

## Implementasi Pembinaan Dan Peningkatan Sumber Daya Manusia Pengelola Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat

Robby Prima Panggabean<sup>1,\*</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Hukum, Universitas Kristen Indonesia, Jakarta

Corresponding Author Email : [robby.panggabean@gmail.com](mailto:robby.panggabean@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Implementasi Pembinaan dan Peningkatan Sumber Daya Manusia Pengelola Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif. LPKSM belum optimal melaksanakan salah satu tugasnya, yaitu kegiatan menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa, padahal Kesadaran Konsumen yang tinggi merupakan senjata yang ampuh dalam Perlindungan Konsumen. Salah satu upaya untuk berkembangnya LPKSM adalah Pemerintah mengadakan Pembinaan dan Peningkatan Sumber Daya Manusia Pengelola LPKSM. Adapun kesimpulan dalam Penelitian ini adalah pembinaan sumber daya manusia pengelola LPKSM dapat melalui Pendidikan atau koordinasi pelaksanaan kegiatan LPKSM, sedangkan peningkatan sumber daya manusia pengelola LPKSM dapat melalui Bimbingan Teknis. Adapun pembinaan sumber daya manusia pengelola LPKSM dapat diselenggarakan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi atau secara kolaborasi antara Pemerintah dengan LPKSM, sedangkan peningkatan sumber daya manusia pengelola LPKSM dapat diselenggarakan oleh Kementerian Perdagangan melalui Direktorat Pemberdayaan Konsumen. Jadi penelitian hukum ini fokus kepada untuk mengetahui Implementasi Pembinaan dan Peningkatan Sumber Daya Manusia Pengelola LPKSM.

**Kata Kunci:** Implementasi; Pembinaan; Peningkatan; Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat

### Abstract

*This study aims to examine the implementation of training and capacity building for staff managing Community-Based Consumer Protection Organisations. This study employs a normative legal methodology. Community-based Consumer Protection Organisations have not yet optimally carried out one of their duties, namely disseminating information to raise awareness of consumers' rights and obligations and to promote caution when consuming goods and/or services, even though high consumer awareness is a powerful tool in consumer protection. One of the efforts to develop Community-Based Consumer Protection Institutions is for the Government to provide training and capacity building for the human resources managing these institutions. The conclusions of this study are that the development of human resources managing Community-Based Consumer Protection Organisations can be achieved through education or the coordination of the organisations' activities, whilst the enhancement of human resources managing Community-Based Consumer Protection Organisations can be achieved through technical guidance. Training for the management staff of Community-Based Consumer Protection Organisations may be organised by the Provincial Industry and Trade Office or through collaboration between the Government and Community-Based Consumer Protection Organisations, whilst capacity building for the management staff of Community-Based Consumer Protection Organisations may be organised by the Ministry of Trade through the Directorate of Consumer Empowerment. Thus, this legal research focuses on examining the implementation of the development and enhancement of human resources managing Community-Based Consumer Protection Institutions.*

**Keywords:** Implementation; Training; Capacity Building; Community-Based Consumer Protection Organisations.

## PENDAHULUAN

Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat memiliki dasar hukum dalam melakukan kegiatan menangani perlindungan konsumen. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Selanjutnya disebut UU 8/1999 Perlindungan Konsumen) merupakan salah satu regulasi yang menjadi dasar hukum Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat memiliki dasar hukum dalam melakukan kegiatan menangani perlindungan konsumen. Pasal 1 Angka 9 UU 8/1999 Perlindungan Konsumen menentukan bahwa “Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat adalah lembaga non-Pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh Pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen”. Mengingat semua hal tersebut, jelas bahwa Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat merupakan Lembaga yang terlibat dalam perlindungan konsumen.

Tujuan keberadaan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat sungguh mulia. Pada Alinea keempat dalam bagian Umum pada Penjelasan atas UU 8/1999 Perlindungan Konsumen tertulis :

Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. Hal ini terutama disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen. Oleh karena itu, Undang-undang Perlindungan Konsumen dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen.

Mengingat semua hal tersebut, jelas bahwa Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat memiliki peran yang krusial dalam upaya pemberdayaan konsumen.

