



KEMENTERIAN
PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

Rencana Strategis 2025 - 2029

Direktorat Jenderal
Perlindungan Konsumen & Tertib Niaga

KEPUTUSAN DIREKTUR JENDERAL PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN TERTIB NIAGA

NOMOR 341 TAHUN 2025

TENTANG

RENCANA STRATEGIS DIREKTORAT JENDERAL PERLINDUNGAN KONSUMEN
DAN TERTIB NIAGA, KEMENTERIAN PERDAGANGAN TAHUN 2025—2029

DIREKTUR JENDERAL PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN TERTIB NIAGA,

Menimbang : bahwa sebagai acuan dalam penyelenggaraan Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah, pengendalian pelaksanaan program, kegiatan dan anggaran sesuai dengan Pasal 7 ayat (2) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 10 Tahun 2023 tentang Penyelenggaraan Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah di Lingkungan Kementerian Perdagangan, perlu menetapkan Keputusan Direktur Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga tentang Rencana Strategis Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga Kementerian Perdagangan Tahun 2020—2024;

Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional (Lembaran Negera Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 104, Tambahan Lembaran Negara Republika Nomor 4421);
2. Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2008 tentang Kementerian Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 166, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4916) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 61 Tahun 2024 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2008 tentang Kementerian Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 225, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6994);

3. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 45, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5512) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 41, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6856);
4. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 244, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5587) sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 41, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6856);
5. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 4, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6757);
6. Undang-undang Nomor 59 Tahun 2024 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional Tahun 2025-2045 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 194, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6987);
7. Peraturan Pemerintah Nomor 40 Tahun 2006 tentang Tata Cara Penyusunan Rencana Pembangunan Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2006 Nomor 97, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4664);

8. Peraturan Presiden Nomor 168 Tahun 2024 tentang Kementerian Perdagangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 364);
9. Peraturan Presiden Nomor 12 Tahun 2025 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2025-2029 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2025 Nomor 19);
10. Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2025 tentang Penyusunan Rencana Strategis dan Rencana Kerja Kementerian/Lembaga (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2025 Nomor 114);
11. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 6 Tahun 2025 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Perdagangan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2025 Nomor 53);
12. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 34 Tahun 2025 tentang Rencana Strategis Kementerian Perdagangan Tahun 2025-2029 (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2025 Nomor 839);

MEMUTUSKAN:

- Menetapkan : KEPUTUSAN DIREKTUR JENDERAL PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN TERTIB NIAGA TENTANG RENCANA STRATEGIS DIREKTORAT JENDERAL PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN TERTIB NIAGA, KEMENTERIAN PERDAGANGAN TAHUN 2025—2029.
- KESATU : Menetapkan Rencana Strategis Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga, Kementerian Perdagangan Tahun 2025—2029 sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Keputusan Direktur Jenderal ini.
- KEDUA : Rencana Strategis Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga, Kementerian Perdagangan sebagaimana dimaksud dalam Diktum KESATU merupakan penjabaran dari tujuan, sasaran, strategi, kebijakan dan program yang akan dilaksanakan oleh Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib

Niaga, Kementerian Perdagangan pada tahun 2025—2029.

- KETIGA : Pemutakhiran target serta penyesuaian pendanaan yang telah ditetapkan dalam Rencana Strategis Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga akan dicantumkan dalam dokumen perencanaan tahunan berupa (rencana kerja) Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga.
- KEEMPAT : Pimpinan tinggi pratama di lingkungan Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga Kementerian Perdagangan melakukan pemantauan dan evaluasi terhadap pelaksanaan rencana kerja dari masing-masing unit kerja yang berpedoman pada Rencana Strategis Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga Kementerian Perdagangan setiap 1 (tahun) sekali dan menyampaikan laporannya kepada Direktur Jenderal melalui Sekretaris Direktorat Jenderal.
- KELIMA : Direktur Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga melakukan pemantauan dan evaluasi terhadap pelaksanaan Rencana Strategis Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga Kementerian Perdagangan berdasarkan laporan sebagaimana dimaksud dalam Diktum KEEMPAT.
- KEENAM : Keputusan Direktur Jenderal ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.

ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 15 Desember 2025

DIREKTUR JENDERAL

KEMENTERIAN PERDAGANGAN
PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN TERTIB NIAGA,

MOGA SIMATUPANG



LAMPIRAN

KEPUTUSAN DIREKTUR JENDERAL
PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN TERTIB NIAGA
NOMOR 341 TAHUN 2025
TENTANG
RENCANA STRATEGIS DIREKTORAT JENDERAL
PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN TERTIB NIAGA
KEMENTERIAN PERDAGANGAN TAHUN 2025 –
2029

KATA PENGANTAR

Rencana Strategis Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (PKTN) Tahun 2025–2029 disusun sebagai arah kebijakan dan program lima tahunan untuk mewujudkan perlindungan konsumen yang andal serta praktik niaga yang tertib, sehat, dan berkeadilan. Dokumen ini selaras dengan RPJPN 2025–2045 dan RPJMN 2025–2029, Visi dan Misi Kabinet Merah Putih, yaitu: "Negara Kesatuan Republik Indonesia yang Bersatu, Berdaulat, Maju, dan Berkelanjutan.", serta merupakan penjabaran Renstra Kementerian Perdagangan 2025-2029

Sasaran strategis program dan kebijakan perlindungan konsumen dan tertib niaga dalam lima tahun ke depan adalah "meningkatnya perlindungan konsumen". Hal ini dilakukan melalui langkah-langkah strategis yang adaptif terhadap perubahan dan tantangan terkini. Oleh karena itu, Rencana Strategis Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga tahun 2025-2029 menjadi panduan pelaksanaan program kebijakan dengan mempertimbangkan konteks perkembangan ekonomi dan teknologi global. Rencana strategis ini menjadi acuan utama untuk menyusun program dan kegiatan yang selaras dengan kondisi terkini, termasuk respons terhadap dinamika ekonomi, sosial, dan teknologi yang terus berkembang.

Besar harapan kami, Rencana Strategis Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga periode 2025-2029 tidak hanya menjadi acuan kebijakan dalam memperkuat perlindungan konsumen dan tertib niaga, tetapi juga sebagai alat penggerak pembangunan yang berkelanjutan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemajuan bangsa Indonesia.

Jakarta, Desember 2025

Direktur Jenderal

Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga



Moga Simatupang, S.Sos

EXECUTIVE SUMMARY

- Rencana Strategis Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga disusun berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2025 tentang Penyusunan Rencana Strategis dan Rencana Kerja Kementerian/Lembaga. Dokumen ini turut mendukung Prioritas Nasional (Asta Cita) ke-5, yaitu melanjutkan hilirisasi dan mengembangkan industri berbasis sumber daya alam untuk meningkatkan nilai tambah di dalam negeri. Serta mendukung Program Pembangunan 5.5 yaitu Peningkatan Perdagangan Domestik, Antarwilayah, dan Ekspor serta Peningkatan Partisipasi dalam Rantai Nilai Global.
- Rencana Strategis Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga mendukung visi Kementerian Perdagangan “Bersama Indonesia Maju menuju Indonesia Emas 2045 melalui perdagangan yang ekspansif dan terintegrasi dengan rantai pasar domestik dan global.” Dalam kerangka ini, Ditjen PKTN berperan dalam mendukung tujuan strategis 1 “Meningkatkan keamanan dan ketahanan pasar dalam negeri”, melalui sasaran strategis 2 yaitu peningkatan perlindungan konsumen.
- Dalam mewujudkan Rencana Strategis Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga 2025-2029 memiliki visi “Terwujudnya peningkatan keberdayaan konsumen dan ketaatan pelaku usaha dalam ekosistem perdagangan yang aman, tertib, dan berkeadilan untuk mendukung Perdagangan Yang Ekspansif dan Terintegrasi dengan Pasar Domestik dan Global”.
- Upaya peningkatan perlindungan konsumen diukur melalui dua indikator utama, yakni Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) dan Indeks Ketaatan Pelaku Usaha (IKPU). Kedua indikator ini menegaskan bahwa konsumen dan pelaku usaha memiliki peran yang sama penting dalam membangun ekosistem perlindungan konsumen di Indonesia. Target Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) pada tahun 2025 ditetapkan sebesar 63 dan ditingkatkan secara bertahap hingga mencapai 75 pada tahun 2029. Sementara itu, Indeks Ketaatan Pelaku Usaha (IKPU) ditargetkan sebesar 53 pada tahun 2025 dan meningkat menjadi 63 pada tahun 2029.
- Program utama yang mencakup peningkatan keberdayaan konsumen melalui penguatan literasi yang diukur dengan Indeks Literasi Konsumen (ILK). Di sisi lain, penguatan peran pelaku usaha dilakukan melalui sejumlah program, antara lain peningkatan tertib ukur yang diukur dengan Indeks Tertib Ukur (ITU), peningkatan efektivitas pengawasan barang beredar dan jasa dengan Indeks Tertib Mutu (ITM), peningkatan pemenuhan persyaratan mutu produk dengan Indeks Kepatuhan Mutu (IKM), serta peningkatan tertib niaga di bidang pengawasan kegiatan perdagangan dengan Indeks Tertib Niaga (TTN).
- Pelaksanaan Renstra Ditjen PKTN didukung oleh struktur kelembagaan yang terdiri atas Sekretariat Ditjen PKTN, Direktorat Pemberdayaan Konsumen, Direktorat Metrologi beserta balai, Direktorat Pengawasan Barang Beredar dan Jasa, Direktorat Standardisasi dan Pengendalian Mutu beserta balai, serta Direktorat Tertib Niaga beserta balai.

DAFTAR ISI

BAB 1 Pendahuluan.....	9
1.1 Kondisi Umum	9
1.1.1 Perekonomian Global dan Nasional.....	9
1.1.2 Konsumen di Indonesia.....	24
1.1.3 Pelaku Usaha di Indonesia	46
1.2 Potensi dan Permasalahan	61
1.2.1 Potensi.....	62
1.2.2 Permasalahan.....	74
1.2.3 Analisis Potensi, Permasalahan dan Tantangan Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga	84
Visi, Misi, Tujuan dan Sasaran Strategis Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga	90
BAB 2 Visi, Misi, Tujuan dan Sasaran Strategis Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga.....	90
2.1 Visi Kementerian Perdagangan 2025-2029.....	90
2.2 Misi Kementerian Perdagangan 2025-2029	93
2.3 Tujuan Kementerian Perdagangan 2025-2029.....	96
2.4 Sasaran Strategis Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga	100
BAB 3 Arah Kebijakan, Strategi, Kerangka Regulasi dan Kerangka Kelembagaan ...	112
3.1 Arah Kebijakan dan Strategi Nasional	112
3.2 Arah Kebijakan dan Strategi Kementerian Perdagangan	119
3.1.1 Pengamanan Pasar Dalam Negeri	119
3.1.2 Perluasan Pasar Ekspor Barang dan Jasa	120
3.1.3 UMKM “BISA” Ekspor	121
3.3 Arah Kebijakan dan Strategi Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga	122
3.4 Kerangka Regulasi.....	128
3.5 Kerangka Kelembagaan.....	130
3.5.1 Struktur Organisasi	130
3.5.2 Tata Laksana Organisasi	131
3.5.3 Kebutuhan Jumlah dan Kompetensi SDM.....	137
BAB 4 Target Kinerja dan Kerangka Pendanaan	138
4.1 Target Kinerja	138
4.1.1 Pengembangan Kebijakan dan Pemberdayaan Konsumen	140

4.1.2	Peningkatan Tertib Ukur.....	141
4.1.3	Peningkatan Efektivitas Pengawasan Barang Beredar dan Jasa	142
4.1.4	Standardisasi dan Pengendalian Mutu.....	143
4.1.5	Peningkatan Tertib Niaga.....	145
4.1.6	Dukungan Manajemen dan Dukungan Teknis Lainnya	145
4.2	Kerangka Pendanaan	146
BAB 5	Penutup	149
LAMPIRAN	150
Lampiran 1:	Matriks Kinerja dan Pendanaan Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga	150
Lampiran 2:	Matriks Pendanaan Anggaran Pendapatan dan belanja Negara dan Sumber pendanaan Lainnya yang Sah terhadap Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga.....	161
Lampiran 3:	Matriks Kerangka Regulasi	165
Lampiran 4:	Metode Perhitungan Indikator Renstra Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga 2025-2029	180

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1-1 Struktur PDB Indonesia tahun 2014-2024	11
Gambar 1.1-2 Proyeksi Pengeluaran Pemerintah 2025-2029.....	11
Gambar 1.1-3 Praktik <i>friendshoring</i> , <i>nearshoring</i> , dan konsentrasi perdagangan 2022-2024.	
.....	13
Gambar 1.1-4 Perbandingan Suku Bunga dan Inflasi Amerika Serikat	14
Gambar 1.1-5 Nilai dan Pangsa Pasar Ekspor Indonesia ke Amerika Serikat (HS-2).....	15
Gambar 1.1-6 Harga Mineral dan Pangan Dunia.....	16
Gambar 1.1-7 Nilai Tukar dan Akumulasi Modal Masuk.....	17
Gambar 1.1-8 Pertumbuhan Kredit Berdasarkan Penggunaan, 2018Q1-2024Q1 (y.o.y, %) ...	17
Gambar 1.1-9 Grafik Penurunan Emisi GRK Tahunan dan Kumulatif	19
Gambar 1.1-10 Ilustrasi Keterkaitan Perlindungan Konsumen dengan Iklim Usaha dan Investasi untuk Mendukung Ekonomi Keberlanjutan	19
Gambar 1.1-11 Tabel Periodik Sertifikasi Keberlanjutan	20
Gambar 1.1-12 Tingkat Inflasi Indonesia (%, y.o.y)	21
Gambar 1.1-13 Kontribusi Pengeluaran terhadap PDB atas Harga Berlaku	22
Gambar 1.1-14 10 Provinsi dengan Rasio Kredit Macet Terbesar Akhir 2024	22
Gambar 1.1-15 Perbandingan Tren Harga Komoditas dengan Rata – Rata Upah Minimum 2019-2024	23
Gambar 1.1-16 Proyeksi Pendapatan Pasar <i>E-Commerce</i> di Asia Tenggara 2017-2029	24
Gambar 1.1-17 Nilai Transaksi <i>E-Commerce</i> (Triliun Rupiah).....	24
Gambar 1.1-18 Volume Transaksi <i>E-Commerce</i> (Juta Transaksi)	24
Gambar 1.1-19 M&A Global berdasarkan Sektor.....	29
Gambar 1.1-20 Indeks Pembangunan Manusia Indonesia 2020-2024	30
Gambar 1.1-21 Jumlah Penduduk berdasarkan Pekerjaan tahun 2024.....	30
Gambar 1.1-22 Proporsi Penduduk Berdasarkan Hubungan dengan Kepala Rumah Tangga .	31
Gambar 1.1-23 Upaya Perlindungan Konsumen perlu mempertimbangkan lapisan masyarakat yg kompleks	32
Gambar 1.1-24 Strategi pendidikan etika dan moral dalam menghadapai keberagaman karakter konsumen.....	33
Gambar 1.1-25 Ketercapaian Indeks Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga.....	34
Gambar 1.1-26 Ketercapaian Indeks Keberdayaan Konsumen.....	37
Gambar 1.1-27 Rencana Pengembangan Sistem ODR Nasional	41
Gambar 1.1-28 Persentase BPSK yang Aktif.....	44
Gambar 1.1-29 Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yang aktif	45
Gambar 1.1-30 Indeks Pemahaman Masyarakat terhadap Metrologi Legal	47

Gambar 1.1-31 Perbandingan IKM 2020-2024	52
Gambar 1.2-1 Ilustrasi EVSE (Electric Vehicle Supply Equipment)	69
Gambar 1.2-2 Halaman Utama Sistem Portal Aplikasi Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga.....	73
Gambar 1.2-3 Alokasi Anggaran Pelaksanaan Kemetrologian Tahun 2024	84
Gambar 1.2-4 Data Tera dan Tera Ulang UTTP Semester I Tahun 2023 dan 2024	84
Gambar 2.4-1 Sasaran Strategis Ditjen PKTN 2025-2029	100
Gambar 2.4-2 Triloka Perlindungan Konsumen.....	101
Gambar 3.1-1 Arah Pembangunan Nasional Jangka Panjang.....	114
Gambar 3.1-2 Sasaran, Indikator, dan Program pembangunan Prioritas Nasional 5	116
Gambar 3.1-3 Indikator dan Kegiatan Program Pembangunan 5.5	117
Gambar 3.5-1 Struktur Organisasi Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga 2025-2029	130

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1-1 Data Pertumbuhan dan Proyeksi Ekonomi Global (Produk Domestik Bruto)	10
Tabel 1.1-2. Dimensi Penilaian IKK	35
Tabel 1.1-3 Capaian Indeks Tertib Mutu Tahun 2020-2024.....	49
Tabel 1.1-4 Hasil Pengawasan Barang Beredar Tahun 2024	50
Tabel 1.1-5 Kesesuaian Hasil Pengawasan Barang Beredar Tahun 2024	50
Tabel 1.1-6 Kesesuaian Hasil Pengawasan Jasa Tahun 2024	51
Tabel 1.1-7 kenaikan realisasi komposit Indeks Kendali Mutu	52
Tabel 1.1-8 Eksportir Yang Dilakukan Pemantauan Ketelusuran Mutu	53
Tabel 1.1-9 Daftar Lembaga Penilaian Kesesuaian (LPK)	55
Tabel 1.1-10 Capaian Indeks Tertib Niaga Tahun 2020-2024.....	57
Tabel 1.1-11 Jumlah Pengawasan Pelaku Usaha oleh Direktorat Tertib Niaga, 2024	58
Tabel 1.1-12 Kesesuaian Hasil Pengawasan Kegiatan Perdagangan Tahun 2024	59
Tabel 1.1-13 Rekapitulasi pengawasan Post Border Direktorat Tertib Niaga dan BPTN tahun 2024	59
Tabel 1.2-1 Persentase Jumlah kendaraan Listrik yang Digunakan Saat Mudik	68
Tabel 1.2-2 Proyeksi Jumlah SPKLU 2030.....	69
Tabel 2.3-1. Tujuan Kementerian Perdagangan Periode 2025-2029	98
Tabel 2.3-2. Tujuan Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga Periode 2025-2029.....	99
Tabel 2.4-1 Target Sasaran Strategis Direktorat Jenderal PTKN	101
Tabel 2.4-2 Target Sasaran Strategis Direktorat Jenderal PTKN (IKK)	102
Tabel 2.4-3 Target Sasaran Strategis Direktorat Jenderal PTKN (IKPU)	103
Tabel 4.1-1 Sasaran dan Indikator Strategis Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga 2025-2029	139
Tabel 4.1-2 Indikator Program Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga 2025-2029.....	140
Tabel 4.1-3 Indikator Program Dukungan Manajemen.....	140
Tabel 4.1-4 Sasaran dan Indikator Kegiatan Pengembangan Kebijakan dan Pemberdayaan Konsumen 2025-2029.....	141
Tabel 4.1-5 Sasaran dan Indikator Kegiatan Peningkatan Tertib Ukur 2025-2029	141
Tabel 4.1-6 Sasaran dan Indikator Kegiatan Peningkatan Efektivitas Pengawasan Barang Beredar Dan Jasa 2025-2029	142
Tabel 4.1-7 Sasaran dan Indikator Kegiatan Standardisasi Dan Pengendalian Mutu 2025-2029	143

Tabel 4.1-8 Target Kinerja Kegiatan Pelayanan Pengujian Mutu Barang	144
Tabel 4.1-9 Target Kinerja Kegiatan Pelayanan Kalibrasi	144
Tabel 4.1-10 Target Kinerja Kegiatan Pelayanan Sertifikasi	144
Tabel 4.1-11 Sasaran dan Indikator Kegiatan Peningkatan Tertib Niaga 2025-2029	145
Tabel 4.1-12 Sasaran dan Indikator Kegiatan Dukungan Manajemen Dan Dukungan Teknis Lainnya Ditjen Perlindungan Konsumen Dan Tertib Niaga 2025-2029	146
Tabel 4.2-1 Perkiraan Kebutuhan Anggaran Renstra Ditjen PKTN 2025-2029	147

BAB I PENDAHULUAN

Rencana Strategis Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga disusun sebagai bagian dari perencanaan pembangunan di lingkungan Kementerian Perdagangan. Sebagai unit eselon I di lingkungan Kementerian perdagangan sesuai mandat Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 6 Tahun 2025 Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Perdagangan, Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga memiliki peran strategis dalam ekosistem perdagangan nasional, khususnya dalam menjaga keseimbangan antara keberdayaan konsumen dan kepatuhan pelaku usaha. Maka dari itu, bagian berikut akan menguraikan kondisi umum yang menjadi dasar penyusunan Renstra, meliputi dinamika perekonomian global dan nasional, serta perkembangan kondisi konsumen dan pelaku usaha di Indonesia.

1.1 KONDISI UMUM

1.1.1 PEREKONOMIAN GLOBAL DAN NASIONAL

1.1.1.1 PERTUMBUHAN EKONOMI GLOBAL

Prospek perekonomian global pada tahun 2025 menunjukkan tren pelemahan yang perlu menjadi perhatian serius bagi perumusan kebijakan nasional. Berdasarkan pembaruan proyeksi Dana Moneter Internasional (IMF), pertumbuhan ekonomi dunia terkoreksi dari 2,9 persen pada Oktober 2024 menjadi 2,5 persen pada Mei 2025 (IMF, 2025). Penurunan sebesar 0,4 poin persentase dapat direfleksikan melambatnya aktivitas ekonomi global secara menyeluruh. Perlambatan ini didorong oleh kombinasi faktor struktural maupun siklikal, antara lain ketidakpastian geopolitik yang terus meningkat, berlanjutnya disrupti rantai pasok pasca-pandemi, tekanan inflasi yang masih tinggi di sejumlah negara maju maupun berkembang, serta kebijakan moneter ketat yang ditempuh untuk menekan lonjakan harga. Situasi tersebut memberikan konsekuensi ganda terhadap stabilitas ekonomi global.

Di satu sisi, permintaan agregat dunia mengalami penurunan sehingga menekan volume perdagangan internasional dan memperlambat aliran investasi lintas negara. Di sisi lain, volatilitas pasar keuangan meningkat seiring dengan ketidakpastian kebijakan dan potensi gejolak di sektor perbankan maupun pasar obligasi. Akumulasi faktor ini menimbulkan risiko pelemahan nilai tukar di negara-negara berkembang, peningkatan biaya pembiayaan, serta potensi keluarnya arus modal dari pasar negara berkembang menuju instrumen yang dianggap lebih aman. Bagi Indonesia, pelemahan perekonomian global tersebut memiliki implikasi langsung maupun tidak langsung. Penurunan permintaan global berpotensi menekan kinerja ekspor, terutama pada komoditas unggulan yang menjadi penopang devisa. Fluktuasi arus modal juga dapat memengaruhi stabilitas

pasar keuangan domestik, dengan risiko terhadap nilai tukar rupiah dan pasar obligasi pemerintah. Lebih jauh, kombinasi faktor eksternal tersebut berpotensi memengaruhi daya beli masyarakat, mengingat tekanan inflasi impor dan pelemahan kurs dapat meningkatkan harga barang konsumsi. Hal ini pada gilirannya berhubungan erat dengan mandat perlindungan konsumen, baik dalam menjaga keterjangkauan harga, memastikan ketersediaan barang, maupun meningkatkan keberdayaan konsumen dalam menghadapi dinamika pasar.

Tabel 1.1-1 Data Pertumbuhan dan Proyeksi Ekonomi Global (Produk Domestik Bruto)

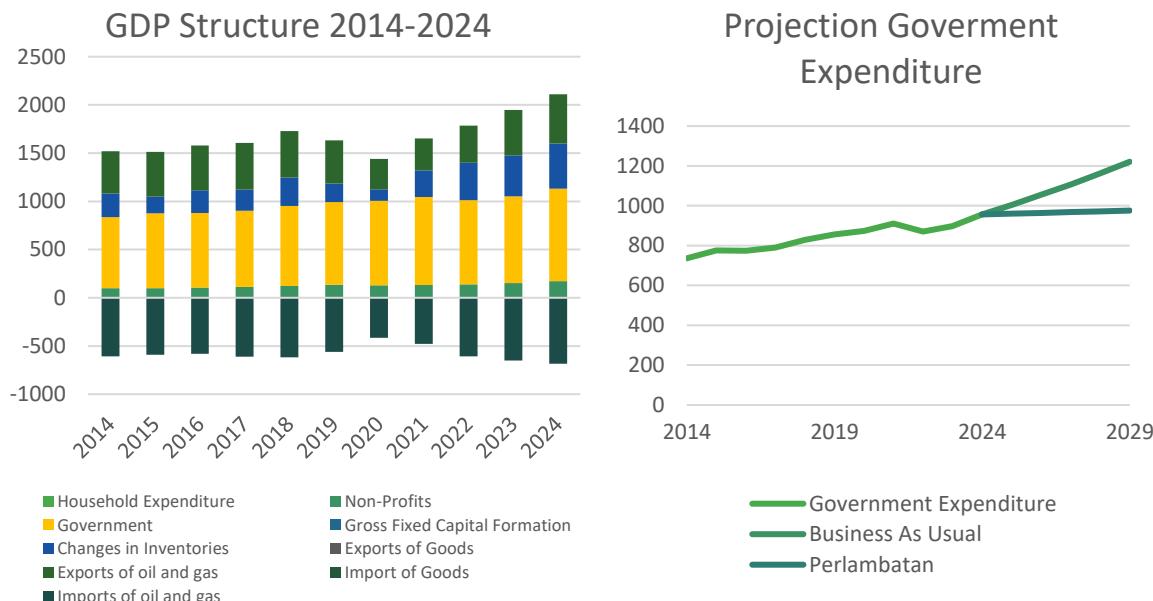
	2024	Projections		Difference from October 2024 WEO ¹	
		2025	2026	2025	2026
World Output	3.3	2.8	3.0	-0.4	-0.3
Advanced Economies	1.8	1.4	1.5	-0.4	-0.3
United States	2.8	1.8	1.7	-0.4	-0.3
Euro Area	0.9	0.8	1.2	-0.4	-0.3
Japan	0.1	0.6	0.6	-0.5	-0.2
United Kingdom	1.1	1.1	1.4	-0.4	-0.1
Canada	1.5	1.4	1.6	-1.0	-0.4
Other Advanced Economies ²	2.2	1.8	2.0	-0.4	-0.3
Emerging Market and Developing Economies	4.3	3.7	3.9	-0.5	-0.3
Emerging and Developing Asia	5.3	4.5	4.6	-0.5	-0.3
China	5.0	4.0	4.0	-0.5	-0.1
India ³	6.5	6.2	6.3	-0.3	-0.2
Emerging and Developing Europe	3.4	2.1	2.1	-0.1	-0.4
Russia	4.1	1.5	0.9	0.2	-0.3
Latin America and the Caribbean	2.4	2.0	2.4	-0.5	-0.3
Brazil	3.4	2.0	2.0	-0.2	-0.3
Mexico	1.5	-0.3	1.4	-1.6	-0.6
Middle East and Central Asia	2.4	3.0	3.5	-0.9	-0.7
Saudi Arabia	1.3	3.0	3.7	-1.6	-0.7
Sub-Saharan Africa	4.0	3.8	4.2	-0.4	-0.2
Nigeria	3.4	3.0	2.7	-0.2	-0.3
South Africa	0.6	1.0	1.3	-0.5	-0.2
World Trade Volume (goods and services)	3.8	1.7	2.5	-1.7	-0.9
Imports					
Advanced Economies	2.4	1.9	2.0	-0.5	-0.5
Emerging Market and Developing Economies	5.8	2.0	3.4	-2.9	-1.2
Exports					
Advanced Economies	2.1	1.2	2.0	-1.5	-1.0
Emerging Market and Developing Economies	6.7	1.6	3.0	-3.0	-1.3

Sumber: World Economic Outlook, International Monetary Fund (IMF), April 2025

Di tengah situasi perlambatan ekonomi global dan semakin menguatnya fragmentasi geoekonomi, hambatan perdagangan non-tarif (non-tariff measures/NTM) muncul sebagai salah satu faktor paling dominan yang menghambat arus perdagangan internasional. Berbeda dengan tarif impor yang secara bertahap telah diturunkan melalui berbagai perjanjian perdagangan multilateral maupun regional, NTM justru mengalami peningkatan baik secara jumlah maupun cakupan. Hambatan tersebut meliputi standar teknis yang semakin ketat, persyaratan mutu produk, prosedur sertifikasi, regulasi keamanan pangan dan kesehatan, hingga aturan keberlanjutan yang menekankan aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola.

Fenomena ini mencerminkan bergesernya pola proteksionisme global dari instrumen tarif menuju instrumen non-tarif yang lebih sulit diidentifikasi sekaligus lebih kompleks untuk diantisipasi. Bagi negara berkembang, kondisi ini menuntut peningkatan kapasitas produksi dan kualitas produk agar mampu memenuhi standar internasional yang kian beragam dan dinamis. Tidak hanya itu, strategi menghadapi NTM juga menuntut penguatan aspek kelembagaan, termasuk koordinasi antar kelembagaan, perbaikan sistem pengawasan mutu, serta penyelarasan regulasi domestik dengan ketentuan perdagangan global. Lebih jauh, peningkatan NTM juga menegaskan pentingnya

diplomasi ekonomi yang proaktif. Indonesia perlu memastikan bahwa standar atau regulasi yang diterapkan di pasar tujuan ekspor tidak bersifat diskriminatif dan tetap memberikan ruang akses yang adil bagi produk nasional. Upaya ini dapat dilakukan melalui keterlibatan aktif dalam forum perdagangan internasional, penyelesaian sengketa di *World Trade Organizations* (WTO), maupun penguatan posisi dalam kerja sama ekonomi regional.



Gambar 1.1-1Struktur PDB Indonesia tahun 2014-2024

Sumber : BPS, 2025

Selain faktor eksternal, koreksi terhadap proyeksi pertumbuhan ekonomi global juga membawa tekanan internal yang signifikan. Salah satunya terkait kapasitas belanja pemerintah, yang secara historis menempati porsi terbesar dalam struktur PDB Indonesia selama periode 2014–2024. Berdasarkan proyeksi, untuk periode 2025–2029, terdapat dua kemungkinan skenario. Dalam skenario *business as usual*, belanja pemerintah diperkirakan tumbuh rata-rata sekitar 5% per tahun. Namun, dalam skenario perlambatan, pertumbuhannya hanya sekitar 0,4% per tahun. Perbedaan ini mengindikasikan adanya potensi penurunan total belanja pemerintah hingga 12,8% dalam lima tahun mendatang dibandingkan skenario normal. Penurunan belanja pemerintah ini memiliki implikasi signifikan, terutama terhadap alokasi belanja non-prioritas. Risiko yang muncul bukan hanya keterbatasan pada pelaksanaan program pembangunan, tetapi juga dapat langsung berdampak pada pencapaian target strategis nasional, termasuk operasional pengawasan di berbagai sektor. Dalam konteks ini, upaya perlindungan konsumen menjadi salah satu sektor yang berpotensi terdampak jika tidak diantisipasi dengan strategi pendanaan yang adaptif dan prioritisasi program yang tepat.

Meskipun demikian, perekonomian domestik masih menunjukkan ketahanan. Pada tahun 2023, pertumbuhan ekonomi Indonesia mencapai 5,05% (Limanseto, 2024), ditopang oleh konsumsi rumah tangga yang kuat, kinerja sektor industri pengolahan, dan aktivitas perdagangan yang positif. Salah satu komponen yang juga turut memberikan kontribusi adalah meningkatnya konsumsi Lembaga Non-Profit yang Melayani Rumah Tangga (LNPRT). LNPRT, yang mencakup organisasi

Gambar 1.1-2 Proyeksi Pengeluaran Pemerintah 2025-2029

Sumber: Hasil analisis, 2025

kemasyarakatan, lembaga pendidikan, lembaga keagamaan, hingga partai politik, mengalami lonjakan konsumsi yang diperkirakan terkait dengan aktivitas kampanye Pemilu serentak. Hal ini menandakan bahwa dinamika politik dalam negeri juga dapat berimplikasi langsung pada kinerja ekonomi nasional.

Dengan demikian, konsumsi LNPRT menjadi salah satu faktor non-tradisional yang ikut memperkuat pertumbuhan ekonomi domestik pada periode tersebut. Dari sisi stabilitas harga, inflasi Indonesia berhasil dikendalikan pada level 2,57%, tetapi berada dalam rentang sasaran Bank Indonesia. Bahkan, dalam lima tahun terakhir, rata-rata inflasi Indonesia relatif lebih rendah dibandingkan kelompok negara ASEAN-5, negara berkembang lain, maupun negara maju. Capaian ini menunjukkan kredibilitas kebijakan moneter serta efektivitas koordinasi pengendalian inflasi, sekaligus menjadi modal penting dalam menjaga daya beli masyarakat. Namun, ketidakpastian global dan risiko perlambatan ekonomi menuntut kewaspadaan yang lebih tinggi. Tantangan berupa volatilitas pasar keuangan, risiko pelemahan nilai tukar, serta tekanan fiskal domestik perlu diantisipasi secara simultan. Di sisi lain, peluang tetap terbuka karena fondasi konsumsi domestik yang kuat dapat menjaga pertumbuhan tetap berada di kisaran 5%. Oleh sebab itu, strategi yang ditempuh Indonesia tidak hanya berfokus pada penguatan daya saing produk dan diversifikasi pasar ekspor, tetapi juga menempatkan perlindungan konsumen dan kepatuhan pelaku usaha sebagai prioritas.

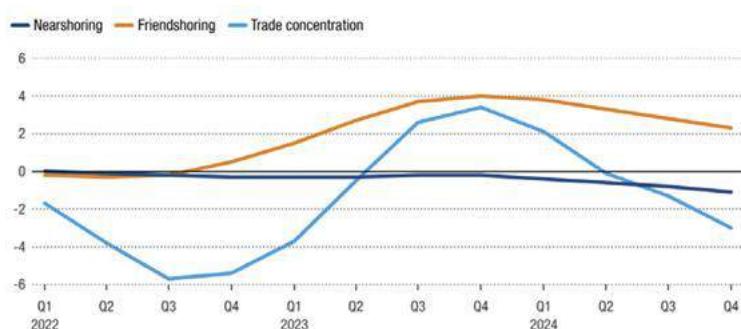
Dalam perspektif perlindungan konsumen, dinamika global maupun tekanan fiskal domestik berimplikasi langsung pada pentingnya pengawasan yang efektif, standar mutu yang konsisten, serta perlindungan daya beli masyarakat. Dengan demikian, memperkuat perlindungan konsumen bukan hanya sekadar agenda sektoral, melainkan bagian integral dari upaya menjaga stabilitas pasar domestik, memperkuat ketahanan ekonomi nasional, dan memastikan kesejahteraan masyarakat di tengah tantangan global yang semakin kompleks.

1.1.1.2 KONDISI GEOPOLITIK DAN PERDAGANGAN GLOBAL

Sejak invasi Rusia ke Ukraina pada tahun 2022, dunia menghadapi krisis keamanan terbesar di Eropa pasca Perang Dunia II. Aliansi NATO yang didominasi negara-negara Global North menolak opsi negosiasi dengan Rusia dan mengalami dinamika internal, termasuk fragmentasi yang ditandai dengan bergabungnya Finlandia dan Swedia. Namun, pada tahun 2025, Amerika Serikat menarik diri dari NATO, memicu ketidakpastian baru dalam arsitektur keamanan global. Di sisi lain, aliansi BRICS yang mewakili kekuatan ekonomi *Global South* semakin menguat, dengan kapasitas produksi yang besar serta inisiatif membangun sistem keuangan alternatif. Perkembangan ini dipandang sebagai tantangan terhadap dominasi negara-negara maju dalam tatanan ekonomi dunia. Saat ini aliansi BRICS beranggotakan Brasil, Rusia, India, China, Afrika Selatan, Arab Saudi, Mesir, UEA, Ethiopia, Indonesia, dan Iran. Indonesia secara resmi bergabung dengan BRICS pada tahun 2025 setelah melalui serangkaian pembahasan diplomatik yang menekankan peluang peningkatan perdagangan, investasi, dan akses pasar di antara negara-negara berkembang.

Keikutsertaan ini menandai pergeseran orientasi strategi ekonomi luar negeri Indonesia untuk memperluas jejaring mitra non-tradisional dan mengurangi ketergantungan pada pasar negara maju.

Ketegangan antara Amerika Serikat dan Tiongkok terus berlanjut, khususnya terkait sengketa wilayah di Laut Cina Selatan serta perselisihan dagang yang mencakup kebijakan tarif pada produk manufaktur dan teknologi. Perkembangan global semakin kompleks dengan inisiasi pembentukan Greater State Israel yang memperuncing konflik di Timur Tengah. Konflik ini melibatkan *proxy* seperti Lebanon dan Suriah, dan memanas pasca invasi Iran–Israel. Penutupan Selat Hormuz membatasi jalur perdagangan strategis dunia, sehingga berpotensi memicu kembali gejolak harga komoditas, khususnya pangan dan energi, yang sebelumnya mulai menunjukkan tanda stabilisasi. Kenaikan harga ini berpotensi menekan daya beli masyarakat secara global.



Gambar 1.1-3 Praktik friendshoring, nearshoring, dan konsentrasi perdagangan 2022-2024.

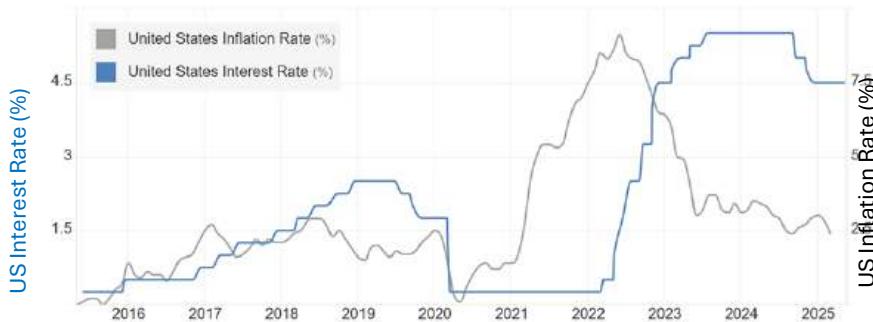
Sumber: United Nations Office on Trade and Development, 2025

Sebagaimana tergambar pada **Gambar 1.1-3**, dinamika geopolitik tersebut tercermin pada perubahan pola rantai pasok global. Praktik *friendshoring* menunjukkan peningkatan signifikan sepanjang 2022–2024, menandakan semakin kuatnya preferensi negara-negara untuk memperkuat perdagangan dengan mitra yang dianggap aman secara politik. Sebaliknya, *nearshoring* relatif stagnan dan bahkan menurun, menunjukkan bahwa relokasi industri ke negara terdekat belum menjadi strategi utama. Sementara itu, konsentrasi perdagangan sempat meningkat tajam hingga 2024, mencerminkan terjadinya ketergantungan pada mitra dagang tertentu di tengah ketidakpastian global, namun kemudian kembali melemah seiring diversifikasi pasar. Tren ini menegaskan bahwa risiko geopolitik mendorong pergeseran arus perdagangan, dengan implikasi serius terhadap stabilitas harga, daya saing ekspor, dan resiliensi rantai pasok global.

Rangkaian ketegangan geopolitik tersebut turut mendorong tren proteksionisme dan pembentukan aliansi perdagangan berbasis kawasan atau konsep *friendshoring*. Fenomena ini terlihat dalam munculnya “*connector countries*”, yaitu negara-negara yang berhasil meningkatkan pangsa pasar ekspor ke Amerika Serikat sekaligus menerima aliran *Foreign Direct Investment* (FDI) dan ekspor dari Tiongkok sejak 2017 (Gopinath, 2024). Data menunjukkan bahwa negara seperti Meksiko dan Vietnam mengalami lonjakan signifikan dalam pangsa pasar impor AS, didukung kenaikan ekspor dari Tiongkok serta peningkatan FDI dari negara tersebut. Posisi Indonesia dalam tren ini relatif stabil, namun masih terdapat ruang untuk memanfaatkan peluang relokasi rantai pasok global.

1.1.1.3 TERBATASNYA RUANG GERAK FISKAL DAN PEMBIAYAAN

Kondisi moneter global masih dipengaruhi oleh kebijakan suku bunga tinggi (*higher for longer*) di Amerika Serikat, yang diberlakukan untuk meredam inflasi pasca pandemi dan gejolak harga energi. Suku bunga acuan AS yang berada pada level tinggi telah memicu arus modal keluar (*capital outflow*) dari negara berkembang, mendorong depresiasi nilai tukar, serta meningkatkan beban utang dalam denominasi dolar AS. Indonesia juga menghadapi tantangan serupa, meskipun tingkat inflasi domestik relatif terkendali. Perbedaan dinamika inflasi dan suku bunga antara AS dan Indonesia menjadi faktor penting dalam menjaga stabilitas nilai tukar dan mengelola risiko eksternal. Fluktuasi nilai tukar ini secara langsung berimplikasi terhadap harga barang impor, terutama pangan dan energi, yang pada akhirnya memengaruhi daya beli masyarakat dan keterjangkauan kebutuhan dasar konsumen.



Gambar 1.1-4 Perbandingan Suku Bunga dan Inflasi Amerika Serikat

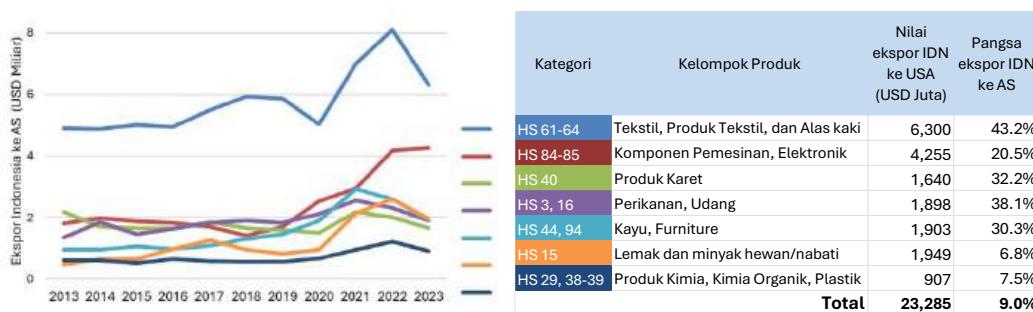
Sumber: Trading Economics, " <https://tradingeconomics.com/united-states> ", Data 2016-Maret 2025, diakses Mei 2025.

Menurut IMF (2025), fragmentasi perdagangan (*trade fragmentation*) berpotensi mengurangi efisiensi dari spesialisasi, persaingan, dan difusi pengetahuan, serta membatasi skala ekonomi. Fragmentasi keuangan (*financial fragmentation*) dapat menekan aliran modal lintas batas, menghambat akumulasi modal, melemahkan mekanisme berbagai risiko internasional, dan meningkatkan volatilitas makro-finansial. Risiko ini juga mencakup potensi fragmentasi sistem pembayaran global dan cadangan devisa akibat eskalasi geopolitik. Biaya ekonomi dari fragmentasi dapat menjadi signifikan, khususnya bagi negara berkembang dan negara dengan perekonomian menengah yang bergantung pada FDI, komoditas, dan memiliki kerentanan terhadap ketahanan pangan. Selain itu, upaya kolektif dalam menyediakan barang publik global, seperti penanggulangan perubahan iklim atau pengembangan teknologi strategis seperti kecerdasan buatan (AI), dapat terhambat akibat meningkatnya biaya mineral kritis untuk energi terbarukan dan kendaraan listrik. Eskalasi geopolitik dan kenaikan harga mineral kritis mendorong biaya energi terbarukan serta kendaraan listrik meningkat, sehingga akses konsumen terhadap energi bersih dan transportasi ramah lingkungan menjadi lebih terbatas. Demikian pula, kenaikan harga pangan global dapat memperburuk ketahanan pangan rumah tangga, terutama kelompok masyarakat berpendapatan rendah. Dalam konteks ini, perlindungan konsumen mencakup dimensi keterjangkauan, keamanan, dan akses terhadap produk serta layanan dasar yang diperlukan untuk beradaptasi terhadap perubahan iklim maupun transformasi teknologi.

