LAPORAN KINERJA

DIREKTORAT PEMBERDAYAAN KONSUMEN

2022

LAPORAN KINERJA

Direktorat Pemberdayaan Konsumen 2022

DIREKTORAT PEMBERDAYAAN KONSUMEN
DIREKTORAT JENDERAL PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN TERTIB NIAGA
KEMENTERIAN PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA

Jl. M.I. Ridwan Rais No.5 Gedung I - Lantai 6, Jakarta 10110
Telp. 3858187, Fax. 3857954

KATA PENGANTAR

Laporan Kinerja (LAPKIN) Direktorat Pemberdayaan Konsumen disusun setelah berakhirnya pelaksanaan kegiatan tahun anggaran 2022. Penyusunan laporan ini mengacu pada Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 794/M-DAG/KEP/8/2015 tentang Pedoman Penyusunan Dokumen Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah di Lingkungan Kementerian Perdagangan dalam rangka mendukung terwujudnya pemerintahan yang baik *(good governance)*.

Laporan ini berisi tentang rencana, pencapaian kinerja, tingkat keberhasilan, kendala yang dihadapi dan solusi masalah dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen. Kinerja Direktorat Pemberdayaan Konsumen dipaparkan melalui Indikator Kinerja (IK) yang tercantum dalam perjanjian kinerja Direktur Pemberdayaan Konsumen. Setiap IK dijelaskan realisasi dan capaiannya, dievaluasi keberhasilannya, dan dibandingkan dengan capaian tahun sebelumnya. Penjelasan capaian kinerja tersebut dilengkapi sajian data, tabel, grafik, dan foto kegiatan yang relevan selama tahun 2022.

Penyusunan LAPKIN Direktorat Pemberdayaan Konsumen 2022 merupakan salah satu wujud pertanggungjawaban Direktorat Pemberdayaan Konsumen atas capaian kinerja pada Tahun Anggaran 2022. Dengan disusunnya LAPKIN, diharapkan Direktorat Pemberdayaan Konsumen dapat meningkatkan kinerja dalam melaksanakan tugas dan fungsi di masa mendatang serta mendukung upaya pelaksanaan reformasi birokrasi.

Jakarta, Februari 2023
Direktur Pemberdayaan Konsumen,

Ivan Fithriyanto

RINGKASAN EKSEKUTIF

Sebagai unit kerja Eselon II di lingkungan Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (Ditjen PKTN), Direktorat Pemberdayaan Konsumen memiliki tugas pokok ”melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan pedoman, norma, standar, prosedur, dan kriteria serta pemberian bimbingan teknis dan evaluasi pelaksanaan kebijakan di bidang pemberdayaan konsumen”. Untuk melaksanakan tugas tersebut Direktorat Pemberdayaan Konsumen kemudian menetapkan indikator kinerja yang diperjanjikan kepada Dirjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga dalam Perjanjian Kinerja Tahun 2022.

Berdasarkan dokumen Perjanjian Kinerja Direktur Pemberdayaan Konsumen kepada Direktur Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga Tahun 2022, Sasaran program yang hendak diwujudkan yaitu meningkatnya konsumen berdaya dan pelaku usaha yang bertanggung jawab. Selain itu terdapat 4 (empat) sasaran kegiatan yang hendak diwujudkan, yaitu (1) meningkatnya pemahaman terkait perlindungan konsumen; (2) meningkatnya peran serta masyarakat dalam menyuarakan aspirasi dan memperjuangkan hak konsumen; (3) meningkatnya penyelesaian pengaduan konsumen; (4) meningkatnya Badan penyelesaian Sengketa Konsumen yang aktif.

Pencapaian sasaran tersebut diukur dengan 5 (lima) Indikator Kinerja Kegiatan antara lain persentase peningkatan pemahaman konsumen pra pembelian, persentase peningkatan pemahaman konsumen saat pembelian, persentase lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yang aktif, persentase pemahaman SDM LPKSM teredukasi terkait standar perlindungan konsumen, persentase penyelesaian pengaduan konsumen, persentase penyelesaian layanan pengaduan konsumen yang melakukan transaksi perdagangan melalui sistem elektronik, tingkat implementasi Online Dispute Resolution, persentase BPSK yang aktif, dan persentase pemahaman SDM BPSK teredukasi terkait pelayanan BPSK. Indikator Kinerja Kegiatan tersebut didukung oleh output-output yaitu Rancangan kebijakan NSPK Bidang Perlindungan Konsumen; Edukasi konsumen; Edukasi pelaku usaha terkait perlindungan konsumen; Pembinaan SDM lembaga perlindungan konsumen; Layanan pengaduan konsumen; Kerjasama internasional di bidang perlindungan konsumen, dan Pembinaan SDM BPSK. Secara ringkas hasil pengukuran kinerja Direktorat Pemberdayaan Konsumen pada tahun 2022, sebagai berikut:

1. Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) Indonesia Tahun 2022 adalah 53,23 (Mampu) dengan pencapaian indeks seluruh Provinsi juga berada pada kategori Mampu dengan rentang nilai antara 49,99 – 55,94. Nilai IKK tertinggi adalah di Provinsi DKI Jakarta (55,94) dan nilai IKK terendah adalah di Provinsi Papua Barat (49,99). Dibandingkan dengan target yang ditetapkan untuk tahun 2022 yaitu 53, capaian kinerja mencapai 100,43%. Nilai IKK Indonesia Tahun 2022 (53,23; Mampu) dibandingkan dengan IKK Indonesia Tahun 2021 (50,39; Mampu) mengalami kenaikan yang cukup tinggi.
2. Persentase Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang aktif sebesar 69,44% sehingga realisasi tahun 2021 sebesar 106,83%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2021 sebesar 60,09% maka capaian tahun 2022 mengalami peningkatan kinerja.

3. Persentase pemahaman SDM Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) teredukasi terkait standar perlindungan konsumen pada tahun 2022 sebesar 66,60%. Dari target yang ditetapkan untuk tahun 2022 yaitu 65% maka capaian kinerja mencapai 102,46%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2021 (108,98%), maka pada tahun 2022 mengalami sedikit penurunan capaian.
4. Persentase penyelesaian pengaduan yang selesai terealisasi sebesar 99,90% sehingga capaian tahun 2022 sebesar 109,78%. Dari total 7.462 aduan yang masuk, sebanyak 7.457 adua telah selesai dan 7 aduan dalam proses. Jika dibandingkan dengan realisasi tahun 2021 sebesar 99,20% maka terjadi peningkatan capaian yang cukup baik pada tahun 2022.
5. Pesentase penyelesaian layanan pengaduan konsumen yang melakukan transaksi perdagangan melalui sistem elektronik pada tahun 2022 terealisasi sebesar sebesar 99,95% dari target 100% sehingga capaian di Tahun 2022 sebesar 99,95%.
6. Implementasi *Online Dispute Resolution* di tahun 2022 sudah tersedianya Rancangan Sistem *Online Dispute Resolution* Nasional dan Bisnis Prosesnya. Selain itu telah dilakukan koordinasi dengan Kementerian/Lembaga serta akademisi. Dibandingkan dengan target yang ditetapkan untuk tahun 2022 yaitu 40% maka capaian kinerja mencapai 100%.
7. Persentase BPSK yang aktif pada tahun 2022 sebesar 79,73% dari target 55%. Sehingga realisasi tahun 2022 sebesar 144,96%. Jika dibandingkan dengan realisasi tahun 2021 sebesar 56,67% dengan capaian kinerja sebesar 113,50% maka realisasi dan capaian kinerja di tahun 2022 mengalami peningkatan yang cukup baik.
8. Persentase pemahaman SDM BPSK teredukasi terkait pelayanan BPSK telah dilakukan sebanyak satu angkatan Bimtek Mediator, dua angkatan Bimtek SDM bagi anggota BPSK, dan satu angkatan Bimtek bagi Sekretariat BPSK. Realisasi tahun 2022 sebesar 97,63% dari target sebesar 80,00%. Hal ini menunjukankan bahwa pembinaan SDM BPSK pada tahun 2022 melampaui target yang ditetapkan sehingga capaian tahun 2022 sebesar 122,04%. Jika dibandingkan dengan realisasi tahun 2021 sebesar 95,71% maka terjadi peningkatan capaian kinerja di tahun 2022.

Secara ringkas realisasi dan capaian kinerja Direktorat Pemberdayaan Konsumen secara detail disajikan pada tabel.

Tabel 1. Sasaran Kegiatan dan Indikator Kinerja Kegiatan Dit PK Tahun 2022

No	Sasaran Program/ Sasaran Kegiatan	Indikator Kinerja Program/ Indikator Kinerja Kegiatan	Target		Realisasi		Capaian		Perbandingan Dengan Target JK Menengah		
			2021	2022	2021	2022	2021	2022	Target 2024	Realisasi 2022	Capaian 2022
1	Meningkatnya konsumen berdaya dan pelaku usaha yang bertanggung jawab	Indeks Keberdayaan Konsumen	43	44	50,39	53,23	117,19	120,98	46	53,23	120,98
		Persentase Penyelesaian Layanan Pengaduan Konsumen yang Melakukan Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik	-	100	-	99,95	-	99,95	-	99,95	99,95

No	Sasaran Program/ Sasaran Kegiatan	Indikator Kinerja Program/ Indikator Kinerja Kegiatan	Target		Realisasi		Capaian		Perbandingan Dengan Target JK Menengah		
			2021	2022	2021	2022	2021	2022	Target 2024	Realisasi 2022	Capaian 2022
2	Meningkatnya pemahaman terkait perlindungan konsumen	Persentase Peningkatan Pemahaman Konsumen Pra Pembelian	2,5	2,5	3.78	7,03	151,20	281,20	2,5	7,03	281,20
		Persentase Peningkatan Pemahaman Konsumen Saat Pembelian	1,75	1,75	2,49	5,79	142,29	330,86	1,75	5,79	330,86
3	Meningkatnya peran serta masyarakat dalam menyuarakan aspirasi dan memperjuangkan hak konsumen	Persentase Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yang aktif	60%	65%	60,09	69,44	100,15	106,83	70%	69,44	106,83
		Persentase pemahaman SDM LPKSM Teredukasi terkait standar perlindungan konsumen	55%	65%	57,74	66,60	104,98	102,46	70%	66,60	102,46
4	Meningkatnya penyelesaian pengaduan konsumen	Persentase penyelesaian pengaduan konsumen	91%	91%	99,20	99,90	109,01	109,78	92%	99,90	109,78
		Persentase Penyelesaian Layanan Pengaduan Konsumen yang Melakukan Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik	-	100%	-	99,95	-	99,95	-	99,95	99,95
		Tingkat Implementasi *Online Dispute Resolution*	30%	40%	30	40%	100,00	100,00	90%	40%	100,00
5	Meningkatnya Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang aktif	Persentase BPSK yang aktif	50%	55%	56,75	79,73	113,50	144,96	60%	79,73	144,96
		Persentase pemahaman SDM BPSK teredukasi terkait pelayanan BPSK	80%	80%	95,71	96,67	119,64	120,83	80%	96,67	120,83

Sumber data: Sub Bagian Tata Usaha, Direktorat Pemberdayaan Konsumen

Tabel 2. Sasaran Kegiatan dan Output Dit PK Tahun 2022

Sasaran Kegiatan	Output	Target	Realisasi	Capaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Meningkatnya pemahaman terkait perlindungan konsumen	Rancangan kebijakan NSPK bidang perlindungan konsumen	4 Rancangan	4 Rancangan	100,00
	Edukasi konsumen	4.000 Orang	4.000 Orang	100,00
	Edukasi pelaku usaha terkait perlindungan konsumen	550 Orang	550 Orang	100,00
Meningkatnya peran serta masyarakat dalam menyuarakan aspirasi dan memperjuangkan hak konsumen	Pembinaan SDM lembaga perlindungan konsumen	25 Lembaga	34 Lembaga	136,00
Meningkatnya penyelesasian pengaduan konsumen	Layanan pengaduan konsumen	1000 Orang	7.464 Orang	746,40

	Kerjasama internasional di bidang perlindungan konsumen	4 Kesepakatan	4 Kesepakatan	100,00
Meningkatnya Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang aktif	Pembinaan SDM BPSK	30 Lembaga	68 Lembaga	226,67
Sasaran pendukung/tambahan	Layanan dukungan manajemen satker	1 Layanan	1 Layanan	100,00
	Layanan sarana internal	62 Unit	62 Unit	100,00
	Layanan perkantoran	1 Layanan	1 Layanan	100,00

Sumber data: Sub Bagian Tata Usaha, Direktorat Pemberdayaan Konsumen

Untuk melaksanakan berbagai kegiatan tersebut, pagu Direktorat Pemberdayaan Konsumen Tahun Anggaran 2022 sebesar Rp8.730.530.000,-. Realisasi anggaran pada tahun 2022 sebesar Rp8.639.646.677,- atau 98,96%. Realisasi ini sedikit lebih rendah jika dibandingkan dengan realisasi tahun 2021 yang sebesar 99,25%.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR **1**
RINGKASAN EKSEKUTIF **2**
DAFTAR ISI **6**
DAFTAR TABEL **7**
DAFTAR GAMBAR **8**
BAB I PENDAHULUAN **9**
BAB II PERENCANAAN KINERJA **13**
BAB III AKUNTABILITAS KINERJA **20**
A. CAPAIAN KINERJA ORGANISASI 20
B. KINERJA ANGGARAN 53
BAB IV PENUTUP **57**
LAMPIRAN 58

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Sasaran Kegiatan dan Indikator Kinerja Dit PK Tahun 2022..... 3
Tabel 2. Sasaran Kegiatan dan Output Dit PK Tahun 2022..... 4
Tabel 3. Pembobotan dalam Dimensi Indeks Keberdayaan Konsumen 22
Tabel 4. Variabel dan Unsur Penelitian Indeks kebrdayaan Konsumen 23
Tabel 5. IKK Indonesia Tahun 2022 Berdasarkan Dimensinya 24
Tabel 6. Nilai Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK).....24
Tabel 7. Indeks Keberdayaan Konsumen di Uni Eropa Tahun 2015 25
Tabel 8. Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) di 34 Daerah 26
Tabel 9. Target dan Capaian Indeks Keberdayaan Konsumen 27
Tabel 10. Perbandingan Capaian Indeks Keberdayaan Konsumen 27
Tabel 11. Pesentase Penyelesaian Layanan Pengaduan Konsumen yang Melakukan Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.....29
Tabel 12. Tindak Lanjut Penyelesaian Pengaduan Konsumen.....30
Tabel 13. Data Pengaduan Transaksi Online Berdasarkan Sektor.....30
Tabel 14. Perbandingan Capaian Output 1 34
Tabel 15. Target dan Capaian Output 1 35
Tabel 16. Pelaksanaan Penyuluhan Untuk Mahasiswa.....37
Tabel 17. Pelaksanaan Penyuluhan Perlindungan Konsumen oleh LPKSM 39
Tabel 18. Jumlah Konsumen Teredukasi Tahun 2022 40
Tabel 19. Perbandingan Capaian Output 2 41
Tabel 20. Target dan Capaian Output 2 41
Tabel 21. Perbandingan Capaian Output 3 43
Tabel 22. Target dan Capaian Output 3 43
Tabel 23. Perbandingan Capaian Output 1 45
Tabel 24. Target dan Capaian Output 1 45
Tabel 25. Rekapitulasi Pengaduan/Pertanyaan dan Informasi Tahun 2022 46
Tabel 26. Perbandingan Capaian Output 1 47
Tabel 27. Target dan Capaian Output 1 47
Tabel 28. Partisipasi dalam Forum Kerjasama Internasional Bidang Perlindungan Konsumen 48
Tabel 29. Target dan Capaian Output 2 49
Tabel 30. Pelaksanaan Bimbingan Teknis SDM bagi Anggota BPSK 52
Tabel 31. Jumlah SDM BPSK yang Dibina.....53
Tabel 32. Perbandingan Capaian Output 1 54
Tabel 33. Target dan Capaian Output 1 54
Tabel 34. Realisasi Anggaran Direktorat Pemberdayaan Konsumen 2022 54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Empat Pilar Kebijakan Umum Perlindungan Konsumen 10
Gambar 2. Tugas dan Fungsi Direktorat Pemberdayaan Konsumen..... 11
Gambar 3. Struktur Organisasi Direktorat Pemberdayaan Konsumen..... 11
Gambar 4. Visi dan Misi Direktorat Pemberdayaan Konsumen 13
Gambar 5. Tujuan Direktorat Pemberdayaan Konsumen Tahun 2021-2024 14
Gambar 6. Target, Realisasi, dan Capaian IKP Periode 2021-2022..... 28
Gambar 7. Target, Realisasi, dan Capaian Output 1 35
Gambar 8. Penyuluhan Perlindungan KonsumenKepada Ibu-ibu PKK..... 36
Gambar 9. Penyuluhan Perlindungan Konsumen Untuk Mahasiswa..... 37
Gambar 10. Talkshow Hari Konsumen Nasional 38
Gambar 11. Publikasi Hari Konsumen Nasional..... 38
Gambar 12. Penyuluhan Perlindungan Konsumen oleh LPKSM 39
Gambar 13. Penganugerahan Penghargaan Perlindungan Konsumen 40
Gambar 14. Target, Realisasi dan Capaian Periode 2021-2022 41
Gambar 15. Edukasi Pelaku Usaha Terkait Perlindungan Konsumen 42
Gambar 16. Target, Realisasi dan Capaian Periode 2021-2022 43
Gambar 17. Target, Realisasi dan Capaian Periode 2021-2022 45
Gambar 18. Target, Realisasi dan Capaian Periode 2021-2022 47
Gambar 19. Partisipasi dalam Forum Kerjasama Internasional 49
Gambar 20. Grafik Pertambahan Jumlah BPSK yang Terbentuk dari Tahun 2001-2022..... 50
Gambar 21. Bimbingan Teknis Mediator Tahun 2021 51
Gambar 22. Bimbingan Teknis Bagi Anggota BPSK 53
Gambar 23. Target, Realisasi dan Capaian Periode 2021-2022 54
Gambar 23. Grafik Perbandingan Target dan Realisasi Anggaran..... 55

BAB I
PENDAHULUAN

Salah satu tuntutan reformasi yang diinginkan oleh seluruh masyarakat adalah reformasi birokrasi melalui penyempurnaan sistem dan prosedur birokrasi, diantaranya dengan cara penyederhanaan prosedur birokrasi, pelayanan satu atap dan kemudahan perolehan informasi oleh masyarakat, yang kesemuanya mengarah pada sistem pelayanan masyarakat yang prima. Dalam rangka pelaksanaan reformasi birokrasi guna mewujudkan tata pemerintahan yang bersih dan bebas dari korupsi, serta untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik kepada masyarakat, diperlukan penguatan akuntabilitas kinerja bagi setiap instansi pemerintah.

Di dalam Peraturan Presiden Nomor 29 Tahun 2014 tentang Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah, dijelaskan yang dimaksud dengan akuntabilitas kinerja adalah perwujudan kewajiban suatu instansi pemerintah untuk mempertanggungjawabkan keberhasilan/kegagalan pelaksanaan program dan kegiatan yang telah diamanatkan para pemangku kepentingan dalam rangka mencapai misi organisasi secara terukur dengan sasaran/target kinerja yang telah ditetapkan melalui laporan kinerja instansi pemerintah yang disusun secara periodik. Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (SAKIP) dibangun dalam rangka upaya mewujudkan *good governance* dan sekaligus *result oriented government*. SAKIP merupakan sebuah sistem dengan pendekatan manajemen berbasis kinerja (*Performance-base Management*) untuk penyediaan informasi kinerja guna pengelolaan kinerja. Dalam rangka meningkatkan pelaksanaan pemerintahan yang lebih berdayaguna, berhasil guna, bersih dan bertanggungjawab, serta sebagai wujud pertanggungjawaban instansi pemerintahan yang baik, maka perlu disusun laporan akuntabilitas kinerja pada setiap akhir tahun.

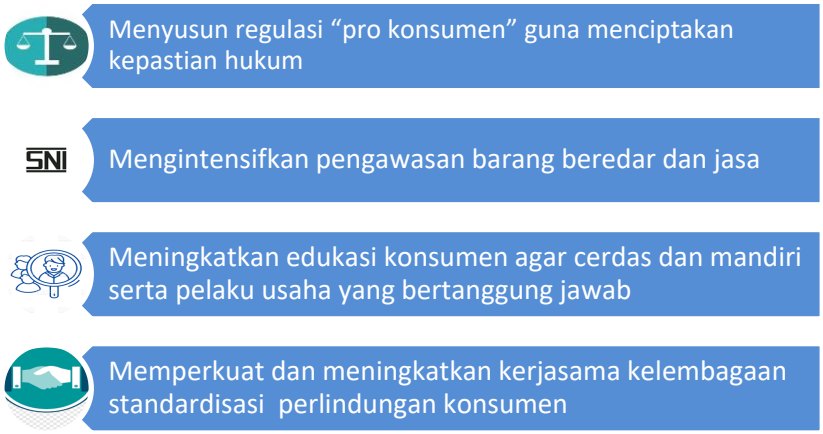
Sebagai tindak lanjut dari penetapan Peraturan Presiden Nomor 29 Tahun 2014, tanggal 18 Agustus 2015 Kementerian Perdagangan telah menetapkan Pedoman Penyusunan Dokumen SAKIP di lingkungan Kementerian Perdagangan yang tertuang dalam Surat Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 794 Tahun 2015 (merupakan revisi dari Kepmendag Nomor 1011 Tahun 2012).