Pasal 44 Ayat (3) UU 8/1999 Perlindungan Konsumen juga menunjukkan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat memiliki peran yang krusial dalam upaya pemberdayaan konsumen. Pasal 44 Ayat (3) UU 8/1999 Perlindungan Konsumen menentukan bahwa : Tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat meliputi kegiatan:

- a. menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi 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.

Berkaca pada Pasal 44 Ayat (3) UU 8/1999 Perlindungan Konsumen tersebut, jelas bahwa Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dapat bersentuhan langsung dengan Konsumen yang membutuhkan perlindungan hukum dan membutuhkan informasi tentang hukum perlindungan konsumen, sehingga dapat mencerdaskan Konsumen. Konsumen yang cerdas tentu dapat ikut menciptakan

kesejahteraan umum. Moh. Kusnardi dan Bintang R. Saragih menyatakan bahwa :

Dalam masalah proklamasi kemerdekaan atau dalam kata pembukaan UUD 1945, tujuan Negara RI disebutkan sebagai berikut: “Untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi, dan keadilan sosial” (Kusnardi & Saragih, 2005).

Mengingat semua hal tersebut, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dengan tugas-tugasnya tidak bertentangan Konstitusi Negara Indonesia, yaitu Undang-Undang Dasar 1945. Atas semua hal tersebut, wajar jika Pemerintah wajib berupaya untuk berkembangnya Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. Hal ini sebagaimana ditentukan pada Pasal 29 Ayat (4) Huruf b UU 8/1999 Perlindungan Konsumen, yang menentukan bahwa “Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada Ayat (2) meliputi upaya untuk berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat”. Mengingat semua hal tersebut, dapat disebutkan bahwa Pemerintah wajib mendukung Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

Terhadap kewajiban tersebut, ada Pasal 29 Ayat (5) UU 8/1999 Perlindungan Konsumen, yang menentukan bahwa “Ketentuan lebih lanjut mengenai pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen diatur dengan Peraturan Pemerintah”. Kemudian Pemerintah menerbitkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2001 Tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen (Selanjutnya disebut PP 58/2001 Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen). Dalam PP 58/2001, Lembaga Perlindungan

Konsumen Swadaya Masyarakat mempunyai singkatan, yaitu LPKSM sebagaimana ditentukan pada Pasal 7 Angka 1 PP 58/2001 Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen yang menentukan bahwa “Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang selanjutnya disebut LPKSM adalah lembaga non Pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh Pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen”.

PP 58/2001 Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen juga mengatur mengenai upaya untuk berkembangnya Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. Pasal 5 PP 58/2001 Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen menentukan bahwa : Dalam upaya untuk mengembangkan LPKSM, Menteri melakukan koordinasi penyelenggaraan perlindungan konsumen dengan menteri teknis terkait dalam hal :

- a. pemyarakatan peraturan perundang-undangan dan informasi yang berkaitan dengan perlindungan konsumen;
- b. pembinaan dan peningkatan sumber daya manusia pengelola LPKSM melalui pendidikan, pelatihan, dan keterampilan.

Mengingat semua hal tersebut, jelas bahwa salah satu upaya Pemerintah untuk mengembangkan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat adalah Menteri melakukan koordinasi penyelenggaraan perlindungan konsumen dengan menteri teknis terkait dalam hal pembinaan dan peningkatan sumber daya manusia pengelola Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat melalui pendidikan, pelatihan, dan keterampilan.

Kenyataannya, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat belum

optimal dalam menjalankan tugasnya. Sebagaimana diberitakan oleh kabarbursa.com, tertanggal 21 April 2026, bahwa : YLKI juga mendorong pembangunan Gerakan Konsumen Nasional untuk meningkatkan kesadaran masyarakat. Edukasi dan kampanye publik dinilai penting agar konsumen lebih kritis dalam menghadapi berbagai praktik usaha yang merugikan (Luthfiani D., 2026).

Kenyataan tersebut menunjukkan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat belum optimal melaksanakan salah satu tugasnya, yaitu tugas sebagaimana yang dimaksud pada Pasal 44 Ayat (3) Huruf a UU 8/1999 Perlindungan Konsumen, yang menentukan bahwa : Tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat meliputi kegiatan menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.