1.1.1.4 DAMPAK ADANYA TARIF RESIPROKAL

Penerapan tarif ekspor sebesar 19 persen terhadap seluruh produk asal Indonesia yang masuk ke pasar Amerika Serikat menjadi tantangan strategis bagi kinerja perdagangan nasional. Praktik proteksionisme tersebut tidak hanya berpotensi menekan perdagangan bilateral Indonesia–Amerika Serikat, tetapi juga berisiko menjadi preseden bagi terbentuknya tren baru proteksionisme di tingkat global. Apabila tren ini meluas, implikasinya dapat berupa perlambatan perdagangan internasional, pelemahan pertumbuhan ekonomi dunia, serta penurunan daya beli masyarakat.

Bagi Indonesia, kebijakan ini diperkirakan akan berdampak signifikan terhadap kinerja ekspor sejumlah komoditas unggulan, antara lain tekstil dan alas kaki; permesinan, elektronik, dan komponen kendaraan; udang dan produk perikanan; serta produk berbasis karet. Namun demikian, tingkat keterkaitan Indonesia dengan rantai nilai global yang relatif rendah memberikan peluang untuk melakukan diversifikasi pasar secara lebih fleksibel. Strategi diversifikasi tersebut dapat mencakup pemanfaatan skema re-export melalui mitra dagang yang menerapkan tarif lebih rendah, seperti Singapura (10 persen, atau berpotensi meningkat menjadi 25 persen akibat importasi minyak dari Venezuela) dan Filipina (17 persen).



Gambar 1.1-5 Nilai dan Pangsa Pasar Ekspor Indonesia ke Amerika Serikat (HS-2)

Sumber: United Nations, Trade Statistics Data, “UN Comtrade Database”, Data 2013-2023, <https://comtradeplus.un.org/TradeFlow>, diakses dan dialih Mei 2025.

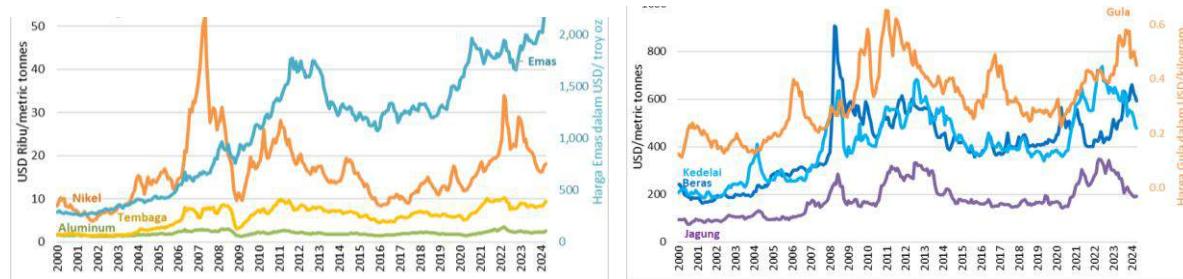
Di samping diversifikasi pasar, langkah strategis lainnya meliputi perbaikan iklim investasi dan perdagangan melalui reformasi kebijakan tarif dan non-tarif, penyederhanaan prosedur eksport-impor, serta evaluasi ketentuan larangan dan pembatasan (Lartas). Peningkatan diplomasi ekonomi menjadi sangat penting, termasuk percepatan proses keanggotaan Indonesia pada OECD, penguatan kemitraan dalam kerangka IU–CEPA, CPTPP, dan BRICS, serta penetapan komoditas ekspor unggulan baru guna menjaga nilai ekspor dalam jangka menengah dan panjang.

Sejumlah tantangan perlu diantisipasi, antara lain pelemahan sentimen perdagangan global yang dapat memicu perlambatan ekonomi dunia. Tarif yang diberlakukan Amerika Serikat tidak hanya berdampak pada neraca perdagangan barang, tetapi juga berpotensi memengaruhi arus modal dan devisa, sistem pembayaran internasional, posisi geopolitik, kerja sama multilateral, serta peran lembaga global seperti WTO. Selain itu, terdapat risiko lonjakan impor akibat kelebihan pasokan produk dari negara-negara yang kehilangan akses pasar Amerika Serikat, seperti Tiongkok dan Vietnam, yang dapat memicu praktik dumping dan peredaran barang ilegal.

Sektor-sektor terdampak, khususnya tekstil dan manufaktur komponen, merupakan industri padat karya yang rentan mengalami pengurangan tenaga kerja. Di sisi lain, reformasi struktural di sektor industri memerlukan waktu yang tidak singkat untuk menyesuaikan orientasi produksi terhadap pasar baru. Dari perspektif perlindungan konsumen, perkembangan ini memerlukan penguatan pengawasan impor, termasuk melalui platform Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Melemahnya daya beli global menjadikan konsumen Indonesia lebih rentan terhadap peredaran produk murah berkualitas rendah. Oleh karena itu, diperlukan langkah edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat untuk memastikan pemilihan produk yang memenuhi persyaratan keselamatan, keamanan, kesehatan, dan lingkungan hidup (K3L), sehingga perlindungan terhadap hak dan keselamatan konsumen tetap terjaga di tengah dinamika perdagangan global.

1.1.1.5 PELAMBATAN KONSUMSI ENERGI DAN TRANSISI ENERGI HIJAU

Respon terhadap perubahan iklim semakin mendesak dan membutuhkan strategi transisi yang berkelanjutan, inklusif, dan terkoordinasi lintas sektor. Transisi energi hijau dengan bergesernya penggunaan energi fosil ke energi bersih dan terbarukan, dalam hal ini merupakan kunci dalam menekan emisi gas rumah kaca serta mengurangi dampak perubahan iklim. Namun, transisi ini tidak sekadar persoalan teknologi, melainkan juga menyangkut aspek sosial, ekonomi, dan perlindungan konsumen. Pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat perlu berkolaborasi dalam mempercepat pemanfaatan sumber energi terbarukan, sekaligus menjaga keterjangkauan akses energi bagi seluruh lapisan masyarakat.



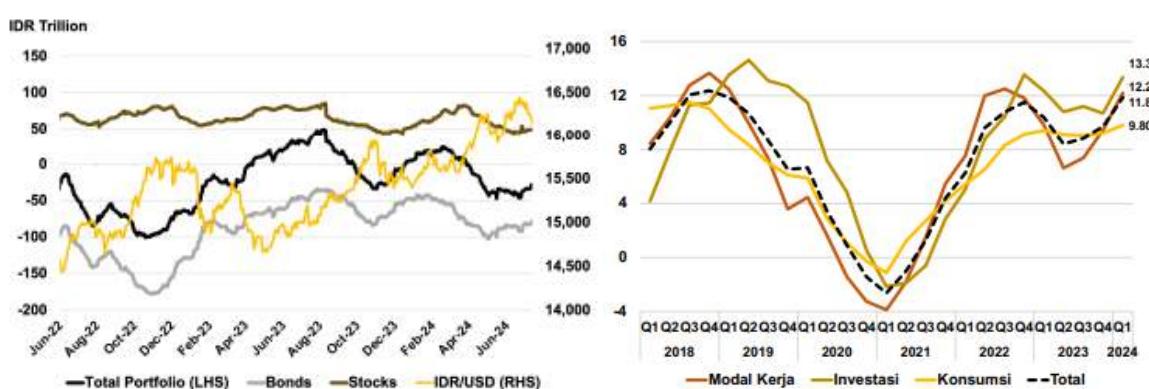
Gambar 1.1-6 Harga Mineral dan Pangan Dunia

Sumber: *Indonesia Economic Outlook Triwulan III 2024*

Perubahan iklim telah memunculkan risiko berupa kekeringan, banjir, dan heatwave yang mengancam ketahanan pangan, kesehatan, serta keberlanjutan kehidupan perkotaan maupun pedesaan. Tren kenaikan harga mineral dan pangan dunia sejak tahun 2000 hingga 2024 (**Gambar 1.1-6**) memperlihatkan bahwa krisis iklim berimplikasi langsung terhadap biaya produksi, distribusi, dan konsumsi masyarakat. Lebih jauh, subsidi energi yang kian berkurang di tengah tekanan fiskal menambah kerentanan sektor energi dan transportasi. Bagi masyarakat miskin dan rentan, keterbatasan akses energi dan meningkatnya biaya mobilitas berpotensi memperparah tingkat kemiskinan. Dengan demikian, tanpa strategi mitigasi yang terfokus per sektor, transisi energi berisiko memperlebar kesenjangan sosial sekaligus memperburuk kerentanan lingkungan. Dilema yang dihadapi Indonesia dan banyak negara berkembang adalah bagaimana menyeimbangkan strategi keberlanjutan dengan pertumbuhan ekonomi. Investasi pada energi hijau, efisiensi energi, dan infrastruktur rendah karbon sering kali dipandang menambah beban biaya jangka pendek,

padahal jika ditunda, risiko sosial dan lingkungan yang muncul dalam jangka panjang dapat jauh lebih mahal dan tidak dapat diperbaiki. Oleh karena itu, strategi keberlanjutan harus dipandang sebagai investasi untuk ketahanan jangka panjang, bukan sekadar biaya pembangunan.

Dinamika arus modal dan stabilitas nilai tukar menjadi faktor penting dalam menjaga ketahanan ekonomi Indonesia di tengah ketidakpastian global. Berdasarkan data pada Gambar 1.8, terlihat bahwa pergerakan total portofolio investasi asing di Indonesia mengalami fluktuasi signifikan sejak pertengahan 2022 hingga pertengahan 2024. Arus masuk ke pasar saham (stocks) cenderung lebih volatil dibanding obligasi (bonds), mencerminkan sensitivitas investor terhadap risiko global dan kondisi domestik. Sementara itu, nilai tukar rupiah terhadap dolar AS (IDR/USD) menunjukkan tren depresiasi dengan kisaran Rp15.000–Rp16.500 per USD, sejalan dengan fenomena capital outflow akibat kebijakan suku bunga tinggi di Amerika Serikat. Tekanan nilai tukar ini secara langsung berimplikasi pada kenaikan harga barang impor, terutama pangan dan energi, yang pada akhirnya memengaruhi daya beli masyarakat.



Gambar 1.1-7 Nilai Tukar dan Akumulasi Modal Masuk

Gambar 1.1-8 Pertumbuhan Kredit Berdasarkan Penggunaan, 2018Q1-2024Q1 (y.o.y, %)

Sumber: *Indonesia Economic Outlook Triwulan III 2024*

Selain faktor eksternal, pertumbuhan kredit dalam negeri juga menjadi indikator penting dalam mengukur ketahanan permintaan domestik. Berdasarkan data pada Gambar 1.9, pertumbuhan kredit berdasarkan penggunaan menunjukkan pemulihan yang cukup kuat pasca pandemi. Kredit konsumsi, modal kerja, dan investasi kembali tumbuh positif sejak 2022, dengan tren meningkat pada awal 2024. Pertumbuhan kredit konsumsi, yang sempat tertekan pada 2020–2021, kini kembali stabil di kisaran 9,8–11,8%, sedangkan kredit modal kerja dan investasi tumbuh lebih tinggi, masing-masing mencapai sekitar 12,2% dan 13,3% pada awal 2024. Pemulihan kredit konsumsi ini menegaskan bahwa kelas menengah tetap menjadi penopang utama daya beli domestik, sekaligus memperlihatkan adanya ruang bagi konsumsi rumah tangga untuk menjaga pertumbuhan ekonomi di tengah pelemahan eksternal. Keterkaitan antara arus modal masuk, nilai tukar, dan pertumbuhan kredit memberikan gambaran utuh mengenai kerentanan sekaligus kekuatan perekonomian Indonesia. Di satu sisi, volatilitas portofolio dan pelemahan rupiah berpotensi meningkatkan harga barang konsumsi serta membebani rumah tangga berpendapatan rendah. Di sisi lain, pemulihan kredit konsumsi dan investasi menunjukkan adanya resiliensi domestik yang dapat menopang pertumbuhan. Dalam konteks perlindungan konsumen, dinamika ini menegaskan pentingnya kebijakan yang menjaga stabilitas nilai tukar, memastikan ketersediaan barang dengan harga

terjangkau, serta memperkuat pengawasan terhadap produk dan layanan keuangan agar konsumen tidak dirugikan oleh fluktuasi pasar maupun praktik yang tidak sehat.

1.1.6 DAMPAK PERUBAHAN IKLIM

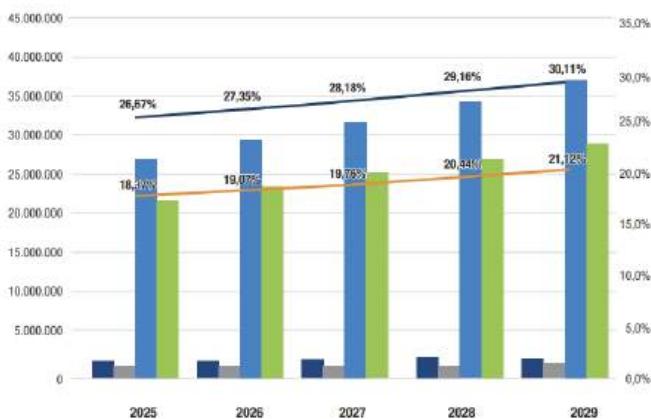
Prediksi terbaru menunjukkan bahwa dampak pemanasan global akan terjadi lebih cepat dari proyeksi ilmiah sebelumnya, dengan titik kritis iklim diperkirakan tercapai sebelum tahun 2030. Kenaikan suhu global yang signifikan berpotensi meningkatkan kelangkaan berbagai komoditas penting, terutama pangan dan energi. Fenomena iklim ekstrem, seperti gelombang panas (*El Niño*) berkepanjangan maupun banjir besar di wilayah Afrika dan Asia Selatan, telah mengganggu jadwal tanam, kualitas panen, serta stabilitas rantai pasok komoditas global.

Dalam konteks perlindungan konsumen, situasi ini menuntut kebijakan yang memastikan keterjangkauan harga barang pokok dan ketersediaan produk yang mendukung adaptasi serta mitigasi dampak iklim. Akses terhadap barang dan jasa yang mampu membantu masyarakat menghadapi kondisi ekstrem, seperti pendingin ruangan, obat-obatan, dan layanan kesehatan untuk penanggulangan *heatwave*, menjadi krusial.

Produk-produk seperti kipas angin, portable fan, pendingin udara (air conditioner), ice packs, dan tabir surya dapat membantu perlindungan individu secara langsung. Sementara itu, pada skala rumah tangga dan fasilitas umum, teknologi adaptif seperti smart thermostat, atap dan jendela reflektif, serta sistem insulasi dinding dapat mengurangi paparan panas dan menekan risiko kesehatan akibat suhu ekstrem. Dengan memperkuat perlindungan konsumen dalam aspek keterjangkauan harga dan akses terhadap barang/jasa adaptif, pemerintah tidak hanya melindungi daya beli masyarakat, tetapi juga mendukung ketahanan sosial-ekonomi di tengah eskalasi risiko perubahan iklim.

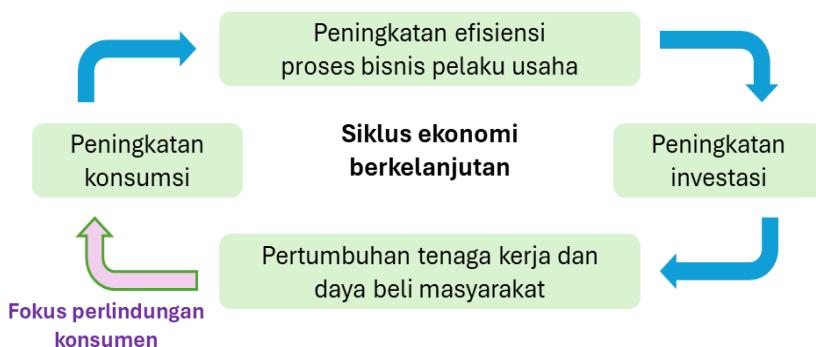
1.1.7 EKONOMI BERKELANJUTAN

Upaya penurunan emisi gas rumah kaca (GRK) merupakan bagian integral dari strategi nasional menuju ekonomi berkelanjutan dan rendah karbon. Target penurunan emosi GRK sebesar 30,1 % (Gambar 1.1-9) dapat dicapai melalui pendekatan multi-sektor yang mencakup sektor energi, hutan dan lahan, pertanian, ekosistem karbon biru seperti mangrove dan lamun, industri, serta pengelolaan limbah. Melalui Program Prioritas Penurunan Emisi GRK (PRK), pemerintah menetapkan enam kegiatan prioritas lintas sektor, yaitu: (1) penurunan emisi GRK di sektor energi, (2) penurunan emisi GRK di sektor berbasis lahan, (3) peningkatan cadangan karbon di ekosistem karbon biru, (4) peningkatan upaya dekarbonisasi industri, (5) penguatan aksi penurunan emisi di sektor pengelolaan limbah, dan (6) penguatan tata kelola serta faktor pendukung pencapaian target penurunan emisi dan nilai ekonomi karbon. Sinergi keenam sektor ini memperkuat komitmen Indonesia dalam mencapai target net zero emission secara bertahap, sekaligus mendorong transformasi sistem produksi dan distribusi yang lebih efisien, inklusif, dan ramah lingkungan.

**Gambar 1.1-9 Grafik Penurunan Emisi GRK Tahunan dan Kumulatif**

Sumber: Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2025-2029

Pembangunan ekonomi berkelanjutan tidak hanya menekankan efisiensi produksi dan pengelolaan sumber daya, tetapi juga menuntut perubahan perilaku konsumsi masyarakat. Dalam konteks ini, perlindungan konsumen menjadi elemen kunci untuk memastikan bahwa pergeseran menuju pola konsumsi yang berkelanjutan berjalan secara adil, aman, dan inklusif. Melalui sistem perlindungan yang kuat, konsumen memiliki akses terhadap informasi yang transparan, produk yang aman, serta jaminan mutu dan keberlanjutan. Saat ini, kondisi ekonomi yang tidak menentu dapat mendorong masyarakat, terutama kelompok rentan, untuk terjebak dalam perilaku konsumsi yang kontraproduktif dan impulsif. Misalnya, membeli produk impor murah yang tidak aman, tergiur penawaran investasi ilegal, dan menggunakan fasilitas *paylater* secara berlebihan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas penegakan hukum untuk menjaga iklim usaha yang sehat dan melindungi konsumen dari praktik-praktik yang merugikan perlu menjadi prioritas.

**Gambar 1.1-10 Ilustrasi Keterkaitan Perlindungan Konsumen dengan Iklim Usaha dan Investasi untuk Mendukung Ekonomi Keberlanjutan**

Upaya perlindungan konsumen dan penegakan tertib niaga bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kondisi ekonomi, mendorong konsumsi, dan menjaga daya beli masyarakat. Hal ini tidak hanya berdampak pada penciptaan lapangan kerja dan nilai tambah ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada keseimbangan antara daya beli dan peluang usaha. Keseimbangan tersebut menjadi kunci terciptanya iklim usaha yang sehat, yang pada gilirannya akan menarik minat investasi, memperkuat roda perekonomian, dan mendukung kesejahteraan masyarakat dalam jangka panjang.



Gambar 1.1-11 Tabel Periodik Sertifikasi Keberlanjutan

Sumber: Akepa, 2022

Dalam konteks perdagangan global, keberterimaan standar di negara tujuan ekspor menjadi ambang batas (*threshold*) awal bagi produk Indonesia untuk bersaing di pasar internasional. Standar mutu, otorisasi, serta lisensi impor yang diberlakukan di negara mitra menuntut peningkatan kualitas, ketertelusuran, dan transparansi produk nasional. Oleh karena itu, penguatan kelembagaan standardisasi perlu diarahkan tidak hanya pada pemenuhan persyaratan teknis dan lisensi ekspor, tetapi juga pada integrasi informasi mutu, dokumen perizinan, serta *Mutual Recognition Agreements* (MRA) atau nota kesepahaman (MoU) keberterimaan standar Indonesia di negara tujuan. Lebih jauh, peningkatan kelembagaan standardisasi juga berfungsi sebagai instrumen edukatif bagi masyarakat. Standarisasi yang kuat tidak hanya menjamin mutu produk, tetapi juga membentuk konsumen yang sadar akan kualitas, keamanan, dan keberlanjutan produk yang dikonsumsinya. Dengan demikian, standardisasi dan perlindungan konsumen membantu membangun ekosistem perdagangan yang sehat, berintegritas, dan berorientasi pada keberlanjutan ekonomi nasional.

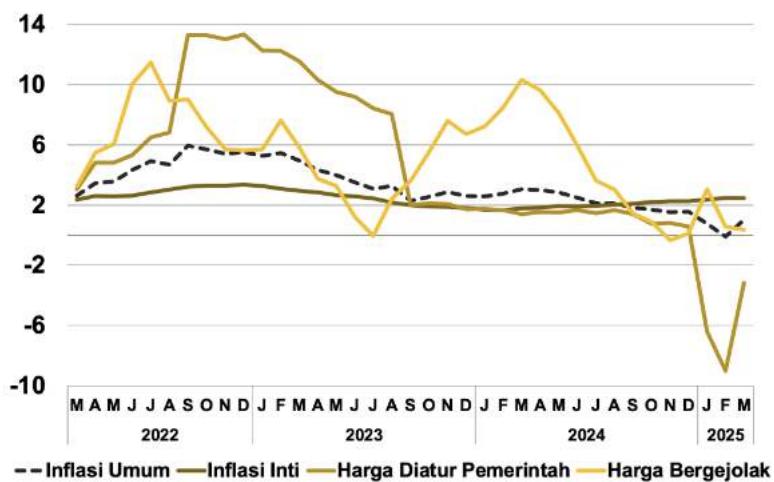
Pola konsumsi dan produksi berperan penting dalam mewujudkan keseimbangan ini. Untuk mendukung ekonomi berkelanjutan, pergeseran paradigma konsumsi dari *value for money* menuju *value for profit-planet-people* menjadi langkah strategis. Konsumen global kini tidak hanya mempertimbangkan harga, kualitas, dan aksesibilitas produk, tetapi juga dampak lingkungan dan sosial dari proses produksi. Hal ini mencakup efisiensi energi (seperti preferensi terhadap AC hemat energi), penggunaan material yang ramah lingkungan (contohnya, tumbler untuk menggantikan kemasan plastik), hingga penghormatan terhadap tradisi, budaya lokal, keterbukaan informasi, dan kesetaraan gender di tempat kerja, terutama di negara-negara Global South (Boston Consulting Group, 2024). Praktik konsumsi yang lebih bertanggung jawab ini tidak hanya memperkuat kesadaran masyarakat sebagai konsumen cerdas tetapi juga mendukung ekosistem usaha yang beretika.

Arah kebijakan ini sejalan dengan dinamika kerja sama internasional, khususnya melalui penyelesaian negosiasi FTA China–ASEAN 3.0 pada akhir 2025, yang memasukkan isu green trade dan *digital economy* sebagai elemen utama. Inisiatif ini memperkuat integrasi ekonomi kawasan menuju perdagangan yang berkeadilan, berketahtanan, dan rendah emisi. Bagi Indonesia, peluang ini dapat dimanfaatkan untuk memperluas pasar produk berkelanjutan, mempercepat digitalisasi

rantai pasok, dan meningkatkan transparansi informasi bagi konsumen. Dengan demikian, penguatan kebijakan perlindungan konsumen tidak hanya mendukung ketahanan pasar domestik, tetapi juga menjadi instrumen penting dalam menjaga daya saing ekonomi nasional di tengah transisi global menuju ekonomi hijau dan digital.

1.1.1.8 PERTUMBUHAN EKONOMI DAN KONSUMSI RUMAH TANGGA INDONESIA

Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang stabil dan tingginya tingkat kepercayaan konsumen tetap menyisakan perhatian serius karena upah tumbuh lebih lambat dibandingkan dengan laju inflasi. Kebijakan pemerintah seperti pencabutan subsidi dan peningkatan PPN dikhawatirkan akan semakin menekan daya beli masyarakat. Hal ini perlu diwaspada karena penurunan daya beli dapat berdampak pada konsumsi rumah tangga dan pada akhirnya mempengaruhi pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Meskipun terjadi peningkatan inflasi secara keseluruhan, namun jika diteliski lebih dalam (Gambar 1.1-12), Meskipun inflasi umum menunjukkan tren penurunan sejak 2022, dinamika antar komponennya masih berfluktuasi. Inflasi inti relatif stabil di kisaran 2–3%, menandakan tekanan harga dari sisi permintaan domestik tetap terkendali. Sebaliknya, komponen harga yang diatur pemerintah dan harga bergejolak memperlihatkan pergerakan tajam, terutama pada pertengahan 2022 dan 2024, yang dipengaruhi oleh kebijakan harga energi serta perubahan harga pangan segar. Pada awal 2025, harga bergejolak bahkan sempat mengalami deflasi sebelum kembali meningkat (LPEM UI, 2025).



Gambar 1.1-12 Tingkat Inflasi Indonesia (% y.o.y)

Sumber: *Indonesia Economic Outlook Triwulan II 2025*

Melemahnya nilai tukar rupiah turut memperburuk tekanan harga, terutama di kota-kota besar di mana kenaikan harga barang impor lebih terasa. Namun, di banyak wilayah lain, daya beli masyarakat masih lemah, mencerminkan disparitas ekonomi yang tinggi. Ketimpangan ini menunjukkan bahwa tekanan inflasi tidak dirasakan secara merata dan berpotensi memperlebar kesenjangan akses terhadap produk serta layanan dasar, sehingga menghambat terwujudnya konsumen yang berdaya secara inklusif di seluruh Indonesia.

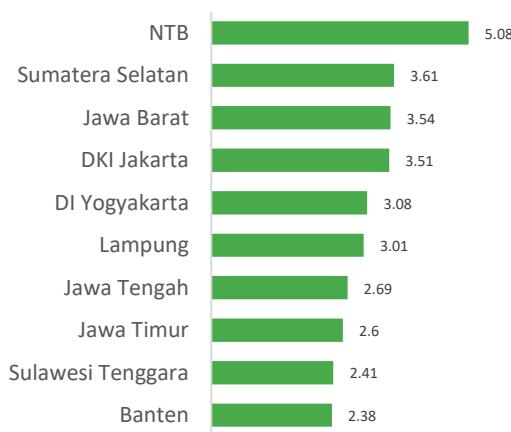
Untuk menjaga daya beli konsumen, pemerintah perlu merumuskan kebijakan strategis yang tidak hanya berfokus pada pengendalian inflasi, tetapi juga pada distribusi ekonomi yang lebih adil. Langkah konkret seperti subsidi yang lebih terarah, insentif bagi pelaku usaha di sektor tertentu, serta peningkatan infrastruktur distribusi dapat menjadi solusi untuk mengurangi kesenjangan harga dan akses. Dengan daya beli yang terjaga, konsumen tidak hanya mampu memenuhi kebutuhan dasarnya, tetapi juga berkontribusi pada penguatan pasar domestik yang inklusif dan berkelanjutan.



Gambar 1.1-13 Kontribusi Pengeluaran terhadap PDB atas Harga Berlaku

Sumber: BPS Indonesia, 2024

Belanja modal Pemerintah pada program produktif perlu ditingkatkan terutama investasi untuk penumbuhan rantai pasok UMKM maupun industri menengah dan besar. Program produktif tidak selalu harus dikuasai oleh negara melalui BUMN sehingga iklim usaha dapat berkembang. Oleh karena itu, mekanisme investasi program produktif harus dilandasi pada asas pertumbuhnya industri dalam negeri, dapat meningkatkan akses masyarakat sebagai konsumen terhadap produk berbasis berteknologi tinggi.

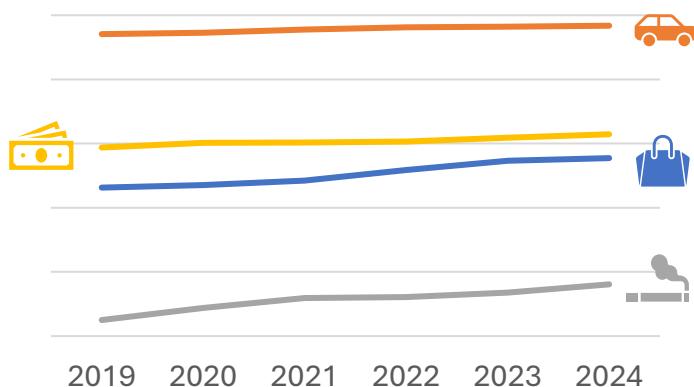


Gambar 1.1-14 10 Provinsi dengan Rasio Kredit Macet Terbesar Akhir 2024

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2025

Pada Juni 2024, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat bahwa total kredit macet dari pinjaman online (pinjol) di Indonesia telah mencapai Rp 1,90 triliun atau sekitar 2,84 persen dari total pinjaman yang beredar. Meskipun secara nasional angka ini masih berada di bawah ambang batas kewajaran yang ditetapkan OJK, yaitu 5 persen, distribusi per wilayah menunjukkan variasi yang signifikan. Provinsi Nusa Tenggara Barat menempati posisi dengan tingkat kredit macet tertinggi di Indonesia, yaitu 5,08 persen, berdasarkan rasio tingkat wanprestasi (TWP) lebih dari 90 hari. Tingginya tingkat pinjaman masyarakat menunjukkan adanya tekanan finansial yang signifikan, di

mana pendapatan yang dimiliki tidak lagi cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari tanpa bantuan kredit. Kondisi ini mencerminkan penurunan daya beli, karena masyarakat terpaksa mengandalkan pinjaman untuk mempertahankan konsumsi, membayar biaya hidup, atau memenuhi kewajiban rutin. Dalam jangka panjang, ketergantungan pada pembiayaan berbasis utang ini dapat memperburuk kerentanan ekonomi rumah tangga, terutama ketika bunga dan cicilan semakin membebani alokasi pendapatan.



Gambar 1.1-15 Perbandingan Tren Harga Komoditas dengan Rata – Rata Upah Minimum 2019-2024

Sumber: BPS Indonesia, 2024

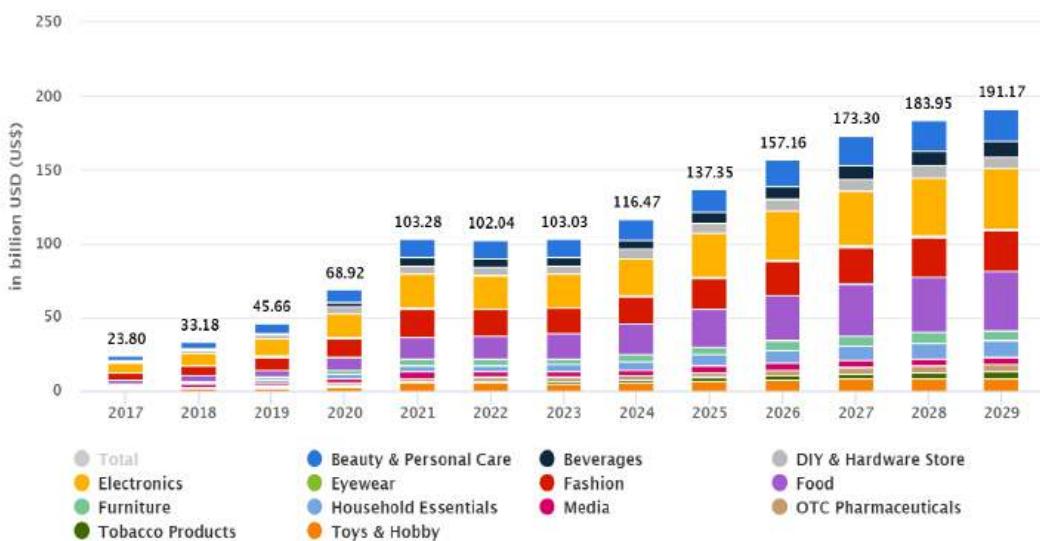
Laju pertumbuhan upah masyarakat yang berada pada kisaran 5% tidak sebanding dengan kenaikan harga berbagai komoditas, misalnya produk tembakau yang meningkat hingga 7%. Kondisi ini menyebabkan daya beli kelompok masyarakat menengah semakin tertekan, sehingga sulit untuk memenuhi kebutuhan atas komoditas yang diinginkan, meskipun terdapat komoditas tertentu seperti kendaraan bermotor yang pertumbuhannya relatif lebih rendah, yaitu 3%. Fenomena ini mendorong sebagian masyarakat menengah untuk beralih pada konsumsi produk-produk mewah yang dipandang memiliki potensi sebagai instrumen investasi, dengan tingkat pertumbuhan harga mencapai 11%. Apabila tren ini berlanjut, kelompok masyarakat berpendapatan rendah berisiko semakin terbebani oleh konsumsi dengan harga yang kian mahal, sementara kelas menengah terjebak pada pola konsumsi non-esensial yang kurang mendukung kesejahteraan jangka panjang.

1.1.1.9 TEKNOLOGI DAN PERDAGANGAN ELEKTRONIK

Perkembangan teknologi yang semakin eksponensial mendorong adopsi otomasi di berbagai sektor industri. Pemanfaatan otomasi untuk mengantikan tenaga kerja mulai terlihat, menimbulkan kekhawatiran akan potensi pengangguran di masa depan. Diperlukan upaya untuk meningkatkan keterampilan tenaga kerja agar mampu beradaptasi dengan perubahan dan memanfaatkan peluang yang diciptakan oleh teknologi baru.

Berkembangnya teknologi tergambar dalam perdagangan elektronik. Pasar *e-commerce* di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar dan diproyeksikan terus tumbuh dalam beberapa tahun mendatang. Pendapatan *e-commerce* di Asia Tenggara diproyeksikan mencapai US\$116,50 miliar pada tahun 2024. Pendapatan diperkirakan akan menunjukkan tingkat pertumbuhan tahunan (CAGR 2024-2029) sebesar 10,42%, menghasilkan volume pasar yang diproyeksikan sebesar US \$ 191,20

miliar pada tahun 2029. Dengan jumlah pengguna diperkirakan akan mencapai 211,7 juta pengguna pada tahun 2029.



Gambar 1.1-16 Proyeksi Pendapatan Pasar *E-Commerce* di Asia Tenggara 2017-2029

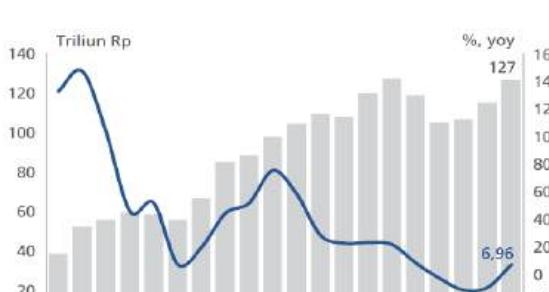
Sumber: Statista, 2024

Menghadapi hal ini, *Cyber warfare* telah menjadi isu keamanan nasional yang krusial dan semakin menentukan dinamika hubungan geopolitik antarnegara. Serangan siber dapat melumpuhkan infrastruktur kritis, mencuri data penting, dan mengganggu stabilitas politik dan ekonomi. Oleh karena itu, penguatan sistem keamanan siber nasional menjadi prioritas untuk melindungi kepentingan dan kedaulatan negara. Regulasi perdagangan elektronik di Indonesia perlu disempurnakan agar lebih tegas dalam mendefinisikan entitas produksi, distribusi, dan pemasaran dalam ekosistem digital. Selain itu, perkembangan teknologi juga menuntut penyesuaian dalam hubungan antara pekerja, korporasi, dan konsumen yang semakin lateral. Keamanan transaksi dan perlindungan data pribadi menjadi isu penting yang perlu diatur dengan ketat untuk menjamin kepercayaan dan keadilan dalam ekonomi digital.

1.1.2 KONSUMEN DI INDONESIA

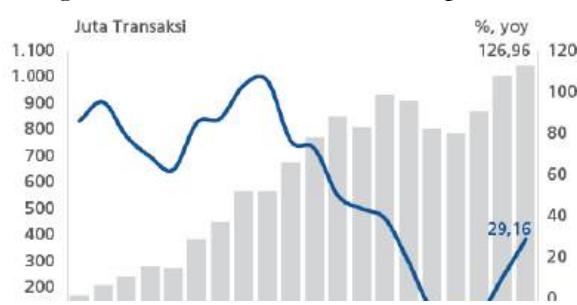
1.1.2.1 KARAKTERISTIK DAN DEMOGRAFI KONSUMEN DI INDONESIA

Periode 2020-2024 menjadi masa yang penuh dinamika bagi konsumen Indonesia. Pandemi COVID-19, disruptif teknologi, dan fluktuasi ekonomi global telah membentuk lanskap konsumsi



Gambar 1.1-17 Nilai Transaksi *E-Commerce* (Triliun Rupiah)

Sumber: Statista, 2024



Gambar 1.1-18 Volume Transaksi *E-Commerce* (Juta Transaksi)

Sumber: BCG Analysis, 2024

yang baru, menuntut adaptasi dan strategi baru baik dari konsumen maupun pelaku bisnis. Tahun 2020 ditandai dengan guncangan akibat pandemi COVID-19. Pembatasan sosial dan ketidakpastian ekonomi mendorong perubahan signifikan dalam perilaku konsumen. Belanja *online* melonjak, konsumsi produk kesehatan dan kebersihan meningkat, sementara pengeluaran untuk hiburan dan rekreasi menurun. Konsumen juga menjadi lebih cermat dalam berbelanja, memprioritaskan kebutuhan pokok dan mencari penawaran dengan harga terjangkau.

Pasca pandemi, ekonomi digital mengalami akselerasi. Pertumbuhan nilai transaksi *e-commerce* cenderung melambat dengan penurunan nilai transaksi pada tahun 2023. Hal ini disebabkan meningkatnya transaksi offline pasca pandemi dan banyak pelaku usaha yang beralih ke social commerce (BI). Di sisi lain, volume transaksi e-commerce mengalami pertumbuhan yang lebih cepat yang tercermin dari 156 juta transaksi. Pelaku usaha dan transaksi melalui perdagangan elektronik meningkat secara drastis sejak tahun 2019 dan proporsinya meningkat setara dengan perdagangan eceran.

Platform *e-commerce*, *fintech*, dan media sosial semakin terintegrasi dalam kehidupan konsumen. Kemudahan akses dan inovasi digital membuka peluang baru, namun juga menimbulkan tantangan seperti keamanan data pribadi, penipuan online, dan kesenjangan digital. Literasi digital menjadi krusial bagi konsumen untuk dapat berpartisipasi aktif dan terlindungi dalam ekonomi digital. Tahun 2023 dan 2024 diwarnai dengan tekanan inflasi global yang berdampak pada daya beli masyarakat. Kenaikan harga barang dan jasa menuntut konsumen untuk lebih bijak dalam mengelola keuangan. Meskipun demikian, tingkat kepercayaan konsumen Indonesia relatif terjaga, didukung oleh pertumbuhan ekonomi yang stabil dan berbagai program pemerintah untuk mengendalikan inflasi dan meningkatkan daya beli.

Hasil Survei Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) Bank Indonesia pada 2024 menunjukkan angka 121,1, menandakan tingkat optimisme konsumen yang cukup tinggi. Ekspektasi positif ini terutama terkait prospek peningkatan pendapatan dan ketersediaan lapangan kerja. Namun demikian, tantangan masih terlihat dari tekanan inflasi yang meskipun melambat, tetap menekan daya beli, khususnya pada kelompok berpenghasilan rendah. Harga komoditas pangan yang masih tinggi menjadi salah satu faktor utama yang menghambat konsumsi rumah tangga. Indikasi penurunan daya beli juga tercermin dari melemahnya Indeks Kondisi Ekonomi Saat Ini (IKE), yang pada Oktober 2024 turun sebesar 4,0 poin, dari 113,8 menjadi 109,9. Kondisi ini turut menekan IKK yang pada bulan yang sama melemah sebesar 2,4 poin dibandingkan September (Jayadi, 2024). Hal ini menunjukkan adanya gap antara optimisme konsumen terhadap masa depan dan realitas ekonomi saat ini. Di tengah dinamika tersebut, pola konsumsi di Indonesia mengalami pergeseran signifikan ke arah digitalisasi. Konsumen semakin terhubung melalui platform e-commerce untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, serta mengandalkan layanan fintech dalam melakukan transaksi keuangan. Pergeseran ini tidak hanya meningkatkan efisiensi dan kemudahan, tetapi juga memunculkan tantangan baru, seperti perlunya perlindungan data pribadi, keamanan transaksi digital, dan keadilan dalam ekosistem perdagangan daring.

1.1.2.2 DAMPAK DIGITALISASI PADA KONSUMEN

Digitalisasi telah mempengaruhi cara konsumen berinteraksi dengan produk, jasa, dan pasar. Perubahan ini mencakup peningkatan aksesibilitas informasi, kemudahan transaksi, hingga personalisasi layanan. Namun di sisi lain, digitalisasi menghadirkan tantangan yang signifikan seperti penyalahgunaan data pribadi, praktik dagang tidak adil, dan meningkatnya kesenjangan akses digital di lapisan masyarakat. Penyalahgunaan data konsumen sering kali terlihat dalam praktik yang mendorong pengambilan keputusan yang tidak sepenuhnya sadar (*tidak well-informed*), kurang transparan, atau membatasi hak konsumen untuk memilih dan mempertimbangkan alternatif secara adil. Selain itu, sering kali tidak ada penghargaan terhadap persetujuan yang bermakna (*meaningful consent*) dari konsumen (Wahyuningtyas, 2024).

Dengan maraknya, transaksi digital saat ini, terdapat praktik-praktik yang sering ditemukan dalam transaksi digital yang dapat merugikan konsumen. Terutama melalui manipulasi harga, penggunaan mata uang perantara, teknik penjualan yang menekan, dan penyembunyian informasi penting. Data pribadi konsumen juga kerap menjadi sasaran melalui mekanisme seperti pengambilan informasi pribadi tanpa sepengetahuan atau persetujuan yang jelas (*privacy zuckering*), pendaftaran paksa (*forced registration*), serta kombinasi keduanya seperti informasi tersembunyi, pemilihan yang telah ditentukan sebelumnya (*preselection*), memalukan konfirmasi (*confirm shaming*), hingga manipulasi berbasis permainan (*gamification*). Contoh lainnya termasuk spam kepada teman (*friend spam*) atau akun yang sulit dihapus (Luguri & Strahilevitz, 2019 dalam Wahyuningtyas, 2024).

Praktik-praktik ini menciptakan dampak serius, seperti terganggunya persaingan yang sehat di pasar dan ketidakseimbangan dalam ekosistem ekonomi. Hal ini berpotensi menyebabkan monopoli pasar serta pembatasan pilihan barang atau jasa yang tersedia bagi konsumen, sebagaimana diungkapkan oleh *US Federal Trade Commission* (2021) dan kajian lain seperti *Antitrust Chronicles* (2019). Di samping itu, pengumpulan data pribadi yang berlebihan tidak hanya melanggar hak privasi konsumen tetapi juga memberikan keuntungan yang tidak adil kepada pihak tertentu, sehingga memengaruhi persaingan yang kompetitif di pasar (*Lexology*, 2024; *Bristow*, 2023). Dengan memahami pola-pola ini, langkah perlindungan konsumen dapat dirancang untuk menciptakan ekosistem transaksi yang lebih transparan, adil, dan menghormati hak konsumen secara menyeluruh.

1.1.2.3 PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSFORMASI DIGITAL

Transformasi digital membawa kemudahan luar biasa dalam interaksi dan transaksi, namun di sisi lain menimbulkan tantangan yang signifikan bagi perlindungan konsumen. Salah satu instrumen yang hadir untuk meminimalkan dampak negatif digitalisasi adalah E-Guarantee, yakni jaminan elektronik yang menjamin keabsahan atau kepastian suatu produk, layanan, atau transaksi digital. Dalam praktik perlindungan konsumen, E-Guarantee umumnya digunakan sebagai bentuk jaminan purnajual (*after-sales guarantee*) yang disediakan pelaku usaha dalam format digital. Meski demikian, produk yang dihasilkan dari produksi massal tetap memiliki potensi bahaya (*defect*) pada tahap desain, pengembangan, proses manufaktur, hingga barang jadi (*end-product*). Pelaku usaha yang

berorientasi pada profit dan memiliki posisi tawar yang lebih tinggi kerap menunjukkan kecenderungan untuk tidak melakukan pengendalian mutu secara optimal.

