menjamin adanya kepastian hukum yang diberikan pemerintah dan lembaga terkait perlindungan konsumen. Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan dan pengaduan konsumen, melakukan pembinaan dan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen. Di Yogyakarta dibentuk Lembaga Konsumen Yogyakarta guna untuk melindungi konsumen serta konsumen jasa keuangan melalui peran LKY yaitu melalui layanan pengaduan dan layanan advokasi. Pembinaan dan pengawasan LKY kurang optimal karena kurangnya pemanfaatan sosial media untuk menginformasikan terkait perlindungan konsumen. LKY merupakan lembaga penyelesaian sengketa yang mudah dan murah sehingga peran LKY perlu dioptimalkan dengan dilakukan sosialisasi keberadaannya di masyarakat agar penyelesaian sengketa konsumen jasa keuangan dapat diselesaikan di LKY.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, T. W. (2018). Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Mediasi di Lembaga Konsumen Yogyakarta (LKY). *Jurnal Hukum Universitas Gadjah Mada*, 232.
- Billah, A. A. (2018). Peran Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa Dalam Sektor Keuangan Guna Mendukung Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Hukum Universitas Indonesia Vol. 7 No. 2*, 70-71.
- Binus. (2018, November 27). Generasi X Y Z. *PERBEDAAN GENERASI X,Y, DAN Z*, pp. 1-2.
- Hartono, S. R. (2000). *Kapita Slekta Hukum Ekonomi* . Bandung: CV Mandar Maju.
- Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati. (2000). *Hukum Perlindungan Konsumen Cetakan ke-1*. Bandung: Mandar Maju.

- Kristiyanti, C. T. (2008). *Hukum Perlindungan Konsumen, Edisi I. Cetakan Pertama*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Mertokusumo, S. (2009). *Penemuan Hukum: Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: Liberty.
- Miru, A. (2011). *Prinsip-Prinsip Perlindungan Bagi Konsumen di Indonesia, Edisi I. Cetakan I*. Jakarta: PT Radja Grafindo.
- Muhammad, A. (2004). *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Pantouw, M. P. (2016). Peran dan Fungsi Lembaga Pengawasan dalam Tanggung Jawab Pelaku Usaha Menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Hukum*, 106.
- Pusat Pengkajian Perdagangan Dalam Negeri, P. D. (2016). *Analisis Kelompok Konsumen (Consumer Group) dalam Upaya Peningkatan Keberdayaan Konsumen*. Jakarta: Badan Kebijakan Perdagangan.
- Rizky, N. (2015). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Jasa Car Wash Tidar 21 Auto Care & Variasi Di Kabupaten Pemalang. *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Jendral Soedirman*, 32-33.
- Ruslan, M. T. (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Perjanjian Pembiayaan Kendaraan Bermotor Roda Dua Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Hukum Vol. 4, No. 10*, 205.
- Samsul, I. (2004). *Perlindungan Konsumen Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Satory, A. (2015). Perjanjian Baku dan Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Bisnis Sektor Jasa Keuangan Penerapan dan Implementasinya di Indonesia. *Jurnal Hukum Vol. 2 No. 2*, 270.
- Siwi, C. T. (2011). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Soekanto, S. (1983). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*. Jakarta: Rajawali.
- Subekti, R. (2008). *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Widjaja, G. (2001). *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.