Berdasarkan semua hal tersebut, harus implementasi pembinaan dan peningkatan sumber daya manusia pengelola Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat melalui pendidikan, pelatihan, dan keterampilan, agar Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat semakin baik dalam pelaksanaan tugas-tugasnya. Hal ini juga agar ada pemenuhan salah satu Hak Konsumen sebagaimana yang dimaksud pada Pasal 4 Huruf f UU 8/1999 Perlindungan Konsumen yang menentukan bahwa “Hak konsumen adalah hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen”. Harapannya, jika hak tersebut terpenuhi, ada fakta meningkatnya kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.

meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.

Ada beberapa penelitian hukum yang ada sebelum penelitian hukum ini yang membahas mengenai Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. Contohnya adalah Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ichsyah Suwandi (*et.al.*) yang judul jurnalnya adalah “Peranan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat Kota Medan dalam Memberikan Perlindungan Hukum Kepada Konsumen” (Suwandi, Muhammad Ichsan et al., 2023).

Berdasarkan judul Jurnal tersebut, jelas bahwa hal yang diuraikan dalam Jurnal tersebut adalah mengenai Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat Kota Medan dalam Memberikan Perlindungan Hukum Kepada Konsumen. Mengingat semua hal tersebut, jelas ada perbedaan isi dengan Jurnal ini. Contoh lainnya adalah Penelitian yang dilakukan oleh Narya Suryadi (*et.al.*) yang judul jurnalnya adalah “Tinjauan Yuridis Terhadap Keberadaan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat Di Kabupaten Karawang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen” (Suryadi, Naryadi et al., 2023). Berdasarkan judul Jurnal tersebut, jelas bahwa hal yang diuraikan dalam Jurnal tersebut adalah mengenai Tinjauan Yuridis Terhadap Keberadaan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat Di Kabupaten Karawang. Mengingat semua hal tersebut, jelas ada perbedaan isi dengan Jurnal ini.

Contoh lainnya adalah Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Zulhidayat yang judul jurnalnya adalah “Anomali Kewenangan LPKSM Dalam Mengajukan Gugatan Perlindungan Konsumen Di Indonesia”

(Zulhidayat, Muhammad., 2023). Berdasarkan judul Jurnal tersebut, jelas bahwa hal yang diuraikan dalam Jurnal tersebut adalah mengenai Kewenangan LPKSM Dalam Mengajukan Gugatan Perlindungan Konsumen Di Indonesia. Mengingat semua hal tersebut, jelas ada perbedaan isi dengan Jurnal ini. Berdasarkan semua hal yang telah diuraikan, adalah wajar jika ada Penelitian hukum tentang implementasi pembinaan dan peningkatan sumber daya manusia pengelola lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat. Mengingat semua hal tersebut jelas, maka perlu ada penelitian hukum berjudul “Implementasi Pembinaan dan Peningkatan Sumber Daya Manusia Pengelola Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat”.

## METODE

Jenis penelitian yang dilakukan ialah penelitian hukum normatif, yang pada dasarnya penelitian hukum ini berfokus pada norma hukum positif berupa peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian Adapun Pendekatan-pendekatan yang digunakan dalam penelitian hukum ini adalah Pendekatan Perundang-Undangan dan Pendekatan Konseptual.

Jenis data dalam penelitian hukum ini adalah data sekunder. Adapun Sumber Data yang digunakan adalah bahan hukum yang diperoleh dari hukum positif Indonesia yang berupa peraturan perundang-undangan yang berlaku serta bahan-bahan hukum yang berhubungan dengan obyek penelitian yang sifatnya mengikat, yaitu:

- a) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
- b) Peraturan Pemerintah Republik

Indonesia Nomor 58 Tahun 2001 Tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Urgensi Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat  
Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat merupakan satu dari beberapa Lembaga yang diatur dalam UU 8/1999 Perlindungan Konsumen. Keberadaan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dengan tugas-tugasnya yang dimaksud pada Pasal 44 UU 8/1999 Perlindungan Konsumen adalah sesuatu yang wajar jika menilik alasan munculnya UU 8/1999 Perlindungan Konsumen. Zulham menyatakan bahwa :

Selain itu, faktor yang memengaruhi pembentukan Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia adalah munculnya beberapa kasus yang merugikan konsumen dan diakhiri dengan penyelesaian yang tidak memuaskan konsumen (Zulham, 2013).

Mengingat semua hal tersebut, adalah wajar jika ada Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dengan tugas-tugasnya yang dimaksud pada Pasal 44 UU 8/1999 Perlindungan Konsumen saat ini.