Proses pemasaran produk massal sering kali memerlukan distribusi berlapis, mulai dari pedagang besar hingga pengecer, sebelum mencapai konsumen akhir. Distribusi yang panjang membuka potensi risiko, baik dalam penyimpanan maupun pengangkutan, serta menciptakan peluang pengalihan atau penghindaran tanggung jawab di sepanjang rantai pasok. Dalam konteks digital, pemasaran yang bersifat masif dan berlebihan mendorong konsumen mengambil keputusan secara cepat, sehingga mereka harus lebih berhati-hati. Salah satu bentuk kehati-hatian tersebut adalah melakukan perekaman saat *unboxing* dan memastikan penggunaan produk sesuai peringatan maupun instruksi.

Risiko bagi konsumen juga muncul dari perjanjian atau kebijakan yang sepenuhnya dirancang oleh pelaku usaha atau penyedia platform tanpa melibatkan konsumen. Format perjanjian biasanya sudah ditetapkan (*pre-determined*) sehingga konsumen tidak memiliki ruang untuk memberikan masukan. Situasi ini berpotensi menimbulkan penyalahgunaan, seperti penghindaran tanggung jawab atas kerugian, termasuk kebocoran data pribadi. Dalam kasus pelanggaran data akibat serangan siber (*hacking*) atau faktor eksternal lainnya, tanggung jawab sering dialihkan sepenuhnya dari pihak pelaku usaha. Beberapa penyedia platform memang menerapkan *strict liability* atau *absolute liability*, tetapi umumnya disertai pengecualian, seperti pembatasan jumlah ganti rugi maksimal. Pembatasan ini bermasalah karena belum ada dasar hukum yang secara tegas mengatur perhitungan ganti rugi, baik yang bersifat material maupun non-material. Selain itu, terms and conditions yang wajib disetujui konsumen sebelum bertransaksi sering kali menjadi sarana penghapusan atau pengurangan kewajiban pelaku usaha. Dalam era digital, persetujuan ini bahkan dapat diberikan secara otomatis melalui tanda tangan elektronik (*e-sign*), tanpa konsumen benar-benar memahami implikasinya.

Digitalisasi juga memunculkan praktik penjualan yang tidak transparan. Ada penjual yang menampilkan produk tertentu di etalase, namun sesungguhnya bermaksud menggiring konsumen membeli produk lain yang lebih menguntungkan. Harga yang ditampilkan pun kerap berubah-ubah, menimbulkan kebingungan dan menggerus rasa percaya konsumen. Tantangan lain muncul di bidang periklanan, di mana belum ada aturan tegas yang mengharuskan penggunaan *hashtag* atau penanda tertentu untuk membedakan iklan dari pengalaman pribadi. Informasi dalam iklan seharusnya disampaikan secara benar, lengkap, dan bertanggung jawab, tanpa unsur yang berpotensi menimbulkan kesalahanpahaman (*misinterpretation*). Namun kenyataannya, informasi sering disamarkan atau terintegrasi dalam bentuk iklan tersembunyi (*embedded advertising*), misalnya melalui fitur non-aktif iklan di aplikasi atau penyesuaian berdasarkan lokasi geografis (*geolocation*) pada perangkat pintar. Untuk mengantisipasi risiko tersebut sekaligus memanfaatkan peluang yang ditawarkan, digitalisasi pada perlindungan konsumen difokuskan pada percepatan akses informasi, kemudahan proses pengaduan, serta peningkatan transparansi. Melalui literasi digital yang disebarluaskan di media sosial, konsumen memperoleh akses terhadap informasi produk yang lebih

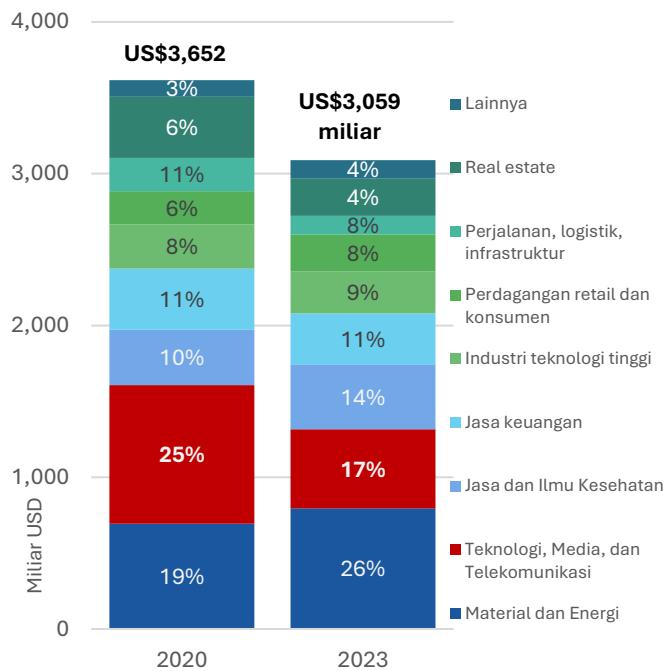
luas dan *real-time*, mampu memeriksa sertifikat secara mandiri (BPOM, SNI, Halal), serta membandingkan produk dan harga dengan lebih cepat.

Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga memperluas pemanfaatan kanal komunikasi digital sebagai bagian dari strategi modernisasi layanan publik. Melalui akun resmi di Instagram dan YouTube, Ditjen PKTN menghadirkan konten edukatif yang mudah diakses masyarakat, mencakup informasi hak dan kewajiban konsumen, panduan belanja aman, serta kampanye kesadaran publik mengenai pentingnya kepatuhan pelaku usaha. Kanal ini berfungsi tidak hanya sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi untuk membangun kedekatan dengan masyarakat, khususnya generasi muda yang sangat terhubung dengan media sosial. Selain itu, Ditjen PKTN mengoperasikan berbagai aplikasi dan portal digital yang mendukung layanan perlindungan konsumen dan tertib niaga. Portal Aplikasi SIMPKTN (Sistem Portal Aplikasi Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga) memberikan layanan terintegrasi mencakup perizinan, pendaftaran, pengaduan konsumen, serta tindak lanjut pengawasan. Kehadiran SIMPKTN mempercepat pelayanan publik, meningkatkan transparansi, serta memberikan kepastian bagi konsumen maupun pelaku usaha.

Untuk mendukung kegiatan pengawasan, Ditjen PKTN juga mengembangkan INAMS (*Indonesian Market Surveillance*). Aplikasi ini berfungsi sebagai sarana input hasil pengawasan di lapangan, memungkinkan petugas untuk mencatat, melaporkan, dan memantau tindak lanjut pengawasan barang beredar, jasa, serta praktik niaga secara real time. Sistem ini memastikan data pengawasan lebih akurat, terintegrasi, dan siap digunakan sebagai dasar pengambilan kebijakan berbasis bukti (*evidence-based policy*). Di sisi lain, upaya peningkatan kualitas layanan publik juga diwujudkan melalui LAMANSITU (Layanan Mandiri Informasi Mutu). Portal dan aplikasi ini dikelola oleh Direktorat Standardisasi dan Pengendalian Mutu, dan menyediakan akses mandiri kepada masyarakat, pelaku usaha, maupun konsumen terkait informasi mutu produk, baik produk dalam negeri maupun ekspor. LAMANSITU juga memuat informasi mengenai infrastruktur mutu di Indonesia, sehingga menjadi rujukan penting bagi pelaku usaha untuk memenuhi standar mutu, sekaligus membantu konsumen dalam memperoleh produk yang aman, bermutu, dan sesuai regulasi.

Dengan kombinasi edukasi publik melalui media sosial, layanan terintegrasi lewat SIMPKTN, pengawasan berbasis data melalui INAMS, serta keterbukaan informasi mutu melalui LAMANSITU, Ditjen PKTN menegaskan komitmennya dalam memperkuat transparansi, akuntabilitas, dan keterjangkauan perlindungan konsumen di era digital.

1.1.2.4 TANTANGAN PERLINDUNGAN KONSUMEN DI ERA PERDAGANGAN DENGAN KECERDASAN BUATAN



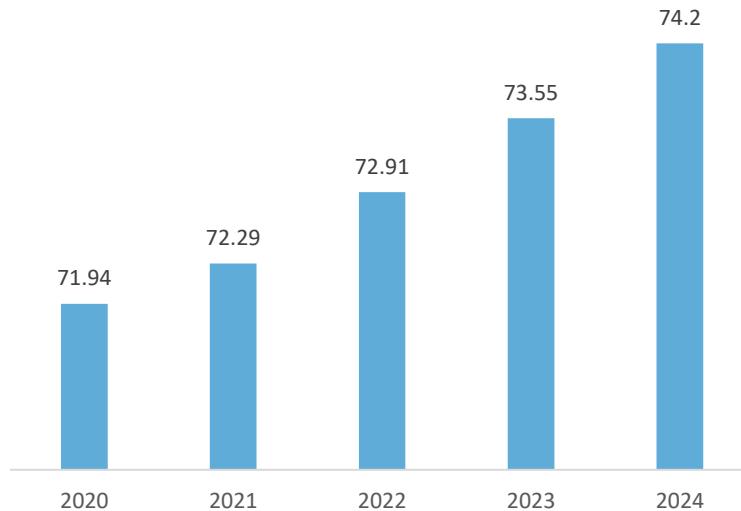
Gambar 1.1-19 M&A Global berdasarkan Sektor

Sumber: Boston Consulting Group, 2023

Selain itu, Perdagangan digital yang diperkuat dengan kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) tidak hanya mempercepat pertumbuhan bisnis, tetapi juga membawa tantangan baru terhadap perlindungan hak konsumen dan transparansi pasar. Salah satu tantangan tersebut adalah penggunaan analisis prediktif yang cenderung membatasi kebebasan konsumen untuk membuat pilihan berdasarkan informasi. Selain itu, teknologi ini juga meningkatkan risiko kolusi di pasar melalui manipulasi data konsumen tanpa adanya transparansi atau batas yang jelas (*demarkasi*) antara pelaku usaha yang memanfaatkan data tersebut. Praktik semacam ini mengancam keadilan pasar dan merugikan konsumen secara luas.

Namun, tantangan ini tidak terbatas pada konsumen, melainkan juga berdampak pada ekosistem ketenagakerjaan, terutama di sektor jasa seperti transportasi dan pariwisata. Disrupsi inovasi tanpa pengawasan dan regulasi yang memadai dapat membuka peluang bagi pelaku usaha untuk menerapkan praktik eksplorasi (*exploitative practices*) seperti *data mining* berlebihan, serta praktik eksklusi (*exclusionary practices*) yang membatasi akses pasar atau mendiskriminasi konsumen tertentu. Oleh karena itu, pemerintah perlu memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan pengawasan pasar, termasuk mencegah merger dan akuisisi (*mergers and acquisitions* atau *M&A*) yang memicu antikompetisi dan kolusi. Langkah ini penting untuk memastikan ekosistem bisnis yang transparan, kompetitif, dan melindungi kepentingan konsumen.

1.1.2.5 STRATEGI PEMBERDAYAAN KONSUMEN

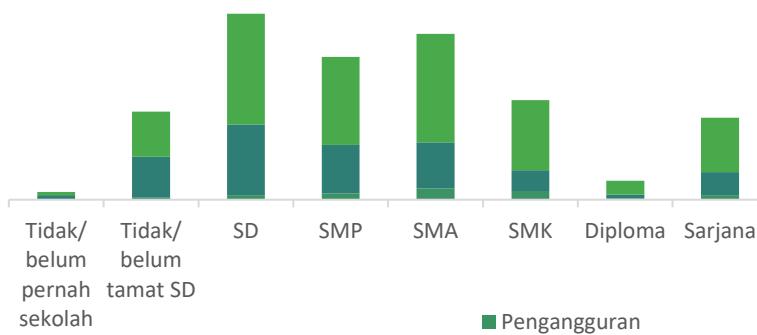


Gambar 1.1-20 Indeks Pembangunan Manusia Indonesia 2020-2024

Sumber: BPS, 2025

Analisis IPM 2024 menunjukkan bahwa Indonesia mengalami peningkatan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) dibandingkan tahun 2023, dengan angka IPM 2024 sebesar 74,2. Peningkatan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) dapat mendorong kesadaran konsumen secara langsung melalui beberapa indikator utama. Tingkat pendidikan, salah satu komponen IPM, berperan penting dalam meningkatkan literasi dan pemahaman konsumen terhadap hak serta kewajiban mereka. Dengan pendidikan yang lebih baik, konsumen lebih mampu menginterpretasikan informasi produk dan jasa secara kritis, termasuk mengenali praktik yang tidak adil atau manipulatif. Selain itu, usia harapan hidup, yang mencerminkan kualitas kesehatan masyarakat, juga memengaruhi pola pikir konsumen untuk lebih memperhatikan produk atau jasa yang mendukung kesejahteraan jangka panjang, seperti makanan sehat, layanan kesehatan, atau produk ramah lingkungan.

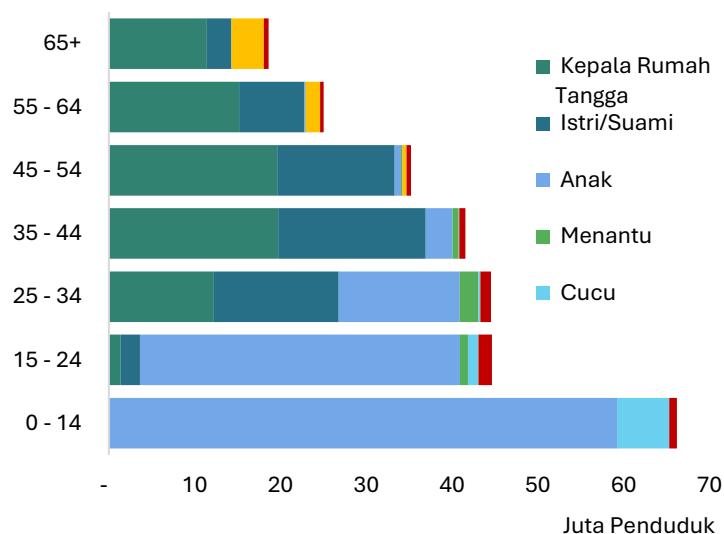
Di sisi lain, daya beli, sebagai indikator akses masyarakat terhadap barang dan jasa, juga menjadi pendorong penting kesadaran konsumen. Dengan daya beli yang lebih tinggi, konsumen memiliki lebih banyak pilihan, sehingga mereka dapat menuntut kualitas produk dan layanan yang lebih baik sesuai dengan nilai uang yang mereka keluarkan. Ketiga indikator ini, pendidikan, kesehatan, dan daya beli, bersinergi dalam menciptakan permintaan perlindungan konsumen yang lebih baik. Hal ini pada akhirnya membentuk siklus positif yang tidak hanya memperkuat hak konsumen, tetapi juga meningkatkan standar dan kepercayaan di dalam ekosistem pasar.



Gambar 1.1-21 Jumlah Penduduk berdasarkan Pekerjaan tahun 2024

Sumber: BPS, 2024

Menurut data BPS (2024), mayoritas penduduk yang bekerja di Indonesia memiliki tingkat pendidikan dasar hingga menengah, dengan proporsi mencapai 55%. Kelompok ini juga menghadapi tantangan signifikan dalam hal status pekerjaan, di mana sekitar 40-60% tergolong sebagai pekerja tidak penuh, seperti pekerja paruh waktu, pekerja lepas, atau pekerja informal. Kondisi ini tidak hanya mencerminkan tantangan ketenagakerjaan di Indonesia tetapi juga memiliki dampak langsung pada perlindungan konsumen. Keterbatasan pendapatan dan akses informasi yang sering kali dialami kelompok ini membuat mereka rentan terhadap praktik-praktik yang tidak adil, seperti eksplorasi harga, informasi produk yang tidak transparan, atau kurangnya akses terhadap produk dan layanan berkualitas. Oleh karena itu, perlindungan konsumen yang inklusif, seperti edukasi literasi konsumen dan kebijakan yang mendukung daya beli, menjadi sangat penting untuk memastikan kelompok ini tidak hanya terlindungi, tetapi juga mampu berpartisipasi secara optimal dalam ekosistem ekonomi yang berkelanjutan.



Gambar 1.1-22 Proporsi Penduduk Berdasarkan Hubungan dengan Kepala Rumah Tangga

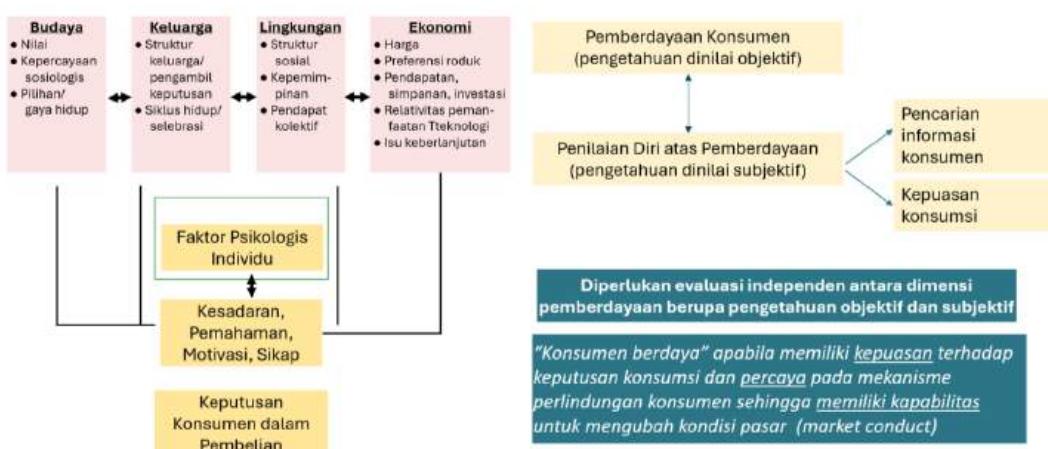
Sumber: BPS, 2024

Berdasarkan data demografi, mayoritas penduduk Indonesia berada pada rentang usia produktif, yaitu 15-64 tahun, dengan sebagian individu berusia 15 tahun bahkan sudah mengambil peran sebagai kepala keluarga. Dalam posisi ini, mereka bertanggung jawab atas pengambilan keputusan penting yang memengaruhi kesejahteraan anggota keluarga, termasuk anak, pasangan, dan orang tua. Kondisi ini mencerminkan tanggung jawab yang besar yang diemban oleh individu muda, sering kali dengan keterbatasan pengalaman dan akses terhadap informasi. Kompleksitas struktur keluarga di Indonesia, yang melibatkan berbagai generasi dalam satu rumah tangga, menambah tantangan dalam memastikan keputusan yang diambil selalu tepat dan mendukung kebutuhan bersama.

Dalam konteks perlindungan konsumen, kondisi ini menegaskan pentingnya upaya untuk meningkatkan literasi konsumen di kalangan usia muda dan produktif. Individu yang menjadi pengambil keputusan pada usia muda membutuhkan akses terhadap informasi yang jelas, transparan, dan mudah dipahami, khususnya terkait produk dan layanan yang mereka gunakan untuk mendukung kebutuhan keluarga. Selain itu, regulasi yang melindungi konsumen dari praktik yang tidak adil, seperti penipuan atau informasi yang menyesatkan, menjadi sangat relevan dalam situasi ini. Dengan memperkuat perlindungan konsumen, individu muda yang menjadi kepala

keluarga dapat lebih percaya diri dalam mengambil keputusan yang mendukung kesejahteraan keluarganya, sekaligus mendorong terciptanya ekosistem ekonomi yang adil dan berkelanjutan

Mengingat kompleksitas dan keragaman profil konsumen di Indonesia, serta keterbatasan sumber daya dalam pelaksanaan pengawasan, penerapan pengawasan berbasis risiko menjadi pendekatan yang krusial untuk memastikan efektivitas perlindungan. Melalui pendekatan ini, Kementerian dapat memprioritaskan pengawasan pada sektor, pelaku usaha, atau komoditas dengan tingkat risiko tertinggi, dengan mempertimbangkan indikator seperti rekam jejak kepatuhan, negara asal, jenis produk, dan volume perdagangan. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan ketepatan sasaran pengawasan, sekaligus memperkuat akuntabilitas karena keputusan prioritas diambil secara objektif dan berbasis data. Dengan demikian, pengawasan berbasis risiko berperan sebagai instrumen penting dalam menjembatani tantangan kerentanan konsumen dengan kebutuhan akan sistem perlindungan yang inklusif, adaptif, dan berkelanjutan sesuai dinamika pasar modern.



Gambar 1.1-23 Upaya Perlindungan Konsumen perlu mempertimbangkan lapisan masyarakat yg kompleks

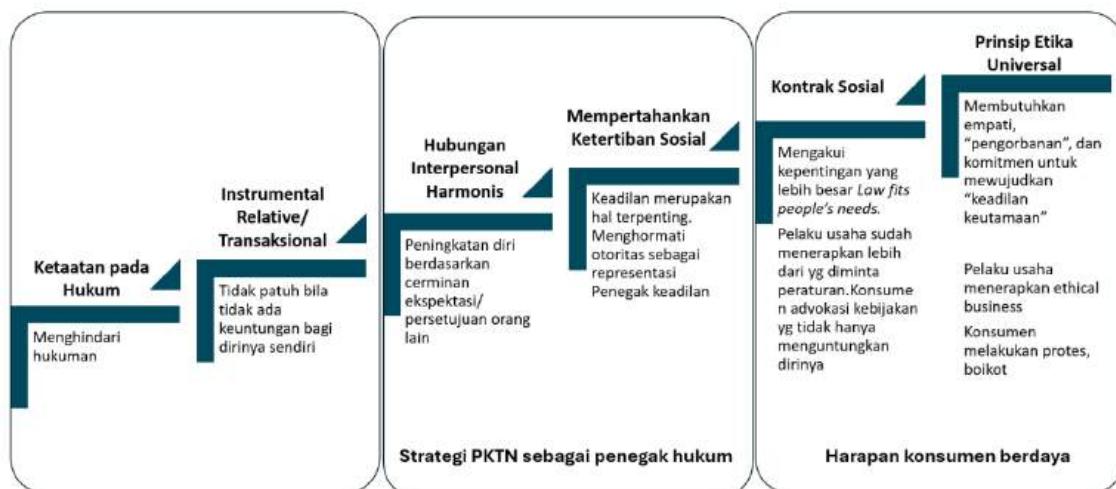
Sumber: Indira Gandhi Institute, 2017; 2021

Keputusan konsumen dalam pembelian merupakan hasil dari interaksi kompleks antara berbagai faktor yang meliputi budaya, keluarga, lingkungan, dan ekonomi. Secara budaya, nilai, kepercayaan, serta gaya hidup memengaruhi preferensi konsumen, sementara di tingkat keluarga, struktur dan peran pengambil keputusan, seperti kepala keluarga muda, menjadi aspek penting. Lingkungan sosial, termasuk struktur komunitas dan pandangan kolektif, juga membentuk pola konsumsi. Di sisi lain, faktor ekonomi seperti harga, pendapatan, investasi, dan keberlanjutan memberikan pengaruh besar terhadap pilihan konsumen, terutama di tengah dinamika pasar modern yang semakin cepat berubah.

Semua faktor tersebut disaring melalui dimensi psikologis individu, seperti kesadaran, pemahaman, motivasi, dan sikap, yang pada akhirnya menentukan keputusan konsumen. Dalam konteks ini, pemberdayaan konsumen memainkan peran penting. Pemberdayaan mencakup dua aspek utama: pengetahuan objektif, yaitu pemahaman konsumen terhadap informasi pasar, seperti harga dan kualitas, serta penilaian subjektif, yang melibatkan tingkat kepuasan dan kepercayaan terhadap mekanisme perlindungan konsumen. Konsumen yang diberdayakan adalah mereka yang merasa

puas dengan keputusannya dan percaya pada perlindungan yang ada, sehingga mampu memengaruhi kondisi pasar secara aktif (market conduct).

Oleh karena itu, upaya perlindungan konsumen harus mempertimbangkan keragaman lapisan masyarakat Indonesia yang kompleks. Kebijakan yang inklusif diperlukan untuk menjangkau latar belakang budaya, sosial, dan ekonomi yang beragam. Selain itu, edukasi yang tepat sasaran dan penguatan mekanisme perlindungan menjadi prioritas agar konsumen tidak hanya merasa terlindungi tetapi juga mampu berkontribusi pada penciptaan pasar yang adil, berkelanjutan, dan berintegritas.



Gambar 1.1-24 Strategi pendidikan etika dan moral dalam menghadapi keberagaman karakter konsumen

Sumber: Lawrence Kohlberg, diolah, 2024

Gambar 1.1-24 menggambarkan perkembangan bertahap dalam pendidikan etika dan moral untuk menghadapi keberagaman karakter konsumen, dengan menyoroti peran strategi PKTN (Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga) sebagai penegak hukum dan posisi ideal harapan konsumen berdaya.

Pada tahap awal, ketaatan pada hukum, konsumen dan pelaku usaha cenderung patuh hanya untuk menghindari hukuman. Di sini, strategi PKTN berfokus pada penegakan hukum secara tegas untuk memastikan regulasi ditaati. Penegakan ini penting untuk menciptakan kesadaran dasar akan pentingnya aturan dalam menjaga keteraturan dan keadilan di pasar. Tahap ini sering menjadi landasan awal pendidikan konsumen.

Pada tahap berikutnya, instrumental relatif/transaksional, konsumen dan pelaku usaha hanya patuh jika ada keuntungan langsung bagi mereka. Strategi PKTN di tahap ini melibatkan edukasi publik untuk menunjukkan bagaimana kepatuhan terhadap aturan tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga menciptakan keadilan bagi semua pihak dalam transaksi ekonomi. Seiring perkembangan ke hubungan interpersonal harmonis dan mempertahankan ketertiban sosial, strategi PKTN mulai bergeser dari sekadar penegakan hukum menjadi upaya membangun pemahaman sosial yang lebih luas. Di tahap ini, PKTN bertindak sebagai fasilitator dialog antara konsumen dan pelaku usaha, menekankan pentingnya empati dan tanggung jawab sosial. Upaya ini bertujuan untuk menciptakan keadilan yang berlandaskan pada penghormatan terhadap otoritas dan aturan.

Namun, harapan konsumen berdaya saat ini berada pada tahapan yang lebih tinggi, yakni kontrak sosial dan prinsip etika universal. Pada tahap ini, konsumen yang berdaya diharapkan mampu melihat kebutuhan kolektif di atas kepentingan individu, serta aktif dalam advokasi kebijakan publik yang mendukung keadilan pasar. Pelaku usaha juga diharapkan tidak hanya mematuhi hukum, tetapi menerapkan praktik bisnis yang etis. Prinsip etika universal, seperti empati, pengorbanan, dan keadilan, menjadi landasan tindakan konsumen dan pelaku usaha. Dengan demikian, strategi PKTN perlu terus berkembang dari penegakan hukum yang tegas ke upaya pemberdayaan konsumen melalui edukasi, penguatan advokasi, dan dukungan untuk menciptakan pasar yang adil dan berkelanjutan. Posisi harapan konsumen berdaya saat ini menunjukkan pentingnya kolaborasi antara PKTN, konsumen, dan pelaku usaha dalam mencapai keadilan pasar.

1.1.2.6 INDEKS PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN TERTIB NIAGA

Indeks Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (IPKTN) merupakan indeks komposit yang mengukur tingkat pemahaman dan kemampuan konsumen dalam menerapkan hak dan kewajibannya dalam interaksinya di pasar serta tingkat tanggungjawab pelaku usaha dalam pemenuhan tertib ukur, tertib mutu dan tertib niaga. Komponen indeks terdiri dari Indeks Keberdayaan Konsumen, Indek Tertib Ukur, Indeks Tertib Mutu dan Indeks Tertib Niaga. Selanjutnya, nilai indeks ini akan dijadikan dasar untuk menyusun kebijakan di bidang perlindungan konsumen dan tertib niaga guna mewujudkan konsumen yang berdaya serta pelaku usaha yang bertanggungjawab.

Formula yang dipakai dalam menghitung IPKTN tersusun dari 39% Indeks Keberdayaan Konsumen + 16,7% Indeks Tertib Ukur + 8,9% Indeks Kendali Mutu + 16,4% Indeks Tertib Mutu + 19% Indeks Tertib Niaga. Capaian Renstra berada di atas 100% dari tahun 2020 hingga 2024, menunjukkan bahwa realisasi telah melampaui target yang ditetapkan dalam Renstra.



Gambar 1.1-25 Ketercapaian Indeks Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga

Selama periode 2020 sampai 2024 capaian IKK selalu melebihi target, walaupun objek atau daerah survey bertambah. Perhitungan indeks tersebut dinilai komprehensif mengkonsolidasikan dan telah melalui mekanisme konfirmasi berbagai stakeholder, namun cara perhitungannya sulit dipahami karena menggunakan indeks komposit. Dengan perhitungan saat ini, sensitivitas kinerja Direktorat yang dianggap memengaruhi kinerja Ditjen PKTN tidak berbanding lurus dengan IPKTN. Berdasarkan hasil stakeholder aspiration gathering yang dilaksanakan dalam rangka penyusunan

Renstra 2025–2029, kegiatan ini melibatkan berbagai pemangku kepentingan, antara lain akademisi, ACCP–ASEAN Secretariat, Bappenas, Kemenko Perekonomian, BPKN, YLKI, BPSK, serta Dinas Perdagangan Provinsi DKI Jakarta dan Jawa Barat. Hasil penjaringan aspirasi tersebut menunjukkan bahwa keberdayaan konsumen dan kepatuhan pelaku usaha dipandang memiliki tingkat kepentingan yang setara dalam upaya perlindungan konsumen.

Kedua aspek ini dinilai saling melengkapi dan perlu menjadi prioritas utama dalam perumusan program serta penilaian kinerja Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (PKTN). Selain itu, tertib niaga dipandang sebagai instrumen penting dalam menciptakan iklim usaha yang sehat sekaligus memperkuat perlindungan terhadap konsumen. Mayoritas pemangku kepentingan juga menilai bahwa Indeks Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (IPKTN) masih relevan untuk digunakan sebagai alat ukur kinerja, namun perlu direformulasi agar lebih mampu menggambarkan keseimbangan antara dimensi keberdayaan konsumen dan kepatuhan pelaku usaha. Di sisi lain, aspek pengawasan berbasis masyarakat juga menjadi perhatian utama, khususnya pada kegiatan pengawasan terhadap ketidaksesuaian barang (seperti SNI, label, dan garansi), yang dinilai sebagai bentuk partisipasi publik paling mudah diimplementasikan.

1.1.2.7 INDEKS KEBERDAYAAN KONSUMEN

Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) merupakan satu-satunya indeks yang dihasilkan dari survei. IKK menggambarkan kondisi keberdayaan konsumen yang dapat dijadikan dasar untuk menentukan kebijakan perlindungan konsumen guna meningkatkan pemberdayaan konsumen melalui berbagai upaya edukasi kepada konsumen sebagai langkah preventif terhadap ekses negatif. IKK bertujuan untuk mengukur kesadaran dan pemahaman konsumen akan hak dan kewajibannya, serta kemampuannya dalam berinteraksi dengan pasar. Berikut merupakan bobot dimensi penilaian IKK tahun 2024.

Tabel 1.1-2. Dimensi Penilaian IKK

Tahapan Pembelian	Dimensi	Bobot
Pra Pembelian	<ul style="list-style-type: none"> • Pencarian Informasi • Pengetahuan tentang undang-undang dan lembaga perlindungan konsumen 	<ul style="list-style-type: none"> • 20% • 5%
Saat Pembelian	<ul style="list-style-type: none"> • Pemilihan barang dan jasa • Perilaku Pembelian 	<ul style="list-style-type: none"> • 25% • 20%
Pasca Pembelian	<ul style="list-style-type: none"> • Kecenderungan Komplain 	<ul style="list-style-type: none"> • 30%

Sumber: Survey Keberdayaan Konsumen, 2024

Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) disusun berdasarkan lima dimensi utama yang mencakup 12 unsur penilaian untuk mengukur tingkat pemberdayaan konsumen. Setiap dimensi memiliki peran strategis dalam memberikan gambaran kemampuan konsumen dalam melakukan pembelian, pengaduan, serta memahami hak dan kewajibannya. Berikut penjelasan dari kelima dimensi tersebut:

1. Pencarian Informasi (20%)

Dimensi ini mengukur tingkat upaya konsumen dalam mencari informasi sebelum melakukan pembelian barang atau jasa. Kemampuan ini menjadi indikator penting dalam memastikan konsumen mendapatkan produk yang sesuai kebutuhan.

2. Pengetahuan tentang UU dan Lembaga Perlindungan Konsumen (5%)

Konsumen dinilai berdasarkan pemahaman mereka terhadap hak-hak yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) serta pengetahuan terkait lembaga yang mendukung upaya perlindungan tersebut. Unsur-unsur yang dinilai meliputi:

- a. Hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha.
- b. Tanggung jawab pelaku usaha.
- c. Pengawasan masyarakat terhadap barang/jasa di pasar.
- d. Peran lembaga dalam perlindungan konsumen.

3. Pemilihan Barang/Jasa (25%)

Dimensi ini menilai kemampuan konsumen dalam memprioritaskan kualitas produk atau jasa yang akan dibeli. Keputusan ini mencerminkan tingkat kesadaran konsumen terhadap pentingnya aspek kualitas dalam memenuhi kebutuhan mereka.

4. Perilaku Pembelian (20%)

Penilaian difokuskan pada perilaku konsumen selama proses pembelian dan penggunaan barang atau jasa. Dimensi ini menilai tingkat kedulian konsumen dalam memilih produk yang sesuai standar serta relevan dengan kebutuhan mereka.

5. Perilaku Komplain (30%)

Dimensi ini mengukur sejauh mana konsumen memiliki kecenderungan untuk mengajukan pengaduan jika menghadapi masalah dengan barang atau jasa yang mereka beli. Hal ini menunjukkan tingkat keberanian konsumen dalam menegakkan hak-hak mereka sebagai konsumen.

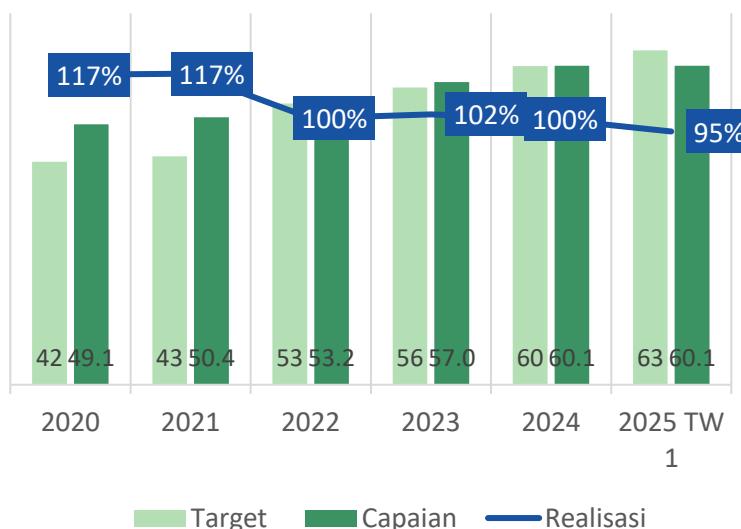
Kelima dimensi ini secara keseluruhan memberikan kerangka penilaian yang komprehensif terhadap pemberdayaan konsumen. Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) mengukur tingkat pemberdayaan konsumen melalui skala nilai yang dikelompokkan ke dalam lima kategori mutu. Setiap kategori mencerminkan tingkat pemahaman, kesadaran, dan kemampuan konsumen dalam menjalankan hak dan kewajibannya sebagai konsumen. Berikut adalah penjelasan terkait kategori dan mutu IKK:

1. Nilai IKK 0,0 – 20,0 (Mutu E: Sadar) menunjukkan konsumen mengenali hak dan kewajiban dasar sebagai konsumen
2. Nilai IKK 20,1 – 40,0 (Mutu D: Paham) menunjukkan konsumen memahami hak dan kewajiban konsumen untuk melindungi dirinya
3. Nilai IKK 40,1 – 60,0 (Mutu C: Mampu) menunjukkan konsumen mampu menggunakan hak dan kewajiban konsumen untuk menentukan pilihan terbaik termasuk menggunakan produk dalam negeri bagi diri dan lingkungannya

4. Nilai IKK 60,1 – 80,0 (Mutu B: Kritis) menunjukkan konsumen berperan aktif memperjuangkan hak dan melaksanakan kewajibannya serta mengutamakan produk dalam negeri.
5. Nilai IKK 80,1 – 100,0 (Mutu A: Berdaya) menunjukkan konsumen memiliki nasionalisme tinggi dalam berinteraksi dengan pasar dan memperjuangkan kepentingan konsumen.

Pemetaan kategori ini tidak hanya bersifat teoretis, melainkan juga dapat dijadikan alat untuk mengukur realisasi pencapaian IKK dalam periode tertentu. Dalam konteks ini, analisis capaian IKK sepanjang periode 2020–2024 memberikan wawasan penting mengenai tren keberdayaan konsumen di Indonesia.

Data tersebut mencerminkan seberapa besar upaya pemerintah dan stakeholder lainnya dalam mengedukasi konsumen, serta tantangan yang masih perlu diatasi untuk mendorong lebih banyak konsumen menuju kategori Kritis dan Berdaya.



Gambar 1.1-26 Ketercapaian Indeks Keberdayaan Konsumen

Sumber: Laporan Evaluasi Renstra Ditjen PKTN 2020-2024

Selama lima tahun terakhir, hasil survei Indeks Keberdayaan Konsumen menunjukkan tren peningkatan yang signifikan, mencerminkan perbaikan dalam kemampuan konsumen untuk memahami, menggunakan, dan mengoptimalkan hak serta kewajiban mereka dalam transaksi ekonomi. Indeks Keberdayaan Konsumen ini memiliki peranan penting dalam memberikan gambaran tentang kemajuan yang dicapai dalam upaya memperkuat posisi konsumen di pasar, yang menjadi fokus utama Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga. IKK merupakan indeks yang memiliki bobot indikator tertinggi pada perhitungan IPKTN sehingga capaian IKK yang selalu meningkat memengaruhi capaian IPKTN.

Pada tahun 2020, indeks keberdayaan konsumen tercatat sebesar 49,07, yang menunjukkan bahwa pada saat itu konsumen masih menghadapi tantangan dalam memahami hak-haknya serta cara mengatasi permasalahan dalam transaksi. Peningkatan signifikan dimulai pada tahun 2021, dengan

indeks yang mencapai 50,39, menunjukkan adanya kemajuan dalam pendidikan dan pemahaman konsumen terhadap hak-hak mereka dalam lingkungan pasar.

Pada tahun 2022, indeks kembali meningkat menjadi 53,23, mencerminkan tren positif dalam keberdayaan konsumen, yang seiring dengan peningkatan program-program literasi konsumen, kampanye perlindungan konsumen, serta upaya peningkatan transparansi informasi oleh pelaku usaha. Tahun 2023, indeks kembali mengalami lonjakan yang lebih besar, mencapai angka 57,04, yang menunjukkan bahwa konsumen semakin mampu mengakses informasi, melakukan perbandingan antarproduk, dan lebih percaya diri dalam mengambil keputusan pembelian. Selama kurun waktu 4 tahun ini (2020-2023) skor nilai IKK berada pada level Mampu (skor indeks 40,1-60,0), yang artinya penduduk Indonesia mampu menggunakan hak dan kewajibannya sebagai konsumen untuk menentukan pilihan terbaik termasuk menggunakan produk dalam negeri bagi diri dan lingkungannya.

Puncak dari tren peningkatan ini tercatat pada tahun 2024 dan TW 1 2025, dengan indeks keberdayaan konsumen yang mencapai 60,11. Pada tahun 2024 dan TW 1 2025 skor nilai IKK ini berada pada level Kritis (skor indeks 60,1-80,0), yang artinya konsumen Indonesia telah berperan aktif memperjuangkan hak dan melaksanakan kewajibannya serta mengutamakan produk dalam negeri. Angka ini mencerminkan pencapaian signifikan dalam meningkatkan daya keberdayaan konsumen, di mana konsumen tidak hanya lebih paham tentang hak-hak mereka tetapi juga lebih berdaya untuk menuntut haknya dan menjadi konsumen yang cerdas dalam menghadapi dinamika pasar yang semakin kompleks.

Secara keseluruhan, data ini menunjukkan adanya kemajuan yang signifikan dalam peningkatan keberdayaan konsumen selama lima tahun terakhir. Pencapaian ini menjadi landasan yang kuat bagi pengembangan kebijakan dan program perlindungan konsumen yang lebih efektif ke depan, sejalan dengan misi Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga untuk menciptakan pasar yang lebih adil dan konsumen yang lebih terlindungi serta berdaya.

Pada tahun 2024, Survei IKK dilakukan pada 38 provinsi. Apabila jumlah daerah selalu diperluas, perlu dipastikan upaya pemberdayaan konsumen ditingkatkan hanya di daerah penilaian baru. Hasil survei (2024) IKK nasional didapat sebesar 60,11 sehingga masyarakat Indonesia sudah dianggap "Kritis" namun masih belum mencapai "Berdaya". Hasil ini mencerminkan bahwa konsumen Indonesia mulai memiliki kesadaran untuk melindungi hak-haknya, meskipun masih terdapat beberapa aspek yang memerlukan perhatian lebih. Pada hasil IKK tahun 2024 terdapat beberapa hasil kesimpulan dari komponen yang dilihat.

Dalam analisis tahapan keberdayaan, konsumen menunjukkan kemampuan tertinggi pada tahap saat pembelian yang terbagi atas pemilihan barang dan jasa serta perilaku pembelian, di mana konsumen lebih aktif dan kritis dalam mengambil keputusan pembelian, konsumen sudah cukup sadar akan pentingnya hak mereka, sehingga cenderung memeriksa hal-hal tersebut untuk memastikan produk yang dibeli sesuai dengan kebutuhan dan meminimalkan risiko kerugian, konsumen yang mengutamakan nilai uang cenderung lebih sering melakukan pengecekan harga

dengan kualitas produk untuk memastikan kualitas produk yang dibeli/digunakan sesuai dengan harga yang dibayarkan. Dengan berkembangnya *e-commerce* di Indonesia, konsumen lebih mudah untuk membandingkan harga dan kualitas produk sebelum melakukan pembelian sehingga dapat membuat keputusan yang lebih cerdas. Namun, keberdayaan konsumen cenderung menurun pada tahap pasca pembelian, yang mengindikasikan masih kurangnya kesadaran konsumen akan pentingnya pengaduan dan persepsi tentang skala masalah, yaitu persepsi bahwa ketidaksesuaian tidak berdampak besar juga berperan dalam rendahnya kecenderungan untuk mengadu.

Pencapaian target selama 5 tahun bertahan pada level “Mampu” terlampaui pada tahun 2024 dengan mencapai level ‘Kritis’. Namun hal ini perlu direfleksikan kembali mengenai peran survei IKK yang perlu menggambarkan kondisi eksisting konsumen masyarakat Indonesia. Peningkatan nilai IKK ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk pengurangan jumlah variabel unsur, penyesuaian bobot nilai, serta perubahan perilaku dan harapan konsumen dalam pembelian barang/jasa. Namun, hasil ini juga menyoroti kebutuhan mendesak untuk memperkuat literasi konsumen, khususnya dalam pencarian informasi dan pemahaman terhadap regulasi, guna menciptakan konsumen yang lebih berdaya dan terlindungi di pasar. Dalam upaya meningkatkan literasi konsumen dapat dilakukan dengan menjadi kerja sama bersama media dalam publikasi edukasi konsumen melalui konten yang memberikan pemahaman dan studi kasus. Selain itu, *self assessment* dapat digunakan sebagai panduan bagi konsumen untuk memahami hak dan kewajibannya. Modul konsumen juga perlu dipublikasikan di media sosial dan edukasi teknis terkait pengawasan perlu disesuaikan dengan Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK).