A. PENJELASAN UMUM ORGANISASI

Menteri Perdagangan mendapatkan amanat untuk melakukan pembinaan dan pengawasan atas penyelenggaraan perlindungan konsumen sesuai Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 29 dan Pasal 30. Selanjutnya amanat tersebut secara hierarki dilimpahkan kepada Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (Ditjen PKTN).

Upaya perlindungan konsumen bertujuan untuk meningkatkan kesadaran konsumen akan hak dan kewajibannya, serta menumbuhkan kesadaran pelaku usaha akan pentingnya perlindungan konsumen. Dengan adanya perlindungan konsumen diharapkan dapat berakibat pada meningkatnya kualitas barang dan jasa di pasar dalam negeri yang mampu mengangkat daya saing produk barang dan jasa serta perdagangan Indonesia di pasar global.

Dalam melaksanakan mandat tersebut, Ditjen PKTN menetapkan empat pilar Kebijakan Umum Perlindungan Konsumen Nasional.



Gambar 1. Empat Pilar Kebijakan Umum Perlindungan Konsumen

Dari empat pilar tersebut Direktorat Pemberdayaan Konsumen berperan dalam tiga pilar yaitu penyusunan regulasi, edukasi konsumen dan pelaku usaha serta penguatan dan kerjasama kelembagaan. Ketiga pilar ini merupakan indikator dalam pengukuran kinerja Direktorat Pemberdayaan Konsumen. Dari pilar regulasi “pro konsumen” ini ditetapkan output rancangan kebijakan dan NSPK bidang perlindungan konsumen. Dalam edukasi kepada konsumen ditetapkan dengan output edukasi konsumen, edukasi pelaku usaha terkait perlindungan konsumen, pembinaan SDM perlindungan konsumen dan layanan pengaduan konsumen. Adapun pilar penguatan kelembagaan meliputi kegiatan pembinaan SDM BPSK dan LPKSM.

B. STRUKTUR ORGANISASI

Dalam rangka menjalankan perannya, Direktorat Pemberdayaan Konsumen membutuhkan organisasi dan tata kerja yang mampu mendukung dan menunjang berbagai tugas dan fungsinya. Berdasarkan peraturan Menteri Perdagangan Nomor 29 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Perdagangan, Direktorat Pemberdayaan Konsumen mempunyai tugas melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang pemberdayaan konsumen. Dalam pelaksanaan tugas, Direktorat Pemberdayaan Konsumen menyelenggarakan fungsi sebagai berikut:

Bidang 1 **Analisa Perlindungan Konsumen**

- Mempunyai tugas dan fungsi menyusun/merumuskan berbagai kebijakan serta menganalisa isu aktual di bidang perlindungan konsumen

Bidang 2 **Pelayanan Pengaduan Konsumen**

- Mempunyai tugas dan fungsi memberikan pelayanan penanganan pengaduan, konsultasi serta pemberian informasi dan publikasi terkait perlindungan konsumen

Bidang 3 **Bimbingan Konsumen dan Pelaku Usaha**

- Mempunyai tugas dan fungsi memberikan bimbingan terhadap konsumen melalui model edukasi konsumen cerdas dan pelaksanaan sosialisasi kepada pelaku usaha

Bidang 4 **Fasilitasi Kelembagaan**

- Mempunyai tugas dan fungsi memfasilitasi terbentuknya kelembagaan perlindungan konsumen serta melaksanakan bimbingan teknis maupun fasilitasi aktivasi kepada lembaga perlindungan konsumen

Bidang 5 **Jejaring Perlindungan Konsumen**

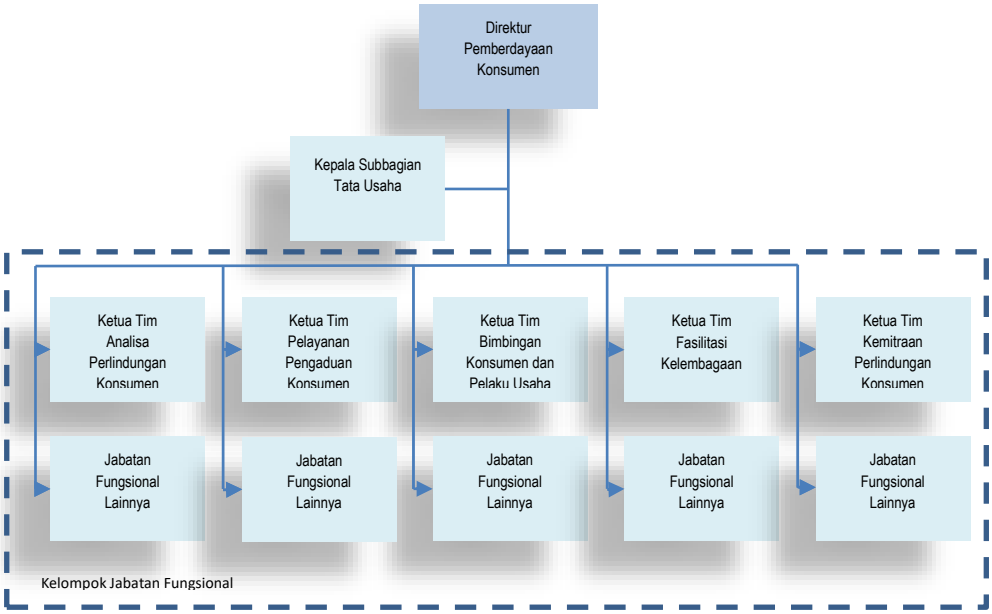
- Mempunyai tugas dan fungsi membentuk jejaring perlindungan baik di dalam maupun di luar negeri serta melakukan koordinasi dan evaluasi pembinaan pengembangan jejaring perlindungan konsumen

Subbagian **Tata Usaha**

- Mempunyai tugas dan fungsi mendukung operasional kegiatan di Direktorat Pemberdayaan Konsumen

Gambar 2. Tugas dan Fungsi Direktorat Pemberdayaan Konsumen

Untuk melaksanakan tugas tersebut, Direktorat Pemberdayaan Konsumen didukung oleh 44 pegawai yang terdiri dari 28 Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan 16 pegawai honorer per 31 Desember 2022. Struktur organisasi Direktorat Pembedayaan Konsumen per 31 Desember 2022 sebagai berikut:



Gambar 3. Struktur Organisasi Direktorat Pemberdayaan Konsumen

C. ASPEK STRATEGIS

Secara umum isu strategis dan permasalahan terkait pelaksanaaan fungsi dan tugas Direktorat Pemberdayaan Konsumen dapat diidentifikasi menjadi:

1. Perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud 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 Direktorat Pemberdayaan Konsumen terkait dengan pembuatan regulasi pro konsumen yaitu menerbitkan beberapa regulasi teknis sebagai pelaksanaan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dimana pada intinya peraturan dimaksud dibuat 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 dan prosedur di bidang perlindungan konsumen.

2. Dengan berakhirnya masa pandemi, terjadi pergeseran trend berbelanja di masyarakat. Saat ini, masyarakat sudah beralih dari yang semula berbelanja langsung ke pusat perbelanjaan seperti pasar, mall, dan toko menjadi berbelanja daring (*online shopping*) melalui berbagai platform belanja *online* yang tersedia. Sehingga dilakukan edukasi perlindungan konsumen melalui edukasi dan publikasi media sosial, media online, dan media luar ruang.

3. Selain itu Direktorat Pemberdayaan Konsumen juga menyediakan layanan pengaduan konsumen yang melakukan transaksi perdagangan melalui sistem elektronik untuk mengakomodir penipuan ataupun kerugian yang dialami oleh konsumen dalam melakukan belanja *online*.

4. 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, untuk itu diperlukan peran lebih dari pemerintah, untuk itu perlu diperkuat kelembagaan perlindungan konsumen. Dengan terbentuknya Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) di Kabupaten/Kota diharapkan akses masyarakat untuk mengadukan sengketa konsumen menjadi lebih mudah. Selain itu juga diperlukan pembinaan terhadap lembaga Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yang berdasakan UUPK mempunyai tugas memberikan advokasi kepada konsumen.

BAB II
PERENCANAAN KINERJA

Dalam rangka menjawab setiap tantangan yang dihadapi maka Direktorat Pemberdayaan Konsumen telah melakukan analisis dan evaluasi kondisi umum perlindungan konsumen dewasa ini, potensi, permasalahan, serta rencana strategis pembangunan perlindungan konsumen.

A. PERENCANAAN STRATEGIS

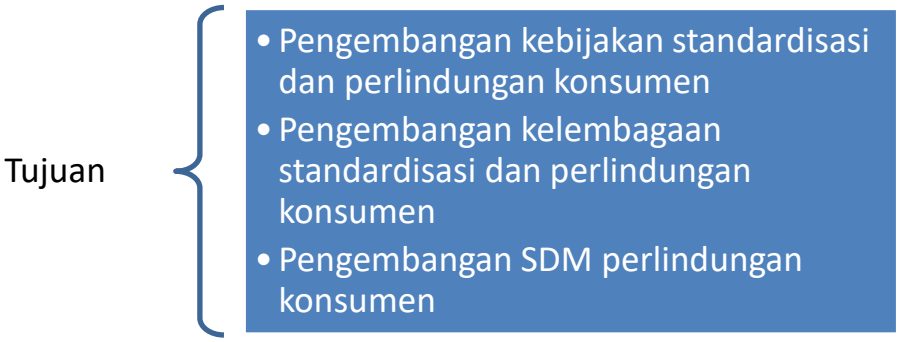
Perencanaan strategis Ditjen PKTN mengacu pada Rencana Strategis (Renstra) Tahun 2020-2024. Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) periode 2005−2025 menetapkan bahwa Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) periode 2020-2024 dengan sasaran strategis mewujudkan konsumen yang berdaya dan pelaku usaha yang bertanggung jawab.

Ditjen PKTN diamanatkan untuk mendukung prioritas perdagangan dalam negeri. Pembangunan standardisasi dan perlindungan konsumen diarahkan untuk mewujudkan tujuan Kementerian Perdagangan khususnya pada pengamanan pasar dalam negeri serta peningkatan pengawasan dan perlindungan konsumen.

Direktorat Pemberdayaan Konsumen sebagai salah satu unsur penunjang Ditjen PKTN khususnya, dan Kementerian Perdagangan secara umum harus mampu berperan dan menempatkan dirinya sebagai organisasi penunjang dalam pencapaian visi Kementerian Perdagangan yang juga menjadi visi Direktorat Pemberdayaan Konsumen. Adapun untuk misi dan tujuan Direktorat Pemberdayaan Konsumen mengacu pada misi dan tujuan Ditjen PKTN.

Gambar 4. Visi dan Misi Direktorat Pemberdayaan Konsumen

Untuk dapat mewujudkan visi dan misi, Direktorat Pemberdayaan Konsumen menetapkan tujuan yang merupakan penjabaran mengenai bagaimana misi Direktorat Pemberdayaan Konsumen tersebut dapat dicapai. Maka sesuai dengan tujuan pembangunan standardisasi dan perlindungan konsumen periode 2021-2024 yang ingin dicapai oleh Direktorat Pemberdayaan Konsumen adalah:



Gambar 5. Tujuan Direktorat Pemberdayaan Konsumen Tahun 2021-2024

Setelah menetapkan tujuan, Direktorat Pemberdayaan Konsumen menetapkan sasaran. Sasaran merupakan indikasi yang mengambarkan tercapainya tujuan yang telah ditetapkan. Sasaran tersebut kemudian diukur melalui indikator sasaran yang dijadikan ukuran keberhasilan pencapaian sasaran itu sendiri. Guna menjamin terlaksananya tugas Direktorat Pemberdayaan Konsumen perlu adanya keterkaitan antara visi, misi, tujuan dan sasaran agar kinerja dapat sejalan dengan perencanaan yang telah ditetapkan.

Tujuan yang ditetapkan harus disesuaikan dengan arah kebijakan Ditjen PKTN yakni pembangunan standardisasi dan perlindungan konsumen yang mengacu kepada arah pembangunan perdagangan nasional periode 2021-2024. Tujuan ini merupakan pedoman dalam menyusun langkah-langkah strategis untuk mencapai sasaran yang diinginkan. Dalam rangka pencapaian tujuan tersebut, maka ditetapkan sasaran yang ingin dicapai dan indikator kinerja Direktorat Pemberdayaan Konsumen, yaitu:

Sasaran Kegiatan	**Indikator Kinerja**	**Output**
Meningkatnya Pemahaman Terkait Perlindungan Konsumen	- Persentase Peningkatan Pemahaman Konsumen Pra Pembelian - Persentase Peningkatan Pemahaman Konsumen Saat Pembelian	- Rancangan Kebijakan NSPK bidang Perlindungan Konsumem - Konsumen yang diedukasi - Pelaku Usaha yang diedukasi
Meningkatnya Peran Serta Masyarakat dalam Menyaurakan Aspirasi dan Memperjuangkan Hak Konsumen	- Persentase LPKSM yang aktif - Persentase Pemahaman SDM LPKSM Teredukasi Terkait Standar PK	- SDM Lembaga Perlindungan Konsumen yang Dibina
Meningkatnya Penyelesaian Pengaduan Konsumen	- Persentase Penyelesaian Pengaduan Konsumen - Persentase Penyelesaian Layanan Pengaduan Konsumen yang Melakukan Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik - Tingkat Implementasi *Online Dispute Resolution*	- Layanan Pengaduan Konsumen - Kerjasama Internasional di Bidang Perlindungan Konsumen
Meningkatnya Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang Aktif	- Persentase BPSK yang Aktif - Persentase Pemahaman SDM BPSK Teredukasi Terkait Pelayanan BPSK	- SDM BPSK yang dibina

B. RENCANA KINERJA TAHUNAN

Bedasarkan tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan, maka dilaksanakan kegiatan-kegiatan agar tercapai untuk mencapai tujuan tersebut.

a. Sasaran 1

Sasaran	Indikator	Target
Meningkatnya Pemahaman Terkait Perlindungan Konsumen	Persentase peningkatan Pemahaman Konsumen Pra Pembelian	2,5%
	Persentase peningkatan Pemahaman Konsumen Saat Pembelian	1,75%

Penghitungan Indeks Keberdayaan Konsumen dilaksanakan guna mengetahui tingkat keberdayaan konsumen di Indonesia sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah untuk menetapkan kebijakan lebih lanjut guna meningkatkan pemahaman konsumen dan pelaku usaha atas perlindungan konsumen.

b. Sasaran 2

Sasaran Kegiatan	Output	Target
Meningkatnya Peran Serta Masyarakat dalam Menyuarakan Aspirasi dan Memperjuangkan Hak Konsumen	Persentase LPKSM yang aktif	65%
	Persentase Pemahaman SDM LPKSM Teredukasi Terkait Standar PK	60%

LPKSM merupakan lembaga yang dibentuk masyarakat secara sukarela untuk menyelenggarakan perlindungan konsumen. Dengan semakin banyaknya LPKSM yang menyelenggarakan kegiatan perlindungan konsumen dapat mendorong meningkatnya peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen.

c. Sasaran 3

Sasaran Kegiatan	Output	Target
Meningkatnya Penyelesaian Pengaduan Konsumen	Persentase Penyelesaian Pengaduan Konsumen	91%
	Persentase Penyelesaian Layanan Pengaduan Konsumen yang Melakukan Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik	100%
	Tingkat implementasi *Online Dispute Resolution*	40%

Dengan semakin banyaknya masyarakat yang memahami hak dan kewajibannya sebagai konsumen maka semakin tinggi kecenderungan konsumen untuk mengadukan kerugiannya. Direktorat Pemberdayaan Konsumen menyediakan berbagai jalur pengaduan untuk menampung dan membantu penyelesaian kerugian yang diadukan oleh konsumen guna meningkatkan penyelesaian sengketa konsumen.

d. Sasaran 4

Sasaran Kegiatan	Output	Target
Meningkatnya badan penyelesaian sengketa konsumen yang aktif	Persentase BPSK yang aktif	55%
	Persentase Pemahaman SDM BPSK Teredukasi Terkait Pelayanan BPSK	80%

Kegiatan pelatihan bagi SDM BPSK bertujuan membangun kualitas penyelenggara perlindungan konsumen, agar dapat berperan aktif dalam menangani masalah-masalah konsumen secara profesional sebagaimana diamanatkan oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen. BPSK yang telah memiliki Anggota BPSK dan Sekretariat BPSK, menjalankan tugas dan wewenangnya sesuai dengan peraturan perundang-ndangan yang berlaku (Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, dan lain sebagainya), serta menyampaikan laporan penanganan sengketa konsumen secara tahunan.

C. PERJANJIAN KINERJA DAN RENCANA AKSI

Berdasarkan sasaran dan indikator tersebut di atas, dilaksanakan perjanjian kinerja yang merupakan perwujudan kesepakatan antara pemberi tanggung jawab dengan penerima tanggung jawab, untuk melaksanakan program/kegiatan yang disertai pendukung indikator kinerja yang harus dicapai dalam satu tahun tertentu dengan mempertimbangkan sumber daya yang dikelola sesuai dengan tujuan dan sasaran pada Rencana Strategis (Renstra) serta anggaran yang tercantum pada Rencana Kerja Anggaran (RKA). Tujuannya adalah sebagai wujud nyata komitmen antara penerima dan pemberi amanah untuk meningkatkan integritas, akuntabilitas, transparansi dan kinerja aparatur. Perjanjian kinerja disusun setelah diterimanya DIPA dan ditandatangani oleh pihak-pihak yang menyepakati.

PERJANJIAN KINERJA

Perjanjian kinerja merupakan suatu janji kinerja yang wajib diwujudkan oleh penerima amanah kepada atasan langsungnya. Agar kinerja dapat tercapai secara maksimal untuk mencapai tujuan-tujuan strategis, Direktorat Pemberdayaan Konsumen menyusun perjanjian kinerja sebagai acuan dalam mengimplemetasikan kegiatan pada tahun 2022. Rincian perjanjian kinerja yang meliputi program, indikator kinerja, serta anggaran sebagai berikut.

No.	Sasaran Kegiatan	Indikator Kinerja Kegiatan	Target
1.	Meningkatnya Pemahaman Terkait Perlindungan Konsumen	Persentase Peningkatan Pemahaman Konsumen Pra Pembelian	2.5 %
		Persentase Peningkatan Pemahaman Konsumen Saat Pembelian	1.75 %

2.	Meningkatnya Peran Serta Masyarakat dalam Menyuarakan Aspirasi dan Memperjuangkan Hak Konsumen	Persentase Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Massyarakat (LPKSM) yang aktif	65%
		Persentase Pemahaman SDM LPKSM Teredukasi Terkait Standar Perlindungan Konsumen	60%
3.	Meningkatnya Penyelesaian Pengaduan Konsumen	Persentase Penyelesaian Pengaduan Konsumen	91%
		Persentase Penyelesaian Layanan Pengaduan Konsumen yang Melakukan Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik	100%
		Tingkat Implementasi Online Dispute Resolution	40%
4.	Meningkatnya badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang Aktif	Persentase BPSK yang Aktif	55%
		Persentase Pemahaman SDM BPSK Teredukasi Terkait Pelayanan BPSK	80%

adapun penjelasan indikator kinerja adalah sebagai berikut:

1 Meningkatnya Pemahaman Terkait Perlindungan Konsumen

Upaya perlindungan konsumen dikatakan berhasil jika konsumen mampu melindungi diri sendiri dari hal-hal yang merugikan, seperti praktek usaha yang curang, penipuan maupun kondisi pasar yang kurang menguntungkan. Hal ini baru dapat terjadi jika konsumen berdaya yaitu sadar, mengerti dan dapat menggunakan haknya sebagai konsumen.

Sosialisasi perlindungan konsumen adalah keadaan subjektif positif yang ditimbulkan oleh peningkatan kontrol konsumen. Sosialisasi ini dilakukan untuk meningkatkan pemahaman terkait perlindungan konsumen. Konsumen dapat diberdayakan melalui sumber yang berbeda, baik melalui regulasi pemerintah maupun pendidikan konsumen. Program pendidikan konsumen mampu memberikan dampak positif terhadap perilaku konsumen, seperti memeriksa tanggal kadaluarsa dan melakukan perbandingan harga sebelum membeli.

Indeks Keberdayaan Konsumen dijadikan sebagai salah satu instrumen untuk mengukur tingkat keberdayaan konsumen yang merupakan hasil dari sosialisasi perlindungan konsumen yang telah dilakukan. Sehingga dapat diketahui keefektifan dan seberapa luasnya penyebaran sosialisasi perlindungan konsumen di Indonesia. Indeks Keberdayaan Konsumen merupakan Indikator Kinerja Prioritas dari Dirjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga yang tanggungjawabnya berada pada Direktorat Pemberdayaan Konsumen sehingga diperjanjikan pula dalam Perjanjian Kinerja Direktur Pemberdayaan Konsumen.

2 Meningkatnya Peran Serta Masyarakat dalam Menyuarakan Aspirasi dan Memperjuangkan Hak Konsumen

Sebagai salah satu lembaga masyarakat yang terlibat langsung dalam menangani Perlindungan Konsumen, Direktorat Pemberdayaan Konsumen berupaya untuk lebih memberdayakan LPKSM dengan meningkatkan peran serta dalam menyuarakan aspirasi dan memperjuangkan hak konsumen, termasuk menerima keluhan dan pengaduan konsumen serta peran aktif dalam penyebaran informasi. Diharapkan dengan kegaiatan ini persentase pemahaman SDM LPKSM teredukasi terkait standar perlindungan konsumen akan meningkat.