Sebagaimana dipaparkan sebelumnya bahwa alinea keempat dalam bagian Umum pada Penjelasan atas UU 8/1999 Perlindungan Konsumen menunjukkan bahwa Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat memiliki peran yang krusial dalam upaya pemberdayaan konsumen. Selain itu, Pasal 44 Ayat (3) UU 8/1999 Perlindungan Konsumen juga menunjukkan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat memiliki peran yang krusial dalam upaya pemberdayaan konsumen. Pasal 44 Ayat (3) UU 8/1999

Perlindungan Konsumen menentukan bahwa :

Tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat meliputi kegiatan:

- a. menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi 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.

Berkaca pada Pasal 44 Ayat (3) UU 8/1999 Perlindungan Konsumen tersebut, jelas bahwa Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dapat bersentuhan langsung dengan Konsumen yang membutuhkan perlindungan hukum dan membutuhkan informasi tentang hukum perlindungan konsumen.

Selain regulasi-regulasi tersebut, ada pendapat yang menunjukkan bahwa Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat memiliki peran yang krusial. Ahmadi Miru menyatakan bahwa : Dengan adanya Badan Perlindungan Konsumen Nasional dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, dengan bermacam-macam tugas yang dimaksudkan untuk membantu konsumen tersebut, maka apabila kedua lembaga tersebut berjalan dengan baik, berarti konsumen akan semakin terlindungi (Miru, 1961).

Mengingat semua hal tersebut, jelas

bahwa Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat memiliki peran yang krusial dalam Perlindungan Konsumen di Indonesia. Adapun maksud diadakannya Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat menurut Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo adalah sebagai berikut :

Berangkat dari 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 (Miru, 1961).

Mengingat semua hal tersebut, tujuan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat sungguh mulia bagi Konsumen.

Salah satu Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang masih eksis adalah Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia. Nama Lembaga ini disingkat YLKI. Zulham menyatakan bahwa “Di Indonesia, gerakan perlindungan konsumen melalui LPKSM ditandai dengan lahirnya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada tanggal 11 Mei 1973” (Zulham, 2013). Selain itu, Zulham juga menyatakan bahwa :

Demikian juga dalam berbagai pertemuan ilmiah dan pembahasan peraturan perundang-undangan, YLKI dianggap sebagai mitra yang representatif. Keberadaan YLKI juga sangat membantu dalam upaya peningkatan kesadaran atas hak-hak konsumen. Lembaga ini tidak sekedar melakukan penelitian atau pengujian, penerbitan, dan menerima pengaduan, tetapi sekaligus juga mengadakan upaya advokasi langsung melalui jalur pengadilan (Zulham, 2013).

Mengingat semua hal tersebut, jelas bahwa Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia adalah contoh Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang sejalan dengan alasan keberadaan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat di Indonesia. Adapun Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat Indonesia yang lain belum optimal, karena sebagaimana dipaparkan sebelumnya bahwa sebagaimana diberitakan oleh kabarbursa.com, tertanggal 21 April 2026, bahwa :

YLKI juga mendorong pembangunan Gerakan Konsumen Nasional untuk meningkatkan kesadaran masyarakat. Edukasi dan kampanye publik dinilai penting agar konsumen lebih kritis dalam menghadapi berbagai praktik usaha yang merugikan (Luthfiani, 2026).

Kenyataan tersebut menunjukkan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat belum optimal melaksanakan salah satu tugasnya. Mengingat semua hal tersebut, Pemerintah harus melaksanakan Pembinaan dan Peningkatan Sumber Daya Manusia Pengelola Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

## 2. Urgensi Pembinaan dan Peningkatan Sumber Daya Manusia Pengelola Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat

Pembinaan dan Peningkatan Sumber Daya Manusia Pengelola Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat tentu diharapkan dapat menciptakan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang sanggup meningkatkan kesadaran Konsumen dan sanggup melaksanakan tugas Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat lainnya. Hal ini penting karena Hak- Hak Konsumen harus diwujudkan nyatakan demi perekonomian yang baik. Adapun Hak-