1.1.2.8 ONLINE DISPUTE RESOLUTION

Online Dispute Resolution (ODR) berfungsi sebagai platform untuk penyelesaian sengketa secara daring. ODR merupakan metode alternatif (non-litigasi) dalam menyelesaikan sengketa yang memanfaatkan teknologi komputer dan komunikasi *online*. Sistem ini tidak hanya menerima pengaduan konsumen, namun juga mencakup proses penanganan pengaduan serta memfasilitasi interaksi antara konsumen dan pelaku usaha, baik dengan melibatkan pihak ketiga maupun tanpa pihak ketiga.

Berikut merupakan faktor pertimbangan pengembangan adanya sistem ODR:

1. Memberikan kemudahan dan efisiensi dalam penanganan pengaduan dan penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha, baik dari segi waktu maupun biaya.
2. Mendukung pemberdayaan konsumen dan meningkatkan rasa percaya diri konsumen dalam bertransaksi, dengan menyediakan akses yang mudah ke mekanisme penyelesaian sengketa, sehingga mendorong konsumen untuk lebih aktif memperjuangkan hak-haknya.
3. Mendorong pemerataan akses pelayanan publik di seluruh wilayah Indonesia, karena ODR dapat diakses dengan bantuan internet, menjangkau konsumen di berbagai daerah.

4. Memperluas penyebaran informasi mengenai mekanisme pengaduan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan harapan ODR dapat terintegrasi dengan sistem pengaduan konsumen, termasuk yang dimiliki oleh platform *e-commerce*.
5. Dipengaruhi oleh dorongan dari komunitas internasional, mengingat meningkatnya transaksi lintas negara serta inisiatif pengembangan mekanisme penyelesaian sengketa secara daring (ODR) dalam kerangka kerja sama internasional.

Dalam upaya meningkatkan perlindungan konsumen, Ditjen PKTN di Kementerian Perdagangan telah memulai pengembangan sistem pengaduan konsumen secara daring melalui portal Sistem Informasi Manajemen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (SIMPKTN). SIMPKTN merupakan Aplikasi Layanan Konsumen berbasis *website* yang dapat diakses dengan koneksi atau jaringan internet, yang mencakup aplikasi perizinan, pendaftaran, pengaduan konsumen, dan pengawasan di lingkungan Ditjen PKTN yang terintegrasi.

Pengaduan yang diterima melalui sistem ini akan diteruskan dan ditindaklanjuti oleh kementerian/lembaga terkait sesuai dengan kewenangan masing-masing. Namun, ketika terjadi sengketa konsumen, penyelesaiannya masih bergantung pada mekanisme tatap muka yang difasilitasi oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Saat ini, penerimaan pengaduan konsumen sudah memanfaatkan teknologi daring, tetapi penyelesaian sengketa belum sepenuhnya beralih ke format digital. Ke depan, pengembangan ODR diharapkan mampu mengintegrasikan sistem pengaduan konsumen pada portal e-commerce dengan mekanisme penyelesaian sengketa di BPSK. Langkah ini tidak hanya akan meningkatkan efisiensi dan aksesibilitas bagi konsumen, tetapi juga memperkuat perlindungan konsumen di era digital.

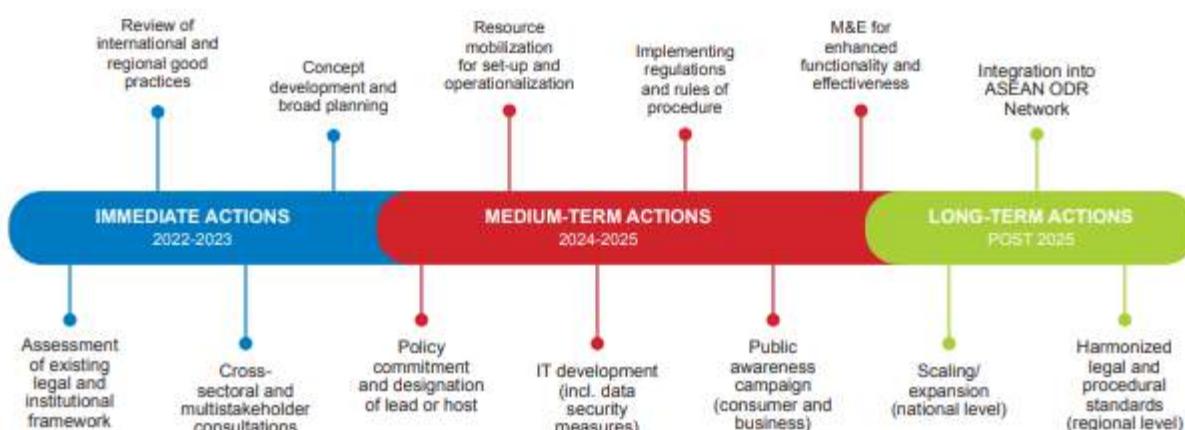
Pengembangan *Online Dispute Resolution* (ODR) di Indonesia saat ini masih beradas pada tahap awal, yaitu pengembangan sistem pengaduan konsumen nasional secara online dan pengembangan fitur penyelesaian sengketa konsumen secara *online* yang akan difasilitasi oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Pada tahun 2025, sistem Online Dispute Resolution (ODR) akan mulai diimplementasikan dan dioperasikan oleh Badan Penyelesaian Sengketa Perdagangan (BPSK), maka Ditjen PKTN akan melakukan sosialisasi dan publikasi, serta bimbingan teknis bagi Sumber Daya Manusia (SDM) BPSK. Hingga saat ini, jumlah BPSK yang tersebar di seluruh 33 provinsi di Indonesia adalah sebanyak 188. Sedangkan, jumlah BPSK yang dianggarkan untuk beroperasional pada tahun 2024 adalah sebanyak 82 BPSK. (Sumber Data: Diolah Direktorat Pemberdayaan Konsumen). Namun, peranan BPSK dalam menyelesaikan sengketa konsumen masih belum optimal. Hal tersebut dapat ditinjau dari cara kerja BPSK yang masih bersifat konvensional, sehingga belum dapat menjangkau seluruh Masyarakat Indonesia yang berstatus sebagai konsumen. Dalam implementasi sistem ODR oleh BPSK, tentunya akan memiliki beberapa kendala yang akan dihadapi oleh Ditjen PKTN, antara lain:

- Eksistensi BPSK di tengah masyarakat cenderung masih sangat minim, jumlah Masyarakat yang memahami peranan BPSK sebagai lembaga penyelesaian sengketa konsumen masih sangat sedikit;
- Belum meratanya kapasitas, kompetensi, pemahaman SDM BPSK dan LPKSM terkait tugas, fungsi, dan kewenangannya, sehingga diperlukan kegiatan peningkatan kapasitas SDM PK yang masif;
- Keterbatasan sarana dan prasarana yang dimiliki oleh masing-masing BPSK untuk dapat mengimplementasikan sistem ODR dengan baik;
- Belum meratanya penyebaran lokasi BPSK, mengingat keterbatasan atau kendala yang dihadapi oleh Pemprov dalam hal pendanaan dan penganggaran BPSK. Regionalisasi bisa menjadi salah satu solusi dalam upaya efisiensi dan efektivitas terhadap peran BPSK.

Sehubungan dengan kendala dimaksud, Ditjen PKTN perlu mengambil langkah untuk mengoptimalkan peranan dari BPSK. Optimalisasi peran dan fungsi dari BPSK dalam menyelesaikan sengketa konsumen dapat dilakukan apabila BPSK dapat memperluas cakupan dan jangkauan pelayanannya dengan mengimplementasikan ODR, untuk mempermudah penyelesaian sengketa konsumen. Diharapkan dengan mengimplementasikan ODR, BPSK dapat menegaskan peranannya kepada konsumen dalam memberikan perlindungan dan mengajukan tuntutan pertanggungjawaban hukum terhadap pihak pelaku usaha secara online.

Pengembangan *Online Dispute Resolution* (ODR) terkait erat dengan *ASEAN Strategic Action Plan for Consumer Protection* (ASAPCP) 2016-2025 sebagai bagian dari upaya kerja sama regional di bidang perlindungan konsumen. Salah satu tujuan utama dari rencana aksi ini adalah meningkatkan kepercayaan konsumen dalam melakukan transaksi *e-commerce* lintas batas. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, pengembangan ASEAN *Online Dispute Resolution Network* menjadi salah satu hasil yang diharapkan (*expected outcome*). Dalam rangka implementasi ASAPCP tersebut, diharapkan setiap Negara Anggota ASEAN mengembangkan ODR ditingkat Nasional. Inisiatif ini mencakup penciptaan atau pembentukan sistem ODR di tingkat nasional oleh masing-masing negara anggota ASEAN, pembangunan jaringan ASEAN ODR Network, serta pengembangan mekanisme untuk menangani komplain dan investigasi lintas batas.



Gambar 1.1-27 Rencana Pengembangan Sistem ODR Nasional

Sumber: ASEAN Guidelines on Online Dispute Resolution (2022)

Sistem *Online Dispute Resolution* (ODR) Nasional di masing-masing Negara Anggota ASEAN yang akan diintegrasikan ke jaringan ODR ASEAN dirancang secara bertahap untuk memastikan implementasi yang efektif dan berkelanjutan. Tahap pertama, *Immediate Actions* (2022-2023), berfokus pada persiapan awal dengan mengkaji kerangka hukum dan kelembagaan yang ada, serta mempelajari praktik terbaik internasional dan regional. Langkah ini diikuti dengan konsultasi lintas sektor dan multi-pemangku kepentingan untuk membangun konsensus, serta pengembangan konsep dan perencanaan strategis sistem ODR. Tahap ini bertujuan untuk menciptakan fondasi yang kokoh bagi pengembangan sistem di masa mendatang.

Tahap kedua, *Medium-Term Actions* (2024-2025), mengutamakan implementasi teknis dan penguatan kapasitas operasional. Pada tahap ini, kebijakan pendukung dan pihak yang akan memimpin pengoperasian sistem ditetapkan, diikuti dengan penggalangan sumber daya untuk mendukung pembangunan dan operasionalisasi sistem. Pengembangan teknologi informasi, termasuk langkah-langkah keamanan data, menjadi prioritas, bersama dengan penyusunan aturan dan prosedur pelaksanaan yang jelas. Selain itu, kampanye kesadaran publik untuk konsumen dan pelaku usaha dilakukan agar mereka memahami manfaat dan cara menggunakan sistem ODR.

Tahap terakhir, *Long-Term Actions* (pasca 2025), bertujuan untuk memperluas jangkauan sistem ODR dan mengintegrasikannya ke dalam jaringan ODR ASEAN. Pada tahap ini, sistem akan dipantau dan dievaluasi untuk meningkatkan efektivitasnya, serta diperluas ke tingkat nasional agar dapat melayani lebih banyak sengketa. Langkah ini juga mencakup penyelarasan standar hukum dan prosedural di tingkat regional untuk memastikan keseragaman dan kemudahan akses di seluruh negara ASEAN. Dengan pendekatan ini, sistem ODR diharapkan mampu menjadi mekanisme penyelesaian sengketa yang efisien, inklusif, dan mendukung harmonisasi hukum di kawasan ASEAN.

1.1.2.9 BADAN PERLINDUNGAN KONSUMEN NASIONAL (BPKN)

BPKN merupakan lembaga yang dibentuk berdasarkan amanat UU Perlindungan Konsumen dengan tujuan mewujudkan harkat dan martabat konsumen dan pelaku usaha yang bertanggung jawab dengan rincian tugas sebagai berikut:

1. Memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen,
2. Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen,
3. Melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen,
4. Mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat,
5. Menyebarluaskan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen,

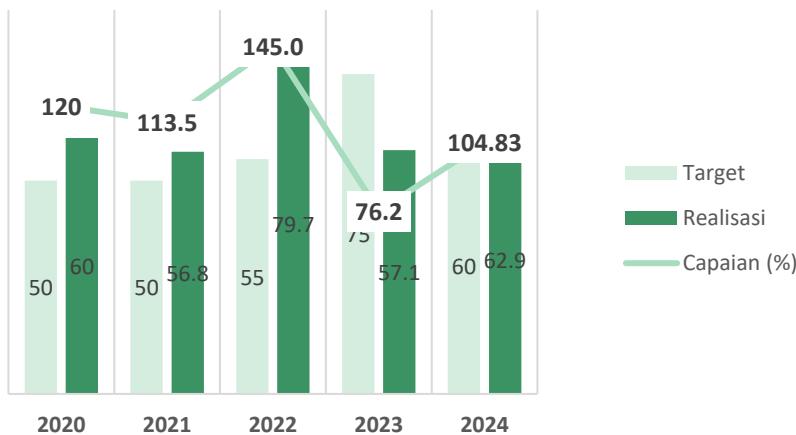
6. Menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha, serta
7. Melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.

1.1.2.10 BADAN PENYELESAIKAN SENGKETA KONSUMEN (BPSK)

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) merupakan badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen. BPSK memiliki tugas dan wewenang yang diamanatkan sebagai berikut.

- a. melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi;
- b. memberikan konsultasi Perlindungan Konsumen;
- c. melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku;
- d. melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
- e. menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis dari Konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap Perlindungan Konsumen;
- f. melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa Perlindungan Konsumen;
- g. memanggil Pelaku Usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap Perlindungan Konsumen;
- h. memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli, dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
- i. meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku Usaha, saksi, saksi ahli, dan/atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g dan huruf h, yang tidak bersedia memenuhi panggilan BPSK;
- j. mendapatkan, meneliti, dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan;
- k. memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak Konsumen;
- l. memberitahukan putusan kepada Konsumen dan Pelaku Usaha yang melakukan pelanggaran terhadap Perlindungan Konsumen; dan
- m. menjatuhkan sanksi administratif kepada Pelaku Usaha yang melanggar ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Berdasarkan hasil pencapaian kinerja Direktorat Pemberdayaan Konsumen dapat menunjukkan Persentase Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang aktif dari tahun 2020 hingga 2024. Jumlah Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang telah terbentuk hingga tahun 2024 adalah sebanyak 188 unit, dengan 82 diantaranya dianggarkan beroperasional pada tahun 2024. Berdasarkan pencapaian persentase BPSK yang aktif periode tahun 2020 – 2024, capaian realisasi secara umum melebihi target yang ditetapkan yang dapat dilihat pada grafik di bawah ini.

**Gambar 1.1-28 Persentase BPSK yang Aktif**

Sumber: Laporan Evaluasi Rencana Strategis Ditjen PKTN 2020 – 2024

Pelaksanaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) masih menghadapi sejumlah kendala, terutama terkait penganggaran dan dukungan sumber daya. Mekanisme pendanaan melalui program/kegiatan maupun hibah pada Dinas Provinsi belum sepenuhnya memadai untuk membiayai operasional dan honorarium anggota BPSK. Selain keterbatasan dana, BPSK juga menghadapi tantangan kapasitas SDM dan belum terintegrasi sistem informasi, yang dapat menimbulkan kebingungan bagi konsumen. Kondisi ini diperburuk dengan belum meratanya keberadaan BPSK yang aktif di kabupaten/kota. Salah satu penyebabnya adalah masih banyak pemangku kepentingan atau pimpinan daerah yang belum familiar dengan fungsi dan peran BPSK, sehingga tidak menjadikannya prioritas dalam pembentukan maupun pengalokasian anggaran.

Di sisi regulasi, belum terdapat pengaturan rinci sebagai landasan hukum penganggaran BPSK, sehingga pemerintah provinsi cenderung tidak memprioritaskan pembiayaan operasionalnya. Hal ini diperparah oleh adanya ketidaksesuaian kewenangan: penyelenggaraan perlindungan konsumen, termasuk BPSK, berada di bawah kewenangan Pemerintah Daerah Tingkat Provinsi, sedangkan pelaksanaan dan kedudukan BPSK berada di Kabupaten/Kota. Akibatnya, koordinasi dan komitmen pembiayaan menjadi tidak optimal, menghambat peran BPSK dalam memberikan perlindungan konsumen secara maksimal di seluruh wilayah.

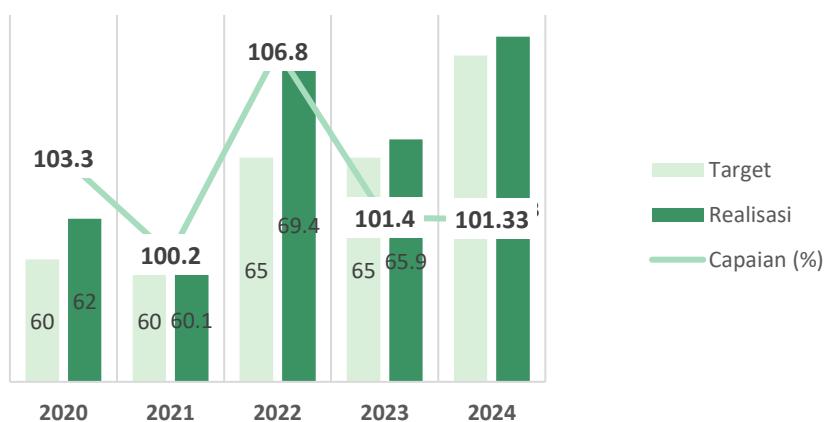
1.1.2.11 LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN SWADAYA MASYARAKAT (LPKSM)

LPKSM merupakan lembaga non-pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen. LPKSM memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen dengan bentuk kegiatan sebagai berikut:

- (1) penyebarluasan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- (2) memberikan nasihat kepada konsumen;
- (3) bekerja sama dengan instansi terkait dalam perwujudan perlindungan konsumen;

- (4) membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen;
- (5) melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

Persentase LPKSM yang aktif pada tahun 2024 sebesar 70,93%, dengan target yang ditetapkan sebesar 70% maka capaian kinerja mencapai 101,32%. Capaian kinerja pada tahun 2024 mengalami sedikit penurunan jika dibandingkan dengan persentase LPKSM yang aktif di tahun 2023 yaitu sebesar 65,89% dengan capaian kinerja mencapai 101,37%. Pada tahun 2023 sebanyak 199 LPKSM aktif dari total LPKSM yang tercatat memiliki TDLPK sebanyak 302 LPKSM, sedangkan pada tahun 2024 sebanyak 222 LPKSM aktif menyelenggarakan perlindungan konsumen dari total 313 LPKSM yang memiliki TDLPK.



Gambar 1.1-29 Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yang aktif

Sumber: Laporan Evaluasi Rencana Strategis Ditjen PKTN 2020 – 2024

Bertambahnya jumlah LPKSM yang memiliki TDLPK di tahun 2024 mempengaruhi jumlah penurunan capaian, akan tetapi jumlah LPKSM yang aktif menyelenggarakan perlindungan konsumen mengalami peningkatan bila dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan meningkatnya kesadaran konsumen atas perlindungan konsumen dari sosialisasi perlindungan konsumen yang dilakukan oleh Direktorat Pemberdayaan Konsumen sehingga mendorong terbentuknya LPKSM yang membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya.

Kedekatan LPKSM dengan masyarakat diharapkan mampu mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam memberikan edukasi konsumen kepada komunitas serta membantu komunitas dalam memperjuangkan hak-haknya, baik secara individu maupun kolektif. Untuk mendukung pemberdayaan masyarakat tersebut, diperlukan peningkatan kapasitas dan kompetensi sumber daya manusia (SDM) LPKSM. Sebagai langkah konkret, Kementerian Perdagangan menyelenggarakan pelatihan berupa Bimbingan Teknis bagi SDM anggota LPKSM. Mengingat Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) memiliki peran penting dalam pengawasan dan pendampingan konsumen, realitas di lapangan ditemukan adanya penyalahgunaan wewenang oleh oknum-oknum anggota LPKSM yang dapat merugikan konsumen. Oleh karena itu, saat ini sedang dilakukan penyusunan Peraturan Menteri Perdagangan mengenai pelaksanaan tugas dan wewenang

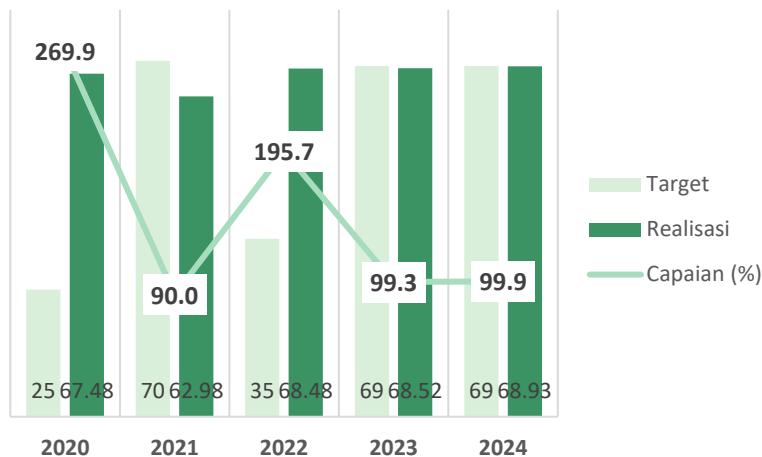
LPKSM, tata cara pendaftaran serta pembatalan tanda daftar LPKSM agar LPKSM yang ada lebih terarah dan dapat dibina dengan lebih teratur serta berbasis budaya masyarakat agar dapat menciptakan konsumen yang berdaya.

1.1.3 PELAKU USAHA DI INDONESIA

Perlindungan konsumen dapat lebih efektif terwujud apabila pelaku usaha menjalankan tanggung jawabnya dengan baik, yang tercermin dalam praktik-praktik seperti tertib ukur, tertib mutu, kendali mutu, dan tertib niaga. Tertib ukur memastikan bahwa alat ukur yang digunakan dalam perdagangan telah terkalibrasi dengan benar, memberikan keadilan bagi konsumen dalam hal kuantitas produk yang diterima. Tertib mutu dan kendali mutu menjamin bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan, melindungi konsumen dari produk yang tidak sesuai harapan atau berbahaya. Sementara itu, tertib niaga berperan dalam memastikan bahwa transaksi dilakukan secara transparan, adil, dan tidak merugikan konsumen, serta melindungi hak-hak konsumen atas harga yang wajar dan produk yang sesuai dengan klaim. Dengan adanya kesadaran dan pelaksanaan prinsip-prinsip ini, pelaku usaha tidak hanya memenuhi kewajiban hukum, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen, yang juga mendukung keberlanjutan usaha.

1.1.3.1 TERTIB UKUR

Tertib ukur dalam perlindungan konsumen merujuk pada sistem pengaturan dan pengawasan yang memastikan bahwa alat ukur, alat takar, alat timbang dan alat perlengkapan (UTTP) yang digunakan dalam transaksi jual beli di pasar berfungsi dengan baik, akurat, dan sesuai standar yang berlaku. Selain itu juga melalui pengawasan Barang Dalam Keadaan Terbungkus (BDKT) untuk memastikan kesesuaian pelabelan kuantitas dan kebenaran kuantitas produk dalam kemasan. Tertib ukur berperan untuk melindungi konsumen dalam hal kuantitas atau volume barang yang konsumen beli. Kegiatan untuk memastikan tertib ukur dilakukan melalui hukum, pemahaman masyarakat mengenai Metrologi Legal, kolaborasi dengan pemerintah daerah, serta jaminan hasil pengukuran melalui ketertelusuran standar milik Unit Pelayanan Teknis Metrologi Legal (BPSUML, BPUTTP dan BSML regional I-IV) dan Unit Metrologi Legal (UML). Peningkatan Tertib Ukur didukung dengan semakin berkembangnya pemahaman masyarakat terhadap Metrologi Legal. Secara perlahan indeks pemahaman masyarakat secara konsisten terus meningkat dari tahun 2020-2024.

**Gambar 1.1-30 Indeks Pemahaman Masyarakat terhadap Metrologi Legal***Sumber: Direktorat Metrologi, 2024*

Indeks pemahaman Masyarakat Terhadap Metrologi Legal tahun 2024 bernilai 68,93 berada pada level Memahami. Aspek *Attitude* mendapatkan nilai yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan 2 aspek lainnya yaitu *Practice* dan *Knowledge*. Artinya masyarakat merasa adanya tertib ukur merupakan hal yang Sangat Penting (indeks diatas 75). Namun hal ini tidak ditunjang oleh pengetahuan dan implementasi yang baik.

Masyarakat pada kelompok usia 36 – 55 tahun, cenderung memiliki indeks pemahaman Metrologi Legal lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok lainnya. Masyarakat dengan pekerjaan PNS/TNI/POLRI dan Profesional cenderung memiliki indeks pemahaman Metrologi Legal lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok lainnya. Sementara itu, Masyarakat dengan pendidikan terakhir SMP atau kurang, cenderung memiliki indeks pemahaman Metrologi Legal lebih rendah dibandingkan masyarakat dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi

Berdasarkan perilakunya, mayoritas masyarakat masih kurang menyadari terhadap pelaksanaan tertib ukur, diantaranya: jarang memeriksa Kembali kondisi alat ukur/ alat takar/ alat timbang perdagangan, kurang mengetahui / mengenali kecurangan, tidak pernah memeriksa informasi berat bersih/isi bersih/ neto pada kemasan atau label, tidak pernah memeriksa kesesuaian antara informasi berat bersih/ isi bersih/ neto pada kemasan atau label, tidak pernah mengajukan keluhan (komplain) pada pedagang dan kecenderungan masyarakat yang sudah yakin bahwa alat ukur (timbangan dagang, timbangan pada jasa ekspedisi, pompa ukur BBM, dan meteran listrik/air) yang digunakan pedagang sudah sesuai dengan penggunaannya dan benar nilai ukurnya.

Beberapa perilaku masyarakat yang menjadi alasan bahwa mereka belum peka terhadap tertib ukur yaitu masyarakat merasa sudah yakin/percaya dengan informasi yang tercantum pada kemasan/label, sudah yakin dengan alat ukur/ alat takar/ alat timbang yang digunakan dan masyarakat kurang mengetahui jika ada kecurangan. Untuk itulah peningkatan pemahaman serta edukasi masyarakat terhadap Metrologi Legal perlu terus ditingkatkan.

Edukasi kepada masyarakat secara konsisten terus dilakukan baik secara langsung maupun melalui media sosial. Strategi Pengembangan Konsumen Cerdas di Bidang Metrologi Legal dibagi menurut

segmentasi usia, yaitu usia dini dengan membangun kesadaran tentang keadilan dalam transaksi, kemampuan untuk bertanya dan memastikan informasi dan pemahaman dasar tentang alat ukur dan penggunaannya. Usia remaja dengan membangun kemampuan menganalisis alat ukur yang diterapkan dan sah, membangun Kesadaran hak dan tanggung jawab konsumen dan membangun kemampuan untuk berkomunikasi secara persuasif saat menghadapi ketidakadilan serta usia dewasa dengan membangun pemahaman tentang regulasi Metrologi Legal, kemampuan advokasi hak konsumen dan kepekaan terhadap dampak ekonomi dan penggunaan alat ukur, alat takar, alat timbang dan alat perlengkapan.

Penerapan kebenaran hasil pengukuran di seluruh Indonesia merupakan elemen kunci untuk mencapai tertib ukur. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, pemerintah kabupaten/kota diberi tugas untuk melaksanakan kegiatan Metrologi Legal berupa tera dan tera ulang serta Pengawasan dalam rangka menciptakan tertib ukur di tingkat kabupaten/kota. Pengawasan Metrologi Legal perlu dilakukan secara berkelanjutan untuk melindungi konsumen dari penggunaan alat ukur yang tidak akurat. Peningkatan efisiensi pelaksanaan pengawasan dilakukan melalui pemetaan dan analisis risiko. Tindak lanjut hasil pengawasan terus dilakukan dalam upaya meningkatkan pelaku usaha yang bertanggung jawab. Peran serta masyarakat dalam peningkatan tertib ukur khususnya pada pelaksanaan pengawasan difasilitasi melalui adanya sistem informasi pengaduan. Pencapaian tertib ukur di daerah tidak akan tercapai tanpa adanya peran serta pemerintah daerah sehingga pemberian pemahaman kepada pemerintah daerah terus dijalankan untuk meningkatkan kesadaran mereka mengenai pentingnya peran Metrologi Legal diwilayahnya

Dalam memastikan keberadaan tertib ukur, kolaborasi dengan perguruan tinggi terus dilakukan untuk mendukung penyiapan perumusan kebijakan, riset, dan pengembangan di bidang Metrologi Legal. Langkah untuk memastikan bahwa hasil pengukuran di seluruh Indonesia dapat dipertanggungjawabkan secara akurat dan terukur dilakukan melalui pemeliharaan standar ukuran, kegiatan verifikasi dan penjaminan kesesuaian hasil pengukuran. Penggunaan standar ukuran yang ter-verifikasi dengan rantai ketelusuran pada kegiatan Peneraan merupakan bagian dari proses perlindungan konsumen, dengan tujuan untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan oleh pelaku usaha telah diuji dan memenuhi regulasi yang ditetapkan, sehingga memberikan kepastian hukum.

Menumbuhkan budaya jujur baik di kalangan konsumen maupun pelaku usaha menjadi aspek yang tidak dapat diabaikan untuk menciptakan tertib ukur. Program edukasi Metrologi Legal dirancang untuk membangun perilaku dan budaya masyarakat yang sadar akan pentingnya ukuran yang akurat, sedangkan edukasi bagi pelaku usaha ditujukan untuk menciptakan pelaku usaha yang bertanggung jawab dan dapat memenuhi ketentuan disesuaikan dengan jenis perdagangan dan penggunaan alat ukur yang mereka lakukan. Pendekatan edukasi juga dilakukan melalui kelompok sosial sesuai dengan budaya setempat, dan melibatkan akademisi seperti pada program studi metrologi di

perguruan tinggi, kelompok sosial dan perguruan tinggi diberdayakan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang Metrologi Legal.

1.1.3.2 TERTIB MUTU

Tertib mutu dalam perlindungan konsumen merujuk pada upaya untuk menciptakan sistem yang terorganisir dan teratur dalam mengelola kualitas produk atau layanan yang beredar di pasar. Tertib mutu bertujuan untuk memastikan bahwa setiap produk atau jasa yang disediakan kepada konsumen memenuhi standar kualitas yang sudah ditetapkan, aman digunakan, dan tidak menyesatkan. Kegiatan yang mendukung keberadaan.

Kementerian Perdagangan, melalui Direktorat Pengawasan Barang Beredar dan Jasa, melakukan kegiatan Pengawasan Barang Beredar dan Jasa sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 69 Tahun 2018 sebagai upaya untuk melindungi konsumen dan memastikan produk yang beredar di pasar memenuhi standar mutu, keamanan, dan ketentuan hukum yang berlaku. Pengawasan Barang Beredar dan/atau Jasa, dilakukan dengan kriteria berikut:

- a. SNI Wajib;
- b. Penyertaan petunjuk penggunaan dan Manual Kartu Garansi (MKG) dalam Bahasa Indonesia;
- c. Penggunaan label dalam bahasa Indonesia.

Selain aspek yang diatur oleh Permendag 69/2018, pengawasan juga dilakukan terhadap aspek keamanan, kesehatan, keselamatan, dan lingkungan (K3L) yang diatur oleh Permendag 18/2019 tentang Metode Pengujian, Tata Cara Pendaftaran, Pengawasan, Penghentian Kegiatan Perdagangan dan Penarikan Barang Terkait dengan Keamanan, Keselamatan, Kesehatan, dan Lingkungan Hidup (K3L).

Indeks Tertib Mutu diukur melalui 2 (dua) indikator kinerja yaitu persentase barang beredar yang diawasi sesuai ketentuan dan persentase jasa yang diawasi sesuai ketentuan.

Tabel 1.1-3 Capaian Indeks Tertib Mutu Tahun 2020-2024

Sasaran Program	Indikator Kinerja Program	Realisasi/Capaian					
		2020	2021	2022	2023	2024	2025 TW 1*
Meningkatnya konsumen berdaya dan pelaku usaha yang bertanggungjawab	Indeks Tertib Mutu	39,48	44,17	49,14	50,85	57,19	27,20
	a. Persentase barang beredar yang diawasi yang sesuai ketentuan	50,35	55,97	63,05	60,42	66,28	22,22
	b. Persentase jasa yang diawasi yang sesuai ketentuan	26,08	29,63	32,00	39,06	46,00	33,33

Sumber: Laporan Kinerja Direktorat Pengawasan Barang Beredar dan Jasa 2020-2024

Dalam 5 (lima) tahun terakhir (2020-2024), Indeks Tertib Mutu (ITM) selalu mencapai target yang telah ditetapkan. Pada tahun 2024, realisasi ITM sebesar 56,41, dengan capaian sebesar 104,45%

dibandingkan target ITM tahun 2024 sebesar 54. Pada tahun 2024, target pengawasan barang beredar sebanyak 750 (tujuh ratus lima puluh) produk yang terdiri atas produk dengan parameter SNI, produk wajib dilengkapi petunjuk penggunaan dan kartu garansi (MKG) dan produk yang wajib label dalam Bahasa Indonesia. Kelompok produk yang dilakukan Pengawasan yaitu terdiri atas produk logam, elektronika, hasil pertanian, aneka dan K3L. Sedangkan target pengawasan jasa tahun 2024 adalah sebesar 100 pelaku usaha dengan parameter antara lain adalah Standar, Garansi/Jaminan, Pengiklanan, Cara Menjual dan Klausula Baku.

Tabel 1.1-4 Hasil Pengawasan Barang Beredar Tahun 2024

Parameter	Sesuai	Tidak Sesuai	Proses Uji	Total
SNI	160	78	101	339
LABEL	154	13	0	167
MKG	111	20	0	131
K3L	86	23	25	134
Jumlah	500	124	147	771
Persentase	64,85%	16,08%	19,07%	100%

Sumber: Direktorat Pengawasan Barang Beredar Dan Jasa, Ditjen PKTN (data s/d Desember 2024)

Jumlah barang yang diawasi pada Tahun 2024 oleh Direktorat Pengawasan Barang Beredar dan Jasa adalah sebesar 771 barang, dengan rincian: i) Pengawasan SNI sebanyak 339 barang; ii) Pengawasan Label sebesar 167 barang; iii) Pengawasan MKG sebanyak 131 barang; iv) Pengawasan K3L sebanyak 134 barang. Dari 771 jumlah barang yang diawasi, sebesar 500 barang telah memenuhi standar mutu, keamanan, dan ketentuan hukum yang berlaku untuk dapat beredar di pasar. Sedangkan sebanyak 124 barang yang diawasi tidak sesuai dengan ketentuan, sehingga diperlukan tindak lanjut atas barang yang tidak sesuai tersebut.

Tabel 1.1-5 Kesesuaian Hasil Pengawasan Barang Beredar Tahun 2024

Target pengawasan	Target Sesuai Ketentuan	Realisasi Pengawasan	Realisasi Sesuai Ketentuan	Persentase Sesuai Ketentuan	Capaian
750 Barang	62%	771 Barang	500 Barang	64,85%	104,60%

Sumber: Direktorat Pengawasan Barang Beredar dan Jasa, Ditjen PKTN (data per 20 Desember 2024)

Realisasi kesesuaian barang beredar yang diawasi pada Tahun 2024 adalah sebesar 64,85%, dengan capaian sebesar 104,60% jika dibandingkan dengan target kesesuaian barang beredar yang diawasi Tahun 2024 sebesar 62% barang yang diawasi sesuai dengan ketentuan.

Selain melaksanakan pengawasan terhadap barang, Direktorat Pengawasan Barang Beredar dan Jasa juga melaksanakan pengawasan terhadap pelaku usaha jasa. Parameter pengawasan jasa berdasarkan Permendag Nomor 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar dan/atau Jasa antara lain adalah Standar, Garansi/Jaminan, Pengiklanan, Cara Menjual dan Klausula Baku. Jumlah jasa yang diawasi pada Tahun 2024 oleh Direktorat Pengawasan Barang Beredar dan Jasa adalah sebesar 100

pelaku usaha jasa. Dari 100 jumlah pelaku usaha jasa yang diawasi, sebesar 46 pelaku usaha telah memenuhi standar mutu, keamanan, dan ketentuan hukum yang berlaku. Sedangkan sebanyak 54 pelaku usaha jasa yang diawasi tidak sesuai dengan ketentuan, sehingga diperlukan tindak lanjut atas jasa yang tidak sesuai tersebut.

Tabel 1.1-6 Kesesuaian Hasil Pengawasan Jasa Tahun 2024

Target pengawasan	Target Sesuai Ketentuan	Realisasi Pengawasan	Realisasi Sesuai Ketentuan	Persentase Sesuai Ketentuan	Capaian
100 Pelaku Usaha	44%	100 Pelaku Usaha	46 Pelaku Usaha	46%	104,55%

Sumber: Direktorat Pengawasan Barang Beredar dan Jasa, Ditjen PKTN (data per 20 Desember 2024)

Realisasi kesesuaian jasa yang diawasi pada Tahun 2024 adalah sebesar 46%, dengan capaian sebesar 104,55% jika dibandingkan dengan target kesesuaian jasa yang diawasi Tahun 2024 sebesar 44% pelaku usaha jasa yang diawasi sesuai dengan ketentuan.

Dalam hal SDM pengawasan akan fokus pada peningkatan kapasitas (*capacity building*) di bidang e-commerce, dengan memprioritaskan penguatan kompetensi melalui pelatihan dan kerjasama dengan lembaga internasional seperti *The Office for Product Safety and Standards* (OPSS) di Inggris serta *International Consumer Protection Enforcement Network* (ICPEN). Pelatihan ini akan dilaksanakan baik di dalam negeri maupun luar negeri untuk memastikan bahwa SDM memiliki keterampilan yang sesuai dengan tantangan yang ada. Selain itu, akan dibentuk tim khusus yang akan menangani pengawasan di sektor e-commerce, yang diharapkan dapat meningkatkan efektivitas pengawasan dan penegakan hukum di bidang ini. Langkah ini juga akan mempengaruhi perubahan regulasi, termasuk penggabungan Permendag 69/2018 tentang Pengawasan Barang Beredar dan/atau Jasa dengan Permendag 36/2018 tentang Pengawasan Kegiatan Perdagangan. Selain itu, akan ada pembaruan dalam pengukuran indeks tertib mutu, di mana tindak lanjut terhadap barang yang terlibat dalam pengawasan perlu lebih jelas dan terukur. Untuk meningkatkan akurasi pengukuran, penting untuk menerapkan metode pengambilan sampel secara acak (*random sampling*), guna menghindari potensi bias dan memastikan proses pengawasan berjalan objektif dan transparan.

Mengenai digitalisasi pengawasan, *Indonesian Market Surveillance (INAMS)* dan *Indonesia National Single Window (INSW)* sedang dikembangkan untuk meningkatkan efektivitas pengawasan. Saat ini, masih terdapat kelemahan dalam penentuan prioritas pengawasan. Sistem database yang ada sedang dikembangkan dan diharapkan dapat mengatasi kelemahan tersebut. Input data pengawasan masih dilakukan secara manual. Perlu juga dibentuk forum teknis koordinasi pengawasan untuk meningkatkan sinergi antar instansi.

1.1.3.3 KENDALI MUTU

Kendali mutu pada perlindungan konsumen merujuk pada upaya untuk memastikan bahwa produk atau jasa yang disediakan kepada konsumen memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan, aman untuk digunakan, dan sesuai dengan harapan konsumen. Bertujuan untuk melindungi konsumen dari produk yang tidak berkualitas, berbahaya, atau tidak sesuai dengan klaim yang ada, serta untuk menjaga kepuasan konsumen. Indeks Kendali Mutu (IKM) merupakan indikator yang digunakan

untuk mengukur keberhasilan sasaran program meningkatnya mutu yang terkendali. IKM dihitung dari komposit dari persentase eksportir yang tertelusur mutunya (40,3%), persentase LSPro yang memenuhi ketentuan (37,3%), dan persentase laboratorium pengujian BPSMB yang nilai Uji Profisiensinya memuaskan (22,4%) dengan pembobotan indikator komposit melalui metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP)



Gambar 1.1-31 Perbandingan IKM 2020-2024

Sumber: Laporan Kinerja PKTN tahun 2024

Berdasarkan data di atas, realisasi indeks kendali mutu tahun 2024 sebesar 73,13, lebih tinggi dibandingkan target sebesar 70 dengan capaian sebesar 104,47%. Hal ini dikarenakan capaian dua dari tiga indikator komposit pembentuknya di atas 100% dan capaian satu indikator komposit lainnya sesuai target. Indikator komposit yang melebihi target adalah indikator komposit persen eksportir yang tertelusur mutunya sebesar 105,11% dan indikator komposit persentase laboratorium pengujian BPSMB yang nilai uji profisiensinya memuaskan sebesar 113,92%.

Tabel 1.1-7 kenaikan realisasi komposit Indeks Kendali Mutu

Uraian	2020	2021	2022	2023	2024
% Eksportir yang tertelusur mutunya	7,4	14,81	22,22	31,48	38,89
% LSPro yang memenuhi ketentuan	100	100	100	100	100
% Laboratorium Pengujian BPSMB yang nilainya memuaskan	80	80	91,89	100	90

Sumber: Direktorat Standardisasi dan Pengendalian Mutu, Ditjen PKTN (diolah)

Secara rinci penjelasan capaian 3 (tiga) indikator pembentuk IKM adalah sebagai berikut:

- a. Persentase Eksportir yang tertelusur mutunya

Meningkatnya mutu barang yang terkendali dapat dilihat dari indikator persentase eksportir yang tertelusur mutu produknya. Indikator ini dihitung dari data pemantauan mutu Bahan Olah Komoditas Ekspor (Bokor) lada dan pala yang secara konsisten akan dilakukan dalam lima tahun (dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2024). Hasil pemantauan mutu produk akan memberikan ketertelusuran mutu yang dihasilkan mulai dari petani, pedagang pengumpul sampai eksportir.