3 Meningkatnya Penyelesaian Pengaduan Konsumen

Indikator untuk mengukur kinerja peningkatan perlindungan konsumen dapat dilihat dari persentase penanganan pengaduan konsumen Indonesia yang berhasil ditindaklanjuti/ditangani oleh Direktorat Pemberdayaan Konsumen.

Pengaduan yang diterima melalui kedatangan langsung, hotline, surat, email, *whatsapp*, dan website. Masyarakat harus terus didorong untuk lebih proaktif dalam menyampaikan informasi atau pengaduan atas kerugian yang dideritanya akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa.

4 Meningkatnya badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang Aktif

Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan keaktifan badan penyelesaian sengketa konsumen yang aktif dalam membantu konsumen yang mengalami sengketa. Kegiatan ini diukur dengan indikator kinerja berupa persentase BPSK yang aktif dan persentase pemahaman SDM BPSK teredukasi terkait pelayanan BPSK. Untuk mencapai indikator kinerja tersebut dilakukan kegiatan pelatihan kepada SDM BPSK.

RENCANA AKSI

Sasaran yang hendak diwujudkan oleh Direktorat Pemberdayaan Konsumen adalah pengembangan kebijakan dan pemberdayaan konsumen. Mengacu pada kontrak kinerja sasaran diukur dengan 6 (enam) indikator kinerja. Kegiatan-kegiatan pendukung masing-masing indikator dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Rancangan kebijakan dan NSPK bidang perlindungan konsumen
    a. Keputusan Menteri Perdagangan tentang Pedoman Penilaian Indeks Keberdayaan Konsumen
    b. Keputusan/Peraturan Menteri Perdagangan tentang Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

c. Keputusan/Peraturan Menteri Perdagangan tentang Pedoman Layanan Pengaduan Konsumen
d. Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen

2. Edukasi Konsumen
   a. Menyelenggarakan Penyuluhan Perlindungan Konsumen kepada Ibu-ibu PKK, Organisasi Masyarakat, dan Karang Taruna
   b. Menyelenggarakan Penyuluhan Perlindungan Konsumen untuk Mahasiswa
   c. Melaksanakan Penyuluhan Perlindungan Konsumen oleh LPKSM
   d. Menyelenggarakan Forum Pelaksanaan Kerjasama Sektoral dan Stakeholder Perlindungan Konsumen
   e. Mengikuti Forum Pertemuan Perlindungan Konsumen Regional/Internasional
   f. Menyelenggarakan Hari Konsumen Nasional (Harkonas)
   g. Melakukan Publikasi Perlindungan Konsumen Melalui Berbagai Media
   h. Menyelenggarakan Survey Indeks Keberdayaan Konsumen
   i. Memberikan Penghargaan Pemerintah Daerah Terbaik Peduli Perlindungan Konsumen

3. Edukasi Pelaku Usaha Terkait Perlindungan Konsumen
   a. Menyelenggarakan Pembinaan Kebijakan Perlindungan Konsumen bagi Pelaku Usaha

4. Pembinaan SDM Lembaga Perlindungan Konsumen
   a. Bimbingan Teknis Bagi SDM Anggota LPKSM
   b. Koordinasi Kelembagaan LPKSM

5. Layanan Pengaduan Konsumen
   a. Operasional layanan pengaduan konsumen melalui hotline, surat, email, whatsapp, website mapupun datang langsung
   b. Pengelolaan Media Center Portal Perlindungan Konsumen Nasional
   c. Fasilitasi Verifikasi Pengaduan Konsumen

6. Kerjasama Internasional di Bidang Perlindungan Kosumen
   a. Kerjasama Regional/ Internasional di Bidang Perlindungan Konsumen
   b. Diseminasi terkait kerjasama internasional di bidang perlindungan konsumen

7. SDM BPSK yang Dibina
   a. Bimbingan Teknis Mediator
   b. Bimbingan Teknis Bagi SDM Anggota BPSK dan Sekretariat BPSK
   c. Koordinasi Kelembagaan dan Penguatan BPSK

BAB III
AKUNTABILITAS KINERJA

Capaian kinerja organisasi akan diuraikan sesuai dengan dokumen Perjanjian Kinerja. Selain itu, juga diuraikan realisasi anggaran yang digunakan untuk mewujudkan pernyataan kinerja organisasi sesuai dengan dokumen Kontrak Kinerja dan Rencana Aksi.

A. CAPAIAN KINERJA ORGANISASI

Untuk menginterpretasikan pencapaian kinerja antara kegiatan, program dan kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, dan misi serta visi yang telah ditetapkan dilakukan analisis dan evaluasi capaian kinerja. Pengukuran tingkat capaian kinerja Direktorat Pemberdayaan Konsumen tahun 2022 dilakukan dengan membandingkan antara target dengan realisasi dari masing-masing indikator kinerja.

Berikut adalah capaian kinerja Direktorat Pemberdayaan Konsumen tahun 2022. Pembahasan pada bagian ini disesuaikan dengan sasaran dan indikator kinerja yang ada pada Perjanjian Kinerja Direktorat Pemberdayaan Konsumen Tahun 2022.

Sasaran Program

Sasaran meningkatnya pemahaman terkait perlindungan konsumen diukur melalui 2 (dua) Indikator Kinerja Kegiatan yakni Persentase peningkatan Pemahaman Konsumen Pra Pembelian dan Persentase peningkatan Pemahaman Konsumen Saat Pembelian.

IKP 1 Indeks Keberdayaan Konsumen

Penyelenggaraan perlindungan konsumen dilakukan secara preventif dan represif. Perlindungan konsumen secara preventif dilakukan sebelum konsumen mengalami kerugian atau menderita sakit akibat mengkonsumsi/ menggunakan barang dan/ atau jasa melalui berbagai bentuk edukasi konsumen. Sementara itu upaya perlindungan konsumen secara represif dilakukan setelah konsumen mengalami kerugian atau menderita sakit akibat mengkonsumsi/menggunakan barang dan/atau jasa melalui jaminan kepastian hukum dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, serta ketersediaan lembaga-lembaga perlindungan konsumen yang mudah diakses untuk mengadukan kerugian yang dialami.

Dari kedua upaya tersebut tentunya akan lebih baik apabila konsumen dapat dilindungi sebelum mengalami kerugian atau menderita sakit dengan perlindungan konsumen secara preventif. Untuk mewujudkannya maka keberdayaan konsumen masyarakat perlu ditingkatkan melalui edukasi secara langsung kepada berbagai komunitas konsumen di tempat-tempat yang strategis. Hal ini dilakukan untuk

meningkatkan kesadaran masyarakat agar mampu menggunakan hak dan kewajibannya sebagai konsumen dan menentukan pilihan terbaik bagi diri dan lingkungannya.

Indikator yang mengambarkan kondisi keberdayaan konsumen disebut Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK). Indeks Keberdayaan Konsumen merupakan indeks yang mengukur kesadaran, pemahaman dan kemampuan menerapkan hak dan kewajiban konsumen dalam berinteraksi dengan pasar. Nilai Indeks Keberdayaan Konsumen ini dinilai dapat dijadikan dasar untuk menentukan kebijakan perlindungan konsumen guna meningkatkan pemberdayaan konsumen melalui berbagai upaya edukasi kepada konsumen sebagai langkah preventif terhadap ekses negatif.

Secara operasional Indeks Keberdayaan Konsumen diukur melalui tiga tahap keputusan pembelian yaitu sebelum pembelian, saat pembelian, dan pasca pembelian. Tahapan sebelum pembelian diukur dengan dua dimensi, yaitu pencarian informasi serta pengetahuan tentang undang-undang dan lembaga perlindungan konsumen. Sedangkan tahapan saat pembelian diukur dengan tiga dimensi, yaitu pemilihan barang dan jasa, preferensi barang dan jasa serta perilaku pembelian. Sementara tahapan pasca pembelian juga diukur dengan dua dimensi, yaitu kecenderungan untuk bicara dan perilaku komplain. Dengan demikian terdapat 7 dimensi yang digunakan untuk mengukur Indeks Keberdayaan Konsumen.

Responden pada penelitian ini sebanyak 17.000 responden dari 34 provinsi provinsi. Sampel ini terbagi rata pada setiap provinsi yaitu 500 per provinsi yang terdiri atas 300 survei langsung dan 200 survei *online*. Jenis sampel yang dipakai adalah *Non Probability Sampling* dimana penentuan jumlah sampel tidak memperhitungkan kembali jumlah populasi pada setiap provinsi. Teknik penarikan sampel yang digunakan yaitu *Multistage Cluster Sampling.* Variable demografi responden berdasarkan usia produktif, jenis kelamin, pekerjaan, tingkat pendidikan, dan pendapatan. Berkaitan dengan jumlah sampel di setiap provinsi yang relatif sedikit jika dibandingkan dengan jangkauan kewilayahan (perkotaan dan perdesaan) dan dibandingkan dengan jumlah sektor perdagangan (8 sektor) yang harus dihimpun di setiap wilayah provinsi (perkotaan dan perdesaan).

Nilai Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) dihitung dengan menggunakan “nilai rata-rata tertimbang” masing-masing unsur. Dalam perhitungan indeks keberdayaan konsumen terhadap jumlah unsur yang dikaji, setiap unsur memiliki penimbang yang sama. Bobot nilai rata-rata tertimbang diperoleh dari jumlah bobot dibagi dengan jumlah unsur, sama dengan 1 (satu) dibagi dengan jumlah unsurnya, didapat dengan rumus sebagai berikut:

$$Bobot\ nilai\ rata-rata\ tertimbang = \frac{Jumlah\ Bobot}{Jumlah\ Unsur} = \frac{1}{jml\ unsur}$$

Data dientri, dilakukan skoring terhadap item pertanyaan penelitian. Skor komposit setiap dimensi diperoleh dengan menghitung rata-rata skor indeks setiap item pertanyaan yang dianggap telah reliabel atau valid. Dengan demikian, diperoleh skor komposit untuk setiap dimensi keberdayaan konsumen dalam bentuk indeks. Untuk memperoleh nilai Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) digunakan pendekatan nilai rata-rata tertimbang. Indeks Keberdayaan Konumen (IKK) tertimbang diperoleh berdasarkan total dari nilai

persepsi per unsur dibagi dengan total unsur yang terisi dikali nilai, dengan rumus sebagai berikut:

$$IKK\ tertimbang = \frac{Total\ dari\ nilai\ persepsi\ per\ unsur}{Total\ unsur\ yang\ terisi} \times nilai$$

Untuk memudahkan interpretasi terhadap penilaian Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) yaitu antara 20-100 maka hasil penilaian tersebut di atas dikonversikan dengan nilai dasar 20. Kuesioner dalam survei menggunakan skala 1-5, sehingga skor paling tinggi adalah 5. Jika dikonversi ke skala 100 maka 100 dibagi 5 (100/5) sehingga didapat angka 20. Sehingga Indeks keberdayaan konsumen (IKK) dikali 20 dengan rumus sebagai berikut:

$$IKK(Indeks\ Keberdayaan\ Konsumen) \times 20$$

Data yang telah masuk kemudian dianalisa secara manual maupun dengan menggunakan *software* statistik *SPSS*. Pengolahan data akan menghasilkan *output* Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK).

Survei Keberdayaan Konsumen dilakukan dengan menggunakan variabel survei yang telah ditetapkan menyangkut seluruh aspek mengenai keberdayaan konsumen dan dimensinya berdasarkan wilayah, demografi, aspek sosial dan ekonomi. Variabel utama dilihat dari segala upaya untuk memberi perlindungan kepada konsumen, yaitu mencakup 3 (tiga) tahapan pembelian, mulai dari pra pembelian, saat pembelian, dan pasca pembelian. Dimensi dari masing-masing tahapan pembelian dirinci dalam tabel berikut.

Tabel 3. Pembobotan dalam Dimensi Indeks Keberdayaan Konsumen

Tahap Pembelian	Dimensi	Pembobotan
Pra Pembelian	• Pencarian Informasi • Pengetahuan tentang undang-undang dan lembaga perlindungan konsumen	20% 5%
Saat Pembelian	• Pemilihan barang dan jasa • Preferensi barang dan jasa • Perilaku Pembeli	10% 5% 15%
Pasca Pembelian	• Kecenderungan untuk bicara • Perilaku Komplain	20% 25%

Sumber: Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen; Peraturan Presiden Nomor 50 Tahun 2017 Tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen, Laporan Akhir Analisis Kelompok Konsumen (Consumer Group) Dalam Upaya Peningkatan Pemberdayaan Konsumen Tahun 2016, Laporan Akhir Analisis Optimalisasi Perlindungan Konsumen di Indonesia Tahun 2016, dan koreksi dari PPK/PPTK

Dimensi masing-masing tahapan pembelian tersebut telah dikembangkan menjadi variabel atau unsur sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan. Jumlah variabel yang digunakan pada survei sebelumnya sebanyak 7 (tujuh) variabel, dimana variabel tersebut dirasa masih bersifat umum sehingga kurang spesifik untuk menjangkau ukuran keberdayaan konsumen. Dengan demikian, variabel yang digunakan sebelumnya perlu dikembangkan lebih spesifik sesuai dengan ukuran keberdayaan konsumen agar dapat lebih mencerminkan ciri keberdayaan konsumen mulai dari tahap pra pembelian, saat

pembelian, sampai pasca pembelian. Pada tabel di bawah ini merupakan variabel atau unsur penelitian yang digunakan.

Tabel 4. Variabel dan Unsur Penelitian Indeks Keberdayaan Konsumen

	Variabel Keberdayaan Konsumen	
Pencarian Informasi	**U1**	Pencarian informasi yang dilakukan sebelum melakukan pembelian barang/jasa
Pengetahuan tentang undang-undang dan lembaga perlindungan konsumen	**U2**	Pengetahuan tentang UU perlindungan konsumen
	U3	Pengetahuan tentang materi dalam UUPK
	U4	Pengetahuan tentang hak Konsumen
	U5	Pengetahuan tentang kewajiban Konsumen
	U6	Pengetahuan tentang kewajiban Pelaku Usaha
	U7	Pengetahuan terhadap tanggung jawab Pelaku Usaha
	U8	Pengetahuan tentang pengawasan oleh masyarakat terhadap barang/jasa yang beredar di pasar
	U9	Pengetahuan terhadap lembaga penyelenggara perlindungan konsumen
Pemilihan barang dan jasa	**U10**	Hal yang diperhatikan dalam pemilihan produk
Preferensi barang dan jasa	**U11**	Hal yang diutamakan dalam pemilihan produk
Perilaku Pembeli	**U12**	Perilaku konsumen dalam pembelian dan/atau penggunanan barang/jasa
Kecenderungan untuk bicara	**U13**	Pihak yang dituju untuk menceritakan tentang pengalaman buruk/kekecewaan atas pembelian sebuah produk
	U14	Pihak yang dituju untuk menceritakan tentang pengalaman baik/kepuasan atas pembelian sebuah produk
	U15	Pihak yang tidak direkomendasikan untuk membeli produk di tempat pembelian dengan pengalaman buruk
	U16	Pihak yang direkomendasikan untuk membeli produk di tempat pembelian dengan pengalaman baik/kepuasan
	U17	Pihak yang diajak untuk memboikot tempat pembelian dengan pengalaman buruk/kekecewaan
Perilaku Komplain	**U18**	Pengaduan terhadap ketidakpuasan atas barang/jasa yang telah dibeli
	U19	Pihak yang dituju untuk pengaduan terhadap ketidakpuasan pembelian atas barang/jasa

Sumber: Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Analisis data

Berdasarkan hasil survei didapatkan Indeks pra pembelian adalah 55,42; saat pembelian 66,23; dan pasca pembelian 43,94. Indeks dari masing-masing dimensi dapat dilihat dalam Tabel 5.

Tabel 5. IKK Indonesia Tahun 2022 Berdasarkan Dimensinya

No.	Dimensi	Indeks	Indeks Per Tahapan Pembelian
1.	Pencarian informasi	56,94	Pra Pembelian Total = 55,42
2.	Pengetahuan tentang Undang-Undang dan Lembaga Perlindungan Konsumen	53,90	
3.	Pemilihan barang dan jasa	65,63	Saat Pembelian Total = 66,23
4.	Preferensi barang dan jasa	66,74	
5.	Perilaku pembelian	66,32	
6.	Kecenderungan untuk bicara	53,53	Pasca Pembelian Total = 43,94
7.	Perilaku komplain	34,36	
	Nilai IKK	53,23	

Sumber: Hasil Survei IKK Tahun 2022

Tingkat keberdayaan konsumen atau skor IKK dikelompokkan menjadi 5 (berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 50 Tahun 2017 Tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen) yaitu:

1. Sadar; mengenali hak dan kewajiban dasar sebagai konsumen (skor indeks 0,0 – 20,0).
2. Paham; memahami hak dan kewajiban sebagai konsumen untuk melindungi dirinya (skor indeks 20,1 – 40,0).
3. Mampu; mampu menggunakan hak dan kewajiban konsumen untuk menentukan pilihan terbaik termasuk menggunakan produk dalam negeri bagi diri dan lingkungannya (skor indeks 40,1 – 60,0).
4. Kritis; berperan aktif memperjuangkan hak dan melaksanakan kewajibannya serta mengutamakan produk dalam negeri (skor indeks 60,1 – 80,0).
5. Berdaya; memiliki nasionalisme tinggi dalam berinteraksi dengan pasar dan memperjuangkan kepentingan konsumen (skor indeks 80,1 – 100,0).

Tabel 6. Nilai Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK)

Nilai Persepsi	Skor Indeks	Mutu	Keberdayaan Konsumen
1	0 – 20	E	Sadar
2	20,1 – 40	D	Paham
3	40,1 – 60	C	Mampu
4	60,1 – 80	B	Kritis
5	80,1 – 100	A	Berdaya

Sumber: Peraturan Presiden Nomor 50 Tahun 2017 Tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen

Pengukuran Indeks Kebedayaan Konsumen yang dilakukan di Indonesia juga dilakukan di beberapa negara, salah satunya dilakukan di Uni Eropa. Dimana di negara tersebut, pengukuran Indeks Keberdayaan Konsumen menggunakan tiga dimensi, yakni (1) Keterampilan konsumen, yaitu keterampilan numerik dan keuangan dasar serta pengetahuan tentang logo dan simbol; (2) Level informasi konsumen, yaitu pengetahuan konsumen tentang hak-haknya (kesadaran ketidakadilan persyaratan

kontraktual, hak-hak jaminan, hak pembalian jarak jauh, dll), harga, lembaga pemerintah dan non-pemerintah yang melindungi konsumen, sumber informasi berbeda tentang urusan konsumen; dan (3) Ketegasan konsumen, yaitu keluhan dan perilaku melaporkan, serta pengalaman konsumen terhadap penawaran yang mengandung kecurangan.

Tabel 7. Indeks Keberdayaan Konsumen di Uni Eropa Tahun 2015

	Consumer skills	*Awareness of consumer legislation*	*Consumer engagement*	*ICE*
	scores	scores	scores	scores
BE	69.41	48.37	39.16	52.02
BG	52.76	30.47	44.41	42.80
CZ	66.54	57.08	49.88	57.63
DK	76.04	54.69	44.51	58.10
DE	70.25	60.22	45.71	58.35
EE	57.74	48.24	44.91	50.19
IE	66.88	42.40	40.30	49.73
EL	66.18	37.41	44.18	49.32
ES	51.12	47.81	39.20	45.83
FR	67.29	48.46	42.43	52.52
IT	55.64	42.96	39.84	46.03
CY	68.11	45.62	47.79	53.82
LV	58.55	46.57	41.31	48.65
LT	53.72	46.46	35.44	44.92
LU	64.46	44.38	42.92	50.49
HU	56.21	39.52	44.19	46.70
MT	60.10	53.49	41.75	51.48
NL	78.07	52.76	46.99	59.05
AT	70.17	46.51	48.41	54.99
PL	46.76	43.53	35.07	41.58
PT	47.64	45.28	44.56	45.80
RO	42.76	29.67	40.42	37.83
SI	65.07	45.14	46.87	52.34
SK	66.83	52.10	45.84	54.73
FI	70.69	58.04	47.60	58.49
SE	74.71	52.70	47.05	57.95
UK	65.83	47.18	40.39	50.91
IS	73.29	49.21	41.09	54.26
NO	78.43	67.92	40.58	61.63

Sumber data: Tim Kemitraan Perlindungan Konsumen, Direktorat Pemberdayaan Konsumen

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa di Uni Eropa, negara dengan indeks tertinggi yakni Norwegia mencapai 61,63 sedangkan negara dengan indeks terendah adalah Rumania sekitar 37,83.

Hasil Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) Indonesia Tahun 2022 adalah 53,23 (Mampu) dengan pencapaian indeks seluruh Provinsi juga berada pada kategori Mampu dengan rentang nilai antara 40,1 – 60. Nilai IKK tertinggi adalah di Provinsi DKI Jakarta (55,94) dan nilai IKK terendah adalah di Provinsi Papua Barat (49,99). Dibandingkan dengan target yang ditetapkan untuk tahun 2022 yaitu 44, capaian kinerja mencapai 120,97%. Nilai indeks keberdayaan konsumen (IKK) di 34 Daerah dijelaskan pada Tabel 7 yang diurutkan berdasarkan provinsi dengan indeks tertinggi hingga terendah. Perbedaan IKK di setiap provinsi dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya tingkat pendidikan serta pendapatan per bulan. Nilai IKK Provinsi tertinggi adalah DKI Jakarta dengan dominasi tingkat pendidikan terakhir adalah S1 dan rata-rata pendapatan per bulan sebesar 2,5-5 juta. Jika dibandingkan dengan Provinsi Papua Barat yang memperoleh IKK Provinsi terendah, dominasi tingkat pendidikan terakhir adalah SLTA dan rata-rata pendapatan per bulan dibawah 2,5 juta.