Hak Konsumen yaitu sebagaimana dimaksud pada Pasal 4 UU 8/1999 Perlindungan Konsumen, yang menentukan bahwa Hak konsumen adalah:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai konsidi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Terhadap Pasal 4 UU 8/1999 Perlindungan Konsumen, Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani menyatakan bahwa : Dari sembilan butir hak konsumen yang diberikan di atas, terlihat bahwa masalah kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling pokok dan utama dalam perlindungan konsumen. Barang dan/atau jasa yang penggunaannya tidak

memberikan kenyamanan terlebih lagi yang tidak aman atau membahayakan keselamatan konsumen jelas tidak layak untuk diedarkan dalam masyarakat. Selanjutnya, untuk menjamin bahwa suatu barang dan/atau jasa dalam penggunaannya akan nyaman, aman maupun tidak membahayakan konsumen penggunaannya, maka konsumen diberikan hak untuk memilih barang dan/atau jasa yang dikehendakinya berdasarkan atas keterbukaan informasi yang benar jelas, dan jujur. Jika terdapat penyimpangan yang merugikan, konsumen berhak untuk didengar, memperoleh advokasi, pembinaan, perlakuan yang adil, kompensasi sampai ganti rugi (Widjaja & Yani, 2000).

Mengingat semua hal tersebut, jelas bahwa agar Kesadaran Konsumen atas hak-haknya meningkat, maka perlu ada Pembinaan dan Peningkatan Sumber Daya Manusia Pengelola Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. Sebagaimana dipaparkan pada bagian sebelumnya, bahwa Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat memiliki beberapa tugas. Contohnya adalah Tugas yang dimaksud pada Pasal 44 Ayat (3) Huruf a UU 8/1999 Perlindungan Konsumen, yang menentukan bahwa :

Tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat meliputi kegiatan menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.

Tugas tersebut sangatlah penting. Susanti Adi Nugroho menyatakan bahwa : Permasalahan yang dihadapi konsumen Indonesia, seperti juga yang dialami konsumen di Negara-negara berkembang lainnya, tidak hanya sekedar bagaimana memilih barang, tetapi jauh lebih kompleks dari itu yaitu menyangkut pada kesadaran semua pihak, baik

itu pengusaha, pemerintah maupun konsumen sendiri tentang pentingnya perlindungan konsumen (Nugroho, 2011).

Mengingat semua hal tersebut, jelas bahwa agar Kesadaran Konsumen atas hak-haknya meningkat, maka perlu ada Pembinaan dan Peningkatan Sumber Daya Manusia Pengelola Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

### 3. Pelaksanaan Pembinaan dan Peningkatan Sumber Daya Manusia Pengelola Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat

Kesadaran Konsumen haruslah ditingkatkan, faktor penyebab lemahnya konsumen dapat berasal dari sisi hukum, dapat pula dari kondisi sosial yang berkembang. Penyebab lemahnya konsumen dari sisi hukum, garis besarnya adalah belum adanya kesadaran konsumen akan hak haknya sebagai konsumen. Kelemahan ini sudah semakin tereliminasi seiring berkembangnya teknologi informasi yang memungkinkan setiap orang mengakses informasi dan mempublikasikan kepada siapapun (Muhammad Ichsyhan Suwandi *et.al.* 2023).

Mengingat semua hal tersebut, jelas bahwa Kesadaran Konsumen harus ditingkatkan. Kesadaran Konsumen merupakan hal yang penting dalam Perlindungan hukum terhadap konsumen. Andi Muhammad Rusdi (*et.al.*) menyatakan bahwa : Hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah karena tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah, masih lemahnya pengawasan di bidang standardisasi mutu barang, lemahnya produk peraturan perundang-undangan, serta persepsi pelaku usaha yang keliru bahwa perlindungan konsumen akan menimbulkan kerugian (Rusdi

et al., 2022). Mengingat semua hal tersebut, jelas bahwa Kesadaran Konsumen harus ditingkatkan.

Kesadaran Konsumen yang tinggi merupakan senjata yang ampuh dalam Perlindungan Konsumen. Andryawan (*et.al.*) menyatakan bahwa “Dengan meningkatkan kesadaran konsumen, masyarakat dapat lebih aktif dalam menuntut hak-hak mereka apabila terjadi pelanggaran oleh pelaku usaha” (Andryawan et al., 2025). Mengingat semua hal tersebut, jelas bahwa Kesadaran Konsumen yang tinggi sangat penting dalam Perlindungan Konsumen.