Data dan informasi mutu lada dan pala yang diperoleh pada setiap tingkatan (petani-pedagang pengumpul-eksportir) dapat digunakan sebagai informasi awal dalam melakukan pembinaan kepada stakeholder dalam meningkatkan mutu produknya. Disamping itu pemilihan kedua komoditas tersebut mempertimbangkan kebutuhan penyediaan data untuk penyusunan posisi pada kerjasama internasional seperti organisasi *International Pepper Community* (IPC) dan *Codex Alimentarius* FAO-WHO serta menjawab permasalahan/hambatan mutu produk di negara tujuan ekspor terutama di pasar Uni Eropa. Perhitungan persentase eksportir yang tertelusur mutunya diformulasikan dengan rumus berikut:

Persentase Ekportir tertelusur mutunya

$$= \frac{\text{Eksportir yang dipantau yang tertelusur mutunya}}{\text{Eksportir lada dan pala}} \times 100\% \\ = \frac{21}{54} \times 100\% = 38,89\%$$

Untuk mendapatkan data ketertelusuran mutu bokor pala dan lada, dilakukan pengambilan contoh bokor di tingkat petani, pedagang pengumpul dan eksportir, kemudian dilakukan pengujian contoh bokor di laboratorium Balai Pengujian Mutu Barang Direktorat Standardisasi dan Pengendalian Mutu Kementerian Perdagangan. Sampai dengan tahun 2024 telah dilakukan pemantauan mutu pala di Provinsi Sulawesi Utara (7 eksportir), dan pemantauan mutu lada di Provinsi Bangka dan Belitung (5 eksportir), Lampung (6 eksportir), Sulawesi Selatan (1 eksportir), Maluku (2 eksportir). Secara akumulasi dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2024 telah diperoleh 21 (dua puluh satu) eksportir yang dipantau mutu produknya dari total 54 eksportir (jumlah eksportir sesuai data Direktorat Ekspor Produk Pertanian dan Kehutanan Ditjen Perdagangan Luar Negeri untuk komoditas lada dan pala), sehingga realisasi persentase eksportir yang tertelusur mutu produknya sebesar 38,89% dengan capaian sebesar 105,11%. Eksportir yang dilakukan pemantauan ketertelusuran mutunya adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1-8 Eksportir Yang Dilakukan Pemantauan Ketelusuran Mutu

No	Eksportir	Provinsi	Komoditi	Keterangan
1.	PT. Aman Jaya Perdana	Lampung	Lada Hitam	Dilakukan pemantauan mutu tahun 2020
2.	PT. Bangka Alam Sejahtera	Bangka Belitung	Lada Putih	Dilakukan pemantauan mutu tahun 2020
3.	CV. Multi Rempah Sulawesi	Sulawesi Utara	Pala	Dilakukan pemantauan mutu tahun 2020
4.	PT. Gunung Intan Permata	Sulawesi Utara	Pala	Dilakukan pemantauan mutu tahun 2020
5.	CV. Jaya Alam Sentosa	Bangka Belitung	Lada Putih	Dilakukan pemantauan mutu tahun 2021
6.	PT. Putra Nusantara	Lampung	Lada Hitam	Dilakukan pemantauan mutu tahun 2021
7.	PT. Putra Bali Adyamulia	Lampung	Lada Hitam	Dilakukan pemantauan mutu tahun 2021
8.	CV. Indospice	Sulawesi Utara	Pala	Dilakukan pemantauan mutu tahun 2021
9.	Agri Spice Indonesia	Lampung	Lada Hitam	Dilakukan pemantauan mutu tahun 2022
10.	PT. Makro Jaya Lestari	Bangka Belitung	Lada Putih	Dilakukan pemantauan mutu tahun 2022
11.	CV. Indo Damai	Sulawesi Utara	Pala	Dilakukan pemantauan mutu tahun 2022

No	Eksportir	Provinsi	Komoditi	Keterangan
12.	PT. Pancaran Berkat Mulia	Sulawesi Utara	Pala	Dilakukan pemantauan mutu tahun 2022
13.	CV. Indobhakti Makmur	Bangka Belitung	Lada Putih	Dilakukan pemantauan mutu tahun 2023
14.	PT. Billiton Rempah Indonesia	Bangka Belitung	Lada Putih	Dilakukan pemantauan mutu tahun 2023
15.	CV. Pulau Siau	Sulawesi Utara	Pala	Dilakukan pemantauan mutu tahun 2023
16.	PT. Tropika Rempah Raharja	Sulawesi Utara	Pala	Dilakukan pemantauan mutu tahun 2023
17.	CV. Surya Mandiri	Sulawesi Selatan	Lada	Dilakukan pemantauan mutu tahun 2023
18.	PT. Ekosistem Bumi Lestari	Maluku	Pala	Dilakukan Pemantauan Mutu TA 2024
19.	PT. Putrabali Adyamulya	Bandar Lampung	Lada Hitam	Dilakukan Pemantauan Mutu TA 2024
20.	PT. Prava Indonesia	Bandar Lampung	Lada Hitam	Dilakukan Pemantauan Mutu TA 2024
21.	PT. Kambotti Rempah Maluku	Maluku	Pala	Dilakukan Pemantauan Mutu TA 2024

Sumber: Direktorat Standardisasi dan Pengendalian Mutu, 2024

b. Persentase LSPro yang memenuhi ketentuan

Meningkatnya mutu barang yang terkendali sangat dipengaruhi oleh kinerja dari Lembaga Penilai Kesesuaian (LPK) dalam hal ini adalah Lembaga Sertifikasi Produk (LSPro). Kinerja LSPro dapat dinilai melalui kepatuhan dalam memenuhi ketentuan yang terdapat dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 21 Tahun 2023 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 26 Tahun 2021 tentang Penetapan Standar Kegiatan Usaha dan Produk Pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Perdagangan.

Untuk barang yang telah diberlakukan SNI dan/atau regulasi teknis secara wajib harus disertifikasi oleh LSPro yang terdaftar di Kementerian Perdagangan. Hal ini dimaksudkan agar LSPro tersebut dapat melakukan sertifikasi sesuai ketentuan sehingga sertifikat produk yang dihasilkan memberikan jaminan kepada konsumen maupun pelaku usaha bahwa produk tersebut telah memenuhi SNI dan/atau regulasi teknis, serta memenuhi aspek keselamatan, keamanan, kesehatan dan pelestarian lingkungan hidup (K3L). Perhitungan persentase LSPro yang memenuhi ketentuan diformulasikan dengan rumus berikut:

Persentase LSPro yang memenuhi ketentuan

$$= \frac{\text{Jumlah LSPro terdaftar yang memenuhi ketentuan}}{\text{Jumlah LSPro terdaftar}} \times 100\%$$

Dalam rangka memelihara unjuk kinerja LSPro, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 21 Tahun 2023 tentang Penetapan Standar Kegiatan Usaha dan Produk pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Perdagangan mewajibkan LSPro terdaftar untuk melaporkan kinerjanya secara bulanan kepada Direktur Standardisasi dan Pengendalian Mutu. Pada tahun 2024 terdapat 2 LSPro yang melakukan pengajuan pencabutan pendaftaran karena status akreditasinya dicabut oleh KAN (LSPro UPTD Balai Pengujian Standar dan Mutu Barang (BPSMB) Medan dan LSPro Balai Teknologi Polimer), sehingga sampai saat ini terdapat 54 LSPro terdaftar yang memenuhi ketentuan, yaitu :

Tabel 1.1-9 Daftar Lembaga Penilaian Kesesuaian (LPK)

No	Lembaga Penilaian Kesesuaian (LPK)	N o	Lembaga Penilaian Kesesuaian (LPK)
1.	LSPro Pusat Pengujian Mutu Barang (PPMB)	28.	Balai Riset dan Standardisasi Industri dan Perdagangan Samarinda (LSPro Samarinda ETAM)
2.	Balai Besar Teknologi Kekuatan Struktur (B2TKS) - (LSPro LUK)	29.	PT. Integrita Global Sertifikat
3.	Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang (BPSMB) Surabaya	30.	Pusat Penelitian Kopi dan Kakao CCQC
4.	Balai Sertifikasi Industri (BSI)	31.	Balai Besar Kerajinan dan Batik (BBKB) - (LSPro TOEGOE)
5.	Balai Besar Teknologi Pencegahan Pencemaran Industri Semarang (BTPPI Semarang)	32.	PT. Carsurin
6.	Balai Riset dan Standardisasi Industri Surabaya	33.	PT. Qualis Indonesia
7.	Balai Riset dan Standardisasi (Baristand) Industri Medan	34.	PT. SGS Indonesia
8.	Balai Riset dan Standardisasi Industri Palembang (LSPro BIPA Palembang)	35.	BPPMB Propinsi Sulawesi Selatan
9.	Balai Besar Industri Agro (BBIA)	36.	Balai Riset dan Standardisasi Industri Pontianak (LSPro Borneo)
10.	PT. Surveyor Indonesia	37.	PT. Penilai Standar Nasional (PSN)
11.	PT. PLN (Persero) Pusat Sertifikasi - (LSPro LMK)	38.	PT. Intertek Utama Services
12.	Balai Besar Industri Hasil Perkebunan (BBIHP) Makassar	39.	PT. UL International Indonesia
13.	Balai Besar Barang dan Barang Teknik (B4T)	40.	PT. IAPMO Group Indonesia,
14.	Balai Besar Kulit, Karet dan Plastik (BBKKP) - Jogja Product Assurance (JPA)	41.	PT. Global Inspeksi Sertifikasi
15.	Balai Besar Kimia dan Kemasan (BBKK) – Chempack	42.	PT. Anugerah Global Superintending (LSPro AGS)
16.	Balai Besar Keramik (BBK) - (LSPro CENCERA)	43.	PT. Sertifikasi Produk Indonesia
17.	PT. TUV Rheinland Indonesia	44.	PT Multicert Global Indonesia
18.	Sucofindo ICS	45.	Baristand Industri Banjarbaru
19.	PT. Turangga Tosan Indonesia	46.	PT. Solusi Sertifikasi Nasional Indonesia
20.	Balai Riset dan Standardisasi (Baristand) Industri Bandar Lampung	47.	Balai Standardisasi dan Pelayanan Jasa Industri Pekanbaru
21.	ILPro – IPB	48.	PT. ICP Elaborasi Surabaya
22.	Balai Riset dan Standardisasi (Baristand) Industri Aceh	49.	PT. Vertex Global Indonesia
23.	Balai Besar Logam dan Mesin – MIDC	50.	LSPro BPSMB Surakarta
24.	Balai Riset dan Standardisasi (Baristand) Industri Padang	51.	LSPro Balai Besar Pulp dan Kertas
25.	UPT Balai Pengujian Standar dan Mutu Barang (BPSMB) Riau	52.	Direktorat Alat dan Mesin Pertanian Ditjen Prasarana dan Sarana Pertanian - LSPro Alsintan
26.	Balai Besar Textil (BBT) – TEXPA	53.	PT. Anindya Certification and Testing
27.	PT. CEPRINDO	54.	LSPro Balai Besar Pengujian Minyak dan Gas Bumi LEMIGAS

Sumber: Direktorat Standardisasi dan Pengendalian Mutu, 2024

Pada tahun 2024 semua LSPro terdaftar tersebut sudah melakukan pelaporan bulanan tepat waktu melalui SIMPKTN. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan formulasi di atas, realisasi persentase LSPro yang memenuhi ketentuan sampai dengan tahun 2024 sebesar 100% dari target 100%, dengan capaian 100%:

$$\text{Percentase LSPro yang Memenuhi Ketentuan} = \frac{54}{54} \times 100\%$$

$$\text{Percentase LSPro yang Memenuhi Ketentuan} = 100\%$$

- c. Persentase Laboratorium Pengujian Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang (BPSMB) yang nilai uji profisiensinya memuaskan

Meningkatnya mutu barang yang terkendali juga sangat dipengaruhi ketersediaan infrastruktur pengujian parameter mutu produk yang unjuk kerjanya baik. Unjuk kinerja laboratorium pengujian salah satunya dapat dilihat dari hasil uji profisiensinya. Uji Profisiensi merupakan salah satu cara untuk melihat unjuk kerja suatu laboratorium terhadap laboratorium lainnya. Laboratorium pengujian yang memiliki nilai uji profisiensi memuaskan dan/atau nilai UP nya sesuai nilai acuan adalah laboratorium yang memiliki kinerja pengujian yang baik. Perhitungan persentase Laboratorium Pengujian BPSMB yang nilai uji profisiensinya memuaskan diformulasikan dengan rumus berikut:

%BPSMB yang nilai uji profisiensinya memuaskan

$$= \frac{\text{BPSMB peserta UP yang mendapatkan nilai UP memuaskan}}{\sum \text{BPSMB peserta UP}} \times 100\%$$

$$\%BPSMB yang nilai uji profisiensinya memuaskan = \frac{9}{10} \times 100\% = 90\%$$

Uji Profisiensi merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kinerja laboratorium melalui uji banding antar laboratorium peserta uji profisiensi sehingga dapat dilihat kinerja laboratorium dan teridentifikasi permasalahan-permasalahannya untuk dilakukan tindakan perbaikan berkelanjutan. Rangkaian uji profisiensi terdiri dari penyampaian program uji profisiensi pada kegiatan workshop uji profisiensi untuk BPSMB dan LRPP, selanjutnya bimbingan teknis pengujian uji profisiensi untuk BPSMB, dan pengiriman uji profisiensi. Sebelum program disampaikan kepada peserta, penyelenggara uji profisiensi melakukan uji fisibilitas untuk memastikan kehomogenan dan kestabilan kandidat dan parameter obyek uji profisiensi sesuai dengan yang telah diprogramkan. Hasil uji profisiensi disampaikan pada kegiatan workshop dilaksanakan pada minggu ke-4 bulan Oktober. Nilai Persentase Laboratorium Pengujian BPSMB yang nilai uji profisiensinya memuaskan pada tahun 2024 sebesar 90%.

Kementerian Perdagangan telah merevisi Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 26 Tahun 2021 tentang Penetapan Standar Kegiatan Usaha dan Produk pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko. Revisi ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas pengaturan dan pengawasan standar kegiatan usaha dan produk di sektor perdagangan. Selain itu, pengawasan jasa akan mengacu pada Rencana Induk Pengembangan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI). SKKNI akan diberlakukan setelah Standar Nasional Indonesia (SNI) ditetapkan. Dalam Permendag Rencana Induk Pelaksanaan (RIP) yang baru, Standar Layanan Terintegrasi (Standalitu) akan berperan sebagai sekretariat dan fasilitator dalam penyusunan standar.

Edukasi perjanjian baku sebaiknya diintegrasikan ke dalam program Pemberdayaan Konsumen. Edukasi perlu dilakukan secara berkelanjutan dan disertai dengan parameter dan pelatihan SDM pengawasan Standalitu. Kerjasama antara komite teknis perdagangan dengan Badan Standardisasi Nasional (BSN) dan Kementerian Ketenagakerjaan (Komite Standar Kompetensi) perlu ditingkatkan untuk memastikan koordinasi dan sinkronisasi dalam penyusunan dan implementasi standar.

Dalam pengaturan tertib mutu pra-pasar, perlu adanya keterlibatan lembaga yang bergerak di sektor keuangan, seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Kerjasama antara Ditjen PKTN, dan Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) perlu dilanjutkan untuk meningkatkan standardisasi. Perlu ada pengaturan mengenai detail standar yang akan dibakukan, seperti bentuk, huruf, penggunaan kertas, dan lambang. Pemberian logo SNI, seperti logo safety microwave dan recycle, perlu diperluas. Koordinasi dengan kementerian/lembaga (K/L) teknis yang mengakomodasi SNI juga perlu ditingkatkan. Undang-Undang Standar Produk dan Jasa (UU PK) mengamanatkan bahwa dokumen SNI wajib ditetapkan oleh kementerian teknis terkait.

1.1.3.4 TERTIB NIAGA

Tertib niaga dalam perlindungan konsumen merujuk pada prinsip dan praktik yang memastikan transaksi perdagangan dilakukan secara jujur, adil, transparan, dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Dalam memastikan tertib niaga dapat berperan dalam menciptakan iklim perdagangan yang sehat di mana konsumen dilindungi dari praktik-praktik bisnis yang merugikan atau tidak adil, serta untuk menjamin keberlanjutan dan kepercayaan dalam hubungan antara produsen, pedagang, dan konsumen.

Indikator yang digunakan dalam mengukur keberhasilan pencapaian tingkat kepatuhan tertib niaga ini adalah Indeks Tertib Niaga yang didefinisikan melalui perhitungan komposit antara indikator pendukung “Persentase Ketaatan Pelaku Usaha Kegiatan Perdagangan” dan “Persentase PIB Post Border yang Sesuai Ketentuan” yang berlaku pada nomenklatur Renstra 2020-2024. Pada Renstra 2025-2029 terdapat perubahan nomenklatur “Persentase PIB Post Border yang Sesuai Ketentuan” menjadi “Persentase Ketaatan Pelaku Usaha Post Border”. Pada Tabel 1.1-10 menunjukkan hasil capaian Indeks Tertib Niaga dengan nomenklatur indikator pada Renstra 2020-2024. Dalam mencapai Tingkat kepatuhan Tertib Niaga, pengawasan dilaksanakan oleh Direktorat Tertib Niaga (Pusat) dan 4 (empat) Balai Pengawasan Tertib Niaga yaitu BPTN Bekasi, BPTN Medan, BPTN Surabaya dan BPTN Makassar.

Tabel 1.1-10 Capaian Indeks Tertib Niaga Tahun 2020-2024

Sasaran Program	Indikator Kinerja Program	Realisasi/Capaian					
		2020	2021	2022	2023	2024	2025 TW 1
Meningkatnya konsumen berdaya dan	Indeks Tertib Niaga	53,64	68,35	59,11	69,81	71,70	58,97
	a. Persentase Ketaatan Pelaku Usaha Dalam Tertib Niaga	51,33	69,19	57,69	68,76	75,65	50,50

Sasaran Program	Indikator Kinerja Program	Realisasi/Capaian					
		2020	2021	2022	2023	2024	2025 TW 1
pelaku usaha yang bertanggungjawab	b. Persentase PIB Post Border yang Sesuai Ketentuan	60,55	65,84	63,35	72,94	59,91	84,27

Sumber: Laporan Kinerja Direktorat Tertib Niaga, 2020-2024

Dalam 5 (lima) tahun terakhir (2020-2024), Indeks Tertib Niaga (ITN) selalu mencapai target yang telah ditetapkan. Pada tahun 2024, realisasi ITN sebesar 71,70 dengan capaian sebesar 102,42% dibandingkan target ITN tahun 2024 sebesar 70. Pada tahun 2024, target pengawasan kegiatan perdagangan Direktorat Tertib Niaga melakukan pengawasan perdagangan terhadap 386 pelaku usaha di berbagai daerah antara lain Jabodetabek, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Banten, Yogyakarta, Bali, Maluku, Papua, Papua Barat, Riau, Sulawesi Selatan, Sulawesi Utara, Sulawesi Tengah, Sumatera Utara, Sumatera Selatan, Aceh, Kalimantan Tengah, Nusa Tenggara Timur, dan Kalimantan Timur. Kegiatan perdagangan yang dilakukan pengawasan antara lain Distribusi Bahan Pokok dan Penting, Distribusi Barang Yang Diatur, Ekspor, Impor (Post Audit), Perdagangan Dalam Negeri dan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), serta Perdagangan Lainnya (Pameran, LPK, Perdagangan Antar Pulau, Jasa Survei, Izin Usaha Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, perizinan barang K3L).

Tabel 1.1-11 Jumlah Pengawasan Pelaku Usaha oleh Direktorat Tertib Niaga, 2024

Subjenis Pengawasan	Tidak Sesuai	Sesuai	Grand Total
Distribusi Bahan Pokok dan Penting	7	86	93
Distribusi Barang yang Diatur	21	50	71
Ekspor		5	5
Impor (Post Audit)	30	39	69
Perizinan Perdagangan Dalam Negeri dan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE)	30	95	125
Perdagangan Lainnya	6	17	23
Grand Total	94	292	386

Sumber: Direktorat Tertib Niaga, Ditjen PKTN (data per 31 Desember 2024)

Jumlah pengawasan pelaku usaha yang diawasi pada Tahun 2024 oleh Direktorat Tertib Niaga adalah sebesar 386 pelaku usaha, dengan rincian: i) Pengawasan Distribusi Bahan Pokok dan Penting sebanyak 93 pelaku usaha; ii) Pengawasan Distribusi Barang yang Diatur sebesar 71 pelaku usaha; iii) Pengawasan Ekspor sebanyak 5 pelaku usaha; iv) Pengawasan Impor (Post Audit) sebanyak 69 pelaku usaha; v) Pengawasan Perizinan Perdagangan Dalam Negeri dan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) sebanyak 125 pelaku usaha; dan vi) Pengawasan Perdagangan Lainnya sebanyak 23 pelaku usaha. Dari 386 jumlah Pelaku Usaha yang diawasi, sebesar 292 Pelaku Usaha telah memenuhi ketentuan perizinan kegiatan perdagangan. Sedangkan sebanyak 94 Pelaku Usaha yang diawasi tidak sesuai dengan ketentuan, sehingga diperlukan tindak lanjut.

Bagi pelaku usaha yang diduga tidak memenuhi ketentuan akan dilakukan pengamanan sementara terhadap barang yang dianggap sebagai bukti awal dan/atau lokasi atau tempat Barang ditemukan dan dilakukan pemanggilan klarifikasi. Bagi pelaku usaha yang belum memenuhi ketentuan dimaksud akan diberikan rekomendasi berupa sanksi administratif dan/atau sanksi pidana (batasan sampai dengan diterbitkannya Surat Perintah Dimulainya Penyidikan/SPDP).

Tabel 1.1-12 Kesesuaian Hasil Pengawasan Kegiatan Perdagangan Tahun 2024

Target Pengawasan	Target Sesuai Ketentuan	Realisasi Pengawasan	Realisasi Sesuai Ketentuan	Persentase Sesuai Ketentuan	Capaian
325 Pelaku Usaha	70%	386 Pelaku Usaha	292 Pelaku Usaha	75.65%	108.07%

Sumber: Direktorat Tertib Niaga, Ditjen PKTN (data per 31Desember 2024)

Realisasi kesesuaian pelaku usaha kegiatan perdagangan yang diawasi pada Tahun 2024 adalah sebesar 75,65%, dengan capaian sebesar 108,07% jika dibandingkan dengan target kesesuaian pelaku usaha kegiatan perdagangan yang diawasi Tahun 2024 sebesar 70% pelaku usaha kegiatan perdagangan yang diawasi sesuai dengan ketentuan.

Ukuran keberhasilan atas upaya Kementerian Perdagangan untuk menjamin kepastian hukum dalam menjalankan dan menunjang perkembangan usaha perdagangan dalam negeri dan luar negeri, meningkatkan daya saing kegiatan usaha di dalam negeri, serta mendorong terciptanya iklim usaha yang sehat, diperhitungkan melalui Indikator Kinerja Persentase PIB Post Border yang Sesuai Ketentuan.

Direktorat Tertib Niaga melakukan pengawasan Post Border melalui sampling pengawasan berdasarkan kategori data pemenuhan kewajiban PI, LS, dan/atau PI dan LS, kesesuaian pemenuhan kewajiban NPB, STRANAS-PK, serta verifikasi kesesuaian HS Code yang tercantum pada PIB dengan dokumen legalitasnya. Adapun jumlah sampling PIB yang ditargetkan untuk diperiksa pada Tahun 2024 yaitu 2.200 PIB atau setara dengan 2.200 Berita Acara (BA) hasil pemeriksaan PIB Post Border yang diawasi. Selain menggunakan jumlah sampling, pencapaian indikator kinerja ini juga dilakukan dengan memperhitungkan seluruh data PIB yang tercatat di sistem *e-reporting* Post Border pada tahun berjalan.

Pelaksanaan pengawasan Post Border ini dilakukan oleh Petugas Pengawas yang berada di Pusat (Direktorat Tertib Niaga) dan di keempat wilayah BPTN (Bekasi, Medan, Surabaya, dan Makassar). Pada sistem e-reporting Post Border periode Januari - Desember 2024, terdata sejumlah 230.148 PIB Siap Inspeksi dari total 569.584 PIB. Pada tahun 2024, telah diselenggarakan pengawasan Post Border terhadap 882 Pelaku Usaha dengan hasil pemeriksaan legalitas di lapangan yaitu 2.540 PIB atau setara dengan 2.540 BA yang terdiri dari 1.794 BA sesuai ketentuan dan 746 BA belum memenuhi ketentuan.

Tabel 1.1-13 Rekapitulasi pengawasan Post Border Direktorat Tertib Niaga dan BPTN tahun 2024

Unit	PIB Melanggar	PIB Tidak Melanggar	Jumlah PIB
Dit. Tertib Niaga (Pusat)	107	213	320
BPTN Makassar	57	386	443
BPTN Medan	118	434	552
BPTN Surabaya	187	575	762
BPTN Bekasi	277	186	463
Total PIB	746	1794	2540

Sumber: Direktorat Tertib Niaga, Ditjen PKTN (data per 31 Desember 2024)

Dengan memperhitungkan data PIB Tahun 2024, realisasi persentase PIB yang diperiksa yang Sesuai Ketentuan di Bidang Perdagangan sebesar 59,91% dengan capaian 85.58% dari target 70 PIB sesuai ketentuan. Adapun kendala dalam pencapaian target kinerja adalah penggunaan total data PIB dari sistem e-reporting yang bertujuan untuk mendapatkan hasil pengawasan yang menyeluruh, sehingga mempengaruhi hasil perhitungan capaian indikator kinerja. Kendala berikutnya belum optimalnya pelaksanaan pemeriksaan dan pengawasan post border terhadap notifikasi target pemeriksaan dan pengawasan terkait pemenuhan kewajiban NPB dan Ijin Tipe.

Berdasarkan peraturan Menteri Perdagangan no. 31 tahun 2023 tentang perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik diamanatkan bahwa dalam pengawasan perlu dibangun sistem pengawasan yang dapat digunakan Petugas pengawasan perdagangan dalam menentukan target pengawasan, merekam data hasil pengawasan, tindak lanjut hasil pengawasan serta publikasi terkait daftar prioritas pengawasan dan daftar hitam. Pembangunan sistem pengawasan dengan berbasis digitalisasi diharapkan dapat lebih menguatkan sinergitas dan integrasi sistem yang berkesinambungan dengan unit teknis terkait lainnya yang membidangi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Di samping itu, dengan adanya sistem pengawasan yang terintegrasi antar unit teknis dapat memberikan respon yang lebih cepat dan tepat terhadap isu yang terjadi di masyarakat terkait perdagangan melalui sistem elektronik.

Dalam rangka memperkuat sistem pengawasan, koordinasi dengan unit pengawasan barang beredar dan jasa telah dilakukan. Saat ini tengah disusun profiling pelaku usaha yang mencakup asal negara dan jenis komoditi. Upaya peningkatan efektivitas pengawasan juga direncanakan melalui penggunaan coding dalam pemilihan objek pengawasan untuk memitigasi risiko sejak awal. Selain itu, peningkatan kompetensi pengawas sangat diperlukan agar memiliki pemahaman yang komprehensif mengenai aspek tertib niaga, Metrologi Legal, dan aturan jasa. Mengingat keterbatasan SDM Balai Pengawasan, strategi pemberdayaan pengawasan melalui pemerintah daerah perlu dilakukan, dengan menyediakan pedoman yang jelas bagi pengawasan di tingkat daerah. Dari aspek kelembagaan, penambahan jumlah Balai Pengawasan Tertib Niaga (BPTN) patut dipertimbangkan untuk mengimbangi cakupan wilayah pengawasan yang luas, minimal tersedia di setiap pulau. Penguatan sistem juga dapat didukung oleh kolaborasi dengan Bea Cukai, mengingat institusi ini memiliki otoritas khusus berdasarkan undang-undang tersendiri.

Meskipun berbagai upaya telah dilakukan, terdapat sejumlah kendala yang masih dihadapi. Pemeriksaan dokumen belum dapat dilakukan secara optimal, sementara pengawasan post-border

baru bisa dilaksanakan setelah barang dilepas, sehingga menimbulkan jeda waktu antara penyampaian dokumen dan pelepasan barang. Selain itu, keterbatasan kewenangan daerah dalam pengawasan post-border menjadi hambatan tersendiri. Dalam konteks perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE), pengawasan masih berada di bawah koordinasi Menteri Koordinator terkait, dengan modul pengawasan elektronik yang saat ini masih dalam tahap penyusunan dan akan diintegrasikan ke dalam SIMPKTN.

Tantangan lain mencakup perlunya pemetaan pengawasan berbasis risiko dan profiling pelaku usaha secara lebih mendalam, dengan tetap memperhatikan kode etik dalam penyampaian data pelanggaran. Kolaborasi lintas kementerian/lembaga juga perlu diperkuat, khususnya dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika, Kementerian Keuangan, Lembaga National Single Window (LNSW), serta Badan Pangan Nasional (Bapanas). Pada tahap awal (tahun pertama dan kedua), kolaborasi dapat difokuskan pada kerja sama dengan Kementerian Keuangan terkait sistem kepabeanan, khususnya dalam integrasi data post-border dan harmonisasi prosedur pemeriksaan dokumen. Upaya ini diharapkan dapat mengurangi jeda waktu antara penyampaian dokumen dan pelepasan barang, serta meningkatkan efektivitas pengawasan lintas batas. Selanjutnya, kolaborasi akan diperluas dengan kementerian/lembaga lain untuk mendukung pengawasan berbasis risiko secara menyeluruh.

Dalam skema pengawasan, adanya pengambilan sampling Pemberitahuan Impor Barang (PIB) perlu didasarkan pada risiko, baik rendah, sedang, maupun tinggi. Strategi pengawasan langsung yang lebih efektif di perbatasan juga diperlukan untuk mencegah pelaku usaha yang melarikan diri. Kolaborasi dengan berbagai lembaga dan pemerintah daerah sangat penting dalam pengawasan, termasuk pencabutan izin bagi pelaku usaha yang berulang kali melanggar. Notifikasi pengawasan barang perlu dilakukan dengan hati-hati agar tidak merugikan industri.

Hingga saat ini, terdapat empat jenis Pengawas Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS) yang memiliki kegiatan pengawasan serupa, namun diatur oleh undang-undang yang berbeda. Oleh karena itu, diperlukan penggabungan PPNS dari berbagai bidang (PK, Metrologi, Perdagangan, dan Bapokting) disertai dengan uji kompetensi untuk menciptakan pengawas perdagangan yang lebih efektif. Selain itu, kendala yang dihadapi oleh PPNS PK, yang tidak memiliki wewenang untuk melakukan penyelidikan dan memiliki kompetensi yang berbeda dengan PPNS lainnya, perlu segera diatasi.

1.2 POTENSI DAN PERMASALAHAN

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai permasalahan, potensi, kelemahan, peluang, serta tantangan jangka menengah, baik di tingkat Kementerian/Lembaga maupun nasional, yang akan dihadapi dalam pelaksanaan tugas yang diamanatkan oleh RPJMN. Hal ini juga terkait dengan lingkup kewenangan Kementerian/Lembaga, serta upaya untuk mewujudkan Visi dan melaksanakan Misi Kementerian/Lembaga.

1.2.1 POTENSI

1.2.1.1 PENGUATAN SISTEM PENGAWASAN

Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (Ditjen PKTN) memiliki potensi besar dalam meningkatkan perlindungan konsumen di Indonesia melalui berbagai inisiatif strategis. Salah satu langkah penting adalah pemetaan dan pembentukan database jasa beserta potensi ancaman dari *dark pattern* yang sedang populer pada aktivitas perdagangan melalui sistem elektronik dengan risiko pencurian informasi data pribadi. Dalam era digital yang semakin kompleks, praktik bisnis online semakin marak dan inovatif. Namun, dibalik kemudahan yang ditawarkan, terdapat juga praktik-praktik yang merugikan konsumen, salah satunya adalah *dark pattern*.

Dark pattern merupakan desain antarmuka atau pola interaksi yang secara sengaja dirancang untuk memanipulasi pengguna agar melakukan tindakan yang tidak mereka inginkan. Praktik ini jelas bertentangan dengan prinsip perlindungan konsumen yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Cara menjual yang manipulatif ini, seperti yang dilakukan melalui dark pattern, dapat merugikan konsumen dalam berbagai hal, mulai dari keputusan pembelian yang tidak rasional hingga kerugian finansial.

Tantangan utama dalam pengawasan dark pattern di Indonesia adalah kecepatan perkembangan teknologi yang jauh lebih cepat dibandingkan dengan perkembangan regulasi. Munculnya inovasi baru dalam desain antarmuka seringkali diikuti dengan munculnya teknik dark pattern yang lebih canggih dan sulit dideteksi. Selain itu, kurangnya kesadaran masyarakat akan keberadaan dark pattern juga menjadi tantangan tersendiri. Banyak konsumen yang belum memahami bagaimana cara mengenali dan menghindari praktik-praktik manipulatif ini.

Berkaitan dengan UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen secara tegas mengatur mengenai hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha. Pasal 8 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang melakukan perbuatan yang dapat merugikan konsumen. Dark pattern jelas merupakan salah satu bentuk perbuatan yang merugikan konsumen karena melanggar prinsip-prinsip dasar dalam perlindungan konsumen, seperti hak atas informasi yang benar dan lengkap serta kebebasan memilih.

Dengan adanya pengawasan yang efektif terhadap dark pattern, diharapkan dapat tercipta iklim bisnis yang lebih sehat, konsumen menjadi lebih terlindungi, dan pertumbuhan ekonomi digital Indonesia dapat berjalan secara berkelanjutan. Pemetaan dan pembentukan database jasa memiliki peran yang penting dalam penentuan skala prioritas pengawasan perdagangan jasa dan perdagangan melalui sistem elektronik pada tahun anggaran berjalan. Hal ini bertujuan untuk memastikan efektivitas dari pengawasan bidang jasa dapat memiliki dampak yang positif terhadap perlindungan konsumen secara langsung dan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat.

Adapun ancaman yang dimaksud dari dark pattern merupakan potensi risiko berkurangnya perilaku belanja masyarakat yang mempengaruhi keberdayaan konsumen. Untuk menjawab tantangan

perlindungan konsumen di era digital, Ditjen PKTN juga dapat mengembangkan sistem pengawasan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) yang terintegrasi dan berbasis risiko. Sistem ini memungkinkan deteksi dini terhadap potensi pelanggaran, memastikan konsumen terlindungi dari produk atau layanan yang tidak memenuhi standar. Dengan berbagai langkah ini, Ditjen PKTN memiliki peluang untuk memperkuat kepercayaan konsumen sekaligus meningkatkan daya saing pelaku usaha di pasar nasional maupun global, khususnya untuk perdagangan di bidang layanan jasa yang variatif.

Selain itu, Penguatan sistem pengawasan yang efektif membutuhkan pendekatan menyeluruh untuk menjaga kualitas dan kepatuhan terhadap standar yang berlaku. Salah satunya dengan mengembangkan standar yang terukur, termasuk penyusunan Standard Operating Procedure (SOP) yang jelas dan terdokumentasi untuk setiap proses produksi atau layanan. Di samping itu, penting untuk mengadopsi standar internasional seperti ISO, yang memberikan pedoman global yang diakui, untuk memastikan produk atau layanan memenuhi kriteria mutu yang ketat.

Selain pengembangan standar, peningkatan kompetensi sumber daya manusia (SDM) melalui pelatihan dan sertifikasi berkala akan memastikan bahwa tenaga kerja memiliki keterampilan yang sesuai dengan tuntutan kualitas yang ditetapkan. Hal ini juga berlaku dalam penerapan sistem manajemen mutu seperti ISO 9001, yang berfungsi untuk memantau dan memastikan bahwa seluruh proses organisasi berjalan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Selain itu, umpan balik dari pelanggan dan stakeholder sangat penting untuk mengidentifikasi kelemahan atau area yang membutuhkan peningkatan, guna memastikan kepuasan pelanggan dan peningkatan berkelanjutan dalam proses dan produk yang ditawarkan.

1.2.1.2 PENINGKATAN KAPASITAS SDM

Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (Ditjen PKTN) berpeluang besar untuk meningkatkan efektivitas pengawasan melalui pengembangan sumber daya manusia (SDM) yang kompeten, khususnya di sektor e-commerce. Mengingat pesatnya perkembangan perdagangan digital, pengembangan SDM pengawasan menjadi langkah strategis untuk memastikan perlindungan konsumen dalam transaksi online. Melalui pelatihan di dalam dan luar negeri, pengawas e-commerce dapat diperkuat dengan pengetahuan global dan teknologi terbaru untuk mendeteksi dan menangani potensi pelanggaran. Langkah ini juga didukung dengan pembentukan tim khusus pengawasan e-commerce yang berfungsi sebagai garda depan dalam mengawasi praktik-praktik perdagangan digital yang sesuai dengan regulasi.

Selain itu, Ditjen PKTN dapat meningkatkan kompetensi pengawas di berbagai bidang seperti tertib niaga, metrologi, dan jasa. Upaya ini mencakup pelatihan teknis yang terfokus pada peningkatan kemampuan pengawas dalam memastikan kepatuhan pelaku usaha terhadap standar yang berlaku. Dengan SDM yang unggul dan terlatih, Ditjen PKTN tidak hanya mampu menciptakan sistem pengawasan yang efektif, tetapi juga meningkatkan kredibilitasnya dalam memberikan perlindungan kepada konsumen. Langkah ini akan memperkuat posisi Ditjen PKTN sebagai lembaga yang adaptif terhadap tantangan modern sekaligus berorientasi pada peningkatan kualitas layanan publik.

1.2.1.3 PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL

Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (Ditjen PKTN) memiliki peluang besar untuk meningkatkan efisiensi layanan dan edukasi melalui pengembangan teknologi dan pemanfaatan media digital. Pengembangan Indonesia National Monitoring System (INAMS) telah memungkinkan pencatatan serta pelaporan hasil pengawasan di lapangan secara real time. Selanjutnya, integrasi dengan Indonesia National Single Window (INSW) memberikan dukungan terhadap pengawasan perdagangan lintas batas yang lebih efektif. Pada sisi lain, Sistem Informasi Manajemen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (SIMPKTN) menyediakan layanan terpadu yang mencakup perizinan, pendaftaran, dan pengaduan konsumen. Keterbukaan informasi mutu produk juga semakin diperkuat melalui LAMANSITU (Layanan Mandiri Informasi Mutu) yang memberikan akses kepada masyarakat, pelaku usaha, dan konsumen terhadap data mutu produk dalam negeri maupun ekspor, serta infrastruktur mutu nasional.

Pemanfaatan kanal komunikasi digital, seperti akun resmi pada media sosial, menjadi instrumen untuk memperluas jangkauan edukasi publik terkait hak dan kewajiban konsumen maupun kewajiban pelaku usaha. Selain itu, Ditjen PKTN juga sedang mengembangkan mekanisme Online Dispute Resolution (ODR) sebagai sarana penyelesaian sengketa konsumen secara daring. Mekanisme ini diharapkan mampu mempercepat proses penyelesaian, menurunkan biaya yang ditanggung masyarakat, serta meningkatkan aksesibilitas perlindungan konsumen di seluruh wilayah Indonesia. Dengan terbangunnya ekosistem digital yang terintegrasi, mulai dari sistem pengawasan, mekanisme pengaduan, penyediaan informasi mutu, edukasi publik, hingga penyelesaian sengketa, Ditjen PKTN berpotensi memperkuat transparansi dan akuntabilitas layanan. Pemanfaatan teknologi digital ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat serta mendorong kepatuhan pelaku usaha, sehingga pada akhirnya tercipta ekosistem perdagangan yang lebih aman, adil, dan inklusif.

1.2.1.4 EDUKASI DAN PEMBERDAYAAN KONSUMEN

Dalam upaya memperkuat perlindungan konsumen, Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (Ditjen PKTN) memiliki potensi besar untuk mengoptimalkan edukasi dan pemberdayaan konsumen. Edukasi sejak dini menjadi salah satu langkah strategis yang dapat menciptakan generasi konsumen yang sadar akan hak dan tanggung jawabnya. Melalui program pendidikan di sekolah, anak-anak diajarkan konsep perlindungan konsumen, seperti pentingnya memilih produk yang aman dan memahami hak konsumen. Langkah ini memberikan dasar yang kuat untuk membentuk pola pikir yang kritis dan bertanggung jawab dalam transaksi sehari-hari.

Selain itu, Ditjen PKTN dapat memperluas cakupan edukasi melalui media sosial dan platform digital. Pemerintah dan pihak terkait memiliki peluang untuk lebih fokus pada perbaikan kebijakan perlindungan konsumen yang lebih responsif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi dan dinamika pasar. Ini termasuk penguatan regulasi terhadap e-commerce, penggunaan data pribadi, serta perlindungan konsumen digital. Kampanye interaktif yang memanfaatkan teknologi ini memungkinkan informasi mengenai edukasi konsumen, kmetrologian, standarisasi, tertib ukur

serta hal lain berkaitan dengan perlindungan konsumen sehingga menjangkau masyarakat luas secara efektif. Edukasi ini dapat dilengkapi dengan pengembangan modul pembelajaran yang mudah diakses dan self-assessment tools yang memungkinkan konsumen mengevaluasi tingkat pemahaman mereka.

Ditjen PKTN juga memiliki amanat untuk menjaga standar barang beredar dan jasa yang diperdagangkan, dan berkoordinasi dengan Lembaga berikut:

1. Badan Standardisasi Nasional (BSN) untuk koordinasi peran, tugas, dan fungsi:
 - a. Menetapkan standar yang disusun oleh Direktorat Standalitu
 - b. Mengkaji dan menyusun kebijakan nasional di bidang standardisasi nasional
 - c. Mengkoordinasikan kegiatan fungsional dalam pelaksanaan tugas BSN
 - d. Pelancaran dan pembinaan terhadap kegiatan instansi pemerintah di bidang standardisasi nasional
 - e. Penyelenggaraan kegiatan kerja sama dalam negeri dan internasional di bidang standardisasi.
2. Komite Akreditasi Nasional (KAN), untuk koordinasi dalam memberikan akreditasi terhadap Lembaga Penilaian Kesesuaian (LPK) dan Lembaga Sertifikasi Produk (LSPRO)
3. Lembaga Sertifikasi Produk untuk koordinasi peran, tugas, dan fungsi:
 - a. Pelayanan inspeksi kualitas dan kuantitas produk agar sesuai dengan standar teknis yang ditentukan
 - b. Menguji dan menganalisis untuk memastikan aspek mutu dan keamanan produk
 - c. Menyediakan sertifikasi sistem manajemen dan sertifikasi produk.

Selain Lembaga yang telah disebutkan di atas, Ditjen PKTN juga bekerjasama dengan Dinas Perdagangan Provinsi dan Kabupaten/Kota sebagai mitra pemerintah dalam pelaksanaan kebijakan dan strategi bidang Perdagangan

1.2.1.5 PERDAGANGAN JASA

Pengembangan perlindungan konsumen dalam perdagangan jasa merupakan langkah penting untuk menciptakan sektor jasa yang transparan, adil, dan bertanggung jawab. Mengingat pesatnya perkembangan sektor jasa di Indonesia, terutama di era digital, perlindungan konsumen perlu diperkuat dengan berbagai kebijakan dan sistem yang dapat menjaga hak-hak konsumen serta meningkatkan kualitas pelayanan dari penyedia jasa. Beberapa poin utama yang perlu dibahas dalam pengembangan perlindungan konsumen di sektor ini meliputi pengembangan SKKNI Jasa, pengawasan perdagangan jasa, dan pembentukan sistem pengawasan yang lebih efektif.

Pengembangan SKKNI Jasa menjadi langkah awal yang dapat dilakukan dalam memperkuat kualitas layanan jasa. Dengan adanya Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) yang jelas dan terupdate, diharapkan tenaga kerja di sektor jasa memiliki kompetensi yang sesuai dengan kebutuhan pasar. SKKNI ini akan membantu memastikan bahwa para penyedia jasa memenuhi standar profesionalisme dan kualitas yang diharapkan oleh konsumen. Hal ini tidak hanya

memberikan perlindungan bagi konsumen, tetapi juga meningkatkan daya saing sektor jasa Indonesia di pasar global. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah untuk terus memperbarui dan memperluas SKKNI, terutama di sektor-sektor jasa yang sedang berkembang, seperti jasa digital, pariwisata, dan layanan kesehatan.

Pengawasan perdagangan jasa juga merupakan aspek kunci dalam menciptakan perlindungan konsumen yang efektif. Untuk itu, diperlukan pengawasan yang ketat terhadap praktik perdagangan jasa agar penyedia jasa mematuhi standar yang ditetapkan dan tidak merugikan konsumen. Pengawasan ini meliputi pemantauan terhadap kualitas layanan, keakuratan informasi yang disampaikan, serta proses transaksi yang transparan. Sebuah lembaga pengawas khusus untuk sektor jasa yang memiliki kewenangan penuh untuk menindak penyedia jasa yang melanggar regulasi sangat diperlukan. Selain itu, penting untuk memberikan pemahaman kepada konsumen tentang hak-hak mereka, sehingga mereka dapat mengenali dan melaporkan jika terjadi ketidakadilan dalam pelayanan yang diterima.

Pembentukan sistem pengawasan jasa yang terpadu dan efisien juga menjadi hal yang sangat vital dalam meningkatkan perlindungan konsumen. Sistem pengawasan ini dapat memanfaatkan teknologi untuk memonitor dan mengevaluasi kinerja penyedia jasa secara real-time, sehingga tindakan korektif dapat segera diambil jika ditemukan pelanggaran. Di samping itu, membangun mekanisme pengaduan yang mudah diakses oleh konsumen juga menjadi bagian penting dalam sistem pengawasan ini. Konsumen perlu diberikan akses untuk melaporkan keluhan atau klaim terkait kualitas layanan yang mereka terima, dan pengaduan tersebut harus dapat diselesaikan dengan cepat dan adil.

Selain itu, penting untuk memperkuat regulasi dan edukasi konsumen. Regulasi yang mengatur perdagangan jasa perlu terus disesuaikan dengan dinamika pasar, termasuk perkembangan teknologi dan tren baru dalam sektor jasa. Edukasi kepada konsumen juga sangat diperlukan agar mereka mengetahui hak-hak mereka dalam menerima layanan yang sesuai dengan standar yang berlaku. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai hak mereka, konsumen dapat lebih proaktif dalam melindungi diri mereka sendiri, sehingga mendorong penyedia jasa untuk lebih bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan yang berkualitas.