Tabel 8. Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) di 34 Daerah

No.	Provinsi	Indeks	Kategori
1.	DKI Jakarta	55,94	Mampu
2.	Jawa Barat	55,91	Mampu
3.	Sumatera Utara	55,8	Mampu
4.	Jawa Tengah	55,71	Mampu
5.	Jawa Timur	55,4	Mampu
6.	Sulawesi Selatan	55,31	Mampu
7.	Kalimantan Timur	55,25	Mampu
8.	Kalimantan Utara	55,25	Mampu
9.	DI Yogyakarta	55,09	Mampu
10.	Jambi	54,96	Mampu
11.	Aceh	54,93	Mampu
12.	Kalimantan Tengah	54,92	Mampu
13.	Kalimantan Selatan	53,98	Mampu
14.	Sumatera Barat	53,95	Mampu
15.	Sulawesi Utara	53,84	Mampu
16.	Bengkulu	53,61	Mampu
17.	Riau	53,35	Mampu
18.	Nusa Tenggara Barat	53,07	Mampu
19.	Banten	52,83	Mampu
20.	Sulawesi Tenggara	52,48	Mampu
21.	Sumatera Selatan	52,4	Mampu
22.	Bali	52,35	Mampu
23.	Nusa Tenggara Timur	52,12	Mampu
24.	Kepulauan Riau	52,02	Mampu
25.	Gorontalo	51,81	Mampu
26.	Maluku	51,7	Mampu
27.	Lampung	51,58	Mampu
28.	Kepulauan Bangka Belitung	51,22	Mampu
29.	Sulawesi Tengah	50,97	Mampu
30.	Kalimantan Barat	50,93	Mampu
31.	Sulawesi Barat	50,87	Mampu
32.	Maluku Utara	50,09	Mampu
33.	Papua	50,05	Mampu
34.	Papua Barat	49,99	Mampu
IKK Indonesia		**53,23**	**Mampu**

Namun demikian, nilai IKK Provinsi mulai dari IKK tertinggi sampai IKK terendah pada Tabel 20 di atas bukanlah perbandingan nilai IKK antar provinsi. Nilai IKK Provinsi hanya sebagai informasi, dimana nilai IKK provinsi tersebut tidak menggambarkan nilai provinsi sebenarnya karena desain penelitian dibuat untuk IKK nasional, sehingga

pengambilan sampel di setiap provinsi adalah sama tanpa memperhitungkan jumlah populasi usia produktif di masing-masing provinsi.

Tabel 9. Target dan Capaian Indeks Keberdayaan Konsumen

Uraian	Target	Realisasi	Capaian (%)
Indeks Keberdayaan Konsumen	53	53,23	100,43

Sumber: Direktorat Pemberdayaan Konsumen, Ditjen PKTN (diolah)

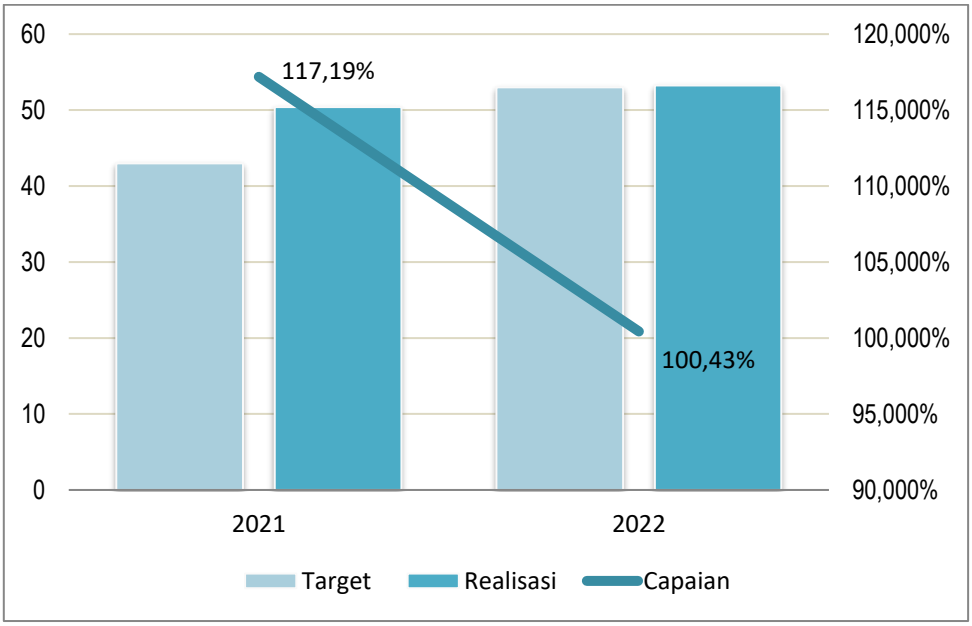
Nilai IKK Indonesia Tahun 2022 (53,23; Mampu) dibandingkan dengan IKK Indonesia Tahun 2021 (50,39; Mampu) mengalami kenaikan sebesar 2,84. Hal ini dipengaruhi oleh kondisi perilaku konsumsi masyarakat yang mengalami perubahan eksternal/lingkungan setelah adanya pandemi Covid-19 yang menyebabkan masyarakat banyak melakukan pembelian secara *online*. Pembelian *online* memudahkan masyarakat untuk mencari informasi sebelum pembelian, seperti metode pembayaran, jaminan pengembalian barang cacat, jaminan uang kembali, dan jaminan kerusakan barang/garansi. Selain itu, pada pembelian *online*, konsumen dimudahkan untuk mencari harga, kualitas, pelayanan toko, dan *brand*/merek yang diinginkan. Pada pembelian *online*, hal yang sangat membedakan dari pembelian secara konvensional yaitu konsumen lebih mudah memberikan *review* kepuasan atau ketidakpuasan atas barang/jasa yang diterima.

Tabel 10. Perbandingan Capaian Indeks Keberdayaan Konsumen

NO	INDIKATOR KINERJA PROGRAM (IKP)	TARGET		REALISASI		CAPAIAN (%)	
		2021	2022	2021	2022	2021	2022
(1)	(2)	(3)	(4)	(8)	(9)	(10)	(11)
1	Indeks Keberdayaan Konsumen	43	53	50,39	53,23	117,19	100,43

Sumber: Direktorat Pemberdayaan Konsumen, Ditjen PKTN (diolah)

Berdasarkan data tersebut di atas terlihat bahwa realisasi Indeks Keberdayaan Konsumen Indonesia mengalami kenaikan dari tahun 2021 ke tahun 2022. Grafik kenaikan capaian IKK dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Target, Realisasi dan Capaian IKP Periode 2021-2022

IKK Indonesia Tahun 2022 masih sama dengan IKK Indonesia tahun sebelumnya yang berada pada kategori Mampu, dimana tahun ini IKK Indonesia masih belum mencapai kategori maksimal yaitu konsumen yang Kritis atau Berdaya. Hal ini dipengaruhi oleh indeks dari masing-masing dimensi yang diukur. Dimensi dengan indeks terendah adalah perilaku komplain yang menunjukkan bahwa masih kurangnya kesadaran konsumen Indonesia untuk melakukan komplain atas ketidaksesuaian barang atau jasa yang diterima dengan yang diperjanjikan oleh pelaku usaha. Sehingga perlu dimaksimalkan edukasi konsumen yang berfokus pada tata cara mengajukan keluhan, diantaranya kepada penjual produk/jasa; produsen produk atau penyedia jasa; dan lembaga penyelenggara perlindungan konsumen diantaranya Kementerian Perdagangan, BPSK, dan LPKSM.

Strategi peningkatan keberdayaan konsumen dilakukan dengan 2 (dua) langkah berikut:

1. Penyelenggaraan edukasi dan advokasi konsumen yang efektif.

   Penyelenggaraan edukasi dan advokasi konsumen dilakukan melalui integrasi isu-isu perlindungan konsumen dalam pendidikan formal; dan mendorong terbentuknya komunitas/kelompok konsumen cerdas di sekolah menengah dan atas. Internalisasi isu perlindungan konsumen melalui jalur pendidikan akan difokuskan pada Pendidikan anak usia dini, pendidikan dasar dan menengah, serta pendidikan keluarga. Dengan demikian, masyarakat dapat diperkenalkan dengan isu perlindungan konsumen di usia sedini mungkin dan lingkungan terkecil.

2. Penyediaan sistem informasi konsumen yang terintegrasi, handal, dan terpercaya.

   Penyediaan sistem informasi dan media center konsumen bertujuan untuk mengatasi permasalahan asimetris informasi yang dapat mengurangi kemampuan konsumen untuk menjalankan hak dan kewajibannya. Penyediaan sistem informasi dan media center konsumen dilakukan melalui penyediaan sistem informasi terpadu perlindungan konsumen secara online yang akan mengintegrasikan seluruh informasi terkait perlindungan konsumen yang ada di Kementerian/Lembaga; dan penyebaran

informasi perlindungan konsumen secara merata di tingkat Pusat dan Daerah dengan memanfaatkan sarana informasi yang dimiliki Kementerian Kominfo.

IKP 2 Persentase Penyelesaian Layanan Pengaduan Konsumen yang Melakukan Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Layanan pengaduan konsumen yang melakukan transaksi perdagangan melalui sistem elektronik yang dilakukan direktorat pemberdayaan konsumen adalah dengan memberikan respon jawaban kepada konsumen atas aduan yang masuk melalui saluran yang disediakan. penanganan lebih lanjut yang lain berupa klarifikasi dengan pemanggilan pelaku usaha untuk dimintai keterangan, melakukan mediasi antara para pihak, dan penyelesaian kasus (solusi tercapai). total pengaduan konsumen yang melakukan transaksi perdagangan melalui sistem elektronik meliputi seluruh pengaduan (berupa kasus sengketa, pertanyaan, permohonan informasi) baik datang langsung maupun melalui saluran pengaduan yang telah disediakan yaitu website, surat, telepon, whatsapp dan email.

Tabel 11 Persentase Penyelesaian Layanan Pengaduan Konsumen Yang Melakukan Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Uraian	Target	Realisasi	Capaian (%)
Persentase Penyelesaian Layanan Pengaduan Konsumen yang Melakukan Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik	100	99,96	99,96

Sumber: Direktorat Pemberdayaan Konsumen, Ditjen PKTN (diolah)

Hingga akhir Tahun 2022, realisasi persentase penyelesaian layanan pengaduan konsumen yang melakukan transaksi perdagangan melalui sistem elektronik sebesar 99,96% dari target 100% sehingga capaian di Tahun 2022 sebesar 99,96%. Total pengaduan transaksi online yang masuk melalui saluran pengaduan sebanyak 6.911 aduan. Sebanyak 6.908 aduan selesai dan 3 aduan dalam proses.

Dari data pengaduan yang diterima berdasarkan sektor, sebanyak 963 aduan dari sektor obat dan makanan, 374 aduan dari sektor elektronik/kendaraan bermotor, 508 aduan dari sektor transportasi, 120 aduan dari sektor jasa pariwisata, 365 aduan dari sektor jasa keuangan, 36 aduan dari sektor listrik/gas, 62 aduan dari sektor telekomunikasi, 3 aduan dari sektor jasa kesehatan, dan 4.480 aduan dari sektor lainnya.

Dalam proses penanganan pengaduan, ditindaklanjuti melalui proses klarifkasi hingga mediasi. Proses klarifikasi yaitu pemanggilan kepada pelaku usaha baik dengan cara *online* (melalui surat klarifikasi) maupun *offline* dengan datang langsung memenuhi undangan untuk dimintakan klarifikasi terkait pengaduan yang diadukan oleh konsumen. Sedangkan proses mediasi yaitu dipertemukannya konsumen dan pelaku usaha yang difasilitasi oleh Direktorat Pemberdayaan Konsumen agar mendapatkan *win win solution* atas pengaduan yang diadukan.

Tabel 12 Tindak Lanjut Penyelesaian Pengaduan Konsumen

No	Keterangan	Jumlah
1	Selesai	6.908
2	Proses	3
3	Tolak	0
TOTAL		**6.911**

Sumber: Direktorat Pemberdayaan Konsumen, Ditjen PKTN (diolah)

Tabel 13 Data Pengaduan Transaksi *Online* Berdasarkan Sektor

No	Sektor	Transaksi online
1	Obat dan makanan	963
2	Elektronik/Kendaraan Bermotor	374
3	Transportasi	508
4	Jasa Pariwisata	120
5	Jasa Keuangan	365
6	Perumahan	0
7	Listrik/Gas	36
8	Telekomunikasi	62
9	Jasa Kesehatan	3
10	Lain-lain	4.480
TOTAL		**6.911**

Sumber: Direktorat Pemberdayaan Konsumen, Ditjen PKTN (diolah)

Kegiatan pendukung indikator persentase penyelesaian layanan pengaduan konsumen yang melakukan transaksi perdagangan melalui sistem elektronik antara lain :

1. Sosialisasi terkait kewajiban memiliki saluran layanan pengaduan konsumen pada pelaku usaha *e-commerce*, dan layanan tersebut harus aktif dan *responsive* dalam menangani pengaduan konsumen.
2. Sosialisasi oleh *marketplace* kepada *merchant*/pelaku usaha *e-commerce* terkait antisipasi penyalahgunaan atau penipuan kepada konsumen yang dilakukan pihak *merchant* dalam bertransaksi. Direktorat Pemberdayaan Konsumen melakukan kerjasana dengan idEA dalam bentuk *MOU* terkait pengawasan dan *sharing* informasi untuk kegiatan PMSE contohnya Tokopedia. Pelaku usaha yang ingin menjual produk di Tokopedia harus memiliki Label sesuai dengan Permendag Nomor 50 Tahun 2020 tentang Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Aduan yang masuk ke saluran layanan pengaduan didominasi oleh sektor obat dan makanan sebanyak 963 aduan meliputi makanan yang dipesan tidak sampai ke tujuan (pembeli), makanan yang datang tidak sesuai dengan pesanan, dan waktu pengiriman sangat lambat.

Adapun faktor pendukung pencapaian target pada Tahun 2022 yaitu saluran layanan pengaduan konsumen yang responsif terhadap pengaduan konsumen, adanya respon yang cepat dari konsumen terkait permintaan data dukung dan bukti transaksi, penyelesaian pengaduan di pihak pelaku usaha *e-commerce* yang cepat dan kemudahan akses layanan pengaduan konsumen. Sedangkan hambatan yang dihadapi dalam penyelesaian pengaduan di tahun 2022 yaitu pelaku usaha *e-commerce* yang tidak merespon klarifikasi atas pengaduan konsumen sebanyak 3 (tiga) kali undangan, data dukung yang tidak dipenuhi oleh konsumen, identitas pelaku usaha yang tidak tercantum pada laman sehingga sulit di hubungi terkait dengan belanja *online* (media sosial).

Indikator persentase penyelesaian layanan pengaduan konsumen yang melakukan transaksi perdagangan melalui sistem elektronik ini baru ada pada perjanjian kinerja Direktorat Pemberdayaan Konsumen TA 2022, sehingga pencapaian pada Tahun 2022 ini belum bisa dibandingkan dengan pencapaian tahun sebelumnya.

Sasaran Kegiatan

Meningkatnya Pemahaman Konsumen Terkait Perlindungan Konsumen

Sasaran kegiatan meningkatnya pemahaman konsumen terkait perlindungan konsumen diukur melalui 3 (tiga) ouput yakni jumlah rancangan kebijakan dan NSPK bidang perlindungan konsumen, konsumen yang diedukasi, dan pelaku usaha yang diedukasi terkait perlindungan konsumen.

Output 1 Rancangan Kebijakan dan NSPK Bidang Perlindungan Konsumen

Terbukanya akses ekonomi mengakibatkan persaingan di sektor usaha menjadi semakin tinggi, baik di tingkat nasional maupun internasional. Oleh karena itu, *outcome* yang ingin dicapai dari penyusunan rumusan kebijakan dan standar norma, kriteria dan prosedur di bidang perlindungan konsumen adalah dapat digunakannya kebijakan tersebut sebagai bahan acuan dan pertimbangan bagi para pelaku usaha dan stakeholder terkait di Indonesia untuk meningkatkan daya saing produk dalam rangka pengamanan pasar dalam negeri sekaligus melindungi konsumen di Indonesia.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen dirumuskan dengan mengacu pada filosofi pembangunan nasional, dimana dalam pembangunan nasional melekat upaya yang bertujuan memberikan perlindungan kepada rakyat Indonesia, untuk menjamin hak-hak konsumen dan memberikan kepastian hukum kepada konsumen, pelaku usaha termasuk lembaga penyelenggara perlindungan konsumen. Pada tahun 2022 kegiatan yang mendukung terwujudnya sasaran rancangan kebijakan dan NSPK bidang perlindungan konsumen adalah Rancangan Keputusan Menteri Perdagangan tentang Pedoman Penilaian Indeks Keberdayaan Konsumen, Rancangan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Tugas dan Wewenang BPSK, Rancangan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Pedoman Pelayanan Pengaduan Konsumen, dan Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Peraturan yang telah disusun di tahun 2022 adalah:

1. Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Gerakan perlindungan konsumen di Indonesia sudah dimulai sejak tahun 1973, yang dimotori oleh YLKI. Selanjutnya, lahirnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi titik balik perubahan rezim perlindungan konsumen di Indonesia, dimana Pemerintah secara khusus ditugaskan menjadi ujung tombak penyelenggaraan perlindungan konsumen. Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, perlindungan konsumen di Indonesia diharapkan dapat lebih memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

Implementasi pelaksanaan perlindungan konsumen perlu dioptimalkan untuk menghadapi tantangan perlindungan konsumen di tengah perekonomian dunia yang semakin kompleks dan terintegrasi. Oleh karena itu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen perlu untuk direvisi agar dapat mengikuti perubahan pola dan model transaksi perdagangan yang berkembang saat ini.

Perubahan Rancangan UUPK meliputi:

BAB I : Ketentuan Umum
BAB II : Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen
BAB III : Hak dan Kewajiban Konsumen, Pelaku Usaha Barang dan Penyedia Jasa
Bagian Kesatu : Hak dan Kewajiban Konsumen
Bagian Kedua : Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha Barang dan Penyedia Jasa
BAB IV : Larangan Bagi Pelaku Usaha Barang dan Penyedia Jasa
Bagian Kesatu : Larangan Bagi Pelaku Usaha Barang
Bagian Kedua : Larangan Bagi Penyedia Jasa
BAB V : Perjanjian Baku
BAB VI : Tugas Pemerintah di Bidang Perlindungan Konsumen
BAB VII : Kelembagaan
BAB VIII : Pengaduan, Gugatan, dan penyelesaian Sengketa Konsumen
Bagian Kesatu : Pengaduan Konsumen
Bagian Kedua : Gugatan Konsumen
Bagian Ketiga : Penyelesaian Sengketa Konsumen
BAB IX : Pembinaan dan Pengawasan
BAB X : Penyidikan
BAB XI : Ketentuan Pidana
BAB XII : Ketentuan Peralihan
BAB XIII : Ketentuan Penutup

Pada tahun 2022, RUUPK sudah masuk Program Legislasi Nasional (Prolegnas) Prioritas Tahun 2023 atas inisiatif DPR Komisi VI. Telah dilakukan FGD oleh Badan Keahlian Sekretariat Jenderal DPR yang ditugaskan untuk menyusun NA dan draft RUUPK dengan melibatkan Akademisi (Perguruan Tinggi), Masyarakat serta Kementerian Lembaga untuk mendapatkan masukan dalam memperkaya substansi penyusunan NA dan draft RUUPK. Sesuai jadwal penyusunan prolegnas, NA dan draft RUUPK akan diserahkan dari Badan Keahlian kepada Komisi VI DPR pada bulan Maret 2023 untuk mendapatkan masukan dan pesetujuan pembahasan lanjutan.

2. Rancangan Keputusan/Peraturan Menteri Perdagangan tentang Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)

Perubahan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI Nomor: 350/MPP/Kep/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dilakukan karena adanya perubahan pembentukan BPSK yang semula oleh pemerintah pusat di kabupaten/kota melalui Keputusan Presiden menjadi dibentuk oleh Pemerintah Provinsi berdasarkan Keputusan Gubernur. Adapun perubahannya meliputi:

1. BAB I Ketentuan Umum
2. BAB II Tugas dan Wewenang BPSK
3. BAB III TataCara Pengajuan dan Penyelesaian Sengketa Konsumen
   Bagian Pertama: Pengajuan Permohonan
   Bagian Kedua: Tata Cara Penyelesaian Sengketa Konsumen
   Bagian Ketiga: Penyelesaian Sengketa Konsumen Secara Mediasi
   Bagian Keempat: Penyelesaian Sengketa Konsumen Secara Konsiliasi
   Bagian Kelima: Penyelesaian Sengketa Konsumen Secara Arbitrase
   Bagian Ketujuh: Pengaturan Ketua Majelis dan Anggota Majelis
4. BAB IV Alat Bukti
5. BAB V Sanksi
6. BAB VI Putusan
7. BAB VII Keberatan Atas Putusan BPSK
8. BAB VIII Penetapan Eksekusi
9. BAB IX Ketentuan Lain-Lain
10. BAB X Ketentuan Peralihan

Pada Bulan Juli 2022 telah selesai dikakukan finalisasi pembahasan terkait Rancangan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan telah disampaikan kepada Sekretaris Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga melalui Nota Dinas Direktur Pemberdayaan Konsumen Nomor PK.00.01/169/PKTN.2/ND/07/2022 Tanggal 22 Juli 2022 Perihal Penyampaian Rancangan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang BPSK dan kelengkapannya.