Salah satu Lembaga yang bertugas meningkatkan kesadaran Konsumen adalah Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. Pasal 44 Ayat (3) Huruf a UU 8/1999 Perlindungan Konsumen menentukan bahwa : Tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat meliputi kegiatan menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.

Mengingat semua hal tersebut, jelas bahwa Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat memiliki peran yang krusial dalam Perlindungan Konsumen. Mengingat semua hal tersebut, wajar jika ada upaya untuk mengembangkan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. Sebagaimana diuraikan pada bagian sebelumnya bahwa salah satu upaya Pemerintah untuk mengembangkan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat adalah Menteri melakukan koordinasi penyelenggaraan perlindungan konsumen dengan menteri teknis terkait dalam hal pembinaan dan peningkatan sumber daya manusia pengelola LPKSM melalui pendidikan, pelatihan, dan keterampilan.

Menteri yang dimaksud adalah Menteri sebagaimana ditentukan pada Pasal 1 Angka 9 PP 58/2001 Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, yang menentukan bahwa “Menteri adalah menteri yang ruang lingkup tugas dan tanggung jawabnya meliputi bidang perdagangan”.

Pembinaan dapat diartikan “usaha, tindakan, dan kegiatan yang dilakukan secara efisien dan efektif untuk memperoleh hasil yang lebih baik” (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2016). Dalam sisi praktik, pembinaan sumber daya manusia pengelola Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dapat dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Provinsi Jawa Barat sebagaimana diberitakan oleh [indag.jabarprov.go.id](http://indag.jabarprov.go.id), tertanggal 16 September 2025 : Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Provinsi Jawa Barat (Jabar) mendorong peran aktif Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) melalui kegiatan pembinaan yang digelar secara hybrid di Aula Agus Gustiar, Bandung (16/9/2025). Kegiatan ini dibuka oleh Kepala Bidang Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (PKTN), Erik Wahyu Purwanegara, dan diikuti anggota LPKSM dari berbagai kabupaten/kota di Jabar. Erik menekankan peran strategis LPKSM sebagai mitra pemerintah dalam mewujudkan perlindungan konsumen. “LPKSM memiliki posisi yang sangat penting karena berada paling dekat dengan konsumen. Kami berharap LPKSM dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat atas hak-haknya, sekaligus menjadi alat kontrol bagi pelaku usaha agar produknya memenuhi aspek Kesehatan, Keamanan, Keselamatan, dan Lingkungan (K3L),” ungkapnya. Kegiatan ini menghadirkan dua narasumber, yaitu Reno

Panji Samboja Pramono, Analis Perdagangan Ahli Pertama Direktorat Pemberdayaan Konsumen Kementerian Perdagangan RI dan Prof. Dr. Johannes Gunawan, S.H., LL.M, akademisi hukum perlindungan konsumen dari Universitas Kristen Maranatha (Septian Yudho Rinaldi, 2025).

Mengingat semua hal tersebut, jelas bahwa pembinaan sumber daya manusia pengelola Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dapat dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi melalui Pendidikan. Pembinaan juga dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali sebagaimana diberitakan oleh [disperindag.baliprov.go.id](http://disperindag.baliprov.go.id), tertanggal 12 Maret 2025 : Pembinaan yang dilaksanakan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali dikoordinasikan oleh Bidang Perlindungan Konsumen (PKTN) dipimpin oleh Analis Perdagangan Ahli Madya dan staf yang melaksanakan tupoksi Kelembagaan dan Pemberdayaan Konsumen. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk melakukan pendataan riil administrasi dan kondisi dari lembaga LPKSM, mendapatkan informasi terbaru mengenai kelembagaan LPKSM, dan melakukan koordinasi pelaksanaan kegiatan LPKSM serta memperoleh masukan atau informasi-informasi terkait dengan pelaksanaan perlindungan konsumen yang bisa dijadikan tindak lanjut untuk kegiatan selanjutnya (Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga, 2024).