1.2.1.6 PERDAGANGAN E-COMMERCE

Perdagangan *e-commerce* menawarkan potensi besar dalam meningkatkan perlindungan konsumen, terutama melalui pengawasan yang ketat terhadap praktik bisnis, keamanan transaksi, dan penyelesaian sengketa. Pengawasan terhadap e-commerce sangat penting untuk memastikan bahwa transaksi yang terjadi di platform digital berjalan dengan transparansi dan sesuai dengan regulasi yang berlaku. Hal ini mencakup pemantauan terhadap penjual dan produk yang ditawarkan untuk melindungi konsumen dari penipuan dan produk palsu. Dengan pengawasan yang tepat, platform e-commerce dapat menjaga kualitas dan keaslian produk, serta mencegah praktik bisnis yang merugikan konsumen.

Keamanan transaksi menjadi salah satu aspek utama dalam perlindungan konsumen di e-commerce. Konsumen yang berbelanja secara online seringkali khawatir akan penyalahgunaan data pribadi mereka. Oleh karena itu, platform *e-commerce* perlu menjamin perlindungan data pribadi dan transparansi dalam pengelolaan informasi tersebut. Dengan sistem pembayaran yang aman dan perlindungan terhadap data konsumen, platform e-commerce dapat membangun kepercayaan yang lebih besar di kalangan konsumen, serta menciptakan lingkungan yang lebih aman bagi mereka untuk melakukan transaksi.

Integrasi digitalisasi dalam pengaduan dan penyelesaian sengketa juga berperan penting dalam menciptakan perlindungan konsumen yang efektif. Dengan sistem pengaduan yang mudah diakses, konsumen dapat melaporkan masalah dengan cepat dan mendapatkan solusi yang tepat. Proses penyelesaian sengketa yang transparan dan otomatisasi dalam pengelolaannya memungkinkan konsumen untuk merasa lebih aman dalam bertransaksi. Secara keseluruhan, pengawasan yang ketat, keamanan transaksi, dan sistem pengaduan yang efisien akan memperkuat perlindungan konsumen dalam perdagangan e-commerce dan memastikan bahwa sektor ini terus berkembang dengan cara yang adil dan transparan.

1.2.1.7 SKEMA NON-TARIF PADA KEGIATAN METROLOGI LEGAL

Terbitnya Undang-undang Nomor 1 tahun 2022 tentang Hubungan keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah (UU HKPD), jenis retribusi tera dan tera ulang di daerah tidak lagi masuk daftar jenis retribusi daerah yang dapat dipungut kepada masyarakat dan pelaku usaha atas layanan yang diberikan oleh Pemerintah daerah. Ketentuan UU HKPD mulai efektif diberlakukan pada 5 Januari 2024, sebagai konsekuensi Pemerintah Daerah tidak dapat lagi memungut retribusi pelayanan tera dan tera ulang. Pengaturan ini tidak berlaku bagi pemerintah Pusat yang masih tetap dapat menarik pungutan biaya pelayanan di bidang Metrologi Legal sebagai Pendapatan Negara Bukan Pajak (PNBP) yang diatur dalam Undang-undang yang berbeda.

Skema Non-Tarif adalah produk regulasi yang diterapkan untuk memastikan bahwa produk yang beredar di pasar memenuhi standar kualitas dan keakuratan pengukuran yang dapat dipercaya. Skema non-tarif pada kegiatan Metrologi Legal berpotensi besar dalam meningkatkan perlindungan konsumen dengan memastikan bahwa pengecekan keakuratan pengukuran dalam perdagangan dan transaksi merupakan pelayanan pemerintah yang tidak berbayar. Alat ukur yang digunakan dalam sektor ekonomi, seperti takaran, timbangan, atau alat untuk mengukur volume produk, harus memenuhi regulasi yang telah ditetapkan. Melalui skema ini, alat ukur yang digunakan akan terkalibrasi dan ter-verifikasi secara berkala, mengurangi risiko pengukuran yang tidak akurat yang bisa merugikan konsumen. Hal ini sangat penting untuk mencegah penipuan atau kesalahan yang dapat terjadi akibat alat ukur yang tidak sesuai ketentuan teknis yang ditetapkan. Selain itu, skema non-tarif juga secara tidak langsung akan memperkuat transparansi dan akuntabilitas dalam transaksi. Ketika konsumen membeli produk atau jasa yang melibatkan pengukuran, seperti bahan bakar atau produk makanan, konsumen dapat yakin bahwa ukuran yang tercantum sesuai dengan kenyataan. Pengawasan Metrologi Legal membantu menjamin bahwa apa yang diterima konsumen

sesuai dengan yang dijanjikan oleh penjual, menciptakan pasar yang lebih adil dan transparan. Dengan demikian, konsumen dapat merasa lebih aman dan percaya dalam melakukan pembelian.

Skema ini juga berfungsi untuk mengurangi potensi sengketa antara konsumen dan pedagang atau produsen. Ketika terjadi perbedaan klaim mengenai ukuran atau jumlah produk, konsumen dapat mengandalkan pengukuran yang telah dilakukan oleh lembaga yang memiliki kompetensi dan kewenangan sebagaimana diatur secara hukum. Hal ini memungkinkan penyelesaian sengketa yang lebih cepat dan efisien, serta memastikan bahwa konsumen mendapat hak mereka.

1.2.1.8 SISTEM PENGENDALIAN METROLOGI LEGAL UNTUK ALAT UKUR PENGISI DAYA KENDARAAN LISTRIK

Perubahan iklim telah menjadi tantangan global yang mendesak. Sektor energi, terutama transportasi berbasis bahan bakar fosil, merupakan kontributor besar terhadap emisi Gas Rumah Kaca (GRK). Kendaraan konvensional menghasilkan CO₂, partikulat (PM), dan nitrogen oksida (NOx), yang memperburuk polusi udara dan meningkatkan pemanasan global. Konsumsi BBM di sektor transportasi menyumbang lebih dari 40% total konsumsi energi nasional, yang sebagian besar masih bergantung pada BBM impor dan menambah beban APBN serta neraca perdagangan.

Sebagai solusi, kendaraan listrik menjadi pilihan strategis untuk menjawab tantangan perubahan iklim dan kualitas udara. Kendaraan listrik memiliki efisiensi konversi energi lebih tinggi (lebih dari 80%) dibandingkan kendaraan BBM (20–30%) dan tidak menghasilkan emisi dari knalpot. Jika listriknya bersumber dari energi baru dan terbarukan (EBT), maka kendaraan listrik akan semakin ramah lingkungan dan mendukung transisi ke energi bersih.

Pertumbuhan kendaraan listrik di Indonesia mengalami percepatan seiring dengan komitmen pemerintah untuk mengurangi emisi karbon dan ketergantungan terhadap bahan bakar fosil. Para pengguna kendaraan listrik sudah mulai nyaman menggunakan kendaraan listrik dalam perjalanan, hal ini terlihat dari meningkatnya persentase jumlah kendaraan listrik yang digunakan pada saat mudik setiap periode Nataru dan Lebaran berdasarkan data dari Perusahaan Listrik Negara (PLN) sebagai berikut:

Tabel 1.2-1 Persentase Jumlah kendaraan Listrik yang Digunakan Saat Mudik

No	Periode	Jumlah Mobil EV Nasional (Unit)	Jumlah Mobil EV yang Mudik (Unit)	Prosentase EV Mudik (%)	Jumlah SPKLU Jalur Mudik (Unit)
1	Nataru 2023/2024	28.199	1.290	4,5	95
2	Lebaran 2024	39.898	4.314	10,8	248
3	Nataru 2024/2025	68.695	13.183	19	500
4	Lebaran 2025	78.000	31.200	40	1000

Sumber: PLN, 2025

Di samping itu, adanya produksi KBLBB di dalam negeri yang menjadikan harga KBLBB lebih kompetitif dan daya beli Masyarakat yang semakin meningkat, maka diproyeksikan pertumbuhan KBLBB akan terus meningkat hingga tahun 2030. Berdasarkan kajian, Kementerian ESDM

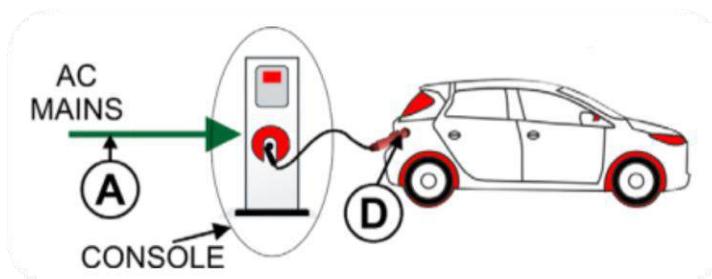
membuat Rencana Pengembangan SKPLU untuk Kendaraan Bermotor Berbasis baterai Tahun 2025 sampai dengan Tahun 2030. Rencana pengembangan tersebut dituangkan dalam Kepmen ESDM Nomor 23 Tahun 2025 yang memproyeksikan jumlah SPKLU pada tahun 2030 akan mencapai sebanyak 62.918 unit SPKLU.

Tabel 1.2-2 Proyeksi Jumlah SPKLU 2030

Proyeksi	Tahun (unit)						
	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
KBLBB	53.764	98.764	163.764	243.764	393.764	633.764	943.764
Rasio KBLBB/SPKLU	17:1	17:1	17:1	17:1	15:1	15:1	15:1
SPKLU	3.163	5.810	9.633	14.339	26.251	42.251	62.918

Sumber: Kementerian ESDM

Seiring dengan penyebaran kendaraan listrik yang semakin banyak dan meluas di seluruh wilayah Indonesia, ketersediaan infrastruktur pendukung pengisian energi listrik menjadi tuntutan dalam ekosistem kendaraan listrik. SPKLU yang dapat mengukur secara akurat dan handal merupakan unsur yang harus disiapkan agar penggunaan kendaraan listrik menjadi terus meningkat. Pada ekosistem kendaraan listrik, alat ukur yang terpasang pada SPKLU harus dapat mengukur secara akurat jumlah energi listrik yang digunakan pada pengisian baterai kendaraan listrik. Alat ukur ini harus dapat memastikan transaksi yang adil dan transparan antara pengguna pengisian listrik dan penyedia layanan.



Gambar 1.2-1 Ilustrasi EVSE (Electric Vehicle Supply Equipment)

EVSE (*Electric Vehicle Supply Equipment*) atau "Peralatan Pengisian Kendaraan Listrik" merupakan infrastruktur yang digunakan untuk mengisi daya kendaraan listrik, seperti mobil, motor atau sepeda listrik. EVSE berfungsi sebagai titik pengisian daya antara sumber listrik dan kendaraan listrik. Perangkat ini berperan penting dalam menghubungkan mobil listrik ke saluran listrik yang aman dan efisien untuk mengisi baterai kendaraan. EVSE juga dapat dilengkapi dengan berbagai fitur seperti kunci keamanan, pengukuran penggunaan energi, kemampuan untuk mengatur jadwal pengisian dan fasilitas untuk pembayaran atas penggunaan energi listrik.

Metrologi Legal hadir untuk memastikan kualitas alat ukur yang digunakan untuk kepentingan umum dan transaksi perdagangan. Peran tersebut dapat dilakukan melalui mekanisme pengendalian Metrologi Legal terhadap alat ukur yang digunakan pada SKPLU.

Kementerian Perdagangan melalui Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 21 Tahun 2023 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 26 Tahun 2021 tentang Penetapan Standar

Kegiatan Usaha dan Produk pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Perdagangan telah menetapkan Pelaku Usaha yang membuat atau mengimpor Peralatan Pengisian Kendaraan Listrik harus memenuhi Perizinan Berusaha berupa Persetujuan Tipe. Persetujuan Tipe adalah Perizinan Berusaha berupa sertifikat yang menyatakan tipe alat ukur, alat takar, alat timbang dan alat perlengkapan telah memperoleh persetujuan berdasarkan penilaian kesesuaian terhadap persyaratan teknis.

Sebagai bentuk perlindungan konsumen dan menjamin keakuratan hasil pengukuran, Peralatan Pengisian Kendaraan Listrik telah ditetapkan sebagai Alat Ukur, Alat Takar, Alat Timbang dan Alat Perlengkapan yang wajib tera dan tera ulang melalui Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 24 Tahun 2024 tentang Kegiatan Tera dan Tera Ulang Alat Ukur, Alat Takar, Alat Timbang dan Alat Perlengkapan Metrologi Legal. Untuk mendukung pelaksanaan Permendag tersebut diperlukan langkah-langkah strategis agar pelaksanaan perizinan Persetujuan Tipe dan tera/tera ulang dapat berjalan dengan efektif.

Sebagai bentuk dukungan terhadap penguatan Sistem Pengendalian Metrologi Legal untuk EVSE di Indonesia, Kementerian Perdagangan terpilih sebagai salah satu penerima **KOICA Grant Aid tahun 2025**, melalui proyek kerja sama antara KOICA dan Direktorat Metrologi bertajuk: **“Project for Establishment of Electric Vehicle Charger Legal Metrology System and Testing Laboratory”** untuk periode tahun 2025 – 2029, dengan total nilai hibah sebesar **USD 8.000.000**.

Program ini bertujuan untuk menyiapkan Sistem Pengendalian Metrologi Legal untuk alat ukur yang efektif dan efisien. Pengendalian Metrologi Legal terhadap alat ukur adalah praktik dan prosedur yang melibatkan pengaturan dan pengawasan terhadap alat ukur yang digunakan dalam perdagangan, industri, dan sektor lainnya untuk memastikan keakuratan dan keandalan pengukuran. Pengendalian Metrologi Legal dilakukan oleh pemerintah atau badan otoritas yang ditunjuk dalam suatu negara atau wilayah. Beberapa aspek pengendalian Metrologi Legal yang terkait dengan alat ukur yaitu:

1. Persetujuan Tipe: Sebelum alat ukur dapat digunakan secara komersial, diperlukan proses persetujuan tipe oleh institusi metrologi yang berwenang. Proses ini melibatkan pengujian dan evaluasi alat ukur untuk memastikan bahwa alat tersebut memenuhi persyaratan teknis dan kualitas yang ditetapkan.
2. Pemeriksaan dan Verifikasi: Setelah alat ukur disetujui dengan persetujuan tipe, alat tersebut harus secara teratur diperiksa dan diverifikasi (tera) oleh pihak yang berwenang sesuai dengan jadwal yang ditentukan. Pemeriksaan ini bertujuan untuk memastikan bahwa alat ukur tetap akurat dan sesuai dengan persyaratan yang berlaku.
3. Penandaan dan Labelisasi: Alat ukur yang telah lulus pemeriksaan dan verifikasi (tera) akan diberikan penandaan atau labelisasi yang menunjukkan bahwa alat tersebut telah memenuhi persyaratan Metrologi Legal. Label ini berisi informasi seperti waktu pemeriksaan terakhir, tanda lembaga pemeriksa, tanda personel yang melakukan pemeriksaan dan tanda persetujuan resmi yang sering kali dinamakan cap tanda tera.

4. Pembatasan Penggunaan dan Penjualan: Pemerintah atau institusi metrologi dapat memberlakukan pembatasan terhadap penggunaan dan penjualan alat ukur yang tidak memenuhi persyaratan Metrologi Legal. Hal ini bertujuan untuk melindungi konsumen dan memastikan adanya kepercayaan dalam pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur yang terjamin keakuratannya.
5. Hukuman dan Sanksi: Pelanggaran terhadap persyaratan Metrologi Legal dapat mengakibatkan sanksi hukum yang dikenakan kepada pelaku usaha atau individu yang tidak mematuhi peraturan tersebut. Sanksi ini dapat berupa denda, penarikan alat ukur dari peredaran, atau tindakan hukum lainnya.

Program ini merupakan tonggak penting dalam pembangunan ekosistem kendaraan listrik yang adil, transparan, dan ramah lingkungan. Keterlibatan Metrologi Legal dapat menjadi salah satu penentu keberhasilan adopsi kendaraan listrik, sekaligus bentuk perlindungan konsumen dan dukungan terhadap transformasi menuju energi bersih di Indonesia.

1.2.1.9 REFORMASI BIROKRASI & TRANSFORMASI KELEMBAGAAN

Selama periode 2020–2024, indikator Reformasi Birokrasi Ditjen PKTN mengalami pergeseran signifikan. Pada awal periode, pengukuran masih menekankan PMPRB sebagai tolok ukur utama, disertai IKPA dan pemenuhan kerangka regulasi. Namun, sejak 2022 dilakukan transisi dengan memasukkan Wilayah Tertib Administrasi (WTA) sebagai indikator baru. Mulai 2023, indikator PMPRB dihilangkan, sehingga fokus sepenuhnya beralih ke WTA, IKPA, dan pemenuhan kerangka regulasi. Pergeseran ini menandakan peralihan dari mekanisme penilaian mandiri menuju pengukuran yang lebih komprehensif dan ter-verifikasi, mencerminkan penguatan tata kelola yang transparan, akuntabel, serta berorientasi pada integritas kelembagaan. Pada tahun 2024, terdapat 2 (dua) unit kerja di lingkungan Ditjen PKTN yang memperoleh predikat Wilayah Bebas Korupsi (WBK) dari KemenPAN RB, serta 2 (dua) unit kerja lainnya yang meraih predikat WBK melalui evaluasi Zona Integritas (ZI) Internal oleh Inspektorat Jenderal. Secara kumulatif, sepanjang periode 2020–2024, sebanyak 9 (sembilan) unit kerja Ditjen PKTN berhasil memperoleh predikat WBK dari KemenPAN RB dan 4 (empat) unit kerja melalui evaluasi ZI Internal. Capaian ini mencerminkan kontribusi Ditjen PKTN dalam meningkatkan Indeks Reformasi Birokrasi Kementerian Perdagangan, khususnya pada indikator pembangunan Zona Integritas.

Dalam reformasi birokrasi di Kementerian Perdagangan pada periode 2025–2029 diarahkan untuk mewujudkan birokrasi yang berdampak, adaptif, dan berdaya saing melalui transformasi digital, penguatan sistem merit, pembangunan budaya kerja yang etis dan inovatif, serta kelembagaan yang lincah dan kolaboratif. Agenda tersebut menjadi prasyarat terciptanya tata kelola pemerintahan yang efektif, akuntabel, serta mampu menghasilkan pelayanan publik yang berkualitas dan inklusif.

Mendukung hal tersebut, reformasi birokrasi di lingkungan Ditjen PKTN periode 2025-2029 diarahkan pada meningkatnya birokrasi yang transparan, akuntabel, dan bersih, Reformasi Birokrasi Ditjen PKTN diarahkan untuk memperkuat tata kelola kelembagaan yang berintegritas dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Orientasi ini tidak hanya menekankan konsistensi dalam

menjaga akuntabilitas internal, tetapi juga memastikan adanya birokrasi yang berdampak melalui peningkatan kualitas pelayanan dan kemanfaatan kebijakan di bidang perlindungan konsumen dan tertib niaga.

Secara strategis, arah pengembangan Reformasi Birokrasi di Ditjen PKTN mencakup:

- a. Penguatan tata kelola dan akuntabilitas kelembagaan, dengan menekankan keterpaduan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kinerja untuk memastikan birokrasi yang transparan dan efektif.
- b. Pembangunan budaya integritas dan pencegahan korupsi, melalui internalisasi nilai etika dan penguatan zona integritas yang konsisten di seluruh unit kerja.
- c. Akselerasi transformasi digital pengawasan dan pelayanan, termasuk pemanfaatan data dan teknologi untuk memperkuat pengawasan barang beredar, perdagangan melalui sistem elektronik, dan penyelesaian sengketa konsumen;
- d. Penguatan kapasitas kebijakan perlindungan konsumen dan tertib niaga, sehingga setiap regulasi dan program yang dihasilkan dapat berkontribusi pada kepastian berusaha serta perlindungan konsumen
- e. Penguatan koordinasi lintas sektor dengan pemerintah daerah, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, asosiasi pelaku usaha, dan pemangku kepentingan lainnya.

Dengan arah tersebut, Reformasi Birokrasi PKTN akan menjadi instrumen strategis dalam mendukung pencapaian sasaran Kementerian Perdagangan dan prioritas pembangunan nasional, khususnya dalam memperkuat perlindungan konsumen, meningkatkan kepatuhan pelaku usaha, serta mewujudkan iklim perdagangan yang sehat, adil, dan berdaya saing.

1.2.1.10 INOVASI LAYANAN DITJEN PKTN

Ditjen PKTN menyelenggarakan beragam layanan publik dan administratif yang tersebar di unit-unit kerja sesuai dengan tugas dan fungsinya. Direktorat Standardisasi dan Pengendalian Mutu menyediakan layanan terkait pendaftaran Nomor Pendaftaran Barang (NPB), pendaftaran Tanda Pengenal Produsen (TPP) SIR, pendaftaran Lembaga Penilaian Kesesuaian (LPK), pengujian mutu barang, pendaftaran K3L, kalibrasi, serta sertifikasi produk, personil, dan pemeriksa halal. Direktorat Metrologi berfokus pada layanan Metrologi Legal, mencakup persetujuan tipe, tera dan tera ulang UTTP, verifikasi standar, serta penyediaan fasilitas tera. Direktorat Pemberdayaan Konsumen memberikan layanan pengaduan konsumen serta pendaftaran mekanisme kelembagaan konsumen. Sedangkan Sekretariat Ditjen PKTN menyelenggarakan layanan manajemen internal, mulai dari perencanaan dan penganggaran, hukum, informasi publik, keuangan, penatausahaan BMN, kepegawaian, hingga pengelolaan organisasi dan tata laksana.

Dalam kurun waktu 2020–2024, Ditjen PKTN mendorong inovasi layanan publik sebagai bagian dari transformasi birokrasi dan peningkatan kualitas perlindungan konsumen serta tertib niaga. Inovasi layanan diarahkan pada dua aspek utama, yaitu digitalisasi perizinan dan pengawasan, serta penguatan akses masyarakat terhadap layanan pengaduan dan penyelesaian sengketa. Penguatan

digitalisasi diwujudkan melalui Sistem Informasi Manajemen PKTN (SIMPKTN) sebagai portal layanan terpadu. Pada aspek perizinan, SIMPKTN memfasilitasi informasi ketentuan Nomor Pendaftaran Barang (NPB), Lembaga Penilaian Kesesuaian (LPK), TPP Online, pendaftaran barang K3L, serta layanan pengujian, kalibrasi, dan sertifikasi. Sementara itu, pada aspek non-perizinan, SIMPKTN juga mengintegrasikan berbagai layanan strategis seperti Lamansitu (portal informasi publik), SISWASPK, INAMS (*Indonesia Market Surveillance*), serta Pengawasan PMSE (monitoring perdagangan melalui sistem elektronik). Dengan cakupan ini, SIMPKTN berkembang menjadi ekosistem layanan yang komprehensif dapat dimanfaatkan untuk pelaku usaha serta konsumen.



Gambar 1.2-2 Halaman Utama Sistem Portal Aplikasi Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga

Ditjen PKTN mengembangkan Online Dispute Resolution (ODR) sebagai sarana penyelesaian sengketa konsumen secara daring. Inovasi ini memberikan akses penyelesaian sengketa yang lebih cepat, murah, dan dapat menjangkau konsumen di seluruh wilayah Indonesia. ODR dibangun bertahap sejak 2020, mulai dari inisiasi, perancangan proses bisnis, koordinasi lintas K/L, hingga uji coba bersama BPSK pada 2024. Realisasi pembangunan sistem pada 2024 mencapai 88,89% dari target 90%, dengan aplikasi sudah selesai namun belum sepenuhnya diakses publik karena masih menunggu penempatan server di Pusat Data Nasional. Kehadiran ODR menjadi instrumen penting untuk menyediakan layanan penyelesaian sengketa yang lebih cepat, murah, dan inklusif, sekaligus memperkuat posisi Indonesia dalam kerja sama regional melalui peran aktif Ditjen PKTN di ASEAN Committee on Consumer Protection (ACCP).

Selain itu, Ditjen PKTN juga memperkuat layanan pengaduan konsumen melalui pendekatan multikanal, termasuk pengembangan chatbot WhatsApp. Sistem multikanal ini dirancang untuk mempercepat proses penanganan aduan sekaligus meningkatkan transparansi layanan publik. Saluran pengaduan yang tersedia meliputi layanan tatap muka, surat, email (pengaduan.konsumen@kemendag.go.id), WhatsApp (085311111010), website (<https://simpkttn.kemendag.go.id>), dan hotline (021-3441839). Pengaduan yang masuk dikelompokkan berdasarkan sembilan sektor prioritas perlindungan konsumen sesuai Strategi Nasional Perlindungan Konsumen, yaitu: obat dan makanan, elektronik/kendaraan bermotor, jasa keuangan, jasa pariwisata, perumahan, listrik/gas, telekomunikasi, jasa kesehatan, dan jasa

transportasi. Sementara aduan di luar sektor prioritas dikategorikan sebagai “lain-lain”, mencakup e-commerce, pakaian, standar, perlengkapan rumah tangga, hingga penipuan online.

Secara keseluruhan, rangkaian inovasi layanan tersebut menunjukkan komitmen Ditjen PKTN dalam membangun birokrasi yang adaptif, transparan, dan responsif. Integrasi layanan perizinan dan non-perizinan dalam SIMPKTN, pengembangan ODR, perluasan kanal pengaduan, serta keterbukaan hasil pengawasan melalui INAMS menjadi fondasi bagi transformasi layanan publik di bidang perlindungan konsumen dan tertib niaga.

1.2.2 PERMASALAHAN

1.2.2.1 KEBERDAYAAN KONSUMEN

Tantangan yang akan dihadapi ke depan, dengan bertambahnya jumlah provinsi di Indonesia yang semula 34 provinsi menjadi 38 provinsi. Survei Indeks Keberdayaan Konsumen perlu dilakukan penyesuaian dimensi penilaian survei Indeks Keberdayaan Konsumen dengan menyesuaikan kondisi perdagangan saat ini yang mengalami pergeseran dari *offline* menjadi *online* yang berpengaruh pada preferensi dan perilaku pembelian konsumen. Penyesuaian terhadap dimensi, bobot dan kuesioner survei dilakukan dengan tetap memperhatikan faktor *margin of error* dari hasil survei tahun-tahun sebelumnya.

Perlindungan konsumen menjadi bagian dari upaya pemerintah untuk mewujudkan percepatan pembangunan dalam hal peningkatan kualitas SDM. Oleh sebab itu, konsumen cerdas akan lebih cepat terwujud apabila terdapat kolaborasi yang baik dari seluruh pihak, baik pemerintah, masyarakat, maupun swasta. Upaya yang akan dilakukan antara lain penguatan sosialisasi perlindungan konsumen dalam berbagai sektor perdagangan; meningkatkan sinergi seluruh Kementerian/Lembaga yang melakukan pengawasan di setiap sektor perdagangan terutama mengenai perlindungan konsumen yang melekat atau wajib dipenuhi di setiap sektor perdagangan dalam upaya memperluas jangkauan pembinaan tentang perlindungan konsumen, baik kepada pelaku usaha maupun konsumen; melakukan evaluasi atas pelaksanaan pembinaan terkait perlindungan konsumen yang sudah diberikan kepada masyarakat/konsumen. Untuk dapat mengetahui perubahan pemahaman konsumen pasca diberikannya edukasi perlindungan konsumen yang sudah diberikan, maka dapat dilakukan pengukuran Indeks Keberdayaan Konsumen per provinsi yang samplingnya diambil dari setiap kab/kota yang ada di provinsi tersebut. Sehingga dapat diketahui keberdayaan konsumen secara merata di setiap daerah di Indonesia.

Tidak hanya berpihak pada sisi Konsumen, Ditjen PKTN juga melakukan pembinaan kepada para Pelaku Usaha agar semakin bertanggung jawab dalam memasarkan sebuah produk. Meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah terkait perlindungan konsumen, dimana pemerintah dan instansi terkait harus memprioritaskan perlindungan konsumen pada produk-produk yang berdampak luas seperti obat dan makanan karena dikonsumsi secara luas. Demikian pula perlu ada penegakan hukum pada kasus-kasus konsumen yang berdampak luas harus dilaksanakan dengan

prioritas yang tinggi untuk menciptakan efek jera bagi pelaku usaha yang merugikan konsumen atau untuk menghindari kelalaian pelaku usaha yang berdampak serius.

1.2.2.2 PERDAGANGAN DIGITAL

Perubahan pola transaksi perdagangan ke era digital telah mengubah tatanan atau pola bisnis jual beli. Tren e-commerce mengubah cara atau perilaku konsumen berbelanja dan juga mengubah strategi pelaku usaha dalam menjual barang. Hal ini membawa implikasi yang mendalam bagi seluruh masyarakat di Indonesia. Dengan kemudahan belanja secara online dan aksesibilitas tanpa batas, telah merombak tradisi belanja konvensional, dimana konsumen memiliki akses tak terbatas ke berbagai produk dan layanan.

Dari perkembangan era digital ini pemerintah dituntut untuk selalu hadir untuk melindungi konsumen dalam bertransaksi, diantaranya pemerintah mengeluarkan regulasi terkait perubahan pola perdagangan ini, yaitu Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), turunannya Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik yang mengatur Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE).

Dalam Permendag PMSE disebutkan bahwa setiap PMSE harus memiliki saluran layanan pengaduan konsumen, yang memudahkan konsumen dalam menyampaikan aduan. Hal tersebut menyebabkan angka pengaduan konsumen meningkat tajam. Laporan pelayanan pengaduan konsumen PMSE yang ditangani oleh Direktorat Pemberdayaan Konsumen tahun 2020 – 2024 adalah sebanyak 27.209 layanan. Permasalahan yang sering diadukan konsumen terkait dengan PMSE meliputi pengembalian dana (*refund*), pembelian barang yang tidak sesuai dengan perjanjian atau rusak, barang tidak diterima konsumen, pembatalan sepihak pelaku usaha, waktu kedatangan barang tidak sesuai dengan yang dijanjikan, serta penggunaan aplikasi platform/media sosial yang tidak berfungsi.

Tantangan yang akan dihadapi dalam melaksanakan layanan pengaduan konsumen di masa mendatang adalah semakin masifnya transaksi jual/beli yang dilakukan secara *online* dan dengan masih rendahnya tingkat literasi masyarakat Indonesia, tentu akan meningkatkan jumlah pengaduan konsumen mulai dari kasus yang sederhana seperti pencurian akun, hingga kasus penipuan yang sangat kompleks. Seiring dengan berkembangnya digitalisasi di bidang perdagangan, Ditjen PKTN merasa bahwa Masyarakat perlu meningkatkan pemahaman tentang manfaat dan risiko, serta hak dan kewajibannya sebagai Konsumen. Memperbaiki sistem penanganan layanan pengaduan agar masyarakat dapat lebih berani untuk menyuarakan keluhan atau ketidaksesuaian yang mereka alami ketika melakukan pembelian barang/jasa. Sesuai dengan hasil pengamatan survei, dimana konsumen enggan melakukan pengaduan karena merasa pengaduan tidak terselesaikan dengan baik, menyulitkan, dan merasa aspirasi serta keluhan tidak diterima. Pada dasarnya pengaduan/keluhan

dapat menjadi kesempatan bagi pelaku usaha untuk mengetahui secara langsung apa sebenarnya yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menyediakan sistem informasi layanan pengaduan yang terintegrasi dengan kementerian/lembaga pengawas di setiap sektor perdagangan karena pada dasarnya pengawasan perdagangan di setiap sektor bukan hanya tanggung jawab Kemendag, melainkan juga merupakan tanggung jawab bersama dengan kementerian/lembaga lain. Dengan adanya sistem informasi layanan pengaduan yang terintegrasi, maka akan memudahkan Kemendag dalam mendistribusikan dan mengelompokkan pengaduan yang masuk sesuai dengan kementerian/lembaga yang membidangnya.

Untuk menjawab tantangan dimaksud, Ditjen PKTN Menyusun sebuah sistem yang akan digunakan dalam penyelesaian sengketa konsumen, yang disebut *Online Dispute Resolution* (ODR) yang terdiri dari 2 (dua) fitur utama yaitu:

- **Layanan Pengaduan Konsumen Nasional Secara *Online*.**

Sistem ini akan memberikan kemudahan bagi konsumen dan pelaku usaha untuk berkomunikasi dan melakukan negosiasi secara langsung melalui sistem sehingga penyelesaian pengaduan akan lebih efektif dan efisien serta meminimalisasi terjadinya sengketa. Diharapkan melalui sistem ini konsumen dan pelaku usaha dapat langsung melakukan komunikasi dalam menyelesaikan pengaduan konsumen, serta diharapkan dapat menciptakan *bank* data terkait pengaduan konsumen yang telah diselesaikan.

- **Layanan Penyelesaian Sengketa Konsumen Secara *Online* (*Online Dispute Resolution*/ODR).**

Sistem ini memfasilitasi proses penyelesaian sengketa secara *online* sebagai tindak lanjut dari pengaduan konsumen yang tidak berhasil terselesaikan. Pada tahap ini, sistem terintegrasi dengan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagai Lembaga alternatif penyelesaian sengketa di luar pengadilan.

Kedua sistem tersebut diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas proses layanan pengaduan dan penyelesaian sengketa konsumen serta memperluas jangkauan pelayanan publik di bidang perlindungan konsumen. Penyediaan layanan publik ini diindikasikan dapat meningkatkan kepercayaan diri konsumen dalam memperjuangkan hak-hnya sehingga konsumen menjadi lebih berdaya.

1.2.2.3 KETERTELUSURAN MUTU

Peningkatan keterbukaan pasar sebagai konsekuensi dari proses globalisasi ekonomi diharapkan berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dalam hal ini harus terdapat jaminan bahwa produk yang dikonsumsi oleh konsumen telah memenuhi aspek Keamanan, Keselamatan, Kesehatan dan Lingkungan Hidup (K3L). Disamping itu produk yang diperdagangkan juga tidak merugikan konsumen. Keterbukaan pasar ini memiliki 2 (dua) implikasi utama, yaitu: (i)

meningkatnya arus transaksi produk dari luar negeri ke dalam negeri dan (ii) terciptanya pasar baru di luar negeri yang lebih efisien bagi produk nasional.

Tingginya peredaran produk impor ke dalam negeri, selain dapat memanjakan konsumen dengan banyaknya pilihan akan produk yang lebih beragam juga dapat memiliki dampak negatif terhadap konsumen. Meningkatnya peredaran produk impor yang tidak sesuai ketentuan di pasar domestik mengancam produsen serta aspek perlindungan konsumen dalam negeri

Salah satu tugas dan fungsi Kementerian Perdagangan dalam kebijakan post-border adalah melakukan pemeriksaan kesesuaian data importasi barang yang diberlakukan SNI secara wajib. Saat ini sudah terdapat 115 produk yang diberlakukan SNI secara wajib dan akan terus bertambah. Pemeriksaan (*analysing point*) dilakukan secara elektronik terhadap sekitar 500 data Pemberitahuan Impor Barang (PIB) setiap hari. Memperhatikan beban dan tugas tersebut, dibutuhkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang kompeten yang dapat melakukan analisa data importasi. Selanjutnya juga memastikan validitas data sehingga dapat digunakan untuk menyampaikan rekomendasi tindak lanjut pengawasan di lapangan.

Pengawasan mutu barang juga memerlukan ketersediaan Lembaga Penilaian Kesesuaian (LPK) yang berkualitas dan merata guna penyediaan data analitik ilmiah terkait keamanan dan mutu produk sesuai standard dan regulasi teknis. Namun sampai saat ini belum semua LPK sub jejaring Kementerian Perdagangan memiliki kompetensi pengujian yang baik. Dari total 32 BPSMB, baru 22 (69%) yang telah terakreditasi SNI ISO/IEC 17025. Sementara kompetensi pengujian 10 BPSMB lainnya belum mendapat pengakuan secara formal.

Dari sisi ruang lingkup akreditasi, ruang lingkup pengujian BPSMB yang telah diakreditasi oleh KAN hanya terdapat 14 produk yang telah diberlakukan SNI secara wajib (12,17%) dari total SNI wajib sebanyak 115 produk. Mayoritas ruang lingkup pengujian yang dimiliki BPSMB masih kurang selaras dengan kebutuhan pengawasan mutu produk yang telah diberlakukan SNI secara wajib maupun pengendalian mutu produk potensial ekspor daerah. Hal ini menjadi permasalahan dan tantangan tersendiri dalam penyediaan data analitik ilmiah yang akurat terkait keamanan dan mutu produk yang telah diberlakukan SNI secara wajib.

Terkait dengan SNI jasa bidang perdagangan yang telah disusun oleh Komtek 03-03 Jasa Bidang Perdagangan, belum sepenuhnya optimal dalam penerapannya. SNI tersebut antara lain: SNI 8152:2015 Pasar Rakyat, SNI 7331:2016 Ketentuan Gudang Komoditas Pertanian, SNI 8278:2016 Ketentuan Silo Komoditas Pertanian, SNI 8410:2017 Penyelenggaraan Pameran Dagang, SNI 8446:2017 Ketentuan Gudang Komoditas Garam, SNI 8661:2018 Ketentuan Gudang Beku Komoditas Ikan, SNI 7229:2020 Ketentuan Umum Pusat Pelayanan Purnajual, SNI 7386:2020 Pusat Pelayanan Purnajual Telepon Seluler, SNI 7524:2020 Pusat Pelayanan Purnajual Alat Listrik Rumah Tangga dan Audio Video. Diperlukan sosialisasi dan pendampingan kepada pelaku usaha dalam rangka memberikan pemahaman pentingnya penerapan standar mutu terkait jasa bidang perdagangan.

Kenaikan arus perdagangan internasional ke pasar domestik akibat keterbukaan pasar juga meningkatkan kompetisi produk domestik terhadap produk impor. Dalam rangka menjaga daya saing dan meningkatkan konsumsi produk domestik, perlu peningkatan kualitas sarana dan prasarana perdagangan melalui pendampingan penerapan SNI Pasar Rakyat. Pendampingan ini ditujukan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan manajerial pengelolaan pasar dan pengelolaan lingkungan. Dengan demikian dapat diwujudkan pasar yang bersih, nyaman, aman, dan sejuk sebagai rumah perekonomian rakyat.

Pada tahun 2014-2024, pemerintah telah membangun dan merevitalisasi sekitar 5.234 pasar rakyat dari total 16.175 pasar tradisional di seluruh Indonesia. Dari jumlah total pasar dimaksud, sampai dengan Desember 2024 baru terdapat 53 pasar rakyat yang memperoleh sertifikat SNI Pasar Rakyat dan 27 pasar yang memperoleh bantuan pendampingan dari Kementerian Perdagangan (sumber: data Direktorat Standardisasi dan Pengendalian Mutu dan Direktorat Sarana Distribusi dan Logistik). Kondisi ini mengindikasikan masih sedikitnya pasar yang memiliki manajerial pengelolaan pasar dan lingkungan yang sesuai standar

Mengingat masih minimnya kualitas pasar rakyat dan dalam rangka meningkatkan konsumsi produk domestik yang beredar di pasar rakyat, diperlukan upaya yang intensif dalam penjaminan mutu pasar rakyat melalui penerapan SNI. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing pasar rakyat di tengah maraknya pertumbuhan pasar retail modern. Terciptanya pasar baru di luar negeri yang lebih efisien bagi produk nasional tidak secara otomatis menghilangkan hambatan ekspor produk Indonesia di pasar mitra dagang. Kondisi ini diindikasikan dengan adanya trend peningkatan hambatan non-tarif terutama terkait *Technical Barrier to Trade* dan *Sanitary Phytosanitary*.

Pada kasus produk pangan Indonesia yang diekspor ke Uni Eropa dan Amerika masih banyak terdapat notifikasi. Dalam kurun waktu 3 tahun terakhir, data *European Commission Rapid Alert System for Food and Feed* (EU RASFF) menunjukkan bahwa Indonesia menerima 67 (enam puluh tujuh) notifikasi dari Uni Eropa. Dari jumlah tersebut, 48% diantaranya terkait dengan produk perikanan serta 25% produk pala. Sementara data US Food and Drug Administration periode tersebut menunjukkan bahwa terdapat 39 (tiga puluh sembilan) notifikasi terkait ekspor Indonesia ke Amerika, dan 46% diantaranya adalah produk perikanan. Selain itu, banyak perusahaan dari Indonesia yang masih masuk ke dalam daftar merah di US FDA karena belum dapat memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan.

1.2.2.4 KETERBATASAN INFRASTRUKTUR DAN SDM

Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (Ditjen PKTN) menghadapi berbagai tantangan yang signifikan dalam upaya melaksanakan perlindungan konsumen dan tertib niaga secara optimal. Salah satu masalah utama adalah keterbatasan infrastruktur dan sumber daya manusia (SDM). Saat ini, infrastruktur Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) masih sangat minim, sehingga belum mampu mendukung pelaksanaan penyelesaian sengketa berbasis *Online Dispute Resolution* (ODR) secara optimal. Kondisi ini menghambat penyelesaian sengketa konsumen secara cepat dan efisien, terutama di era digital di mana transaksi online semakin marak.

Di sisi lain, keterbatasan SDM di Badan Pengawasan Tertib Niaga (BPTN) juga menjadi kendala besar dalam melaksanakan pengawasan di tengah volume aktivitas perdagangan yang terus meningkat. Jumlah pengawas yang terbatas membuat proses pengawasan tidak dapat menjangkau semua area secara merata, terutama di daerah-daerah yang belum terjangkau. Selain itu, keterbatasan anggaran dan SDM di tingkat daerah menghambat pembentukan BPSK yang seharusnya menjadi garda terdepan dalam perlindungan konsumen di wilayah masing-masing. Hal ini menunjukkan perlunya dukungan yang lebih besar dalam pengembangan infrastruktur dan peningkatan kapasitas SDM agar Ditjen PKTN dapat memenuhi mandatnya secara efektif.

1.2.2.5 KELEMAHAN SISTEM PENGAWASAN

Sistem pengawasan yang ada di Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (Ditjen PKTN) masih menghadapi beberapa kelemahan yang menghambat efektivitasnya dalam melindungi konsumen dan menciptakan tertib niaga. Salah satu tantangan utama adalah pengawasan jasa dan *e-commerce* yang belum optimal, dikarenakan belum adanya database dan pemetaan jasa yang memadai. Tanpa data yang akurat dan terstruktur, pengawasan terhadap kualitas dan keberlanjutan jasa yang beredar di pasar menjadi sulit untuk dilakukan secara efektif. Hal ini menyebabkan ketidakjelasan dalam pengawasan dan berpotensi merugikan konsumen.

Pengawasan terhadap perdagangan jasa dan *e-commerce* di Indonesia menghadapi berbagai tantangan kompleks. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan database bidang jasa. Kurangnya data yang komprehensif dan terintegrasi mengenai jenis jasa, pelaku usaha, dan transaksi yang terjadi membuat pengawasan menjadi tidak efektif. Koordinasi pengawasan antar lembaga yang belum optimal juga menjadi permasalahan serius. Perdagangan jasa seringkali melibatkan Pemerintah Pusat serta Pemerintah Daerah. Kurangnya koordinasi antar lembaga ini menyebabkan tumpang tindih kewenangan, inkonsistensi dalam penerapan peraturan, serta celah-celah yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab.

Munculnya jenis perdagangan jasa yang baru juga menjadi tantangan tersendiri. Perkembangan teknologi dan inovasi bisnis melahirkan model bisnis jasa yang semakin beragam dan kompleks. Hal ini seringkali tidak diimbangi dengan regulasi pengawasan perdagangan jasa yang adaptif. Keterlambatan dalam penyusunan regulasi baru menyebabkan munculnya bias dalam pengawasan, di mana banyak jenis jasa yang tidak terakomodasi dalam kerangka hukum yang ada. Akibatnya, perlindungan konsumen terhadap jasa-jasa baru ini menjadi lemah.