3. Rancangan Keputusan/Peraturan Menteri Perdagangan tentang Pedoman Penilaian Indeks Keberdayaan Konsumen

Rancangan Keputusan Menteri Perdagangan tentang Pedoman Penilaian Indeks Keberdayaan Konsumen dibentuk berdasarkan ketentuan pembagian urusan pemerintahan konkuren sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, Pemerintah Daerah Provinsi memiliki kewenangan dalam pelaksanaan perlindungan konsumen sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan untuk meningkatkan pelaksanaan perlindungan konsumen oleh Pemerintah Daerah Provinsi diperlukan adanya apresiasi terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen dan upaya peningkatan keberdayaan konsumen di masing-masing daerah provinsi berdasarkan penilaian kinerja dengan standar, prosedur, dan kriteria tertentu.

Pada Bulan Januari 2022 telah dilakukan finalisasi pembahasan Rancangan Keputusan Menteri Perdagangan tentang Pedoman penilaian Indeks Keberdayaan Konsumen dan telah disampaikan kepada Sekretaris Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga melalui Nota Dinas Direktur Pemberdayaan Konsumen Nomor 25/PKTN.2.1/ND/1/2022 Tanggal 26 Januari 2022 perihal Penyampaian Net Rancangan Keputusan Menteri Perdagangan tentang Pedoman Penilaian Indeks Keberdayaan Konsumen

4. Rancangan Keputusan/Peraturan Direktur Jenderal tentang Pedoman Pelayanan Pengaduan Konsumen

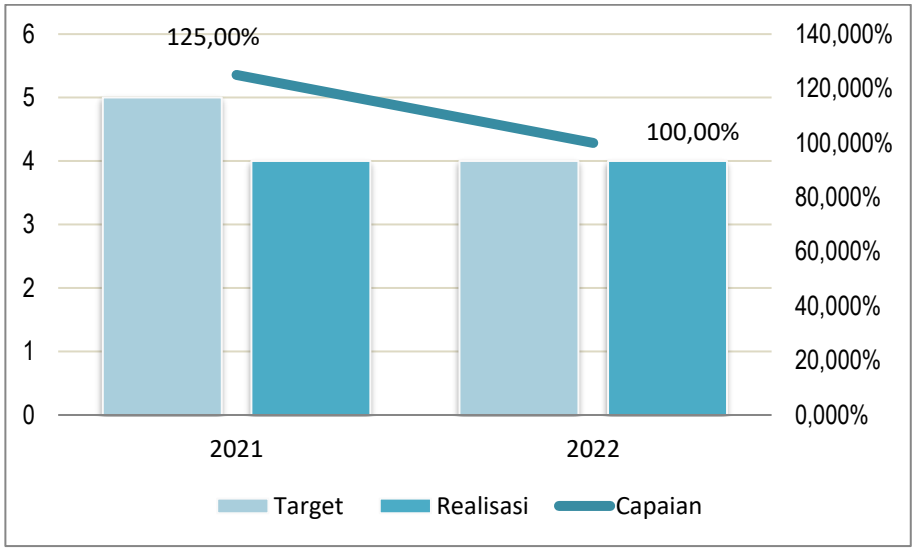
Rancangan Peraturan Direktur Jenderal tentang Pedoman Pelayanan Pengaduan Konsumen dibentuk dalam rangka menjamin hak konsumen untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan dan/atau jasa yang digunakan serta mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya, Pemerintah perlu menyediakan layanan pengaduan konsumen. Dan berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 80 Tahun 2020 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Perdagangan pada Pasal 86 menyebutkan bahwa Direktorat Pemberdayaan Konsumen memiliki fungsi pelayanan pengaduan konsumen, sehingga dalam rangka meningkatkan efektivitas penyelenggaraan perlindungan konsumen melalui pelayanan pengaduan konsumen.

Pada Bulan Agustus 2022 telah dilakukan finalisasi pembahasan Rancangan Keputusan Menteri Perdagangan tentang Pedoman Pelayanan Pengaduan Konsumen dan telah disampaikan kepada Sekretaris Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga melalui Nota Dinas Direktur Pemberdayaan Konsumen Nomor PK.00.01/185/PKTN.2/ND/08/2022 Tanggal 09 Agustus 2022 perihal Penyampaian Rancangan Keputusan Menteri Perdagangan tentang Pedoman Pelayanan Pengaduan Konsumen.

Tabel 14. Perbandingan Capaian Output 1

Output	Target		Realisasi		Capaian (%)	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Rancangan kebijakan NSPK bidang perlindungan konsumen	4	4	5	4	125,00	100

Sumber data: Tim Analisa Perlindungan Konsumen



Gambar 7. Target, Realisasi, dan Capaian Output 1

Jika dibandingkan antara target dan realisasi kinerja tahun ini, maka angka realisasi 4 rancangan yang telah dirumuskan di tahun 2022 mencapai target 4 rancangan yang telah ditetapkan. Sehingga capaian rancangan kebijakan NSPK bidang perlindungan konsumen tahun 2022 sebesar 100%. Hal tersebut menunjukan bahwa kinerja yang diukur dengan indikator ini telah dilaksanakan dengan baik, walaupun terjadi penurunan output jika dibandingkan dengan tahun 2021 yang capaiannya melebihi target yang telah ditetapkan. Realisasi jumlah rumusan kebijakan di bidang perlindungan konsumen pada tahun 2021 sebanyak 5 rancangan dari target yang ditetapkan sebanyak 4 rancangan sehingga capaian kinerjanya mencapai 125% karena adanya kebutuhan rancangan kebijakan tambahan di luar target yang telah ditetapkan.

Tabel 15. Target dan Capaian Output 1

Uraian	Target	Realisasi	Capaian (%)
Jumlah rancangan kebijakan di bidang perlindungan konsumen	4 rancangan	4 rancangan	100,00

Sumber data: Bidang Analisa Perlindungan Konsumen

Output 2 Edukasi Konsumen

Target jumlah konsumen yang teredukasi di tahun 2022 berjumlah 4.000 orang. Kegiatan-kegiatan yang mendukung terwujudnya edukasi konsumen ini adalah:

- **Penyuluhan Perlindungan Konsumen Kepada Ibu-ibu PKK, Organisasi Masyarakat dan Karang Taruna**

Keanekaragaman latar belakang budaya dan pendidikan yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia menyebabkan terjadinya perbedaan tingkat pemahaman akan perlindungan konsumen. Direktorat Pemberdayaan Konsumen secara pro aktif

mensosialisasikan informasi perlindungan konsumen melalui kegiatan penyuluhan perlindungan konsumen yang merupakan sarana bagi masyarakat untuk dapat berinteraksi dan mendapatkan informasi terkait perlindungan konsumen secara langsung dari pemerintah di tempat umum seperti pasar, pusat perbelanjaan, sekolah, dan tempat-tempat strategis lainnya sehingga masyarakat dapat mengambil langkah preventif dari kemungkinan pelanggaran atau kerugian akibat dari transaksi atau konsumsi yang dilakukan.

Tujuan diselenggarakannya kegiatan ini adalah untuk mengedukasi konsumen/masyarakat agar lebih mengerti hak dan kewajibannya yang dilindungi dalam Undang-Undang Perlindungan konsumen sehingga menjadi konsumen yang cerdas dan mandiri, serta mengedukasi pelaku usaha agar dalam kegiatan usahanya berlaku jujur dan bertanggung jawab serta meningkatkan koordinasi penyelenggaraan perlindungan konsumen. Pada Tahun 2022, telah dilaksanakan edukasi terhadap tokoh masyarakat, ibu-ibu PKK, organisasi masyarakat, pemuda serta Karang Taruna sebanyak 200 orang di Kabupaten Grobogan untuk meningkatkan pemahaman akan hak dan kewajibannya sebagai konsumen.

Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 25 Juli 2022 di Ballroom Grand Master Hotel Purwodadi, Kabupaten Grobogan, Jawa Tengah. Narasumber pada kegiatan ini adalah Anggota Komisi VI Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI), Kepala Dinas Sosial Kabupaten Grobogan, Direktur Pemberdayaan Konsumen.

Gambar 8. Penyuluhan Perlindungan Konsumen Kepada Ibu-ibu PKK, Organisasi Masyarakat dan Karang Taruna

Penyuluhan Perlindungan Konsumen Untuk Mahasiswa

Lingkungan Perguruan Tinggi merupakan media yang tepat dalam mensosialisasikan dan menumbuhkan perhatian generasi muda terhadap upaya perlindungan konsumen. Mahasiswa sebagai *agent of change* diharapkan mampu berperan aktif untuk meningkatkan pengetahuan dirinya sendiri dan masyarakat sekitarnya terhadap perlindungan konsumen. Selain itu, dosen dan praktisi lainnya juga diharapkan dapat memberikan masukan kepada pemerintah untuk meningkatkan upaya perlindungan konsumen di Indonesia.

Tujuan dari penyelenggaraan Penyuluhan Perlindungan Konsumen Untuk Mahasiswa adalah sebagai sarana untuk berdialog dan berdiskusi mengenai isu perlindungan konsumen dalam rangka meningkatkan pemahaman mahasiswa dan pengayaan mengenai Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia.

Pada tahun 2022 telah dilaksanakan Penyuluhan Perlindungan Konsumen Untuk Mahasiswa sebanyak dua angkatan. Penyuluhan Perlindungan Konsumen Untuk Mahasiswa Angkatan I diselenggarakan pada tanggal 7 April 2022. Kegiatan diikuti oleh mahasiswa sebanyak 150 orang peserta yang berasal dari Fakultas Hukum Universitas Padjajaran, Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan, serta Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia. Penyuluhan Perlindungan Konsumen Untuk Mahasiswa Angkatan II diselenggarakan secara *hybrid* pada tanggal 18 Oktober 2022 di Auditorium Kementerian Perdagangan dihadiri oleh 60 peserta dan *online* melalui *Zoom Meeting* diikuti oleh 991 orang.

Tabel 16. Pelaksanaan Penyuluhan Untuk Mahasiswa

No.	Kegiatan	Waktu	Tempat	Peserta
1	Angkatan I	7 April 2022	Bandung, Jawa Barat	150 orang
2	Angkatan II	18 Oktober 2022	Jakarta	1.051 orang
Total				1.201 orang

Sumber data: Bidang Jejaring Perlindungan Konsumen

Gambar 9. Penyuluhan Perlindungan Konsumen Untuk Mahasiswa

- **Hari Konsumen Nasional (Harkonas)**

Semakin maraknya fenomena perdagangan bebas yang terjadi di sekitar kita, diperlukan upaya peningkatan kesadaran konsumen akan hak dan kewajibannya serta perannya sebagai pendorong daya saing produk dalam negeri. Menempatkan konsumen sebagai subyek penentu kegiatan ekonomi sehingga pelaku usaha terdorong memproduksi dan memperdagangkan barang/jasa yang berkualitas serta berdaya saing.

Berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 13 Tahun 2012, tanggal 20 April ditetapkan sebagai Hari Konsumen Nasional. Peringatan Hari Konsumen Nasional 2022 memiliki tema 'Perlindungan Konsumen Menuju Indonesia Maju". Melalui momentum perayaan Hari Konsumen Nasional diharapkan akan meningkatkan kesadaran konsumen akan posisinya sebagai agen perubahan dan penentu ekonomi nasional khususnya di era ekonomi digital.

Dalam kaitan memperingati Hari Konsumen Nasional tahun 2022, dilaksanakan serangkaian acara yaitu:

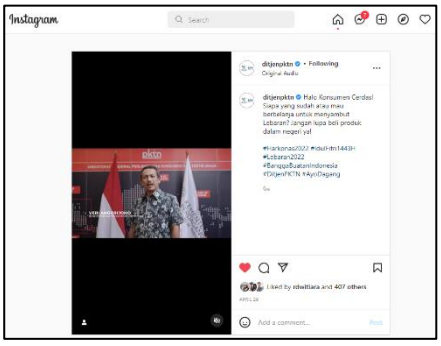
1. Talkshow Hari Konsumen Nasional

   Kegiatan diselenggarakan pada Rabu, 20 April 2022 di Auditorium Kementerian Perdagangan dengan tema “Konsumen Berdata beli produk dalam Negeri”. Narasumber yaitu Bapak Jerry Sambuaga (Wamendag), Ibu Reni Yanita (Dirjen Industri Kecil, Menengah dan Aneka, Kemenperin), Bapak Bima Laga (Ketua Umum Indonesia E-Commerce Association). Kegiatan dihadiri oleh 100 orang peserta.

Gambar 10. Talkshow Hari Konsumen Nasional

2. Publikasi Hari Konsumen Nasional

   Publikasi perlindungan konsumen melalui berbagai media merupakan langkah kebijakan perlindungan konsumen guna memberikan sosialisasi kepada masyarakat secara terus menerus. Publikasi Harkonas di media sosial (Instagram Reel) Ditjen PKTN dengan views sebanyak 1.353 *viewers*.



Gambar 11. Publikasi Hari Konsumen Nasional

- **Penyuluhan Perlindungan Konsumen Oleh Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat**

  Dalam upaya meningkatkan penyelenggaraan perlindungan konsumen, pemerintah memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen. Peran aktif masyarakat dapat dilakukan melalui Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), selain itu juga untuk menunjukan bahwa perlindungan konsumen bukan hanya menjadi tanggung jawab pemerintah dan pelaku usaha, tetapi juga masyarakat.

  Salah satu tugas utama LPKSM adalah 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 dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.

Pada tahun 2022 telah dilaksanakan dua kali Penyuluhan Perlindungan Konsumen Oleh Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, memfasilitasi LPKSM untuk bersama-sama melaksanakan perlindungan konsumen sekaligus mengedukasi masyarakat agar dapat meningkatkan pemahaman akan hak dan kewajibannya. Penyuluhan perlindungan konsumen oleh LPKSM angkatan I dilaksanakan pada tanggal 19 April 2022 secara *online* melalui *Zoom Meeting* dan diikuti oleh 160 orang peserta. Penyuluhan perlindungan konsumen oleh LPKSM angkatan II dilaksanakan pada tanggal 9 September 2022 di Ballroom Gumaya Tower Semarang, Jawa Tengah dan diikuti oleh 150 orang peserta. Sehingga jumlah keseluruhan masyarat yang diedukasi melalui penyuluhan perlindungan konsumen oleh LPKSM sebanyak 310 orang.

Tabel 17. Pelaksanaan Penyuluhan Perlindungan Konsumen oleh LPKSM

No.	Kegiatan	Waktu	Tempat	Peserta
1	Angkatan I	19 April 2022	*Online (Zoom Meeting)*	160 orang
2	Angkatan II	9 September 2022	Semarang, Jawa Tengah	150 orang
Total				310 orang

Sumber data: Tim Fasilitasi Kelembagaan

Gambar 12. Penyuluhan Perlindungan Konsumen oleh LPKSM

Hasil kegiatan yaitu dengan terlaksananya Penyuluhan Perlindungan Konsumen 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.

- **Penganugerahan Penghargaan Perlindungan Konsumen**

Penganugrahan Penghargaan Perlindungan Konsumen bertujuan untuk memberikan apresiasi kepada Pemerintah Daerah yang telah mendukung kegiatan perlindungan konsumen di wilayahnya serta memberikan motivasi kepada Pemerintah Daerah lainnya untuk dapat turut menyelenggarakan kegiatan di bidang perlindungan konsumen. Penganugrahan Penghargaan Perlindungan Konsumen dilaksanakan pada 31 Agustus 2022 di Grand Ballroom Hotel Bumi Senyiur, Kota Samarinda, Kalimantan Timur. Kegiatan dihadiri secara langsung

oleh Menteri Perdagangan RI dan disiarkan secara daring melalui aplikasi *Zoom Meeting* dan *Youtube Live*. Kegiatan dihadiri oleh 200 orang hadir secara fisik dan 636 orang hadir secara daring. Daerah Peduli Perlindungan Konsumen Tahun 2022 adalah sebagai berikut :

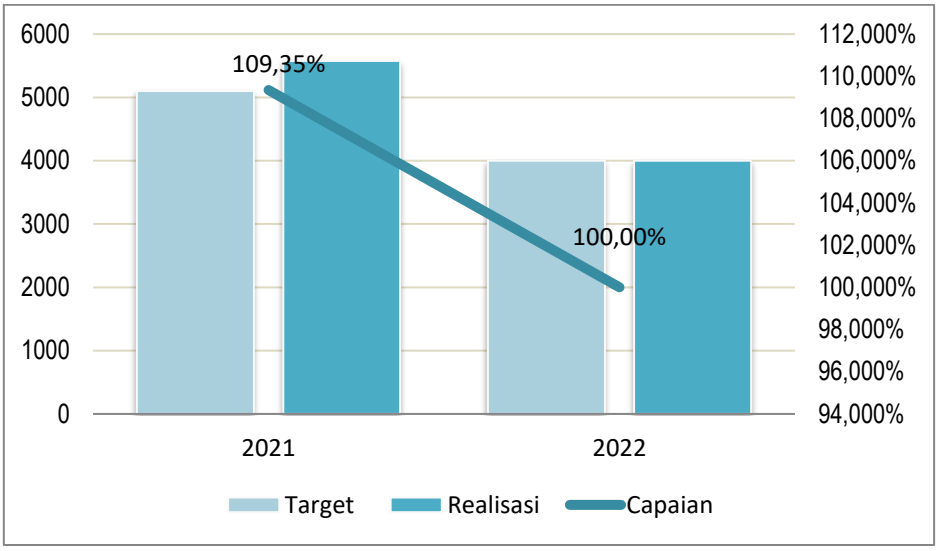
1) Kalimantan Timur
2) Sumatera Utara
3) Kalimantan Barat
4) Jawa Barat
5) Bali
6) Nusa Tenggara Barat

Gambar 13. Penganugrahan Penghargaan Perlindungan Konsumen

Tabel 18. Jumlah Konsumen Teredukasi Tahun 2022

No.	Kegiatan	Jumlah
1	Penyuluhan Perlindungan Konsumen Kepada Ibu-ibu PKK, Organisasi Masyarakat dan Karang Taruna	200 orang
2	Penyuluhan Perlindungan Konsumen Untuk Mahasiswa	1.201 orang
3	Hari Konsumen Nasional (Harkonas)	1.453 orang
4	Penyuluhan Perlindungan Konsumen Oleh Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat	310 orang
5	Penganugrahan Penghargaan Perlindungan Konsumen	836 Orang
Total		**4.000 Orang**

Sumber data: Tim Bimbingan Konsumen dan Pelaku Usaha



Gambar 14. Target, Realisasi dan Capaian Periode 2021-2022

Tabel 19. Perbandingan Capaian Output 2

Output	Target		Realisasi		Capaian (%)	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Edukasi Konsumen	5.100	4.000	5.577	4.000	109,35	100,00

Sumber data: Tim Bimbingan Konsumen dan Pelaku Usaha

Jika dibandingkan dengan tahun 2021, jumlah konsumen yang teredukasi tercatat 5.577 orang dari target sebanyak 5.100 orang. Pada tahun 2022 terdapat penurunan jumlah konsumen yang teredukasi yaitu sebanyak 4.000 orang dari target sebanyak 4.000 orang sehingga capaian kinerja sebesar 100,00%. Hal ini dikarenakan adanya *Automatic Adjustment* sehingga terjadi perubahan target dan kegiatan edukasi konsumen menjadi *online* serta memaksimalkan edukasi melalui publikasi di media sosial.

Hingga saat ini masih belum ada acuan dari negara lain yang dapat dijadikan sebagai pedoman atau pembanding dalam melakukan edukasi kepada konsumen. Sehingga berbagai kegiatan yang dilakukan oleh Direktorat Pemberdayaan Konsumen dalam mengedukasi konsumen disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan yang ada di Indonesia.