Mengingat semua hal tersebut, jelas bahwa pembinaan sumber daya manusia pengelola Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dapat dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi melalui koordinasi pelaksanaan kegiatan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya

Masyarakat. Pembinaan juga dilakukan oleh Kementerian Perdagangan melalui Direktorat Pemberdayaan Konsumen bekerja sama dengan Lembaga Perlindungan Masyarakat Swadaya Masyarakat (LPKSM) dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi D.I. Yogyakarta sebagaimana diberitakan oleh [ditjenpktn.kemendag.go.id](http://ditjenpktn.kemendag.go.id), tertanggal 29 Februari 2024 : Kementerian Perdagangan melalui Direktorat Pemberdayaan Konsumen bekerja sama dengan Lembaga Perlindungan Masyarakat Swadaya Masyarakat (LPKSM) dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi D.I. Yogyakarta menyelenggarakan kegiatan Pembinaan Perlindungan Konsumen oleh LPKSM dengan tema “Konsumen Kritis dan Berdaya di Era Ekonomi Digital”, Kamis (29/2) di Yogyakarta.

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan wawasan, menambah ilmu pengetahuan, dan kesadaran konsumen, serta menjadikan konsumen yang berdaya dan cinta produk dalam negeri. LPKSM memiliki tugas yang sangat strategis, antara lain menyebarkan informasi terkait perlindungan konsumen, memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukan, melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen bersama dengan pemerintah, dan membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya (Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga, 2024).

Mengingat semua hal tersebut, jelas bahwa penyelenggaraan pembinaan sumber daya manusia pengelola Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dapat dilakukan secara kolaborasi.

Adapun pembinaan sumber daya manusia pengelola lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang diselenggarakan secara kolaborasi antara Kementerian Perdagangan melalui Direktorat

Pemberdayaan Konsumen bekerja sama dengan Lembaga Perlindungan Masyarakat Swadaya Masyarakat (LPKSM) dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi D.I. Yogyakarta tersebut dilakukan melalui pendidikan sebagaimana diberitakan oleh [ditjenpkt.kemendag.go.id](http://ditjenpkt.kemendag.go.id), tertanggal 29 Februari 2024 : Hadir sebagai narasumber diantaranya Kepala Bidang Perdagangan Dalam Negeri Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, Ir. E. Th. Intan Mestikaningrum, M. Si, Ketua LPKSM Karanganyar dan LBH PEKAMADIN Dr. Kadi Sukarna, SH, M. Hum, dan Ketua Lembaga Advokasi Konsumen Rentan, Saktya Rini Hastuti, S.TP (Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga, 2024).

Mengingat semua hal tersebut, jelas bahwa pembinaan sumber daya manusia pengelola Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dapat dilakukan oleh secara kolaborasi melalui Pendidikan.

Peningkatan dapat diartikan “proses, cara, perbuatan meningkatkan (usaha, kegiatan, dan sebagainya)” (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2016). Dalam sisi praktik, peningkatan sumber daya manusia pengelola Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dapat dilakukan oleh Kementerian Perdagangan melalui Direktorat Pemberdayaan Konsumen sebagaimana diberitakan oleh [wahananews.co](http://wahananews.co), tertanggal 17 Mei 2024 : Demi meningkatkan kapasitas dan integritas Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) sebagai lembaga pengawas dalam bidang Perlindungan Konsumen, sebagaimana diamanatkan oleh Undang-Undang No. 8 Tahun 1999. Kementerian Perdagangan (Kemendag) RI, melalui Direktorat Pemberdayaan Konsumen melaksanakan Bimbingan Teknis bagi SDM

Anggota LPKSM Tahun 2024 yang secara resmi dibuka oleh Direktur Pemberdayaan Konsumen Ditjen PKTN Kementerian Perdagangan RI, Chandrini Mestika Dewi dan dilaksanakan secara tatap muka di Hotel Aryaduta Bandung pada Kamis (16/5/2024) (Roska, 2024). Mengingat semua hal tersebut, jelas bahwa peningkatan sumber daya manusia pengelola Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dapat dilakukan melalui Bimbingan Teknis yang diselenggarakan oleh Kementerian Perdagangan melalui Direktorat Pemberdayaan Konsumen.

#### SIMPULAN DAN SARAN

Adapun kesimpulan dalam Penelitian hukum ini adalah pembinaan sumber daya manusia pengelola Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dapat melalui Pendidikan atau koordinasi pelaksanaan kegiatan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, sedangkan peningkatan sumber daya manusia pengelola Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dapat dilakukan melalui Bimbingan Teknis.