Selain itu, efektivitas pengawasan post-border masih menjadi permasalahan serius. Keterbatasan data dan lemahnya koordinasi antar lembaga menyebabkan pengawasan terhadap barang yang masuk ke pasar domestik belum optimal, sehingga berpotensi memungkinkan produk yang tidak sesuai regulasi beredar dan mengancam keselamatan konsumen. Tantangan serupa juga muncul pada pengawasan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) yang masih dalam tahap pengembangan dan belum sepenuhnya terintegrasi, sehingga membatasi kemampuan untuk mengawasi transaksi digital secara menyeluruh. Di sisi lain, keterbatasan pengawasan tertib ukur dapat berdampak pada potensi ketidakakuratan pengukuran produk yang dijual di pasar. Untuk

mengatasi kelemahan-kelemahan tersebut, diperlukan penguatan dalam aspek pemetaan risiko, integrasi sistem informasi pengawasan, serta koordinasi lintas lembaga agar pengawasan dapat dilakukan secara lebih menyeluruh, tepat sasaran, dan konsisten di seluruh wilayah.

1.2.2.6 KETERSEDIAAN DATA DAN INFORMASI

Kurangnya data dan informasi yang akurat menjadi kendala utama dalam perencanaan dan pengambilan keputusan yang efektif terkait perlindungan konsumen dan tertib niaga. Salah satu permasalahan yang sering muncul adalah belum adanya database jasa yang lengkap. Tanpa data yang terstruktur dan menyeluruh, pengawasan terhadap sektor jasa menjadi sangat terbatas, sehingga sulit untuk memastikan kualitas dan keamanan jasa yang diberikan kepada konsumen. Hal ini mengarah pada rendahnya tingkat transparansi dan akuntabilitas dalam sektor tersebut, yang pada gilirannya merugikan konsumen.

Selain itu, data jumlah dan rincian alat ukur di Indonesia juga masih sangat terbatas. Tanpa data yang jelas mengenai alat ukur yang beredar di pasar, pengawasan terhadap akurasi dan ketepatan ukuran produk menjadi sulit dilakukan secara menyeluruh. Masalah lain yang dihadapi adalah tidak adanya data keseluruhan terkait barang dan jasa yang beredar di pasar, yang sangat diperlukan untuk pemetaan risiko yang efektif. Tanpa data yang lengkap, pengawasan terhadap barang dan jasa yang beredar menjadi tidak optimal, menghambat identifikasi potensi risiko yang dapat merugikan konsumen.

Permasalahan ini menunjukkan bahwa pengawasan yang selama ini dilakukan masih bersifat umum dan reaktif, sehingga beban pengawasan menjadi sangat luas sementara sumber daya yang tersedia terbatas. Oleh karena itu, Renstra terbaru Kementerian Perdagangan menekankan perlunya penerapan pengawasan berbasis risiko. Pendekatan ini memungkinkan penetapan prioritas pengawasan berdasarkan indikator terukur, seperti rekam jejak kepatuhan pelaku usaha, jenis komoditas, negara asal barang, serta tingkat kerawanan produk atau jasa. Dengan cara ini, pengawasan dapat difokuskan pada sektor yang paling berpotensi menimbulkan pelanggaran atau merugikan konsumen, sekaligus menjawab keterbatasan data, memperkuat akuntabilitas, dan meningkatkan efektivitas perlindungan konsumen di tengah dinamika perdagangan yang semakin kompleks.

1.2.2.7 REGULASI DAN KEBIJAKAN

Beberapa regulasi yang ada saat ini masih perlu disempurnakan dilakukan penyempurnaan dalam rangka mendukung perlindungan konsumen dan tertib niaga di Indonesia. Terdapat kebutuhan untuk melakukan penyempurnaan pada Undang Undang no 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen berkaitan dengan pelaksanaan Undang- Undang perlindungan Konsumen. Perubahan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) diperlukan karena beberapa permasalahan hukum yang dihadapi. Pertama, sisi pelaksanaan, di mana UUPK yang telah berusia lebih dari 23 tahun belum memberikan pemahaman yang jelas bagi konsumen dan implementasinya juga masih memiliki kekurangan diantaranya penegakan hukumnya masih

lemah dan banyak norma yang sudah tidak sesuai lagi dengan perkembangan saat ini seperti adanya skema perdagangan melalui sistem elektronik. Kedua, sisi tata bahasa, di mana nomenklatur dan istilah dalam UUPK belum sesuai dengan objek yang diatur, seperti pengaturan definisi konsumen yang belum tegas batasannya untuk konsumen akhir atau konsepsi klasula baku yang tidak sesuai dengan pengaturan perikatan perdata. Ketiga, sisi sistematika, UUPK tidak membedakan pengaturan antara barang dan jasa sehingga mengakibatkan timbul permasalahan dalam penerapannya dikarenakan karakter dari pelaku usaha dan penyedia jasa atau kriteria produk barang atau jasa berbeda.

Keempat, sisi penyelesaian sengketa, karena banyak putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dibatalkan oleh Mahkamah Agung (MA) yang diakibatkan cakupan pengaturan sengketa konsumen tidak secara tegas mengatur sengketa konsumen sebagai Perbuatan Melawan Hukum (PMH) dan/atau Wanprestasi, sedangkan MA menyatakan BPSK hanya berwenang untuk menyelesaikan sengketa PMH. Terakhir, sisi kelembagaan, yang membutuhkan penguatan dan penyesuaian dengan Undang-Undang yang lebih baru, seperti Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, Undang-Undang 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan, Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja, dan lain-lain. Terdapat juga peraturan Undang-Undang Metrologi Legal (UUML) memerlukan pembaruan karena beberapa ketidaksesuaian dengan perkembangan terkini, seperti definisi metrologi yang sudah usang, serta belum adanya tujuan dan lingkup pengaturan yang jelas. Pengukuran di Indonesia saat ini melibatkan berbagai satuan ukuran selain Sistem Internasional (SI), dan sistem pengukuran dari berbagai bidang metrologi harus terhubung dengan Standar Nasional Satuan Ukuran (SNSU). Perubahan sistem pemerintahan yang mengalihkan penyelenggaraan Metrologi Legal dari sentralistik ke otonomi daerah, serta pesatnya perkembangan teknologi alat ukur, memerlukan keterlibatan pihak non-pemerintah dalam layanan tera dan tera ulang. Selain itu, pengaturan tanda tera perlu disederhanakan, dan pengaturan mengenai Barang Dalam Keadaan Terbungkus (BDKT) serta self-declare kesesuaian harus diperjelas. Sanksi administratif lebih diutamakan daripada sanksi pidana, yang juga perlu disesuaikan dengan UU Nomor 1 Tahun 2023 tentang KUHP.

Selain itu terdapat Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No. 26 Tahun 2021 tentang Penetapan Standar Kegiatan Usaha dan Produk yang perlu direvisi agar lebih efektif. Regulasi ini saat ini belum sepenuhnya mencakup berbagai aspek penting yang dapat memastikan perlindungan konsumen dan keamanan produk di pasar. Oleh karena itu, perlu dilakukan penyesuaian agar lebih relevan dengan perkembangan pasar yang dinamis dan teknologi yang terus berkembang.

Dalam penyusunan peraturan dan kebijakan yang berlaku mengenai pengawasan pelaku usaha, perlu diperhatikan mengenai ruang lingkup pengawasan dalam regulasi perlindungan konsumen masih sangat bergantung pada aturan dari kementerian lain sehingga menyulitkan koordinasi dan penegakan aturan yang konsisten di seluruh sektor. Ketergantungan ini menyebabkan adanya tumpang tindih dan ketidakjelasan tanggung jawab antar lembaga, yang berdampak pada

ketidakefektifan pengawasan. Di sisi lain, terdapat juga urusan mengenai regulasi bisnis jasa masih terbilang lemah dan rentan disalahgunakan, karena belum ada aturan yang cukup ketat untuk memastikan transparansi dan akuntabilitas dalam industri jasa. Penguanan regulasi di sektor ini sangat penting untuk menciptakan iklim bisnis yang sehat dan memberikan rasa aman bagi konsumen.

1.2.2.8 EVALUASI INDEKS PKTN

Evaluasi terhadap Indeks Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (IPKTN) menunjukkan adanya sejumlah tantangan yang perlu diatasi untuk meningkatkan efektivitas pengukuran kinerja Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (Ditjen PKTN). IPKTN merupakan indeks komposit yang mengukur tingkat pemahaman dan kemampuan konsumen dalam menerapkan hak dan kewajibannya, serta tanggung jawab pelaku usaha dalam pemenuhan tertib ukur, tertib mutu, kendali mutu, dan tertib niaga. Meskipun evaluasi terhadap IPKTN menunjukkan bahwa perhitungan indeks komposit ini cukup komprehensif dalam mengkonsolidasikan pandangan berbagai stakeholder mengenai derajat kepentingan program PKTN, namun ada beberapa kelemahan. Salah satunya adalah metode perhitungan yang dianggap sulit dipahami dan tidak cukup jelas dalam menggambarkan makna hasil perhitungan, yang dapat membingungkan pemangku kepentingan dalam menilai capaian program.

Selain itu, ada ketidaksesuaian antara sensitivitas kinerja Direktorat dan hasil yang tercermin dalam IPKTN. Meskipun indeks ini secara langsung merepresentasikan penilaian terhadap kinerja Direktorat, pencapaian yang diukur tidak selalu mencerminkan pencapaian yang sebenarnya, terutama mengingat alokasi sumber daya yang terbatas. Salah satu indikator penting dalam perhitungan IPKTN adalah Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK), yang meskipun memiliki bobot indikator tertinggi, tidak selalu secara drastis mempengaruhi capaian IPKTN. Peningkatan capaian IKK yang selalu menunjukkan tren positif belum cukup berdampak signifikan terhadap hasil keseluruhan indeks. Oleh karena itu, perlu adanya kesepakatan terkait penetapan target IKK yang lebih ambisius, yang dapat bersaing dengan capaian IKK di negara lain, atau lebih fokus pada pemerataan IKK di seluruh daerah untuk mencapai hasil yang lebih inklusif dan merata.

1.2.2.9 KARAKTERISTIK KONSUMEN

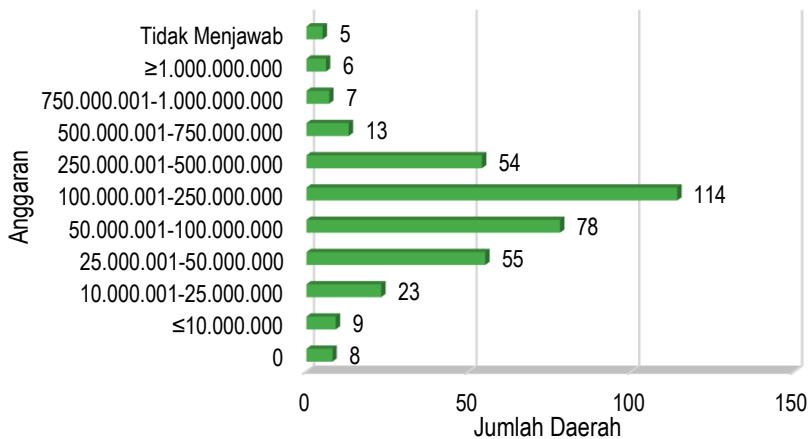
Selama lima tahun terakhir, hasil survei Indeks Keberdayaan Konsumen menunjukkan tren peningkatan yang signifikan, mencerminkan perbaikan dalam kemampuan konsumen untuk memahami, menggunakan, dan mengoptimalkan hak serta kewajiban mereka dalam transaksi ekonomi. Meskipun indeks menunjukkan peningkatan secara keseluruhan, masih terdapat ketimpangan dalam keberdayaan konsumen berdasarkan faktor-faktor seperti tingkat pendidikan, usia, dan lokasi geografis. Konsumen di daerah-daerah yang belum terjangkau atau yang memiliki tingkat literasi rendah mungkin masih kesulitan mengakses informasi atau memahami hak-hak mereka, sehingga upaya perlindungan konsumen perlu lebih menyeluruh.

Pada hasil survei IKK (2024) level kemampuan konsumen “Kritis” seharusnya sudah mampu memperjuangkan hak dan melaksanakan kewajibannya serta mengutamakan penggunaan produk dalam negeri, sehingga seharusnya memiliki level literasi yang baik, Namun berdasarkan hasil survei IKK (2024) unsur komponen terendah berkaitan dengan kemampuan literasi konsumen dilihat dari sisi pengetahuan mengenai Undang-undang Perlindungan Konsumen serta pengetahuan dalam pencarian informasi sebelum membeli barang/jasa. Rendahnya literasi konsumen di Indonesia menjadi salah satu tantangan utama dalam meningkatkan kesadaran konsumen tentang hak dan kewajibannya. Kurangnya pemahaman ini mempengaruhi cara konsumen dalam membuat keputusan yang bijak dan melindungi diri mereka dari potensi kerugian dalam transaksi. Hal ini tercermin dalam Keberdayaan Konsumen (IKK), yang menunjukkan bahwa banyak konsumen yang belum sepenuhnya memahami hak-hak mereka dalam berinteraksi dengan pelaku usaha. Padahal, literasi konsumen yang tinggi sangat penting untuk menciptakan pasar yang lebih transparan dan adil, di mana konsumen dapat lebih aktif dalam melaporkan pelanggaran dan memilih produk yang memenuhi standar yang diinginkan.

Kondisi ini memperlihatkan perlunya upaya lebih lanjut dalam mengedukasi masyarakat agar mereka lebih paham mengenai hak-hak mereka sebagai konsumen, seperti hak untuk mendapatkan produk yang aman, hak untuk mengajukan keluhan, dan hak untuk mendapatkan informasi yang jelas tentang produk atau jasa yang dibeli. Peningkatan literasi konsumen harus menjadi prioritas dalam strategi perlindungan konsumen yang lebih luas, dengan melibatkan berbagai pihak, baik pemerintah, pelaku usaha, maupun organisasi masyarakat sipil, untuk menciptakan kesadaran yang lebih baik. Dengan demikian, peran aktif konsumen dalam menjaga kualitas barang dan jasa serta mendorong terciptanya pasar yang lebih sehat dapat tercapai.

1.2.2.10 NON-TARIF PADA KEGIATAN METROLOGI LEGAL

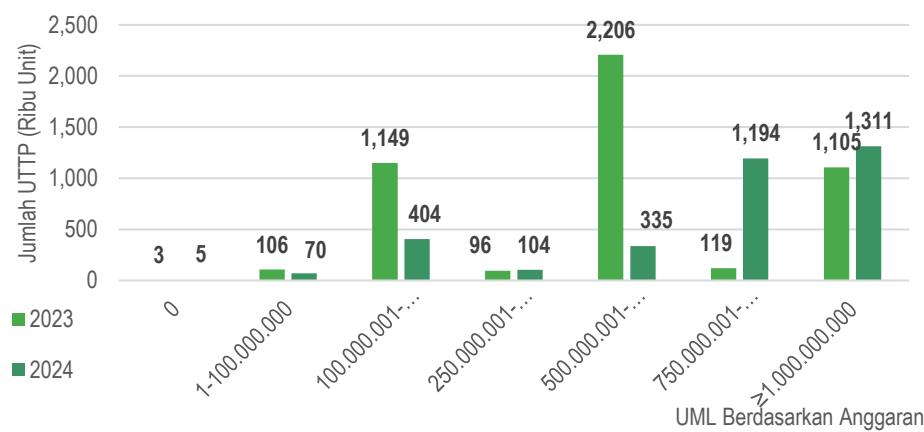
Tidak adanya sumber daya yang diperoleh dari penarikan retribusi tera, menyebabkan seluruh pembiayaan operasional layanan tera dan tera ulang di daerah dibebankan pada APBD. Kebijakan ini memberikan tantangan bagi Pemerintah Daerah. Beberapa kabupaten/kota khususnya yang memiliki geografis kepulauan, membutuhkan biaya operasional yang cukup besar dalam penyelenggaraan pelayanan tera dan tera ulang antar pulau seperti biaya angkut peralatan standar pengujian. Tidak semua biaya operasional dapat ditutup oleh APBD mengingat kegiatan pelayanan tera dan tera ulang merupakan kegiatan pilihan dan belum menjadi program prioritas pemerintah daerah. Pemerintah Daerah juga mengeluarkan biaya untuk pengelolaan peralatan standar uji secara berkala untuk memastikan akurasi dan ketertelusuran peralatan tersebut secara nasional. Hal ini dimaksudkan untuk menjaga hasil pengujian terhadap satu kilogram di satu wilayah tidak berbeda dengan satu kilogram di wilayah yang lain. Disamping itu Pemerintah Daerah membutuhkan biaya untuk pengembangan kemampuan SDM Metrologi Legal dan menyediakan standar ukuran sehingga dapat meningkatkan ruang lingkup pelayanan dan mengikuti perkembangan teknologi UTTIP yang berkembang.



Gambar 1.2-3 Alokasi Anggaran Pelaksanaan Kemetrotologi Tahun 2024

Sumber: Direktorat Metrologi, 2024

Berdasarkan hasil survei terhadap Unit Metrologi Legal di Kabupaten/kota, pengalokasian anggaran pasca terbitnya UU No.1 tahun 2022 cenderung mengalami penurunan. Sebagian besar anggaran Metrologi Legal untuk tahun 2024 berada di kisaran Rp 250.000.000,- . Berdasarkan data pelayanan tera dan tera ulang di kabupaten/kota, sebagian besar Unit Metrologi Legal mengalami penurunan pelayanan di semester I tahun 2024 dibandingkan dengan semester yang sama di tahun sebelumnya. Data tersebut memperlihatkan bahwa kegiatan Metrologi Legal baru dapat berjalan dengan baik dengan dukungan anggaran di atas Rp 750.000,- per tahun. Namun demikian tren penganggaran di daerah untuk kegiatan Metrologi Legal pada tahun 2024 cenderung mengalami penurunan, dan hal ini berdampak pada menurunnya pelayanan tera dan tera ulang di daerah.



Gambar 1.2-4 Data Tera dan Tera Ulang UTTP Semester I Tahun 2023 dan 2024

Sumber: Direktorat Metrologi, 2024

1.2.3 ANALISIS POTENSI, PERMASALAHAN DAN TANTANGAN PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN TERTIB NIAGA

Berdasarkan pemetaan terhadap isu-isu perekonomian dan perdagangan global, kondisi konsumen dan pelaku usaha, capaian Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga periode 2020-2024, serta pemetaan potensi permasalahan, dan tantangan dalam periode 2025-2029, maka akan dilakukan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan pemetaan *Strength* (Kekuatan), *Weaknesses*

(Kelemahan) dalam konteks internal Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga; serta *Opportunity* (Kesempatan) dan *Threats* (Tantangan) dalam konteks eksternal secara global. Pendekatan analisis SWOT pada setiap aspek strategis perdagangan bertujuan untuk menyelaraskan potensi dan kapasitas nasional dengan dinamika pasar domestik dan internasional, sekaligus memperkuat respon kebijakan dalam menghadapi dinamika perdagangan global dan transformasi rantai pasok global. Hasil analisis SWOT dapat menjadi landasan untuk merumuskan strategi Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga periode 2025-2029.

Aspek	Penjelasan
Strength (Kekuatan)	
Kerangka regulasi & kelembagaan	Ditjen PKTN memiliki dasar hukum kuat (UU Perlindungan Konsumen, UU Metrologi Legal, UU Perdagangan, dan peraturan pelaksanaan terkait) yang memberikan kewenangan luas untuk melindungi konsumen dan menertibkan niaga.
Sistem & instrumen pengawasan yang sudah terbangun dan akan dikembangkan	Tersedianya instrumen seperti Indeks Tertib Ukur, Indeks Tertib Mutu, Indeks Kendali Mutu, dan Indeks Tertib Niaga menjadi tolok ukur obyektif untuk menilai kinerja perlindungan konsumen.
Peningkatan capaian indikator kinerja	Selama 2020–2024 sebagian besar indikator (ITM, ITN, IKM) tercapai bahkan melebihi target, menunjukkan kapasitas kelembagaan yang terus meningkat.
Pengembangan dan penguatan infrastruktur digital	Pengembangan sistem INAMS, INSW, SIMPKTN, ODR serta modul PMSE memberi peluang integrasi data lintas K/L untuk efisiensi pengawasan.
Kolaborasi strategis	Kemitraan dengan Bea Cukai, BSN, KAN, serta lembaga internasional (OPSS, ICPEN, KOICA) memperkuat dukungan teknis dan legitimasi pengawasan.
Weakness (Kelemahan)	
Keterbatasan SDM & infrastruktur	Jumlah balai dan pengawas tidak proporsional dengan volume perdagangan. BPSK di banyak daerah belum optimal, BPSMB belum semua terakreditasi ISO 17025.
Data & informasi belum terintegrasi	Belum ada database jasa yang lengkap, keterbatasan data UTTP, serta lemahnya integrasi data barang/jasa beredar menyulitkan pemetaan pengawasan
Regulasi belum adaptif	Beberapa regulasi ketinggalan zaman (UU Perlindungan Konsumen 1999, UU Metrologi Legal) sehingga kurang mampu mengatur fenomena baru seperti perdagangan digital, dark pattern, dan penyedia jasa.
Sistem pengawasan	Mekanisme post-border baru bisa dilakukan setelah barang dilepas, menyebabkan jeda waktu dan risiko masuknya produk <i>non-compliant</i> ke pasar.

Aspek	Penjelasan
Rendahnya konsumen literasi	Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) menunjukkan masih lemahnya masyarakat terhadap kesadaran hak dan kewajiban konsumen.
Opportunity (Peluang)	
Pertumbuhan e-commerce & digital trade	Perdagangan digital yang masif membuka ruang penguatan regulasi dan pengawasan PMSE untuk memastikan perlindungan konsumen di ruang siber.
Adopsi teknologi baru	Penerapan ODR (Online Dispute Resolution), pengembangan aplikasi pengaduan, dan sistem pengawasan berbasis risiko dapat meningkatkan kecepatan respons pengawasan.
Isu keberlanjutan & transisi energi	Pengendalian Metrologi Legal pada SPKLU (EVSE) membuka peluang bagi Ditjen PKTN untuk berperan dalam ekosistem kendaraan listrik yang adil, transparan, dan ramah lingkungan.
Potensi kolaborasi penguatan	Kolaborasi dengan K/L lain (Kominfo, Kemenkeu, Bapanas, Bappenas, BSN) memperluas cakupan pengawasan dan harmonisasi data post-border.
Edukasi & pemberdayaan konsumen	Kesempatan memperluas program edukasi konsumen berbasis digital, termasuk literasi keuangan, keamanan data digital, dan hak konsumen.
Threats (Tantangan)	
Dark pattern & manipulasi digital	Praktik manipulatif di platform digital berisiko merugikan konsumen dan sulit dideteksi jika regulasi dan sistem tidak adaptif.
Masuknya produk impor non-compliant	Tingginya volume perdagangan internasional meningkatkan risiko beredarnya produk impor tidak sesuai SNI wajib, K3L, maupun standar mutu lain.
Ketimpangan literasi & keberdayaan	Gap literasi konsumen antar wilayah, usia, dan pendidikan berpotensi memperdalam kerentanan terhadap penipuan atau pelanggaran hak konsumen
Keterbatasan fiskal daerah	Pasca diberlakukannya UU Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah, retribusi tera dan tera ulang tidak lagi dipungut oleh pemerintah daerah. Dampak dari kebijakan ini adalah pembiayaan layanan yang sepenuhnya bergantung pada APBD masing-masing daerah.
Kompleksitas lintas K/L regulasi	Tumpang tindih kewenangan antar lembaga dapat memperlambat penegakan hukum, khususnya di sektor jasa dan perdagangan digital.

1. Strategi S-O (Memanfaatkan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal)

- Mengoptimalkan pemanfaatan infrastruktur digital untuk memperluas cakupan edukasi konsumen dan pengawasan pelaku usaha.

- Edukasi konsumen dapat diperkuat melalui pengembangan modul pembelajaran interaktif yang mudah diakses publik melalui kanal media PKTN, sehingga literasi konsumen meningkat secara konsisten.
- Kerja sama internasional menjadi peluang besar untuk memperkuat standar metrologi dan efektivitas regulasi, sekaligus menambah daya saing produk nasional.
- Pematangan sistem pengaduan konsumen secara online dapat membantu penyelesaian pengaduan konsumen untuk meningkatkan jangkauan layanan publik
- Penerapan standar mutu internasional dan sertifikasi produk dapat memperluas jaminan mutu di pasar, sementara pelayanan pengujian, kalibrasi, dan sertifikasi yang konsisten menjaga kualitas layanan publik.

2. Strategi S-T (Memanfaatkan kekuatan internal untuk mengatasi ancaman eksternal)

- Sistem pengawasan dan instrumen hukum yang telah ada perlu diperkuat untuk menekan praktik kecurangan digital, termasuk dark pattern. Upaya ini juga penting untuk mencegah masuknya produk impor ilegal ke pasar domestik.
- Pengembangan pengawasan berbasis risiko dapat mempersempit ruang masuknya produk yang tidak sesuai ketentuan, sehingga keamanan konsumen lebih terjamin.
- Peningkatan literasi digital masyarakat diarahkan untuk mengurangi kerentanan terhadap praktik curang di ruang siber. Literasi ini sekaligus mendorong masyarakat untuk memanfaatkan layanan pengaduan maupun penyelesaian sengketa daring.
- Keberhasilan dalam menindaklanjuti hasil pengawasan dapat dipakai sebagai upaya preventif untuk menekan praktik usaha yang merugikan masyarakat.
- Penerapan Metrologi Legal yang konsisten akan menjaga keadilan dalam transaksi perdagangan. Sementara itu, standar mutu internasional dapat dimanfaatkan untuk melindungi produk nasional dari ancaman *dumping*.
- Pemantauan rantai distribusi digital harus diperkuat sejak awal sehingga risiko manipulasi dan praktik perdagangan tidak sehat dapat ditekan.

3. Strategi W-O (Memanfaatkan peluang eksternal untuk mengatasi kelemahan internal)

- Keterbatasan infrastruktur, SDM, dan database dapat diatasi melalui kerja sama internasional dan hibah luar negeri. Penerapan standar global juga memberikan legitimasi terhadap sistem pengawasan nasional.
- Program hibah maupun pendanaan alternatif perlu dimanfaatkan untuk mendukung kinerja daerah. Hal ini memungkinkan daerah lebih mampu menegakkan tertib ukur dan memperluas jangkauan pengawasan.
- Regulasi yang masih lemah dapat diperkuat dengan mengadopsi standar global. Langkah ini tidak hanya menutup celah hukum, tetapi juga meningkatkan pengakuan internasional terhadap sistem pengawasan Indonesia.

- Momentum transisi energi dan pertumbuhan kendaraan listrik bisa dimanfaatkan untuk memperkuat peran Metrologi Legal dalam upaya perlindungan konsumen dan tertib niaga
- Digitalisasi layanan pengawasan perlu dioptimalkan agar keterbatasan SDM dapat diimbangi dengan efisiensi sistem. Pada saat yang sama, kampanye literasi nasional dapat mempercepat terbentuknya konsumen berdaya.
- Sistem pengaduan konsumen daring yang terintegrasi perlu dikembangkan secara berkelanjutan sehingga masyarakat lebih mudah menyampaikan laporan dan pengawasan menjadi lebih responsif.

4. Strategi W-T (Mengantisipasi kelemahan internal dalam menghindari ancaman eksternal)

- Kelemahan internal seperti keterbatasan SDM, data yang terfragmentasi, serta regulasi yang belum mutakhir perlu diantisipasi agar tidak semakin diperburuk oleh ancaman eksternal seperti proteksionisme global atau maraknya produk ilegal.
- Pendekatan pengawasan berbasis risiko menjadi kunci agar keterbatasan SDM tidak mengurangi efektivitas pengawasan, karena fokus diarahkan pada sektor yang paling berisiko.
- Revisi regulasi utama seperti Undang – Undang Perlindungan Konsumen dan Undang Undang Metrologi Legal penting untuk memastikan perlindungan konsumen tetap relevan dengan perkembangan perdagangan digital..
- Skema pendanaan alternatif, seperti kerja sama pemerintah-swasta dan CSR, dapat dipertimbangkan untuk menjaga keberlanjutan layanan publik. Pendekatan ini relevan mengingat keterbatasan kapasitas fiskal di sejumlah daerah
- Penguatan koordinasi antar lembaga pengawas dapat mendukung dalam mewujudkan konsistensi pengawasan dan menjaga kondisi pasar di tengah kompleksitas global.

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa Ditjen PKTN memiliki sejumlah kekuatan berupa landasan hukum yang kuat, instrumen pengawasan yang relatif lengkap, capaian indikator kinerja yang positif, serta dukungan infrastruktur digital dan jejaring kolaborasi strategis. Kekuatan ini memberikan dasar penting bagi Ditjen PKTN untuk mengoptimalkan peluang eksternal, seperti pertumbuhan perdagangan digital, pemanfaatan teknologi baru, serta meningkatnya kesadaran global terhadap isu keberlanjutan. Di sisi lain, masih terdapat kelemahan internal yang perlu segera diatasi, terutama keterbatasan SDM dan infrastruktur, fragmentasi data, serta regulasi yang belum sepenuhnya adaptif terhadap fenomena baru. Kelemahan ini perlu menghadapi tanggangan berupa ancaman eksternal seperti praktik perdagangan digital yang manipulatif, masuknya produk impor *non-compliant*, ketimpangan literasi konsumen, keterbatasan fiskal daerah, dan kompleksitas regulasi lintas K/L. Oleh karena itu, strategi yang dihasilkan dari analisis SWOT menekankan pentingnya: (i) mengoptimalkan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang global (S-O), (ii) memperkuat instrumen pengawasan guna menghadapi ancaman eksternal (S-T), (iii) memanfaatkan peluang

eksternal untuk mengatasi kelemahan internal (W–O), dan (iv) mengantisipasi ancaman dengan memperbaiki kelemahan kelembagaan (W–T).

Dengan demikian, arah kebijakan dan strategi Ditjen PKTN ke depan perlu difokuskan pada penguatan kerangka regulasi, akselerasi transformasi pengawasan pelaku usaha dan pengaduan konsumen secara digital, peningkatan literasi dan pemberdayaan konsumen, serta penguatan kolaborasi lintas sektor. Ditjen PKTN memiliki peran strategis dalam mendukung pencapaian kinerja Kementerian Perdagangan serta target RPJMN 2025–2029. Melalui mandat di bidang perlindungan konsumen dan tertib niaga, Ditjen PKTN memastikan terciptanya iklim perdagangan yang juga berkontribusi langsung pada keberdayaan konsumen, peningkatan kepastian berusaha, serta mendukung pembangunan ekonomi nasional.

BAB II**VISI, MISI, TUJUAN DAN SASARAN STRATEGIS
DITJEN PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN TERTIB
NIAGA****2.1 VISI KEMENTERIAN PERDAGANGAN 2025-2029**

Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2025-2029 merupakan tahapan pertama dari Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) 2025-2045. Sesuai arahan RPJPN 2025-2045, maka ditetapkan sasaran RPJMN 2025-2029 dan dituangkan dalam Visi Indonesia hingga tahun 2045, yaitu:

***“Negara Kesatuan Republik Indonesia yang Bersatu, Berdaulat, Maju, dan
Berkelanjutan”.***

Sementara itu, Visi Presiden dan Wakil Presiden Periode 2025-2029 dalam pembangunan Indonesia 2025-2029 adalah mewujudkan Indonesia Maju, yaitu:

“Bersama Indonesia Maju Menuju Indonesia Emas 2045”.

Visi tersebut mengandung arti bahwa pembangunan memerlukan kerja sama seluruh putra putri terbaik bangsa yang memiliki kesamaan tekad, dengan dasar fondasi kuat yang telah dibangun pada masa kepemimpinan presiden sebelumnya, sehingga berhasil mewujudkan Indonesia setara negara maju di tahun 2045 dan mencapai cita-cita Indonesia Emas 2045.

Pelaksanaan Visi ini diturunkan menjadi delapan prioritas nasional (Asta Cita), tujuh belas program prioritas, serta delapan program hasil terbaik cepat. Berikut merupakan uraian Prioritas Nasional Presiden dan wakil presiden Indonesia terpilih periode 2025-2029.

1. Memperkokoh Ideologi Pancasila, Demokrasi, dan Hak Asasi Manusia
2. Memantapkan Sistem Pertahanan Keamanan Negara dan Mendorong Kemandirian Bangsa Melalui Swasembada Pangan, Energi, Ekonomi Syariah, Ekonomi Digital, Ekonomi Hijau, dan Ekonomi Biru
3. Melanjutkan Pengembangan Infrastruktur dan Meningkatkan Lapangan Kerja yang Berkualitas, Mendorong Kewirausahaan, Mengembangkan Industri Kreatif serta Mengembangkan Agromaritim Industri di Sentra Produksi Melalui Peran Aktif Koperasi
4. Memperkuat Sumber Daya Manusia, Sains, Teknologi, Pendidikan, Kesehatan, Prestasi Olahraga, Kesetaraan Gender, serta Penguatan Peran Perempuan, Pemuda (Generasi Milenial dan Generasi Z), dan Penyandang Disabilitas
5. Melanjutkan Hilirisasi dan Mengembangkan Industri Berbasis Sumber Daya Alam untuk Meningkatkan Nilai Tambah di Dalam Negeri

6. Membangun dari Desa dan dari Bawah Untuk Pertumbuhan Ekonomi, Pemerataan Ekonomi, dan Pemberantasan Kemiskinan
7. Memperkuat Reformasi Politik, Hukum, dan Birokrasi serta Memperkuat Pencegahan dan Pemberantasan Korupsi, Narkoba, Judi, dan Penyalundupan
8. Memperkuat Penyelarasan Kehidupan yang Harmonis dengan Lingkungan, Alam, dan Budaya, serta Peningkatan Toleransi Antarumat Beragama untuk Mencapai Masyarakat yang Adil dan Makmur

Berdasarkan prioritas nasional yang berhubungan dengan Kementerian Perdagangan tercantum pada prioritas nasional ke 5 mengenai **“Melanjutkan Hilirisasi dan Mengembangkan Industri Berbasis Sumber Daya Alam untuk Meningkatkan Nilai Tambah di Dalam Negeri”**.

Kementerian Perdagangan dapat memegang peran krusial dalam mendukung hilirisasi dan pengembangan industri berbasis SDA. Kementerian Perdagangan dapat berkontribusi meliputi perluasan akses pasar melalui negosiasi perjanjian perdagangan, promosi ekspor, dan misi dagang. Selain itu, memfasilitasi perdagangan dengan prosedur ekspor impor, mendorong standar dan sertifikasi produk, serta menyediakan informasi pasar. Kementerian Perdagangan juga aktif dalam merumuskan kebijakan dan regulasi yang mendukung pengembangan industri hilir, memberikan insentif dan fasilitas kepada pelaku usaha, serta mendukung pengembangan SDM. Penguatan kerja sama antar kementerian/lembaga, pelaku usaha, dan organisasi internasional dapat menjadi fokus Kementerian Perdagangan dalam mendorong hilirisasi industri dan peningkatan nilai tambah SDA di Indonesia.

Untuk mendukung Visi, Misi, serta Program Prioritas yang diamanatkan oleh Presiden 2025-2029 maka dari itu, Visi Kementerian Perdagangan periode 2025-2029, yaitu:

“Perdagangan yang Ekspansif dan Terintegrasi dengan Rantai Pasar Domestik dan Global dalam rangka mewujudkan Indonesia Maju Menuju Indonesia Emas 2045”

Adapun pengertian dari Visi Kementerian Perdagangan adalah sebagai berikut:

Bersama Indonesia Maju Menuju Indonesia Emas 2045 : Kementerian Perdagangan mendukung penuh pembangunan ekonomi nasional yang merata pada seluruh wilayah sehingga mewujudkan Indonesia setara negara maju di tahun 2045 dan mencapai cita-cita Indonesia Emas 2045 menjadi Negara Kesatuan Republik Indonesia yang Berdaulat, Maju, dan Berkelanjutan;

Kerja Perdagangan Ekspansif : Perdagangan sebagai pilar dalam mendorong konsumsi nasional dan neraca perdagangan positif untuk membantu peningkatan pendapatan per kapita nasional serta mengatasi ketimpangan dan pengentasan kemiskinan; dan

Integrasi Rantai Pasar Domestik dan Global : Meningkatnya daya saing produk dalam negeri yang didukung oleh efisiensi distribusi, peningkatan standar mutu produk, serta terintegrasi pada rantai pasok global untuk mendorong pembangunan ekonomi yang maju, berdaulat, dan berkelanjutan.

Dalam rangka mendukung Visi Kementerian Perdagangan 2025–2029, maka Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (PKTN) berperan penting dalam menjaga keseimbangan ekosistem perdagangan domestik melalui penguatan dua aspek utama melalui keberdayaan konsumen dan ketaatan pelaku usaha.

Kedua aspek ini merupakan fondasi terciptanya perdagangan dalam negeri yang berdaya saing, berkeadilan, dan berkelanjutan. Keberdayaan konsumen mencerminkan meningkatnya kemampuan masyarakat untuk memahami, menggunakan, dan memperjuangkan haknya dalam bertransaksi, sedangkan ketaatan pelaku usaha menggambarkan tingkat kepatuhan terhadap peraturan, standar mutu, dan etika niaga. Sinergi antara keduanya akan memperkuat kepercayaan pasar, menumbuhkan persaingan usaha yang sehat, serta menjaga stabilitas perdagangan nasional.

Berdasarkan hal tersebut, visi Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga periode 2025–2029 dirumuskan sebagai berikut:

“Terwujudnya peningkatan keberdayaan konsumen dan ketaatan pelaku usaha dalam sistem perdagangan yang aman, tertib, dan berkeadilan dalam rangka mewujudkan perdagangan yang ekspansif dan terintegrasi dengan pasar domestik dan global.”

Visi ini menegaskan peran strategis PKTN dalam membangun ekosistem perdagangan nasional yang berintegritas, berkeadilan, dan berdaya saing melalui penguatan posisi konsumen serta peningkatan kepatuhan pelaku usaha terhadap peraturan, standar mutu, dan etika usaha. Keberdayaan konsumen dan ketaatan pelaku usaha diposisikan sebagai fondasi utama terciptanya kepercayaan pasar, efisiensi distribusi, dan integrasi perdagangan nasional ke dalam rantai pasar domestik dan global secara berkelanjutan. Adapun penjelasan lebih lanjut mengenai Visi Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga

Peningkatan keberdayaan konsumen dan ketaatan pelaku usaha : Ditjen PKTN mendukung penuh peningkatan keberdayaan konsumen dimaknai sebagai kondisi di mana konsumen memiliki pengetahuan, kesadaran, dan kemampuan untuk memahami serta memperjuangkan hak dan kewajibannya dalam bertransaksi. Konsumen yang berdaya akan mendorong terbentuknya permintaan yang rasional, kritis, dan berorientasi pada mutu serta keamanan produk. Pada saat yang sama, ketaatan pelaku usaha diwujudkan melalui kepatuhan terhadap peraturan perundangan, standar mutu, etika usaha, dan praktik perdagangan yang adil, sehingga tercipta kepastian hukum dan kepercayaan dalam aktivitas perdagangan

Sistem Perdagangan dalam negeri yang adil, aman, dan berdaya saing	: Perlindungan konsumen yang optimal dapat mencerminkan kondisi ideal pasar ketika sinergi antara konsumen yang berdaya dan pelaku usaha yang taat membentuk sistem perdagangan dalam negeri yang aman, tertib, dan berkeadilan. Sistem ini menjadi prasyarat bagi berfungsinya pasar secara sehat, di mana hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha berjalan seimbang, produk dan jasa yang beredar memenuhi standar keamanan dan mutu, serta iklim usaha mendorong inovasi dan persaingan yang sehat.
Perdagangan yang ekspansif dan terintegrasi dengan Rantai Pasar Domestik dan Global	: Melalui perlindungan konsumen, sistem perdagangan yang berintegritas tersebut berperan strategis dalam mendukung perdagangan nasional yang ekspansif dan terintegrasi dengan rantai pasar domestik dan global. Melalui penguatan integritas pasar, efisiensi distribusi, penerapan standardisasi, serta pengawasan perdagangan yang efektif, perdagangan dalam negeri tidak hanya berkontribusi pada peningkatan konsumsi nasional, tetapi juga memperkuat daya saing produk Indonesia di pasar global.

Dengan demikian, visi Ditjen PKTN diarahkan untuk mendukung perdagangan yang ekspansif dan terintegrasi dengan rantai pasar domestik dan global.

2.2 MISI KEMENTERIAN PERDAGANGAN 2025-2029

Untuk mewujudkan visi Kementerian Perdagangan periode 2025-2029 “Perdagangan yang Ekspansif dan Terintegrasi dengan Rantai Pasar Domestik dan Global dalam rangka mewujudkan Indonesia Maju Menuju Indonesia Emas 2045”, serta arahan RPJMN 2025-2029 “Peningkatan Perdagangan Domestik, Antarwilayah, dan Ekspor serta Peningkatan Partisipasi dalam Rantai Nilai Global”, terdapat rumusan mengenai upaya-upaya yang akan dilaksanakan yang tertuang dalam 3 (tiga) misi Kementerian Perdagangan berikut:

Misi 1. Meningkatkan kinerja perdagangan domestik yang terintegrasi dan berkelanjutan pada periode 2025-2029

Perdagangan domestik yang terintegrasi mencerminkan perdagangan domestik yang efisien yang didukung oleh konektivitas antar wilayah serta perlindungan konsumen, sehingga memeratakan pertumbuhan ekonomi melalui sektor perdagangan, meningkatkan produktivitas UMKM dan industri lokal, meningkatkan peran produk dalam negeri untuk mendorong penguatan konsumsi, serta mewujudkan barang dan jasa yang aman dikonsumsi. Dalam memperkuat kinerja perdagangan domestik secara berkelanjutan, diperlukan peningkatan keamanan pasar domestik yang resilien terhadap dinamika global serta ketahanan pasar sehingga dalam jangka panjang mendukung capaian ekonomi yang berkelanjutan, inklusif, mendukung pengentasan kemiskinan. Keamanan dan ketahanan pasar domestik menjadi fondasi kedaulatan ekonomi menuju Indonesia yang maju dan berkeadilan.

Misi 2 Meningkatkan kinerja ekspor barang dan jasa yang bernilai tambah dan berkelanjutan pada periode 2025-2029

Ekspansi perdagangan melalui kinerja ekspor barang dan jasa yang bernilai tambah dioptimalkan dengan memperkuat posisi Indonesia dalam rantai nilai global, sehingga mempercepat transformasi ekonomi melalui peningkatan pendapatan per kapita, sekaligus memperluas serapan tenaga kerja melalui sektor padat karya. Dalam mendukung kinerja ekspor, diperlukan pemeliharaan diplomasi perdagangan dengan mitra sekaligus perluasan pasar baru yang berdaya saing. Kemitraan yang seimbang mencerminkan keselarasan terhadap pengamanan dan pengendalian perdagangan, serta mengindikasikan pertumbuhan yang keberlanjutan. Sedangkan dalam aspek pengembangan daya saing produk memerhatikan keselarasan dengan tuntutan pasar global, termasuk standar produk yang seimbang dengan pembangunan sosial, keberlanjutan sumber daya alam lokal, serta kualitas lingkungan hidup, sehingga mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan menuju Indonesia Maju.

Misi 3. Menguatkan kapasitas kelembagaan urusan perdagangan yang efektif dan efisien pada periode 2025-2029

Kelembagaan Kementerian Perdagangan yang efektif dan efisien merupakan kunci dalam mewujudkan transformasi ekonomi yang produktif, inovatif, dan adaptif terhadap dinamika perdagangan global maupun domestik. Kapasitas kelembagaan yang efisien dan berintegritas akan memperkuat tata kelola perdagangan, dan layanan publik sektor perdagangan yang akuntabel. Proses penyusunan dan pelaksanaan kebijakan perdagangan yang efisien dan pengambilan keputusan berbasis data didukung oleh SDM perdagangan yang unggul, sistem tata kelola organisasi yang terintegrasi dan berbasis teknologi, serta mekanisme pengawasan dan pelayanan yang transparan. Penguatan institusi dan SDM perdagangan mendukung daya saing nasional dan mencerminkan sistem pelayanan perdagangan yang maju dan berkeadilan.