Tabel 20. Target dan Capaian Output 2

Uraian	Target	Realisasi	Capaian (%)
Edukasi Konsumen	4.000 orang	4.000 orang	100,00

Sumber data: Tim Bimbingan Konsumen dan Pelaku Usaha

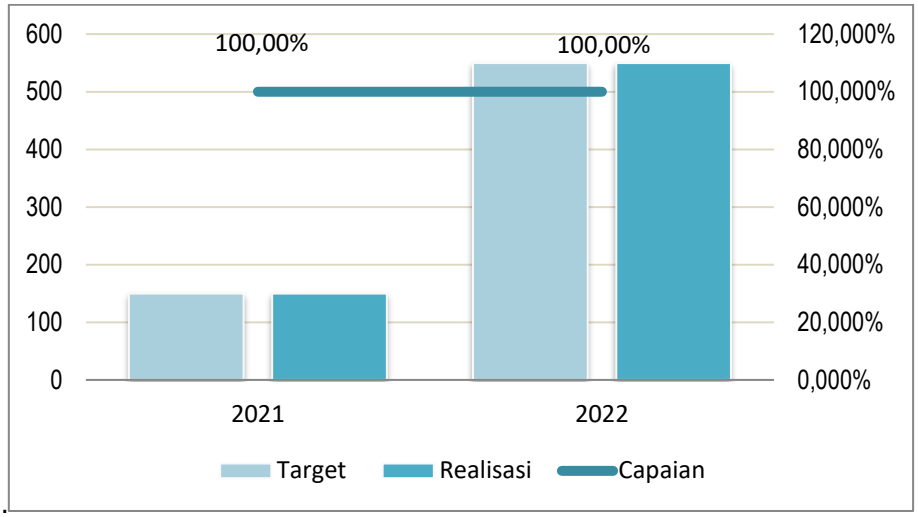
Output 3 Edukasi Pelaku Usaha Terkait Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan isu yang yang penting dan strategis terutama dalam menghadapi pengaruh kemajuan teknologi dan informasi dewasa ini. Di banyak negara ketentuan dalam perdagangan sudah menempatkan perlindungan konsumen sebagai persyaratan yang harus terpenuhi misalnya standar mutu, keamanan, kesehatan dan keselamatan serta lingkungan. Oleh sebab itu perlu dibangun jaringan kerjasama dan koordinasi serta kebersamaan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen. Tentunya semua ini akan tercapai apabila sudah terbangun kesamaan pemahaman dan persepsi dalam implementasi Undang-undang Perlindungan Konsumen. Kegiatan edukasi pelaku usaha terkait perlindungan konsumen bertujuan untuk menumbuhkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab dan mendorong pembentukan jejaring komunitas perlindungan konsumen. Kegiatan edukasi pelaku usaha angkatan I dilaksanakan pada tanggal 25 Juli 2022 di Ballroom Grand Master Hotel Purwodadi, Kab Grobogan, Jawa Tengah. Kegiatan dihadiri oleh 150 orang pelaku usaha. Kegiatan edukasi pelaku usaha angkatan II dilaksanakan pada 8 November 2022 di Grand Mercure Jakarta dan dihadiri oleh 400 orang pelaku usaha.

Gambar 15. Edukasi Pelaku Usaha terkait Perlindungan Konsumen

Realisasi kinerja tahun 2022 sebanyak 550 orang, maka angka realisasi sebesar 100% sesuai dengan target yang ditetapkan yaitu 550 orang. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2021 jumlah pelaku usaha yang dibina sebanyak 150 orang dari target 150 orang sehingga capaian kinerjanya sebesar 100%. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat peningkatan capaian kinerja di tahun 2022 karena telah berakhirnya masa pandemi sehingga kegiatan edukasi pelaku usaha dapat dilaksanakan dengan maksimal.

Hingga saat ini masih belum ada acuan dari negara lain yang dapat dijadikan sebagai pedoman atau pembanding dalam melakukan edukasi kepada pelaku usaha. Sehingga berbagai kegiatan yang dilakukan oleh Direktorat Pemberdayaan Konsumen dalam mengedukasi pelaku usaha disesuaikan dengan kondisi yang ada di Indonesia.



Gambar 16. Target, Realisasi dan Capaian Periode 2021-2022

Tabel 21. Perbandingan Capaian Output 3

Output	Target		Realisasi		Capaian (%)	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Jumlah Pelaku Usaha Yang Dibina	150	550	150	550	100,00	100,00

Sumber data: Tim Bimbingan Konsumen dan Pelaku Usaha

Tabel 22. Target dan Capaian Output 3

Uraian	Target	Realisasi	Capaian (%)
Jumlah Pelaku Usaha Yang Dibina	550 orang	550 orang	100

Sumber data: Tim Bimbingan Konsumen dan Pelaku Usaha

Sasaran Kegiatan

Meningkatnya Peran Serta Masyarakat dalam Menyuarakan Aspirasi dan Memperjuangkan Hak Konsumen

Sasaran meningkatnya peran serta masyarakat dalam menyuarakan aspirasi dan memperjuangkan hak konsumen diukur melalui 1 (satu) output yakni pembinaan SDM lembaga perlindungan konsumen.

Output 1 Pembinaan SDM Lembaga Perlindungan Konsumen

Dalam rangka membangun kualitas penyelenggara perlindungan konsumen, Direktorat Pemberdayaan Konsumen menyelenggarakan Bimbingan Teknis bagi Anggota LPKSM agar dapat berperan aktif dalam menangani masalah-masalah konsumen secara profesional sebagaimana diamanatkan oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

- Bimbingan Teknis Bagi Anggota LPKSM

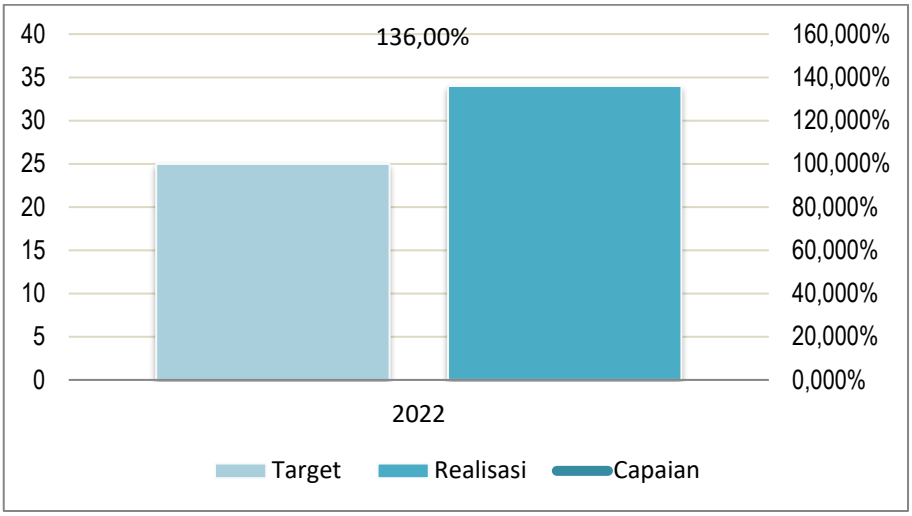
  Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), Pemerintah mendukung keberadaan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Keberadaan LPKSM ini dimaksudkan untuk memberikan bantuan kepada masyarakat agar hak-haknya bisa terlindungi disamping bertujuan untuk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

  Dalam menjawab permasalahan dan tantangan di atas, dilaksanakan Bimbingan Teknis Sumber Daya Manusia (SDM) bagi Anggota LPKSM sehingga setiap peserta memiliki kompetensi SDM dalam hal pengetahuan dan keterampilan, manajemen organisasi serta sikap dan perilaku untuk diperlengkapi dalam hal penyelenggaraan perlindungan konsumen.

  Jumlah SDM LPKSM yang dibina tahun 2022 ditargetkan sebanyak 25 Lembaga. Bimbingan teknis bagi anggota SDM LPKSM diselenggarakan pada tanggal 21-22 Juni 2022 diikuti oleh 47 peserta secara webinar dengan aplikasi *Zoom Meeting*. Bimtek SDM LPKSM diikuti oleh 34 (tiga puluh empat) lembaga. Narasumber pada kegiatan ini adalah Prof. Dr. Johanes Gunawan, S.H., LL.M dan Prof. Dr. Bernadette M. Waluyo, S.H., M.H., CN. Adapun materi yang disampaikan pada Bimtek SDM LPKSM meliputi peran dan tugas LPKSM berdasarkan UUPK, hukum material UUPK, metode penemuan hukum, pengajuan gugatan sengketa konsumen oleh LPKSM berdasarkan UUPK, gugatan oleh *Non Governmental Organization*, dan kasus perlindungan konsumen.

  Dari target di tahun 2022 sebanyak 25 Lembaga, tercapai sebanyak 34 Lembaga sehingga capaian di tahun 2022 sebesar 136,00%. Terdapat perubahan satuan target dari tahun 2021 yang semula adalah orang menjadi lembga di tahun 2022. Hal ini karena adanya penyesuaian Redesain Sistem Perencanaan dan Penganggaran (RSPP) untuk rincian output SDM Lembaga Perlindungan Konsumen yang diedukasi.

  Hingga saat ini masih belum ada acuan dari negara lain yang dapat dijadikan sebagai pedoman atau pembanding dalam melakukan pembinaan terhadap Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. Sehingga berbagai kegiatan yang dilakukan oleh Direktorat Pemberdayaan Konsumen dalam melakukan pembinaan terhadap Lembaga Perlindungan Konsumen disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan yang ada di Indonesia.



Gambar 17. Target, Realisasi dan Capaian Periode 2022

Tabel 23. Perbandingan Capaian Output 1

Indikator Kinerja	Target		Realisasi		Capaian (%)	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Pembinaan SDM lembaga perlindungan konsumen	120 Orang	25 Lembaga	42 Orang	34 Lembaga	35,00	136,00

Sumber data: Tim Fasilitasi Kelembagaan

Tabel 24. Target dan Capaian Output 1

Uraian	Target	Realisasi	Capaian (%)
Jumlah SDM Lembaga Perlindungan Konsumen yang dibina	25 Lembaga	34 Lembaga	136,00

Sumber data: Tim Fasilitasi Kelembagaan

Sasaran Kegiatan

Meningkatnya Penyelesaian Pengaduan Konsumen

Sasaran layanan pengaduan konsumen diukur melalui 2 (dua) output yakni layanan pengaduan konsumen dan kerjasama internasional di bidang perlindungan konsumen.

Output 1 Layanan Pengaduan Konsumen

Penanganan pengaduan konsumen yang dilakukan Direktorat Pemberdayaan Konsumen adalah dengan memberikan respon jawaban kepada konsumen melalui surat resmi dan atau email balasan. Penanganan lebih lanjut yang lain bisa berupa memanggil pelaku usaha untuk dimintakan klarifikasi, melakukan mediasi antara para

pihak, dan penyelesaian kasus (solusi tercapai). Total pengaduan meliputi seluruh pengaduan (berupa kasus sengketa, pertanyaan, permohonan informasi) baik datang langsung maupun melalui saluran pengaduan yang telah disediakan yaitu website, surat, telepon, whatsapp 085311111010 dan email pengaduan.konsumen@kemendag. go.id. Di tahun 2022, total aduan yang masuk sebanyak 7.464 aduan yang terdiri atas 5.042 Pengaduan, 1.899 Pertanyaan, dan 523 Informasi melalui berbagai sumber (9 Datang Langsung, 62 hotline, 6 surat, 520 email, 6.463 WA, dan 404 website). Sebanyak 7.457 aduan telah selesai diproses dan 7 aduan dalam proses.

Tabel 25. Rekapitulasi Pengaduan/Pertanyaan dan Informasi Tahun 2022

No.	Sumber	Pengaduan	Pertanyaan	Informasi	Dalam Proses	Selesai	Tolak	Total
1	Datang Langsung	8	1	-	1	8		9
2	Hotline	3	59	-	-	62		62
3	Surat	6	-	-	4	2		6
4	Email	437	62	21	-	520		520
5	WA	4.528	1.739	196	-	6.463		6.463
6	Website	60	38	306	2	402		404
JUMLAH		**5.042**	**1.899**	**523**	**7**	**7.457**		**7.464**

* 1 Januari – 31 Desember 2022

Sumber data: Tim Pelayanan Pengaduan Konsumen

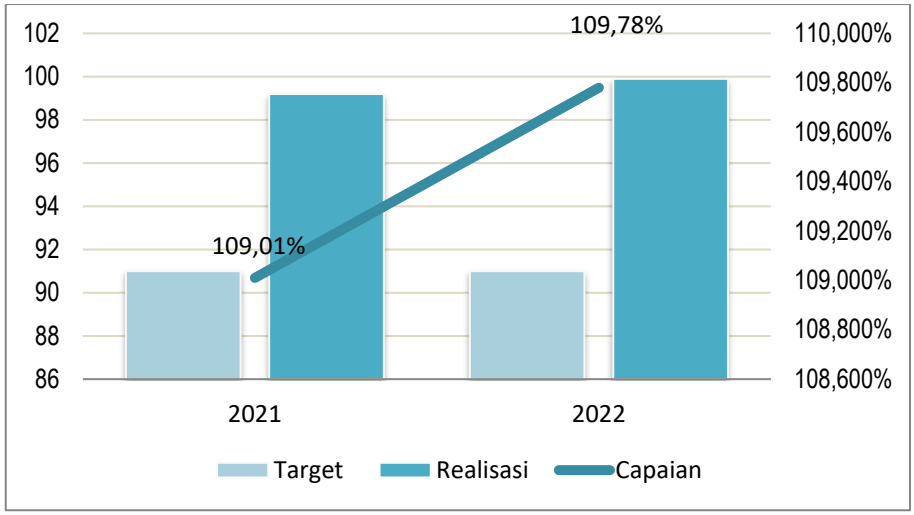
Pengaduan yang masuk ke Direktorat Pemberdayaan Konsumen (datang langsung dan surat), *email*, *Whatsapp* serta *website* sebagian besar telah selesai ditangani. Bentuk penanganan pengaduan antara lain berupa klarifikasi kepada pelaku usaha dan mediasi antara konsumen dan pelaku usaha. Saluran layanan pengaduan yang paling banyak diminati oleh masyarakat adalah *WhatsApp*, hal ini dikarenakan *platform* tersebut mudah diakses karena dimiliki oleh sebagian besar masyarakat dan respon atas pengaduannya cepat. Hal ini juga sejalan dengan pergeseran *trend* di masyarakat dari *offline* menjadi *online*.

Aduan yang masuk dikelompokkan berdasarkan 9 skala prioritas perlindungan konsumen dalam Strategi Nasional Perlindungan Konsumen 2020-2024 antara lain sektor obat dan makanan, elektronik/kendaraan bermotor, jasa keuangan, jasa pariwisata, perumahan, listrik/gas, telekomunikasi, jasa kesehatan, dan transportasi. Sedangkan untuk aduan yang tidak termasuk ke dalam 9 (sembilan) di atas, dikelompokkan ke dalam sektor lain-lain dimana aduannya meliputi pakaian, perlengkapan, pertanyaan *username* dan *password* akun *platform* belanja *online*. Aduan yang masuk ke saluran layanan pengaduan didominasi oleh sektor obat dan makanan sebanyak 995 aduan meliputi makanan yang dipesan tidak sampai ke tujuan (pembeli), makanan yang datang tidak sesuai dengan pesanan, dan waktu pengiriman sangat lambat.

Persentase penyelesaian pengaduan konsumen pada tahun 2022 adalah sebesar 99,90% yang merupakan pembagian antara jumlah pengaduan yang selesai

sebanyak 7.457 dibagi jumlah pengaduan yang diterima sebanyak 7.464 aduan. Dibandingkan dengan target yang ditetapkan untuk tahun 2022 yaitu 91% maka capaian kinerja mencapai 109,78%.

Jika dibandingkan dengan realisasi tahun 2021 sebesar 99,20% yang dengan capaian kinerja sebesar 109,01% menunjukkan terjadi peningkatan capaian yang cukup baik pada tahun 2022. Hal ini dikarenakan proses penyelesaian aduan yang masuk melalui saluran layanan pengaduan berjalan cepat, adapun salah satu faktor pendukungnya adalah pelaku usaha yang kooperatif dalam memenuhi tuntutan konsumen sehingga terjadi kesepakatan antara pelaku usaha dan konsumen.



Gambar 18. Target, Realisasi dan Capaian Periode 2021-2022

Tabel 26. Perbandingan Capaian Output 1

Indikator Kinerja	Target		Realisasi		Capaian (%)	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Persentase Penanganan Pengaduan Konsumen	91%	91%	99,20%	99,90	109,01	109,78

Sumber data: Tim Pelayanan Pengaduan Konsumen

Tabel 27. Target dan Capaian Output 1

Uraian	Target	Realisasi	Capaian (%)
Persentase Penanganan Pengaduan Konsumen	91%	99,90%	109,78

Sumber data: Tim Pelayanan Pengaduan Konsumen

Output 2 Kerjasama Internasional di Bidang Perlindungan Konsumen

Upaya perlindungan konsumen tidak hanya perlu dilakukan di lingkup Dalam Negeri, tetapi juga di lingkup Luar Negeri. Di tahun 2022 Direktorat Pemberdayaan Konsumen turut aktif dalam forum-forum baik regional maupun Internasional. Tujuan dari keikutsertaan tersebut adalah untuk pertukaran informasi terkait perlindungan konsumen, hukum dan kebijakan serta pengalaman dalam implementasi perlindungan konsumen di lapangan. Dalam rangka kerjasama di tingkat ASEAN, Direktorat Pemberdayaan Konsumen berpartisipasi aktif sebagai *focal point* untuk ACCP (*ASEAN Committee on Consumer Protection*). Direktorat Pemberdayaan Konsumen juga aktif dalam beberapa pertemuan internasional dan menghasilkan kesepakatan. Selama tahun 2022, Direktorat Pemberdayaan Konsumen telah melakukan 4 kesepakatan dari target sebanyak 4 kesepakatan. Sehingga realisasi kerjasama internasional di bidang perlindungan konsumen sebesar 100%. Adapun daftar partisipasi dalam forum kerjasama internasional bidang perlindungan konsumen yang telah dilakukan di tahun 2022 dapat dilihat pada Tabel 24.

Tabel 28. Partisipasi dalam Forum Kerjasama Internasional Bidang Perlindungan Konsumen

No	Tanggal	Pertemuan Internasional	Posisi Indonesia	Kesepakatan yang Dihasilkan
1	11 Januari 2022	*Pertemuan Senior Economic Officials Meeting* (SEOM) *Retreat*	Sebagai anggota delegasi Indonesia	*Endorse report* Kerja masing-masing sektoral *body* di ASEAN level Menteri
2	18 Februari 2022	Pertemuan Bilateral Indonesia - UNCTAD	Sebagai anggota delegasi Indonesia	Sepakat untuk menindaklanjuti kerjsama antara BPKN dengan UNCTAD sebagaimana tertuang dalam draft laporan *National Framework for Consumer Online Dispute Resolution* di Indonesia.
3	10 Maret 2022	*The 12th Meeting of the Commiittee of the Whole (COW) For ASEAN Economic Community*	Sebagai anggota delegasi Indonesia	*Endorse report* Kerja masing-masing sektoral *body* di ASEAN
4	17-19 Mei 2022	*The 24th ASEAN Committee on Consumer Protection (ACCP) and Other Related Meetings*	Sebagai Delegasi Indonesia	Sepakat untuk mengimplementasikan rencana aksi yang tertuang dalam ASAPCP sesuai *annual priorities* pertahun
5	28 Juni 2022	*3rd ASEAN Consumer Protection Conference (ACPC)*	Sebagai Delegasi Indonesia	Sepakat untuk mengimplementasikan Layanan pengaduan konsumen lintas batas *(Consumer Complaint Website ACCP)*
6	29-30 Juni 2022	*Relay Pertemuan ASEAN Agreement on E-Commerce ke 21 (21st ACCEC)* Secara Virtual	Sebagai anggota delegasi Indonesia	Sepakat untuk implementasi *Workplan Ecommerce* dalam kerangka kolaborasi antara ACCP dan ACCEC
7	18-19 Juli 2022	Pertemuan Sesi ke-6 *Intergovernmental Group of Experts (IGE) on Consumer Protection Law*	Sebagai Delegasi Indonesia	Sepakat untuk meningkatkan perlindungan konsumen, baik pada tataran nasional dan global sesuai

		and Policy, United Nation Conference on Trade and Development (UNCTAD)		dengan *United Nations Guidelines for Consumer Protection* (UNGCP)
8	20 Juli 2022	*CAP "Drop In"Information Sessions*	Sebagai anggota delegasi Indonesia	Sepakat untuk melakukan kolaborasi antara ACCC dengan ACCP yang difasilitasi oleh CAP II
9	2-3 November 2023	Perundingan Putaran Ketiga *Working Group Competition (WGC) Indonesia - Canada Comprehensive Economic Partnership Agreement (ICA-CEPA)*	Sebagai anggota delegasi Indonesia	Sepakat untuk memasukan isu perlindungan konsumen dalam *Chapter Competition dalam ICACEPA* sesuai dengan hasil pembahasan
10	20-24 November 2022	*The 25th ASEAN Committee on Consumer Protection (ACCP) and Related Meetings*	Sebagai Delegasi Indonesia	Sepakat untuk mengimplementasikan rencana aksi yang tertuang dalam ASAPCP sesuai annual priorities pertahun

Sumber data: Tim Kemitraan Perlindungan Konsumen

Gambar 19. Partisipasi dalam Forum Kerjasama Internasional Bidang Perlindungan Konsumen

Tabel 25. Target dan Capaian Output 2

Uraian	Target	Realisasi	Capaian (%)
Kerjasama Internasional di Bidang perlindungan Konsumen	4 Kesepakatan	4 Kesepakatan	100,00

Sumber data: Tim Kemitraan Perlindungan Konsumen

Sasaran Kegiatan: Meningkatnya Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang Aktif

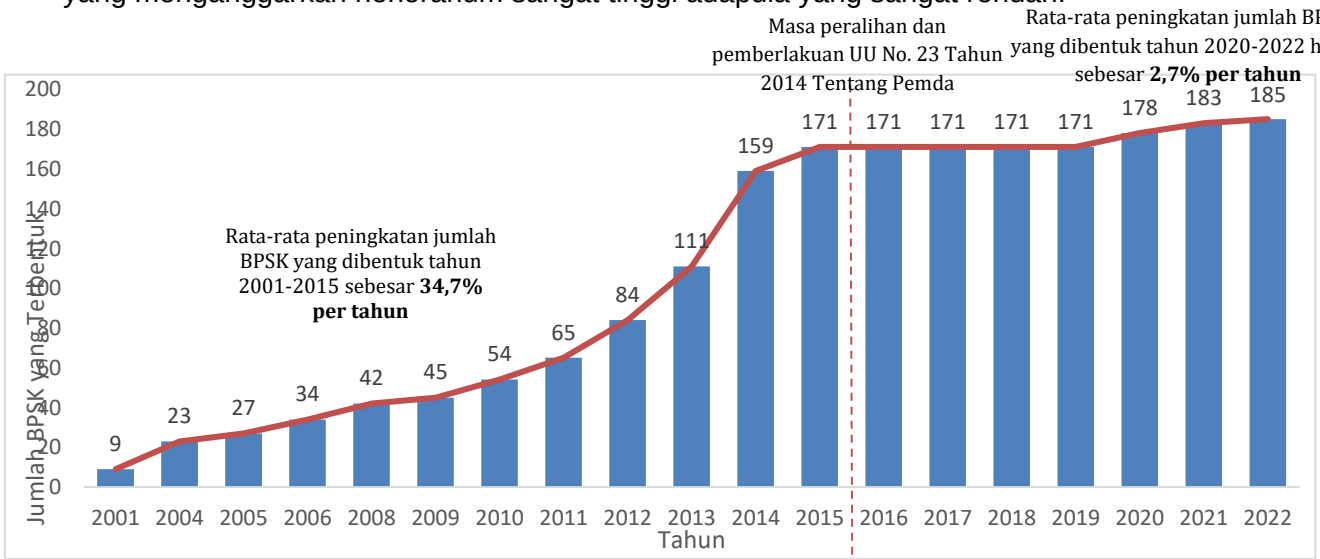
Sasaran meningkatnya badan penyelesasian sengketa konsumen yang aktif diukur melalui 1 (satu) output yakni pembinaan SDM BPSK.