Adapun pembinaan sumber daya manusia pengelola Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dapat diselenggarakan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Provinsi atau secara kolaborasi antara Pemerintah dengan Lembaga Perlindungan Masyarakat Swadaya Masyarakat, yang contohnya adalah Kementerian Perdagangan melalui Direktorat Pemberdayaan Konsumen bekerja sama dengan Lembaga Perlindungan Masyarakat Swadaya Masyarakat dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, sedangkan peningkatan sumber daya manusia pengelola Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dapat diselenggarakan oleh Kementerian

Perdagangan melalui Direktorat  
Pemberdayaan Konsumen.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi Miru. (1961). Prinsip-prinsip perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia. Rajawali Pers.
- Miru, A., & Yodo, S. (2011). Hukum perlindungan konsumen. Rajawali Press.
- Widjaja, G., & Yani, A. (2000). Hukum tentang perlindungan konsumen. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kusnardi, M., & Saragih, B. R. (2005). Ilmu negara. Gaya Media Pratama.
- Nugroho, S. A. (2011). Proses penyelesaian sengketa konsumen ditinjau dari hukum acara serta kendala implementasinya. Kencana.
- Zulham. (2013). Hukum perlindungan konsumen. Kencana.
- Andryawan, et al. (2025). Pertanggungjawaban pelaku usaha kuliner atas kelalaian yang dilakukan oleh pegawainya (Contoh kasus insiden masuknya tikus di gerai Dough Lab cabang PIK Avenue Jakarta). *Ranah Research Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 7(3).
- Suwandi, M. I., et al. (2023). Peranan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat Kota Medan dalam memberikan perlindungan hukum kepada konsumen. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(3).
- Zulhidayat, M. (2023). Anomali kewenangan LPKSM dalam mengajukan gugatan perlindungan konsumen di Indonesia. *Mu'amalah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1).
- Suryadi, N., et al. (2023). Tinjauan yuridis terhadap keberadaan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat di Kabupaten Karawang berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ilmu Hukum "THE JURIS"*, 7(1).
- Rusdi, A. M., et al. (2022). Pelaksanaan perlindungan konsumen di Indonesia oleh Badan Perlindungan Konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *Prosiding Seminar Nasional Universitas Borobudur*.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2016). Pembinaan. KBBI. <https://kbbi.kemendikdasmen.go.id/entri/Pembinaan>
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2016). Peningkatan. KBBI. <https://kbbi.kemendikdasmen.go.id/entri/Peningkatan>
- Roska, B. (2024). Perkuat perlindungan konsumen, Kemendag gelar bimtek untuk peningkatan SDM anggota LPKSM di Bandung. *Wahana News*. <https://wahananews.co/edukasi/perkuat-perlindungan-konsumen-kemendag-gelar-bimtek-untuk-peningkatan-sdm-anggota-lpksm-di-bandung-F6J5li2h9p>
- Disperindag. (2025). Peningkatan hubungan kerja dengan lembaga perlindungan konsumen khususnya pada Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). <https://disperindag.baliprov.go.id/peningkatan-hubungan-kerja-dengan-lembaga->



---

[perlindungan-konsumen-khususnya-pada-lembaga-perlindungan-konsumen-swadaya-masyarakat-lpksm/](#)

Luthfiani, D. (2026). YLKI soroti lemahnya perlindungan konsumen: Desak reformasi menyeluruh. Kabar Bursa. <https://www.kabarbursa.com/makro/ylki-soroti-lemahnya-perlindungan-konsumen-desak-reformasi-menyeluruh>

Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga. (2024). Ditjen PKTN menyelenggarakan pembinaan perlindungan konsumen oleh LPKSM. <https://ditjenpktn.kemendag.go.id/berita/ditjen-pktn-menyelenggarakan-pembinaan-perlindungan-konsumen-oleh-lpksm>

Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga. (2024). Ditjen PKTN menyelenggarakan pembinaan perlindungan konsumen oleh LPKSM. <https://ditjenpktn.kemendag.go.id/berita/ditjen-pktn-menyelenggarakan-pembinaan-perlindungan-konsumen-oleh-lpksm>

Rinaldi, S. Y. (2025). Disperindag Jabar gelar pembinaan LPKSM untuk perkuat perlindungan konsumen. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Barat. <https://indag.jabarprov.go.id/postingan/pembinaan-lembaga-perlindungan-konsumen-swadaya-masyarakat-lpksm-tahun-2025-68c8f789e6e566815af5a314>