Output 1 Pembinaan SDM BPSK

Dalam rangka membangun kerjasama dan koordinasi yang harmonis di antara aparat penegak hukum terkait penanganan kasus-kasus konsumen, Direktorat PK menyelenggarakan pelatihan bagi SDM perlindungan konsumen agar dapat berperan aktif dalam menangani masalah-masalah konsumen secara profesional sebagaimana diharapkan oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Jumlah BPSK yang telah terbentuk hingga tahun 2022 adalah sebanyak 186 BPSK dengan sebanyak 74 BPSK yang dianggarkan beroperasional. Berdasarkan data jumlah BPSK yang terbentuk tahun 2001-2018 mengalami peningkatan setiap tahun. Sedangkan setelah pemberlakuan UU No. 23 Tahun 2014 tentang Pemda pada tahun 2016 dimana kewenangan perlindungan konsumen (termasuk pembentukan dan penganggaran BPSK) mengalami peralihan dari Pemerintah Kabupaten/Kota menjadi kewenangan Pemerintah Provinsi, terlihat bahwa jumlah BPSK mengalami stagnasi karena tidak ada Pemerintah Provinsi yang membentuk BPSK baru.

Adapun kendala yang dihadapi oleh BPSK yaitu penyelenggaraan perlindungan konsumen (termasuk BPSK) menjadi kewenangan Pemerintah Daerah Tingkat Provinsi (UU No. 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah), sedangkan Pelaksanaan/ kedudukan BPSK di Kab/Kota, Masih terdapat stakeholders/ pimpinan daerah yang tidak familiar dengan BPSK sehingga tidak menjadi prioritas dalam pengalokasian anggaran (pembentukan dan pengalokasian anggaran BPSK), belum terdapat pengaturan yang rinci sebagai landasan hukum bagi penganggaran BPSK, sehingga pemerintah provinsi tidak memprioritaskan penganggaran operasional BPSK di wilayahnya, belum memadainya dana yang dialokasikan untuk BPSK karena keterbatasan anggaran, pendanaan BPSK melalui mekanisme hibah dinyatakan hanya dapat diberikan satu kali, dan tidak ada SBM terkait honorarium, sehingga ada daerah yang menganggarkan honorarium sangat tinggi adapula yang sangat rendah.

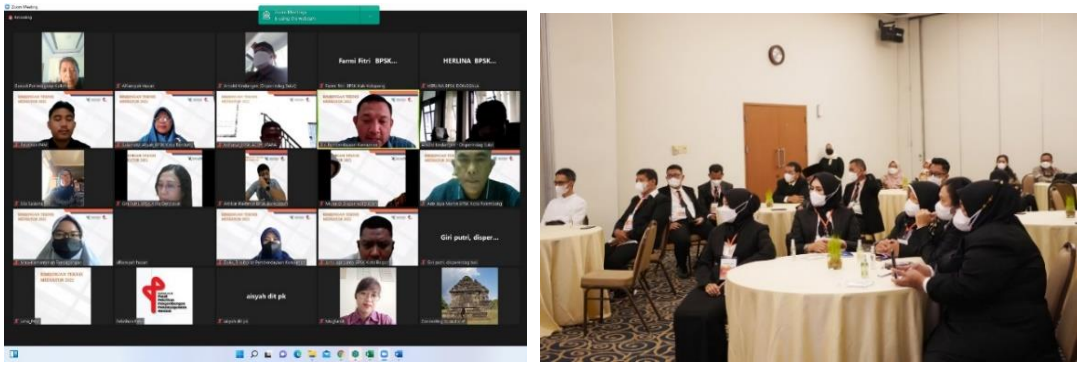


Gambar 20. Grafik Pertambahan Jumlah BPSK yang Terbentuk dari Tahun 2001-2022

Jumlah SDM BPSK yang dibina di tahun 2022 ditargetkan sebanyak 30 Lembaga. Adapun jumlah SDM BPSK yang dibina merupakan hasil dari berbagai Bimbingan Teknis yang diselenggarakan oleh Direktorat Pemberdayaan Konsumen, sebagai berikut:

- Bimbingan Teknis Mediator

  Kegiatan Bimbingan Teknis untuk Mediator bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM) anggota BPSK terkait dengan penyelesaian sengketa konsumen melaui cara mediasi, berdasarkan amanat Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Kegiatan ini merupakan pendidikan profesional bersertifikat kelulusan. Tujuan penyelenggaraan Bimbingan Teknis Mediator yaitu untuk memberikan bekal pengetahuan dan kecakapan melakukan mediasi dalam penanganan penyelesaian pengaduan konsumen.
  Pada tahun 2022 telah dilaksanakan kegiatan Bimbingan Teknis Mediator secara pada tanggal 24-25 Maret 2022 (*online*) dan 28-31 Maret 2022 (*offline*) di Hotel Grand Cemara, Jakarta. Kegiatan diikuti oleh perwakilan dinas yang membidangi perdagangan di provinsi dan perwakilan BPSK sebanyak 16 lembaga antara lain Dinas Perindagkop dan UKM Prov Kaltim, Disperindag Prov Jateng, Disperindag Prov Aceh, Disperindag Prov Bali, Disperindag Prov Papua Barat, Disperindah Prov Sulut, BPSK Kota Balikpapan, BPSK Kab Donggala, BPSK Kota Lubuk Linggau, BPSK Kab Aceh Utara, BPSK Kab Ketapang, BPSK Kota Palembang, BPSK Kab Jember, BPSK Kota Bandung, BPSK Kota Bogor, dan BPSK Kab Sintang. Dari 30 orang peserta, sebanyak 30 orang dinyatakan lulus.



Gambar 21. Bimbingan Teknis Mediator Tahun 2022

- Bimbingan Teknis bagi Anggota SDM BPSK

  Berdasarkan Pasal 45 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa “setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau lembaga peradilan yang berada di lingkungan peradilan. Penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan secara litigasi (di dalam pengadilan), maupun secara nonlitigasi (di luar pengadilan)”. Untuk penyelesaian sengketa konsumen secara nonlitigasi,

Pemerintah membentuk Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) di setiap kota/kabupaten.

Dalam perkembangannya, pelaksanaan tugas dan wewenang BPSK yang diamanatkan oleh UU PK dan peraturan pelaksananya, ternyata masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh para anggota BPSK, seperti pengetahuan, keterampilan, dan pengetahuan tentang Hukum Perlindungan Konsumen, peraturan perundang-undangan yang terkait, dan yang terutama ketentuan tentang beracara di BPSK. Menindaklanjuti hal tersebut, Direktorat Pemberdayaan Konsumen, menyelenggarakan Bimbingan Teknis Bagi Anggota BPSK dengan tujuan meningkatkan kapasitas pengetahuan dan keterampilan para anggota BPSK dalam menjalankan tugasnya sebagai majelis BPSK.

Pada tahun 2022 Bimbingan Teknis Bagi Anggota SDM BPSK diselenggarakan sebanyak 3 (tiga) angkatan. Kagiatan Bimtek dilakukan secara online melalui *Zoom meeting.* Adapun rincian pelaksanaan Bimtek bagi Anggota SDM BPSK dapat dilihat pada Tabel 26.

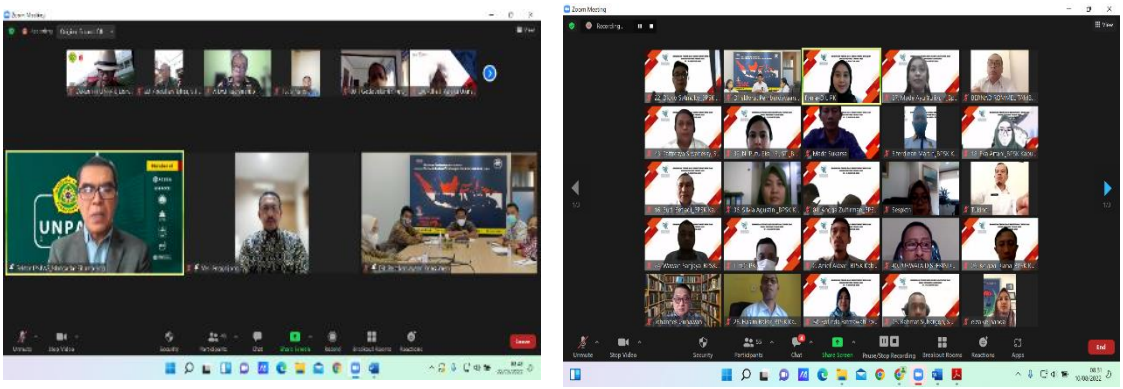
Tabel 30. Pelaksanaan Bimbingan Teknis SDM bagi Anggota BPSK

Tanggal	Jumlah Peserta	Asal Peserta
22 s.d 24 Maret 2022	30 Orang	BPSK Kabupaten Sarolangun (3 orang), BPSK Kabupaten Bungo (1 orang), BPSK Kota Sungai Penuh (3 orang), BPSK Kota Denpasar (4 orang), BPSK Kabupaten Lombok Utara (3 orang), BPSK Kabupaten Gorontalo (3 orang), BPSK Kota Gorontalo (3 orang), BPSK Kabupaten Pohuwato (3 orang), BPSK Kabupaten Aceh Utara (1 orang), BPSK Kota Balikpapan (4 orang), BPSK Kota Cirebon (1 orang), dan BPSK Kabupaten Lima Puluh Kota (1 orang).
07 s.d 09 Juni 2022	30 Orang	BPSK Kab Aceh Utara 2 (dua) orang, BPSK Kota Medan 2 (dua) orang, BPSK Kota Pematangsiantar 2 (dua) orang, BPSK kota Sibolga 2 (dua) orang, BPSK Kota Lubuklinggau 2 (dua) orang, BPSK Kota Solok 1 (satu) orang, BPSK Kota Batam 2 (dua) orang, BPSK Kab Sarolangun 2 (dua) orang, BPSK Kota Sungai Penuh 2 (dua) orang, BPSK Kota Kediri 2 (dua) orang, BPSK Kab Jember 2 (dua) orang, BPSK Kab Bojonegoro 1 (satu) orang, BPSK Kota Balikpapan 2 (dua) orang, BPSK Kab Sintang 2 (dua) orang, BPSK Kota Denpasar 2 (dua) orang, dan BPSK Kab Lombok Barat 2 (dua) orang .
10 s.d 11 Agustus 2022	45 Orang	BPSK Kab Aceh Utara (2 orang), BPSK Kab Asalah (2 orang), BPSK Kota Medan (2 orang), BPSK Kota Pematangsiantar (2 orang), BPSK Kota Sibolga (2 orang), BPSK Kota Lubuklinggau (2 orang), BPSK BPSK Kab Solok (2 orang), BPSK Kab Ketapang (2 orang), BPSK Kab Sintang (2 oarang), BPSK Kota Singkawang (1 orang), BPSK Kota

		Banjarmasin (2 orang), BPSK Kab Berau (2 orang), BPSK Kota Balikpapan (2 orang), BPSK Kota Denpasar (2 orang), BPSK Kab Morowali (2 orang), BPSK Kab Lombok Utara (2 orang), BPSK Kab Lombok Barat (2 orang), BPSK Kab Sumbawa (2 orang), BPSK Koab Gorontalo (2 orang), BPSK Kota Gorontalo (2 orang), BPSK Kota Ambon (2 orang), Dinas Perindag Prov Sumsel (1 orang), Dinas Perindag Prov Sulteng (1 orang), dan Dinas Perindag Prov Maluku (2 orang).

Sumber data: Tim Fasilitasi Kelembagaan

Peningkatan kualitas SDM penyelenggara perlindungan konsumen dilakukan dengan memberikan ilmu pengetahuan dan pemahaman kepada anggota BPSK untuk menjalankan kegiatan penyelesaian sengketa berupa mediasi, konsiliasi dan arbritrase. Melalui kegiatan ini para peserta memperoleh pengetahuan yang bermanfaat dalam rangka pelaksanaan tugas sebagai Anggota BPSK sehingga dapat diterapkan di BPSK masing-masing.



Gambar 22. Bimbingan Teknis Bagi Anggota BPSK

Tabel 31. Jumlah SDM BPSK Yang Dibina

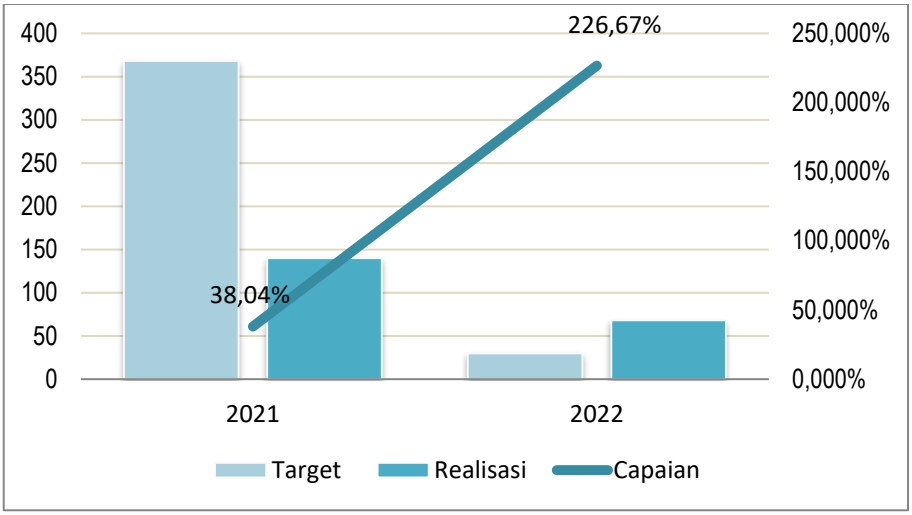
No	Kegiatan	Jumlah
1	Bimbingan Teknis Mediator	16 Lembaga
2	Bimbingan Teknis SDM bagi Anggota BPSK Tingkat Dasar	12 Lembaga
3	Bimbingan Teknis SDM bagi Anggota BPSK Tingkat Lanjutan	16 Lembaga
4	Bimbingan Teknis SDM bagi Sekretariat BPSK dan Dinas Perindag	24 Lembaga
Jumlah		68 Lembaga

Sumber data: Tim Pelayanan Pengaduan dan Tim Fasilitasi Kelembagaan

Hingga saat ini masih belum ada acuan dari negara lain yang dapat dijadikan sebagai pedoman atau pembanding dalam melakukan pembinaan terhadap SDM Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Sehingga berbagai kegiatan yang dilakukan oleh Direktorat Pemberdayaan Konsumen dalam melakukan pembinaan

terhadap SDM Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan yang ada di Indonesia.

Jumlah SDM BPSK yang dibina di tahun 2022 secara keseluruhan berjumlah 68 Lembaga dari target sebanyak 30 Lembaga. Sehingga capaian kinerja di tahun 2022 sebesar 226,67%. Jika dibandingkan dengan realisasi tahun 2021 sebesar 38,04% maka terjadi peningkatan capaian kinerja di tahun 2022. Pada tahun 2022 terjadi perubahan satuan target yang semula “orang” menjadi “lembaga” karena adanya penyesuaian Redesain Sistem Perencanaan dan Penganggaran (RSPP).



Gambar 23. Target, Realisasi dan Capaian Periode 2021-2022

Tabel 32. Perbandingan Capaian Output 1

Indikator Kinerja	Target		Realisasi		Capaian (%)	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Pembinaan SDM BPSK	368	30	140	68	38,04	226,67

Sumber data: Tim Pelayanan Pengaduan dan Tim Fasilitasi Kelembagaan

Tabel 33. Target dan Capaian Output 1

Uraian	Target	Realisasi	Capaian (%)
Jumlah SDM BPSK yang Dibina	30 Lembaga	68 Lembaga	226,67

Sumber data: Tim Pelayanan Pengaduan dan Tim Fasilitasi Kelembagaan

B. KINERJA ANGGARAN

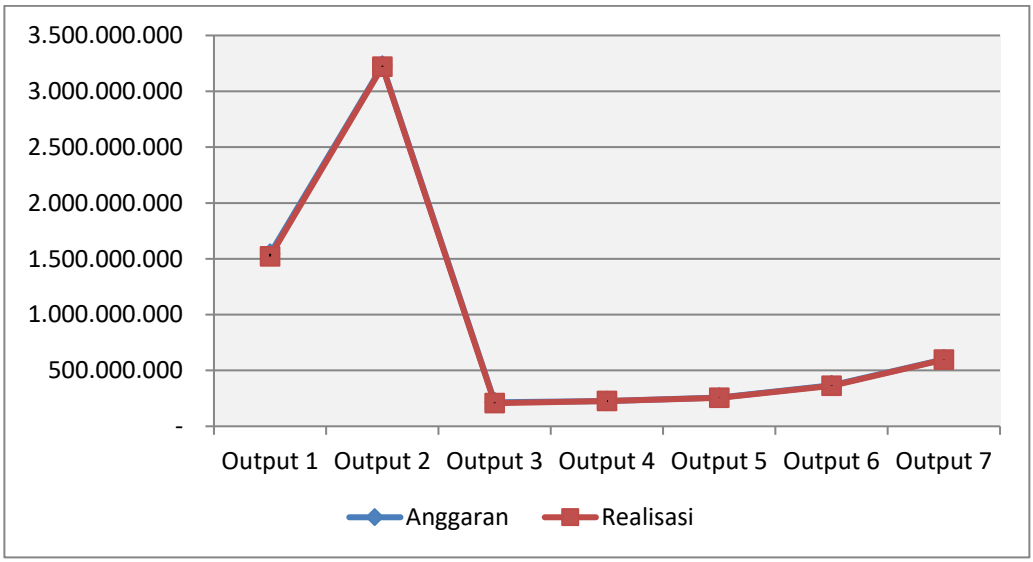
Anggaran Direktorat Pemberdayaan Konsumen yang tersedia tahun 2022 sebesar Rp.8.730.530.000. Sampai dengan 31 Desember 2022 terealisasi sebesar Rp.8.639.646.677 atau 98,96% dan sisa anggaran Rp90.883.323 atau sebesar 1,04%. Secara rinci, anggaran dan realisasi Direktorat Pemberdayaan Konsumen dapat dilihat pada Tabel di bawah ini.

Tabel 34. Realisasi Anggaran Direktorat Pemberdayaan Konsumen 2022

Unit Organisasi	Realisasi s.d 31 Desember 2021				
	PAGU (Rp)	Realisasi (Rp)	%	Sisa (Rp)	%
Direktorat Pemberdayaan Konsumen	8.730.530.000	8.639.646.677	98,96	90.883.323	1,04

Sumber data: Sub Bagian Tata Usaha

Berdasarkan penggunaan anggaran menurut pencapaian sasaran dan indikator kinerja, Direktorat Pemberdayaan Konsumen mengalokasikan sebagian anggarannya untuk sasaran yang diemban. Penyerapan anggaran Direktorat Pemberdayaan Konsumen yaitu sebesar 98,96% berbanding lurus dengan pelaksanaan kinerja yang telah dilaksanakan dengan baik.



Gambar 23. Grafik Perbandingan Target dan Realisasi Anggaran

Dari grafik di atas dapat terlihat perbandingan pagu anggaran dan realisasi pencapaian sasaran pada Direktorat Pemberdayaan Konsumen, dimana dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Realisasi anggaran indikator kinerja Indeks Kebedayaan Konsumen sebesar Rp1.520.590.003 atau 99,24% dari anggaran yang ditetapkan sebesar Rp1.543.770.000. Jika dibandingkan dengan kinerja anggaran tahun 2021 sebesar 99,98% maka terjadi sedikit penurunan sebesar 0,74%.

b. Realisasi anggaran indikator kinerja Rancangan Kebijakan NSPK Bidang Perlindungan Konsumen sebesar Rp1.520.590.033 atau 98,50% dari anggaran yang ditetapkan sebesar Rp1.543.770.000. Jika dibandingkan dengan kinerja anggaran tahun 2021 sebesar 99,43% maka kinerja anggaran tahun 2022 mengalami sedikit penurunan kinerja anggaran sebesar 0,93%.
c. Realisasi anggaran indikator kinerja Edukasi Konsumen sebesar Rp3.220.603.041 atau 99,74% dari anggaran yang ditetapkan sebesar Rp3.229.000.000. Jika dibandingkan dengan kinerja anggaran tahun 2021 sebesar 99,71% maka kinerja anggaran tahun 2022 mengalami peningkatan.
d. Realisasi anggaran indikator kinerja Edukasi Pelaku Usaha Terkait Perlindungan Konsumen sebesar Rp207.134.886 atau 96.34% dari anggaran yang ditetapkan sebesar Rp215.000.000. Jika dibandingkan dengan kinerja anggaran tahun 2021 sebesar 99,94% maka kinerja anggaran tahun 2022 mengalami sedikit penurunan kinerja anggaran sebesar 3,6%.
e. Realisasi anggaran indikator kinerja Pembinaan SDM Lembaga Perlindungan Konsumen sebesar Rp226.090.534 atau 99,85% dari anggaran yang ditetapkan sebesar Rp226.430.000. Jika dibandingkan dengan kierja anggaran tahun 2021 sebesar 98,81% maka kinerja anggaran tahun 2021 mengalami peningkatan.
f. Realisasi anggaran indikator kinerja Layanan Pengaduan Konsumen sebesar Rp256.050.150 atau 99,63% dari anggaran yang ditetapkan sebesar Rp257.000.000. Jika dibandingkan dengan kinerja anggaran tahun 2021 sebesar 99,06% maka kinerja anggaran tahun 2022 mengalami peningkatan.
g. Realisasi anggaran indikator kinerja Kerjasama Internasional di Bidang Perlindungan Konsumen sebesar Rp361.989.529 atau 98,79% dari anggaran yang ditetapkan sebesar Rp366.410.000. Jika dibandingkan dengan kinerja anggaran tahun 2021 sebesar 93,75% maka kinerja anggaran tahun 2022 mengalami peningkatan.
h. Realisasi anggaran indikator kinerja Pembinaan SDM BPSK sebesar Rp597.267.170 atau 99,88% dari anggaran yang ditetapkan sebesar Rp598.000.000. Jika dibandingkan dengan kinerja anggaran tahun 2021 sebesar 99,15% maka kinerja anggaran tahun 2022 mengalami peningkatan.

Realisasi anggaran indikator kinerja terendah terdapat pada indikator kinerja Edukasi Pelaku Usaha Terkait Perlindungan Konsumen sebesar 96.34%. Adapun realisasi anggaran indikator kinerja tertinggi adalah indikator kinerja Pembinaan SDM BPSK yaitu sebesar 99,88%. Secara keseluruhan realisasi anggaran semua indikator kinerja di atas 96% berbanding lurus dengan capaian kinerja yang juga telah optimal, walaupun terdapat kegiatan yang tidak dapat dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan serta adanya penghematan anggaran.

BAB IV
PENUTUP

Direktorat Pemberdayaan Konsumen telah berusaha untuk melaksanakan tugas pokok dan fungsi sampai dengan akhir tahun 2022 dengan sebaik-baiknya. Pelaksanaan tugas pokok dan fungsi telah berjalan sesuai dengan sasaran yang ditetapkan.

Pencapaian kinerja dimaksud merupakan hasil kerja gabungan dari bidang-bidang kerja yang ada di dalam Direktorat Pemberdayaan Konsumen serta atas dukungan dari berbagai pihak. Keberhasilan dan permasalahan yang dicapai dalam pelaksanaan tugas pokok dan fungsi Direktorat Pemberdayaan Konsumen sampai dengan akhir tahun 2022 akan dijadikan pelajaran yang berharga untuk meningkatkan kinerja organisasi pada masa mendatang.

Sebagian besar kegiatan Direktorat Pemberdayaan Konsumen sampai dengan akhir tahun 2022 telah terealisasi dengan baik. Direktorat Pemberdayaan Konsumen menyadari terdapat berbagai kendala dalam pelaksanaan kegiatan dan akan menjadi catatan untuk ditindaklanjuti pada pelaksanaan kinerja di tahun berikutnya sehingga dapat dilakukan peningkatan kinerja.

▶ Kendala yang dihadapi

Kendala yang dihadapi selama pelaksanaan kinerja selama tahun 2022 adalah adanya revisi dan penghematan anggaran serta kerjasama dengan instansi terkait memerlukan waktu dan penyesuaian jadwal. Selain itu adanya penyesuaian tahap pemulihan pasca pandemi Covid-19. Hal tersebut berpengaruh pada penyesuaian pada kegiatan Direktorat Pemberdayaan Konsumen yang diselenggarakan secara online. Hal ini menjadi catatan bagi Direktorat Pemberdayaan Konsumen untuk perbaikan kinerja di tahun berikutnya.

▶ Tindak Lanjut

Untuk menindaklanjuti kendala-kendala dan capaian kinerja, Direktorat Pemberdayaan Konsumen akan memperbaiki koordinasi dan kerjasama baik internal maupun dengan instansi terkait dalam melaksanakan kegiatan yang berdasarkan perencanaan serta lebih konsisten dalam penetapan jadwal kegiatan.

L A M P I R A N

Lampiran 1
Formulir Perjanjian Kinerja

KEMENTERIAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

PERJANJIAN KINERJA TAHUN 2022
NOMOR: 3/PKTN/PK/01/2022

Dalam rangka mewujudkan manajemen pemerintahan yang efektif transparan dan akuntabel serta berorientasi pada hasil, kami yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ivan Fithriyanto
Jabatan : Direktur Pemberdayaan Konsumen

Selanjutnya disebut sebagai Pihak Pertama

Nama : Veri Anggrijono
Jabatan : Direktur Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga

Selaku *atasan langsung* Pihak Pertama, selanjutnya disebut sebagai Pihak Kedua

Pihak Pertama berjanji akan mewujudkan target kinerja yang seharusnya sesuai lampiran perjanjian ini dalam rangka mencapai target kinerja jangka menengah seperti yang telah ditetapkan dalam dokumen perencanaan. Keberhasilan dan kegagalan pencapaian target kinerja tersebut menjadi tanggung jawab kami.

Pihak Kedua akan memberikan supervisi yang diperlukan serta akan melakukan evaluasi terhadap capaian kinerja dari perjanjian ini dan mengambil tindakan yang diperlukan dalam rangka pemberian penghargaan dan sanksi.

Jakarta, Januari 2022

Pihak Kedua	Pihak Pertama
Veri Anggrijono	Ivan Fithriyanto

LAMPIRAN 1
PERJANJIAN KINERJA TAHUN 2022 DIREKTORAT PEMBERDAYAAN KONSUMEN

Program: Perdagangan Dalam Negeri

No.	Sasaran Program	Indikator Kinerja Program	Target
(1)	(2)	(3)	(4)
1.	Meningkatnya konsumen berdaya dan pelaku usaha yang bertanggungjawab	Indeks Keberdayaan Konsumen	53
		Presentase Penyelesaian Layanan Pengaduan Konsumen yang Melakukan Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik	100

Kegiatan: Pengembangan Kebijakan dan Pemberdayaan Konsumen

No.	Sasaran Kegiatan	Indikator Kinerja Kegiatan	Target
(1)	(2)	(3)	(4)
1.	Meningkatnya pemahaman terkait perlindungan konsumen	Persentase peningkatan pemahaman konsumen pra pembelian	2,5%
		Persentase peningkatan pemahaman konsumen saat pembelian	1,75%
2.	Meningkatnya peran serta masyarakat dalam menyuarakan aspirasi dan memperjuangkan hak konsumen	Persentase Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yang aktif	65%
		Persentase pemahaman SDM LPKSM teredukasi terkait standar perlindungan konsumen	60%
3.	Meningkatnya penyelesaian pengaduan konsumen	Persentase penyelesaian pengaduan konsumen	91%
		Presentase Penyelesaian Layanan Pengaduan Konsumen yang Melakukan Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik	100%
		Tingkat Implementasi *Online Dispute Resolution*	40%
4.	Meningkatnya Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang aktif	Persentase BPSK yang aktif	55%
		Persentase pemahaman SDM BPSK teredukasi terkait pelayanan BPSK	80%

No.	Kegiatan/RO	Anggaran
(1)	(2)	(3)
1.	Pengembangan Kebijakan dan Pemberdayaan Konsumen	10.850.530.000
a.	Rancangan kebijakan NSPK bidang perlindungan konsumen	2.223.770.000
b.	Konsumen yang diedukasi	4.529.000.000
c.	Pelaku usaha yang diedukasi	230.000.000
d.	SDM lembaga perlindungan konsumen yang dibina	226.430.000
e.	Layanan pengaduan konsumen	257.000.000
f.	Kerjasama internasional di bidang perlindungan konsumen	391.410.000
g.	SDM BPSK yang dibina	648.000.000
h.	Layanan sarana internal	230.000.000
i.	Layanan Umum	537.620.000
2.	Dukungan Manajemen dan Dukungan Teknis Lainnya Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga	1.577.300.000
a.	Layanan perkantoran	1.577.300.000

Jakarta, Januari 2022

Direktur Jenderal
Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga

Veri Anggrijono

Direktur
Pemberdayaan Konsumen

Ivan Fithriyanto

LAMPIRAN 2
DOKUMEN KESELARASAN INDIKATOR KINERJA KEGIATAN
DIREKTORAT PEMBERDAYAAN KONSUMEN

No.	Sasaran Kegiatan	Indikator Kinerja Kegiatan	Rincian Output	Target	Anggaran	Prediksi Capaian (%)			
						TW 1	TW 2	TW 3	TW 4
(1)	(2)		(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1.	Meningkatnya pemahaman terkait perlindungan konsumen	Persentase peningkatan pemahaman konsumen pra pembelian	Rancangan kebijakan NSPK bidang perlindungan konsumen	4 Rekomendasi Kebijakan	2.223.770.000	11,79	32,49	73,51	100
			Konsumen yang diedukasi	5000 Orang	4.529.000.000	11,64	37,51	69,78	100
		Persentase peningkatan pemahaman konsumen saat pembelian	Pelaku usaha yang diedukasi	550 Orang	230.000.000	10,00	38,00	70,00	100
2.	Meningkatnya peran serta masyarakat dalam menyuarakan aspirasi dan memperjuangkan hak konsumen	Persentase Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yang aktif	SDM lembaga perlindungan konsumen yang dibina	25 Lembaga	226.430.000	10,31	34,23	62,48	100
		Persentase pemahaman SDM LPKSM teredukasi terkait standar perlindungan konsumen							
3.	Meningkatnya penyelesaian pengaduan konsumen	Persentase penyelesaian pengaduan konsumen	Layanan pengaduan konsumen	1000 Orang	257.000.000	10,98	35,78	76,04	100
		Tingkat implementasi Online Dispute Resolution	Kerjasama internasional di bidang perlindungan konsumen	4 Kesepakatan	391.410.000	10,00	34,45	72,46	100
4.	Meningkatnya Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang aktif	Persentase BPSK yang aktif	SDM BPSK yang dibina	40 Lembaga	648.000.000	10,00	35,61	71,62	100
		Persentase pemahaman SDM BPSK teredukasi terkait pelayanan BPSK							

No.	Sasaran Kegiatan	Indikator Kinerja Kegiatan	Rincian Output	Target	Anggaran	Prediksi Capaian (%)			
						TW 1	TW 2	TW 3	TW 4
(1)	(2)		(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
5.			Layanan sarana internal	62 Unit	230.000.000	5,00	25,00	57,00	100
			Layanan Umum	1 Layanan	537.620.000	7,570	31,14	67,76	100
			Layanan perkantoran	1 Layanan	1.577.300.000	25,00	50,00	75,00	100
	Jumlah				**Rp 10.850.530.000**	**12,40**	**37,50**	**70,50**	**100**

LAMPIRAN 3
MATRIKS RENCANA AKSI
DIREKTORAT PEMBERDAYAAN KONSUMEN

No.	Sasaran Program Eselon I	Sasaran Program Eselon II	Indikator Kinerja Program	Target	Prediksi Capaian/Rencana Aksi			
					TW 1	TW 2	TW 3	TW 4
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1.	Meningkatnya konsumen berdaya dan pelaku usaha yang bertanggungjawab	Meningkatnya Pengembangan Kebijakan dan Pemberdayaan Konsumen	Indeks Keberdayaan Konsumen	44	10 1. Proses lelang terbuka survey IKK 2. Melakukan kegiatan edukasi konsumen kepada 200 orang 3. Melakukan publikasi perlindungan konsumen melalui berbagai media total 1 media 4. Menyelenggarakan layanan pengaduan konsumen kepada 200 orang 5. Melaksanakan kerjasama internasional di bidang perlindungan konsumen sebanyak 1 kesepakatan 6. Menyelenggarakan bimbingan teknis bagi BPSK kepada 10 Lembaga	50 1. Pelaksanaan survey IKK di 15 provinsi 2. Menyusun rancangan kebijakan NSPK bidang perlindungan konsumen sebanyak 1 rekomendasi kebijakan 3. Melakukan kegiatan edukasi konsumen total sebanyak 4.200 orang 4. Melakukan publikasi perlindungan konsumen melalui berbagai media total sebanyak 2 media 5. Menyelenggarakan pembinaan kebijakan perlindungan konsumen bagi	80 1. Pelaksanaan survey IKK di 30 provinsi 2. Menyusun rancangan kebijakan NSPK bidang perlindungan konsumen total sebanyak 2 rekomendasi kebiajkan 3. Melakukan kegiatan edukasi konsumen total sebanyak 4.500 orang 4. Melakukan publikasi perlindungan konsumen melalui berbagai media total sebanyak 3 media 5. Menyelenggarakan pembinaan kebijakan perlindungan konsumen bagi	100 1. Pelaksanaan survey IKK di 34 provinsi, penghitungan data dan hasil akhir IKK yang didiseminasikan 2. Menyusun rancangan kebijakan NSPK bidang perlindungan konsumen total sebanyak 4 rekomendasi kebijakan 3. Melakukan kegiatan edukasi konsumen total sebanyak 5000 orang 4. Melakukan publikasi perlindungan konsumen melalui berbagai media total sebanyak 3 media

No.	Sasaran Program Eselon I	Sasaran Program Eselon II	Indikator Kinerja Program	Target	Prediksi Capaian/Rencana Aksi			
					TW 1	TW 2	TW 3	TW 4
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
						pelaku usaha sebanyak 150 orang 6. Menyelenggarakan layanan pengaduan konsumen total sebanyak 500 orang 7. Melaksanakan kerjasama internasional di bidang perlindungan konsumen total sebanyak 2 kesepakatan 8. Menyelenggarakan bimbingan teknis bagi BPSK total sebanyak 20 Lembaga	pelaku usaha total sebanyak 350 orang 6. Menyelenggarakan pembinaan bagi lembaga perlindungan konsumen total sebanyak 25 Lembaga 7. Menyelenggarakan layanan pengaduan konsumen total sebanyak 750 orang 8. Melaksanakan kerjasama internasional di bidang perlindungan konsumen total sebanyak 3 kesepakatan 9. Menyelenggarakan bimbingan teknis bagi BPSK total sebanyak 30 Lembaga	5. Menyelenggarakan pembinaan kebijakan perlindungan konsumen bagi pelaku usaha total sebanyak 550 orang 6. Menyelenggarakan pembinaan bagi lembaga perlindungan konsumen total sebanyak 25 Lembaga 7. Menyelenggarakan layanan pengaduan konsumen total sebanyak 1000 orang 8. Melaksanakan kerjasama internasional di bidang perlindungan konsumen total sebanyak 4 kesepakatan 9. Menyelenggarakan bimbingan teknis bagi BPSK total sebanyak 40 Lembaga

Lampiran 2
Formulir Pengukuran Pencapaian Kinerja

FORMULIR PENGUKURAN PENCAPAIAN SASARAN (PPS)

Unit Kerja Eselon II : Direktorat Pemberdayaan Konsumen
Tahun Anggaran : 2022

Sasaran Program	Indikator Kinerja Program	Target	Realisasi	% Capaian
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Meningkatnya konsumen berdaya dan pelaku usaha yang bertanggungjawab	Indeks Keberdayaan Konsumen	53	53,23	100,43
	Persentase Penyelesaian Layanan Pengaduan Konsumen yang Melakukan Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik	100	99,95	99,95

Sasaran Kegiatan	Indikator Kinerja Kegiatan	Target	Realisasi	% Capaian
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Meningkatnya Pemahaman Terkait Perlindungan Konsumen	IKK Tahapan Pra Pembelian	2,5%	7,03	281,20
	IKK Tahapan Pembelian	1,75%	5,79	330,86
Meningkatnya Peran Serta Masyarakat dalam Menyuarakan Aspirasi dan Memperjuangkan Hak Konsumen	Persentase Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang aktif	65%	69,44	106,83
	Persentase Pemahaman SDM LPKSM teredukasi Terkait Standar Perlindungan Konsumen	65%	66,60	102,46

Meningkatnya Penyelesaian Sengketa Konsumen	Persentase Penyelesaian Pengaduan Konsumen	91%	99,90	109,78
	Persentase Penyelesaian Layanan Pengaduan Konsumen yang Melakukan Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik	100%	99,95	99,95
	Tingkat Implementasi Online Dispute Resolution	40%	40	100
Meningkatnya Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang Aktif	Persentase BPSK yang aktif	55%	79,73	144,96
	Persentase Pemahaman SDM BPSK Teredukasi Terkait Pelayanan BPSK	80%	97,63	122,03

Output	Kinerja Fisik				Kinerja Keuangan			
	Target Awal	Target Revisi	Realisasi	% Capaian	Anggaran Awal	Anggaran Revisi	Realisasi	% Capaian
(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)
Rancangan Kebijakan NSPK bidang Perlindungan Konsumen	4 Rekomendasi Kebijakan	4 Rekomendasi Kebijakan	4 Rekomendasi Kebijakan	100,00	2.223.770.000	1.543.770.000	1.520.590.033	98,39
Edukasi Konsumen	5.000 Orang	4.000 Orang	4.000 Orang	100,00	4.529.000.000	3.229.000.000	3.220.603.041	99,74
Edukasi Pelaku Usaha Terkait Perlindungan Konsumen	550 Orang	550 Orang	550 Orang	100,00	230.000.000	215.000.000	207.134.886	96,34
SDM Lembaga Perlindungan Konsumen yang Dibina	25 Lembaga	25 Lembaga	34 Lembaga	136,00	226.430.000	226.430.000	226.090.534	99,85

Layanan Pengaduan Konsumen	1000 Orang	1000 Orang	7.464 Orang	746,40	257.000.000	257.000.000	256.050.150	99.63
Kerjasama Internasional di Bidang Perlindungan Konsumen	4 Kesepakatan	4 Kesepakatan	4 Kesepakatan	100,00	391.410.000	366.410.000	361.989.529	98,79
SDM BPSK yang Dibina	40 Lembaga	30 Lembaga	68 Lembaga	226,67	648.000.000	598.000.000	597.267.170	99,98
Layanan Sarana Internal	62 Unit	62 Unit	62 Unit	100,00	230.000.000	230.000.000	229.790.000	99,91
Layanan Umum	1 Layanan	1 Layanan	-	-	537.620.000	487.620.000	479.095.598	98.25
Layanan Perkantoran	1 Layanan	1 Layanan	-	-	1.577.300.000	1.577.300.000	1.541.035.736	97,70

Jakarta, Desember 2022

Direktur Pemberdayaan Konsumen

Ivan Fithriyanto

Lampiran 3
Realisasi Indikator Kinerja Kegiatan (IKK)

No	Sasaran Kegiatan	Output	Target	Realisasi	Capaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1.	Meningkatnya Pemahaman Terkait Perlindungan Konsumen	Persentase Peningkatan Pemahaman Konsumen Pra Pembelian	2,5%	7,03	281,20
		Persentase Peningkatan Pemahaman Konsumen Saat Pembelian	1,75%	5,79	330,86
2.	Meningkatnya Peran Serta Masyarakat dalam Menyuarakan Aspirasi dan Memperjuangkan Hak Konsumen	Persentase LPKSM yang aktif	65%	69,44	106,83
		Persentase Pemahaman SDM LPKSM Teredukasi Terkait Standar PK	65%	66,60	102,46
3.	Meningkatnya Penyelesaian Pengaduan Konsumen	Persentase Penyelesaian Pengaduan Konsumen	91%	99,90	109,78
		Persentase Penyelesaian Layanan Pengaduan Konsumen yang Melakukan Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik	100%	99,95	99,95

		Tingkat Implementasi Online Dispute Resolution	40%	40	100
4.	Meningkatnya badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang Aktif	Persentase BPSK yang Aktif	55%	79,73	144,96
		Persentase Pemahaman SDM BPSK Teredukasi Terkait Pelayanan BPSK	80%	97,63	122,03

Lampiran 4
Struktur Organisasi Direktorat Pemberdayaan Konsumen

DIREKTORAT PEMBERDAYAAN KONSUMEN

JALAN M.I RIDWAN RAIS NO.5
GEDUNG I LANTAI 6, JAKARTA PUSAT, 10110
TELP : [62-21]385 8187, 3858171 EX. 34254
FAX:[62-21]385 7955