Dalam mendukung visi Ditjen PKTN, Misi Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (PKTN) disusun untuk menjabarkan arah strategis yang termuat dalam visi. Misi tersebut berfungsi sebagai panduan operasional bagi seluruh program dan kegiatan Ditjen PKTN agar secara terukur mampu mewujudkan kondisi ideal yang diamanatkan dalam visi tersebut. Dalam konteks yang lebih luas, ketiga misi Ditjen PKTN juga merupakan bentuk dukungan langsung terhadap pelaksanaan Visi dan Misi Kementerian Perdagangan 2025–2029, khususnya dalam mewujudkan perdagangan domestik yang terintegrasi dan berkelanjutan, penguatan nilai tambah perdagangan, serta peningkatan efektivitas kelembagaan urusan perdagangan.

Misi 1. Meningkatkan keberdayaan dan perlindungan konsumen yang efektif periode 2025-2029.

Misi ini menekankan terwujudnya konsumen yang berdaya, yaitu konsumen yang memiliki kemampuan memahami, menggunakan, serta memperjuangkan hak dan kewajibannya secara sadar dalam kegiatan perdagangan. Keberdayaan dan perlindungan konsumen yang efektif menciptakan mekanisme pasar domestik yang sehat, berbasis kepercayaan, serta

berorientasi pada mutu dan keamanan barang dan jasa. Dalam kaitannya dengan Misi 1 Kementerian Perdagangan, misi ini berperan strategis dalam memperkuat perdagangan domestik yang terintegrasi dan berkelanjutan melalui peningkatan rasa aman bertransaksi, penguatan konsumsi dalam negeri, serta perlindungan konsumen dari praktik perdagangan yang merugikan. Dengan terjaminnya barang dan jasa yang aman dan sesuai ketentuan, pasar domestik menjadi lebih tangguh dan berkontribusi pada ketahanan ekonomi nasional.

Misi 2. Menguatkan Sistem Metrologi Legal Nasional yang andal, terintegrasi, dan selaras dengan standar internasional guna mendukung kepastian pengukuran, perlindungan konsumen, serta daya saing nasional pada periode 2025-2029.

Misi ini mendukung Visi PKTN dalam mewujudkan ekosistem perdagangan yang tertib melalui kepastian pengukuran dan transaksi yang jujur. Sistem Metrologi Legal yang andal menjamin keadilan dalam transaksi perdagangan, melindungi konsumen dari praktik curang, serta meningkatkan kepatuhan pelaku usaha terhadap standar pengukuran yang berlaku. Dalam konteks Misi 1 Kementerian Perdagangan, penguatan Metrologi Legal menjadi instrumen penting dalam mendukung perdagangan domestik yang efisien dan terpercaya, khususnya pada distribusi barang, perlindungan konsumen, dan produktivitas usaha. Keselarasan dengan standar internasional memberikan dasar pengakuan kesetaraan pengukuran yang diperlukan dalam perdagangan lintas negara, tanpa mengesampingkan fokus utama pada kepastian transaksi di pasar domestik..

Misi 3. Mewujudkan pengawasan barang beredar, jasa, dan kegiatan perdagangan yang efektif, akuntabel serta berbasis risiko guna menjamin kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan pada periode 2025–2029..

Misi ini merupakan perwujudan aspek ketaatan pelaku usaha dalam Visi PKTN, yang menempatkan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan, etika usaha, dan standar mutu sebagai prasyarat utama terciptanya integritas pasar. Pengawasan berbasis risiko diarahkan untuk memastikan pelaksanaan pengawasan dilakukan secara terencana, proporsional, dan dapat dipertanggungjawabkan melalui indikator kinerja, mekanisme pelaporan, serta tindak lanjut yang jelas. Dalam kaitannya dengan Misi 1 Kementerian Perdagangan, pengawasan yang efektif dan akuntabel berperan langsung dalam menjaga keamanan dan ketertiban pasar domestik serta melindungi konsumen dari peredaran barang dan jasa yang tidak memenuhi ketentuan.

Misi 4. Memastikan mutu dan keamanan perdagangan nasional melalui pengembangan dan penerapan sistem standardisasi serta pengendalian mutu yang terintegrasi, tertelusur, dan berbasis risiko pada periode 2025-2029.

Misi ini memperkuat Visi PKTN dalam menciptakan ekosistem perdagangan yang aman dan tertib melalui jaminan mutu dan keamanan barang dan jasa yang beredar di pasar domestik. Penerapan standardisasi dan pengendalian mutu yang terintegrasi mendorong konsistensi kualitas produk, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta membentuk

perilaku usaha yang bertanggung jawab. Dalam kaitannya dengan Misi 1 Kementerian Perdagangan, jaminan mutu dan keamanan produk memperkuat pasar domestik yang aman dan mendukung peningkatan konsumsi produk dalam negeri. Keselarasan standar dengan praktik internasional secara tidak langsung mendukung kesiapan produk nasional dalam memenuhi persyaratan pasar global.

Misi 5. Meningkatkan Tata Kelola Kelembagaan PKTN yang Profesional, Adaptif, dan Inovatif pada periode 2025-2029.

Misi ini mendukung Visi PKTN melalui penguatan kapasitas internal organisasi sebagai prasyarat utama efektivitas perlindungan konsumen dan tertib niaga. Tata kelola kelembagaan yang profesional dan adaptif memastikan pelaksanaan tugas dan fungsi PKTN berjalan efektif, responsif terhadap dinamika perdagangan, serta didukung oleh SDM yang kompeten, pemanfaatan teknologi, dan pengambilan keputusan berbasis data. Misi ini selaras dengan Misi 3 Kementerian Perdagangan dalam penguatan kapasitas kelembagaan urusan perdagangan yang efektif dan efisien. Kelembagaan PKTN yang kuat menjadi faktor pendukung utama bagi terciptanya sistem perdagangan nasional yang tertib, terpercaya, dan berkelanjutan.

2.3 TUJUAN KEMENTERIAN PERDAGANGAN 2025-2029

Dalam rangka menjalankan misi Kementerian Perdagangan 2025-2029, terdapat 3 (tiga) tujuan strategis yang mencerminkan kondisi yang ingin dicapai oleh Kementerian Perdagangan periode 2025-2029:

1. Meningkatnya keamanan dan ketahanan pasar dalam negeri
2. Meningkatnya nilai ekspor yang berdaya saing untuk mendorong pertumbuhan ekonomi
3. Meningkatnya kinerja Kementerian Perdagangan yang produktif dan inovatif

Dengan rincian tujuan sebagai berikut.

1. Meningkatnya keamanan dan ketahanan pasar dalam negeri

Hal ini merupakan prasyarat utama untuk meningkatkan kinerja perdagangan domestik yang terintegrasi dan berkelanjutan sehingga mendukung stabilitas ekonomi nasional dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, terutama di tengah ketidakpastian ekonomi makro dan gangguan rantai pasok global. Hal ini sejalan dengan Prioritas Nasional RPJMN 2025–2029 untuk mewujudkan integrasi ekonomi domestik “Peningkatan perdagangan domestik dan antar wilayah” serta sebagai dukungan arahan Presiden mengenai strategi hilirisasi nasional dan swasembada pangan.

Peningkatan pengamanan perdagangan dalam negeri juga diarahkan pada perlindungan konsumen sebagai dasar pertumbuhan ekonomi yang sehat. Perlindungan konsumen dilaksanakan melalui peningkatan pemberdayaan konsumen, standardisasi dan pengendalian mutu, serta penguatan

kegiatan pengawasan perdagangan, termasuk pada perdagangan berjangka komoditi, sehingga meningkatkan kepatuhan pelaku usaha, melindungi pasar domestik dari peredaran barang ilegal, produk tidak sesuai ketentuan, praktik *dumping* serta dari lonjakan produk impor yang dapat merugikan pelaku usaha.

2. Meningkatnya Nilai dan Kualitas Ekspor untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi

Meningkatnya nilai dan kualitas ekspor untuk mendorong pertumbuhan ekonomi merupakan prasyarat utama untuk meningkatkan kinerja ekspor barang dan jasa yang bernilai tambah dan berkelanjutan sehingga menjadikan ekspor sebagai motor penggerak ekonomi nasional. Tujuan ini menekankan tidak hanya pada peningkatan volume ekspor, tetapi juga pada diversifikasi pasar dan produk, peningkatan daya saing dan nilai tambah produk, serta penguatan posisi Indonesia dalam rantai nilai global (*global value chain/GVC*). Tujuan ini sejalan dengan Prioritas Nasional RPJMN 2025–2029 untuk mewujudkan “Integrasi Ekonomi Domestik dan *Global Economic Powerhouse* yang terintegrasi dengan jaringan rantai global dan domestik, serta ekspor yang kokoh”

Kementerian Perdagangan berkomitmen terhadap diversifikasi/ memperluas pasar ekspor melalui penguatan diplomasi dan implementasi kesepakatan kerja sama perjanjian dagang internasional, fasilitasi pelaku usaha, upaya promosi dan pemasaran sesuai karakteristik pasar utama maupun perluasan pasar potensial, serta kebijakan pengamanan dan pengendalian perdagangan di negara tujuan ekspor, sehingga memitigasi risiko perdagangan global, seperti proteksionisme, gangguan logistik, dan volatilitas harga komoditas.

Di sisi diversifikasi produk, Kementerian Perdagangan meningkatkan kapasitas pelaku usaha untuk mengembangkan produk inovatif. Langkah ini bertujuan mengurangi ketergantungan pada impor dan ekspor komoditas mentah, sambil memprioritaskan pengembangan produk berbasis sumber daya alam (SDA), produk hijau, jasa, dan sektor digital. Fokus pada produk-produk ini tidak hanya meningkatkan nilai tambah, tetapi juga memberikan *multiplier effects* seperti penyerapan tenaga kerja, hilirisasi dan industrialisasi berbasis teknologi.

Sedangkan peningkatan diversifikasi produk dilaksanakan melalui peningkatan kapasitas pelaku usaha untuk mengembangkan produk berbasis inovasi. Hal ini bertujuan mengurangi ketergantungan impor dan ekspor komoditas mentah, serta memprioritaskan pengembangan produk untuk komoditas berbasis SDA, produk teknologi menengah tinggi, produk hijau, jasa, dan sektor digital yang dapat memberikan *multiplier effect* seperti hilirisasi dan industrialisasi dalam negeri, serta penyerapan tenaga kerja.

3. Meningkatnya Kinerja Kementerian Perdagangan yang Produktif dan Inovatif

Meningkatnya kinerja Kementerian Perdagangan yang produktif dan inovatif menekankan pentingnya transformasi kelembagaan sehingga dapat beradaptasi secara responsif terhadap dinamika perdagangan serta tuntutan pelayanan publik yang semakin kompleks.

Kementerian Perdagangan berkomitmen untuk meningkatkan produktivitas kelembagaan melalui penyederhanaan dan efisiensi proses layanan publik melalui digitalisasi, penguatan tata kelola berbasis kinerja dan pemanfaatan teknologi informasi untuk mendukung pengambilan keputusan berbasis data (*evidence based*) lebih tepat sasaran, serta penguatan akuntabilitas yang dilihat dari kewajaran laporan keuangan.

Penguatan kelembagaan yang produktif juga dilengkapi dengan peningkatan kapasitas SDM bidang perdagangan melalui pelatihan dan bimbingan aparatur perdagangan sehingga meningkatkan inovasi dalam penyusunan kebijakan, menyelenggarakan program dan kegiatan bidang perdagangan yang memberikan dorongan bagi pertumbuhan ekonomi, serta ekspansi ekonomi nasional yang terintegrasi dengan rantai pasar domestik dan global.

Tabel 2.3-1. Tujuan Kementerian Perdagangan Periode 2025-2029

No	Tujuan/Indikator	Satuan	Target				
			2025	2026	2027	2028	2029
T1 Meningkatnya keamanan dan ketahanan pasar dalam negeri							
	Kontribusi Perdagangan Besar dan Eceran Terhadap PDB	Persen	11,68	11,99	12,3	12,63	12,84
T2 Meningkatnya nilai ekspor yang berdaya saing untuk mendorong pertumbuhan ekonomi							
	Kontribusi Ekspor Barang dan Jasa Terhadap PDB	Persen	21,70	21,40	21,30	21,34	25,10
T3 Meningkatnya kinerja Kementerian Perdagangan yang produktif dan inovatif							
	Indeks Reformasi Birokrasi	Indeks	85	86	87	88	90

Dalam rangka menjalankan visi dan misi yang telah ditetapkan, Ditjen PKTN menetapkan tiga tujuan strategis yang menjadi arah capaian kinerja periode 2025–2029. Tujuan ini menggambarkan kondisi yang ingin diwujudkan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen dan tertib niaga, serta menjadi ukuran keberhasilan dalam mendukung pelaksanaan Misi Ditjen PKTN dan sasaran pembangunan nasional di bidang perdagangan domestik.

Tujuan 1. Terwujudnya Keberdayaan Konsumen

Tujuan ini diarahkan untuk mewujudkan konsumen yang berdaya, cerdas, dan terlindungi sebagai fondasi utama ekosistem perdagangan yang aman, tertib, dan berkeadilan. Keberdayaan konsumen dimaknai sebagai kemampuan konsumen dalam memahami dan menggunakan hak serta kewajibannya secara sadar, kritis, dan bertanggung jawab dalam kegiatan perdagangan. Konsumen yang berdaya akan mendorong terbentuknya pasar domestik yang sehat, transparan, dan berorientasi pada mutu serta keamanan barang dan jasa. Pencapaian tujuan ini diukur melalui peningkatan Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) yang mencerminkan peningkatan literasi konsumen, kepercayaan terhadap produk dalam negeri, serta pemanfaatan mekanisme pengaduan dan penyelesaian sengketa. Upaya peningkatan keberdayaan konsumen dilaksanakan melalui penguatan sistem perlindungan konsumen dan peran kelembagaan, termasuk Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), dan Lembaga Perlindungan

Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Tujuan ini selaras dengan upaya Kementerian Perdagangan dalam memperkuat keamanan dan ketahanan pasar domestik sebagai bagian dari pembangunan perdagangan yang inklusif dan berkelanjutan.

Tujuan 2. Terwujudnya Pelaku Usaha Yang Bertanggung Jawab

Tujuan ini diarahkan untuk menciptakan pelaku usaha yang taat terhadap peraturan perundang-undangan, standar mutu, serta etika usaha, sehingga mendukung terciptanya perdagangan yang tertib, adil, dan berdaya saing. Ketaatan pelaku usaha merupakan prasyarat utama bagi terjaganya integritas pasar dan kepastian hukum perdagangan, sekaligus melindungi konsumen dari praktik perdagangan yang merugikan. Keberhasilan pencapaian tujuan ini diukur melalui peningkatan Indeks Ketaatan Pelaku Usaha (IKPU) yang mencerminkan tingkat kepatuhan terhadap regulasi perdagangan, standardisasi, pelabelan, Metrologi Legal, serta ketentuan tertib niaga. Pengawasan perdagangan dilaksanakan secara terintegrasi dan berbasis risiko terhadap barang beredar, jasa, dan kegiatan perdagangan, termasuk pencegahan praktik curang, peredaran barang ilegal, serta penyimpangan tata niaga. Melalui penguatan pengawasan yang efektif dan akuntabel, tujuan ini berkontribusi langsung dalam memperkuat keamanan pasar domestik serta meningkatkan kredibilitas dan daya saing produk Indonesia di pasar global..

Tujuan 3. Terwujudnya Tata Kelola Kelembagaan yang Transparan, Akuntabel, dan Adaptif

Tujuan ini ditetapkan untuk memperkuat kapasitas kelembagaan Ditjen PKTN agar mampu menjalankan fungsi perlindungan konsumen dan pengawasan perdagangan secara efektif, efisien, dan responsif terhadap dinamika perdagangan nasional maupun global. Tata kelola kelembagaan yang transparan, akuntabel, dan adaptif menjadi prasyarat utama dalam mendukung pelaksanaan kebijakan perdagangan yang berintegritas dan berkelanjutan. Pencapaian tujuan ini diukur melalui peningkatan kualitas tata kelola internal, penguatan kapasitas sumber daya manusia, digitalisasi sistem pengawasan dan layanan publik, serta penerapan pengambilan keputusan berbasis data. Integrasi sistem pelaporan pusat dan daerah, peningkatan akuntabilitas kinerja, serta penguatan budaya kerja profesional dan inovatif menjadi bagian penting dari upaya transformasi kelembagaan. Tujuan ini sejalan dengan penguatan kapasitas kelembagaan Kementerian Perdagangan untuk mendukung pelayanan publik perdagangan yang produktif, adaptif, dan berkeadilan.

Tabel 2.3-2. Tujuan Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga Periode 2025-2029

No	Tujuan/Indikator	Satuan	Target				
			2025	2026	2027	2028	2029
T1	Terwujudnya Keberdayaan Konsumen						
	Indeks Keberdayaan Konsumen	Indeks	63	66	69	72	75
T2	Terwujudnya Pelaku Usaha Yang Bertanggung Jawab						
	Indeks Ketaatan Pelaku Usaha	Indeks	53	55	58	60	63

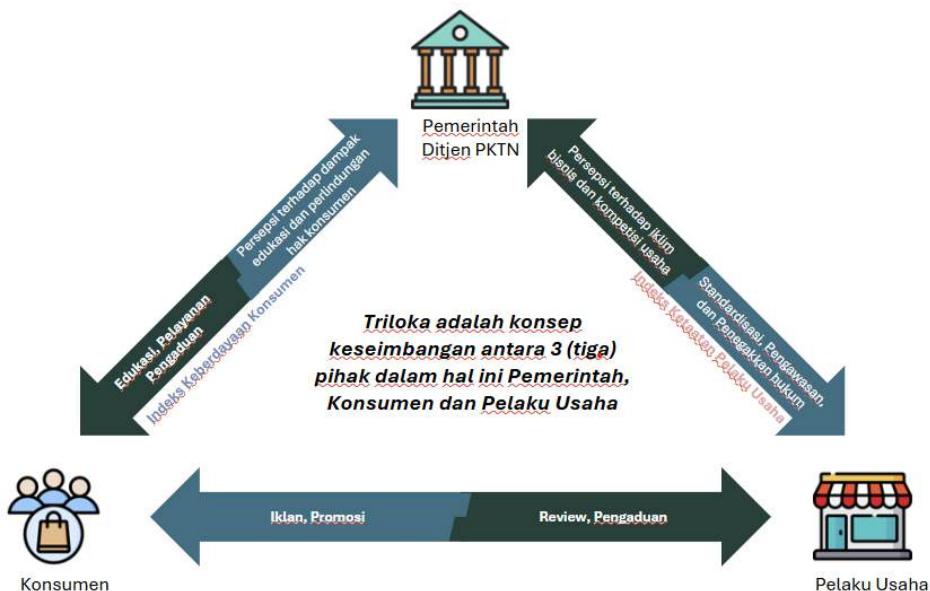
No	Tujuan/Indikator	Satuan	Target				
			2025	2026	2027	2028	2029
T3	Terwujudnya Tata Kelola Kelembagaan yang Transparan, Akuntabel, dan Adaptif						
	Nilai SAKIP Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga	Nilai	83,86	84,12	84,38	84,63	83,86

2.4 SASARAN STRATEGIS DIREKTORAT JENDERAL PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN TERTIB NIAGA



Gambar 2.4-1 Sasaran Strategis Ditjen PKTN 2025-2029

Sasaran strategis Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (Ditjen PKTN) pada periode 2025–2029 berfokus pada peningkatan perlindungan konsumen melalui dua pilar utama, yaitu konsumen yang berdaya dan pelaku usaha yang bertanggung jawab. Pendekatan ini menekankan bahwa keberhasilan perlindungan konsumen tidak hanya ditentukan oleh tingkat literasi dan kesadaran konsumen, tetapi juga oleh kepatuhan pelaku usaha terhadap standar, ketentuan, dan regulasi yang berlaku. Penentuan komponen peningkatan perlindungan konsumen didasari oleh hubungan tiga unsur utama yang kemudian dikembangkan dalam kerangka konseptual Triloka Perlindungan Konsumen. Pada kerangka ini menekankan hubungan keseimbangan peran tiga aktor utama dalam ekosistem perlindungan konsumen, yaitu Pemerintah Konsumen, dan Pelaku Usaha. Komponen Triloka meliputi: (i) Pemerintah melalui Ditjen PKTN berperan sebagai regulator, fasilitator, dan pengawas. Sebagai regulator, Ditjen PKTN menetapkan aturan, standar mutu, dan instrumen pengukuran; sebagai fasilitator, membangun ekosistem edukasi, literasi, dan layanan publik; serta sebagai pengawas, memastikan kepatuhan pelaku usaha melalui pengawasan, sertifikasi, dan penegakan hukum; (ii) Konsumen yang semakin berdaya melalui edukasi, literasi, serta pemanfaatan mekanisme pengaduan; dan (iii) Pelaku usaha yang berpraktik secara jujur, transparan, dan patuh terhadap regulasi maupun standar yang berlaku. Hubungan ketiga aktor ini bersifat timbal balik dan saling memengaruhi.

**Gambar 2.4-2 Triloka Perlindungan Konsumen***Sumber: Ditjen PKTN, 2025*

Dalam Renstra Ditjen PKTN 2025–2029, konsep Triloka diadaptasi sebagai kerangka strategis untuk merumuskan arah kebijakan dan program. Sebagai pemerintah, Ditjen PKTN dapat melakukan intervensi untuk memastikan perlindungan konsumen berjalan efektif, baik dengan meningkatkan keberdayaan konsumen melalui edukasi maupun dengan menjamin kepatuhan pelaku usaha terhadap aturan yang berlaku. Pemerintah memiliki kendali langsung terhadap kebijakan, program, dan instrumen yang memengaruhi keberdayaan konsumen dan kepatuhan pelaku usaha. Kedua aspek tersebut menjadi refleksi kinerja Ditjen PKTN dalam memastikan intervensi pemerintah mampu meningkatkan keberdayaan konsumen dalam menggunakan haknya sekaligus mendorong pelaku usaha untuk mematuhi ketentuan dan standar perdagangan yang berlaku. Maka dari itu, kinerja Ditjen PKTN pada tingkat Eselon I diukur melalui dua indikator utama, yaitu Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) dan Indeks Kepatuhan Pelaku Usaha (IKPU). Kombinasi keduanya memberikan gambaran menyeluruh tentang keseimbangan ekosistem perlindungan konsumen dengan semakin tinggi keberdayaan konsumen dan kepatuhan pelaku usaha. Sebagai hasil dari proses *aspiration gathering* melalui metode Analytical Hierarchy Process (AHP), titik optimum perlindungan konsumen didapat pada proporsi nilai 50 persen konsumen berdaya dan 50 persen ketaatan pelaku usaha (1:1). Dalam hal ini kontribusi konsumen dan pelaku usaha digambarkan melalui nilai indeks keberdayaan konsumen dan ketaatan pelaku usaha, dengan tujuan mewujudkan konsumen yang berdaya serta pelaku usaha yang bertanggung jawab. Target Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) pada tahun 2025 ditetapkan sebesar 63 dan ditingkatkan secara bertahap hingga mencapai 75 pada tahun 2029. Sementara itu, Indeks Ketaatan Pelaku Usaha (IKPU) ditargetkan sebesar 53 pada tahun 2025 dan meningkat menjadi 63 pada tahun 2029.

Tabel 2.4-1 Target Sasaran Strategis Direktorat Jenderal PKTN

Indikator Kinerja Es. 1	2025	2026	2027	2028	2029	Satuan
Indeks Keberdayaan Konsumen	63	66	69	72	75	Indeks
Indeks Ketaatan Pelaku Usaha	53	55	58	60	63	Indeks

Sumber: Ditjen PTKN, 2025

Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) adalah indeks yang mengukur tingkat kesadaran, pemahaman, dan kemampuan konsumen dalam menjalankan hak dan kewajibannya saat berinteraksi di pasar. IKK mencerminkan tingkat keberdayaan konsumen dalam membuat keputusan yang cerdas, kritis, dan bertanggung jawab terhadap produk dan layanan yang dikonsumsi. IKK dilakukan melalui survei pada 38 Provinsi.

IKK diukur melalui 3 (tiga) tahap keputusan pembelian yaitu:

- Pra pembelian;
- Saat pembelian; dan
- Pasca pembelian.

Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) ditargetkan mengalami peningkatan dari skor 63 pada tahun 2025 menjadi 75 pada tahun 2029. Capaian ini mencerminkan upaya berkelanjutan dalam mendorong konsumen Indonesia untuk naik kelas dalam keberdayaannya, dari level "Kritis" menuju batas atas level tersebut dan mendekati kategori "Berdaya".

Tabel 2.4-2 Target Sasaran Strategis Direktorat Jenderal PTKN (IKK)

KONSUMEN	
Levelling	Range Index
Sadar	1 - 20
Paham	20,1 - 40
Mampu	40,1 - 60
Kritis	60,1 - 80
Berdaya	80,1 - 100

Dalam sistem leveling IKK, skor 63–75 berada dalam kategori Kritis, yang menggambarkan konsumen yang:

- Telah memahami hak dan kewajibannya secara menyeluruh;
- Berperan aktif dalam memperjuangkan hak konsumen;
- Mampu membuat keputusan konsumsi secara bijak dan bertanggung jawab;
- Mengutamakan produk dalam negeri sebagai bagian dari keberpihakan terhadap ekonomi nasional.

Indeks Ketaatan Pelaku Usaha adalah suatu indikator komposit yang digunakan untuk mengukur tingkat kepatuhan pelaku usaha terhadap peraturan perundang-undangan di bidang perdagangan, khususnya dalam menjalankan kewajiban-kewajiban mereka dalam berinteraksi di pasar. Indeks ini

juga mencerminkan sejauh mana pelaku usaha bertanggung jawab dalam memastikan kegiatan serta produk dan jasa yang ditawarkan memenuhi aspek:

1. Tertib Ukur

Perhitungan indeks tertib ukur didapat dari komponen = 64% Alat Ukur, Takar, Timbang, dan Perlengkapan (UTTP) yang sesuai ketentuan + 36% Barang Dalam Keadaan Terbungkus (BDKT) yang sesuai ketentuan

2. Tertib Mutu

Perhitungan indeks tertib mutu didapat dari komponen = 75% Barang yang diawasi sesuai ketentuan + 25% Perdagangan Jasa yang diawasi sesuai ketentuan

3. Kendali Mutu

Perhitungan indeks tertib mutu didapat dari komponen = 62% tingkat kesesuaian mutu produk terhadap ketentuan + 18% LPK Binaan yang Kinerjanya Memenuhi Ketentuan + 20% Tindaklanjut Kesepakatan terkait Mutu

4. Tertib Niaga

Perhitungan indeks kendali mutu didapat dari komponen = 74% Ketaatan Pelaku Usaha Kegiatan Perdagangan + 26% Ketaatan Pelaku Usaha Post Border yang sesuai ketentuan

$$\text{IKPU} = 27\% \text{ Tertib Niaga} + 25\% \text{ Tertib Ukur} + 22\% \text{ Kendali Mutu} + 26\% \text{ Tertib Mutu}$$

Indeks Ketaatan Pelaku Usaha ditargetkan mengalami peningkatan dari skor 53 pada tahun 2024 menjadi 53 pada tahun 2029, yang berarti adanya transisi dari level “Sadar” menuju level “Tertib” dalam menjalankan kewajiban pelaku usaha. Peningkatan ini mencerminkan komitmen dalam memperkuat perilaku usaha yang taat aturan di seluruh aspek perdagangan, yakni tertib ukur, tertib niaga, tertib mutu, serta kendali mutu.

Tabel 2.4-3 Target Sasaran Strategis Direktorat Jenderal PKTN (IKPU)

PELAKU USAHA	
Levelling	Range Index
Tahu	1 - 20
Paham	20,1 - 40
Sadar	40,1 - 60
Tertib	60,1 - 80
Bertanggung jawab	80,1 - 100

Terdapat sejumlah identifikasi risiko yang menjadi tantangan pencapaian Sasaran Strategis Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga Periode 2025-2029.

No	Sasaran Strategis	Penyataan Risiko	Perlakuan/Mitigasi Risiko	Penanggung Jawab Perlakuan
1	Meningkatnya Perlindungan	1. Kurang optimalnya edukasi dan peningkatan literasi konsumen. Target	1. Mengembangkan program edukasi berbasis	Direktorat Pemberdayaan Konsumen,

No	Sasaran Strategis	Penyataan Risiko	Perlakuan/Mitigasi Risiko	Penanggung Jawab Perlakuan
	Konsumen. Indikator: 1. Indeks Keberdayaan Konsumen 1. Indeks Ketaatan Pelaku Usaha	<p>pelaksanaan edukasi belum menjangkau seluruh lapisan masyarakat, terutama di wilayah luar Jawa dan kelompok rentan (perempuan, lansia, dan pelajar). Edukator maupun materi edukasi belum sesuai dengan kontekstual isu konsumen terkini sehingga mengurangi partisipasi dalam meningkatkan keberdayaan konsumen secara aktif.</p> <p>2. Rendahnya akses masyarakat terhadap informasi digital. Akses masyarakat terhadap informasi yang tersedia dan akses pengaduan secara digital masih terbatas sehingga penyampaian informasi belum optimal, dan pengaduan tersebut belum dapat dijadikan sebagai adaptasi pengawasan dan koreksi kebijakan perlindungan konsumen</p> <p>3. Risiko ekonomi dan rendahnya daya beli. Tekanan inflasi dan stagnasi pendapatan menyebabkan konsumen lebih memilih produk murah tanpa mempertimbangkan aspek mutu dan keamanan, sehingga mendorong peningkatan permintaan/pelaku usaha yang menjual produk yang tidak sesuai ketentuan.</p> <p>4. Kurang optimalnya edukasi dan fasilitasi pelaku usaha. Sebagai prasyarat ketaatan dan</p>	<p>komunitas dengan materi yang relevan secara kontekstual dan melibatkan edukator lokal untuk menjangkau wilayah luar Jawa serta kelompok rentan.</p> <p>2. Menyediakan kanal informasi dan pengaduan multisaluran (offline dan online) serta membangun pusat layanan informasi konsumen di daerah yang belum terjangkau.</p> <p>3. Mendorong program insentif /penghargaan bagi pelaku usaha yang memproduksi barang bermutu sesuai ketentuan dengan harga terjangkau.</p> <p>4. Menyelenggarakan pelatihan teknis dan pendampingan UMKM terkait perizinan, standar mutu, dan manajemen usaha berbasis kebutuhan sektoral.</p> <p>5. Memperkuat diplomasi dagang dan asistensi teknis bagi eksportir untuk memenuhi persyaratan teknis negara tujuan,</p>	Direktorat metrologi, Direktorat Pengawasan Barang Beredar dan Jasa, Direktorat Standardisasi dan Pengendalian Mutu, Direktorat Tertib Niaga

No	Sasaran Strategis	Penyataan Risiko	Perlakuan/Mitigasi Risiko	Penanggung Jawab Perlakuan
		<p>peningkatan tanggung jawab, pelaku usaha perlu memahami dan mengadopsi perizinan perdagangan serta penerapan standar. Pelaku usaha, terutama UMKM, belum tentu memiliki kapasitas teknis dan finansial, berisiko menurunkan kualitas produk beredar.</p> <p>5. Tren proteksionisme dan penolakan produk ekspor di negara tujuan akibat hambatan teknis (<i>technical barriers to trade</i>), meningkatkan risiko dalam pengendalian mutu, risiko beredarnya produk tidak sesuai ketentuan di pasar domestik.</p> <p>6. Tingginya importasi tidak sebanding dengan kemampuan penyusunan dan harmonisasi standar. Pertumbuhan volume impor yang berbahaya bagi kesehatan konsumen/ lingkungan serta yang beredar secara digital menurunkan tingkat kepercayaan konsumen, berdampak terhadap permintaan domestik dan pertumbuhan ekonomi nasional. Di sisi lain keterbatasan SDM pengujian, fasilitas pengujian, dan lemahnya koordinasi pusat/daerah belum dapat secara cepat merespon dengan standar barang dan jasa untuk mengimbangi peredaran produk ilegal.</p> <p>7. Keterbatasan sumber daya dalam pengawasan berbasis risiko. Jumlah SDM pengawas maupun</p>	<p>termasuk sertifikasi internasional.</p> <p>6. Mempercepat penyusunan standar nasional yang harmonis dengan standar internasional, memperluas fasilitas uji, dan meningkatkan koordinasi pusat-daerah untuk pengawasan produk impor.</p> <p>7. Mengoptimalkan penggunaan integrasi data lintas instansi untuk efisiensi pengawasan, serta meningkatkan kapasitas SDM pengawas melalui pelatihan berkelanjutan.</p> <p>8. Membangun mekanisme koordinasi dan berbagi data antar instansi penegak hukum, serta memperkuat sanksi bagi pelaku usaha yang tidak patuh terhadap peraturan perlindungan konsumen.</p>	

No	Sasaran Strategis	Penyataan Risiko	Perlakuan/Mitigasi Risiko	Penanggung Jawab Perlakuan
		<p>terbatas, koordinasi data pendukung lintas instansi dan masing-masing pengawasan di daerah, serta sistem analisis risiko yang belum terintegrasi. Efisiensi anggaran belanja pemerintah juga menjadi faktor risiko ini.</p> <p>8. Keterbatasan instrumen penegakkan hukum akibat lemahnya koordinasi pengawasan antar instansi menimbulkan <i>moral hazard</i>/ pelaku usaha yang tidak taat.</p>		

Terdapat sejumlah identifikasi risiko yang menjadi tantangan pencapaian Sasaran Program Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga 2025-2029.

No	Sasaran Program	Pernyataan Risiko	Perlakuan/Mitigasi Risiko	Penanggung Jawab Perlakuan
1	Meningkatnya Keberdayaan Konsumen (Indeks Literasi Konsumen)	<p>1. Bahan edukasi konsumen tidak disesuaikan dengan tingkat pemahaman penerima manfaat (SMP, SMA, mahasiswa), sehingga materi menjadi kurang efektif dan tidak mampu meningkatkan literasi konsumen secara optimal.</p> <p>2. Jangkauan edukasi konsumen terbatas sehingga literasi konsumen di berbagai wilayah tidak mengalami peningkatan signifikan. Partisipasi masyarakat dalam program literasi rendah.</p> <p>3. Edukasi konsumen tidak dilakukan sejak usia dini, berpotensi menurunkan kesadaran</p>	<p>1. Melakukan segmentasi materi berdasarkan kelompok sasaran, melibatkan pakar pendidikan dalam penyusunan, serta mengujicobakan materi sebelum implementasi secara luas.</p> <p>2. Memperluas kolaborasi dengan kementerian/lembaga lain dan komunitas, mengintegrasikan program literasi digital, serta memanfaatkan media daring untuk menjangkau berbagai wilayah.</p> <p>3. Mengintegrasikan materi edukasi konsumen dalam kurikulum pendidikan dasar, melanjutkan</p>	Direktorat Pemberdayaan Konsumen

No	Sasaran Program	Pernyataan Risiko	Perlakuan/Mitigasi Risiko	Penanggung Jawab Perlakuan
		<p>dan perilaku konsumen yang bertanggung jawab di masa depan.</p> <p>4. Keterlambatan penyusunan regulasi teknis (RUU, NSPK, Permendag) menyebabkan payung hukum dan pedoman pelaksanaan program tidak tersedia tepat waktu.</p> <p>5. Kapasitas SDM pelaksana bimtek belum memadai, sehingga kualitas pelaksanaan dan output program pemberdayaan konsumen berpotensi menurun.</p> <p>6. Implementasi sistem penyelesaian sengketa daring (ODR) belum optimal, yang dapat mengurangi efektivitas penyelesaian sengketa konsumen secara cepat dan efisien.</p> <p>7. Indikator Indeks Literasi Konsumen (ILK) dan Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) berpotensi tumpang tindih, sehingga hasil pengukuran menjadi tidak akurat dan kebijakan kurang tepat sasaran.</p> <p>8. Sistem edukasi dan kanal informasi seperti SIMPKTN belum dimanfaatkan secara luas, sehingga pesan literasi tidak tersampaikan secara optimal kepada masyarakat.</p>	<p>kerja sama dengan dinas pendidikan, dan menyusun modul pembelajaran bagi guru dan siswa.</p> <p>4. Menyusun jadwal penyelesaian regulasi yang terukur, membentuk tim lintas unit untuk percepatan, dan mengidentifikasi hambatan hukum sejak dini.</p> <p>5. Menentukan target peserta bimtek sesuai kebutuhan, memperluas kerja sama dengan pihak ketiga untuk peningkatan kapasitas, dan menyediakan sertifikasi resmi bagi peserta.</p> <p>6. Melaksanakan sosialisasi ODR melalui mitra internasional, mengaitkan dengan penghargaan bagi BPSK aktif, serta mengembangkan pilot project di daerah siap dengan pendanaan alternatif.</p> <p>7. Menetapkan batas indikator secara jelas, membedakan pengelolaan ILK dan IKK antara unit pelaksana program dan sekretariat, serta meningkatkan koordinasi antarunit</p> <p>8. Mengevaluasi tingkat pemanfaatan sistem secara berkala, memastikan kemudahan akses, serta mengoptimalkan distribusi konten</p>	

No	Sasaran Program	Pernyataan Risiko	Perlakuan/Mitigasi Risiko	Penanggung Jawab Perlakuan
			literasi melalui kanal resmi.	
2	Meningkatnya Tertib Ukur (Indeks Tertib Ukur)	<p>1. Belum optimalnya pengembangan dan implementasi digitalisasi sistem pengukuran serta integrasi data alat ukur, yang berpotensi menyebabkan lemahnya data pengawasan dan penegakan tertib ukur.</p> <p>2. Evaluasi regulasi teknis metrologi belum mencerminkan kebutuhan masyarakat karena sebagian besar hanya bersifat turunan dari standar.</p> <p>3. Unit Metrologi Legal (UML) yang belum berdiri dan keterbatasan anggaran untuk penyelenggaraan Metrologi Legal di daerah menghambat kepatuhan pelaku usaha.</p> <p>4. Belum adanya kesiapan teknis dan penganggaran untuk menghadapi penambahan jenis alat ukur baru dan menggunakan teknologi baru, seperti EVSE, berpotensi menghambat proses tera dan pengawasan</p> <p>5. Indeks efektivitas regulasi kurang merepresentasikan dampak di lapangan.</p>	<p>1. Mempercepat pengembangan dan uji coba sistem pengukuran digital, memastikan kompatibilitas dengan perangkat yang ada, dan menyiapkan pedoman teknis operasional bagi pengguna.</p> <p>2. Melakukan evaluasi efektivitas regulasi secara periodik dengan melibatkan pelaku usaha dan masyarakat, serta menyesuaikan regulasi agar lebih kontekstual dan responsif terhadap kebutuhan daerah.</p> <p>3. Peningkatan sinergi dengan Kementerian Dalam Negeri untuk mendorong operasionalisasi UML yang berkinerja.</p> <p>4. Melakukan inventarisasi alat ukur baru, menyiapkan prosedur teknis, memberikan pelatihan kepada petugas metrologi sebelum penerapan secara luas, serta meningkatkan kolaborasi kerja sama dengan K/L lain baik secara nasional maupun internasional.</p> <p>5. Menyempurnakan desain survei dan indikator agar mencakup seluruh tahapan kebijakan, mulai dari perencanaan,</p>	Direktorat Metrologi

No	Sasaran Program	Pernyataan Risiko	Perlakuan/Mitigasi Risiko	Penanggung Jawab Perlakuan
			implementasi, hingga dampak yang dirasakan masyarakat.	
3	Meningkatnya Efektivitas Pengawasan Barang beredar dan Jasa (Indeks Tertib Mutu)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Klausa baku dan parameter pemetaan risiko belum sepenuhnya merujuk pada regulasi resmi, sehingga penilaian risiko berpotensi tidak akurat. 2. Instrumen penilaian risiko yang digunakan belum sepenuhnya mempertimbangkan efektivitas pengawasan. 3. Koordinasi antar unit terkait pengawasan barang dan jasa belum optimal karena dianggap sebagai tanggung jawab unit tertentu saja 4. Sistem pengawasan nasional (INAMS) belum tersosialisasi secara luas dan belum berfungsi maksimal sebagai indikator kinerja. 5. Regulasi dan klasifikasi sektor jasa masih terbatas, sehingga pengawasan jasa belum terarah. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meninjau dan menyempurnakan klausa baku serta parameter pemetaan risiko dengan mengacu pada regulasi resmi dan masukan dari pihak terkait. 2. Mengembangkan instrumen penilaian risiko berbasis data lapangan yang memasukkan faktor efektivitas pengawasan dalam perhitungan. 3. Memperluas peran dan tanggung jawab pengawasan kepada seluruh unit/petugas berwenang, serta menyusun rancangan kolaboratif antarunit. 4. Melakukan sosialisasi masif INAMS kepada seluruh petugas pengawasan dan memastikan integrasi penuh data dengan unit teknis terkait. 5. Melakukan kajian lintas sektor untuk memperluas regulasi dan klasifikasi sektor jasa, termasuk jasa perdagangan, konstruksi, dan properti. 	Direktorat Pengawasan Barang Beredar dan Jasa
4	Meningkatnya Pemenuhan Persyaratan Mutu Produk (Indeks Kendali Mutu)	1. Perhitungan risiko produk dilakukan secara berkala berdasarkan skala prioritas, namun produk yang dipilih tidak dapat dilakukan analisis lebih banyak karena keterbatasan sumber daya dan waktu.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menetapkan mekanisme evaluasi dan perhitungan risiko tahunan untuk memastikan prioritas produk selalu terkini. 2. Membentuk sistem monitoring rutin terhadap notifikasi internasional (dengan 	Direktorat Standardisasi dan Pengendalian Mutu

No	Sasaran Program	Pernyataan Risiko	Perlakuan/Mitigasi Risiko	Penanggung Jawab Perlakuan
		<p>2. Potensi dampak teknis terhadap ekspor dari notifikasi internasional belum terpantau optimal. Meskipun notifikasi ekspor terkait mutu tidak terdapat di WTO TBT, notifikasi dari Uni Eropa terkait mutu tetap relevan dan telah dijadikan pertimbangan dalam penyusunan penilaian risiko.</p> <p>3. Keterkaitan dengan perjanjian perdagangan internasional (FTA, CEPA) belum sepenuhnya menjadi pertimbangan utama dalam penetapan prioritas pengawasan. Mempertimbangkan bahwa dampak perdagangan internasional juga melibatkan kementerian/lembaga teknis lainnya yang mengalami penerapan regulasi, sehingga penilaian risiko tidak dapat dilakukan secara sepahak oleh Kementerian Perdagangan</p>	<p>penekanan pada Uni Eropa sebagai sumber utama notifikasi mutu), serta menindaklanjutinya melalui penyesuaian standar nasional dan mekanisme sertifikasi yang diperlukan.</p> <p>3. Membangun mekanisme koordinasi lintas kementerian/lembaga dalam penilaian risiko perdagangan internasional, sekaligus mengembangkan fitur dalam sistem pengawasan yang memungkinkan pemerintah daerah menyampaikan hasil verifikasi mutu tahunan. Data tersebut akan menjadi database pendukung bagi Kementerian Perdagangan dalam menetapkan prioritas yang selaras dengan komitmen perjanjian perdagangan internasional.</p>	
5	Meningkatnya Tertib Niaga di Bidang pengawasan kegiatan perdagangan (Indeks Tertib Niaga)	<p>1. Fragmentasi sistem (silo data) antar lembaga, menyebabkan integrasi lintas instansi terhambat dan pengambilan keputusan tidak didukung data terpadu.</p> <p>2. Kelanjutan pencatatan konvensional/manual, yang memperlambat pemrosesan dan menimbulkan</p>	<p>1. Menggunakan atau memanfaatkan data terpusat/integrasi API antar-lembaga, menetapkan standar pertukaran data</p> <p>2. Mengalihfungsikan pencatatan manual ke proses digital terstandar disertai pelatihan petugas dan mekanisme migrasi data historis secara terstruktur.</p>	Direktorat Tertib Niaga

No	Sasaran Program	Pernyataan Risiko	Perlakuan/Mitigasi Risiko	Penanggung Jawab Perlakuan
		<p>kesalahan pencatatan sehingga mengurangi efektivitas pengawasan.</p> <p>3. Matriks risiko dan pembobotan yang kurang representatif, berpotensi memprioritaskan objek yang kurang relevan sehingga efisiensi pengawasan menurun.</p> <p>4. Beban sumber daya tidak sesuai alokasi akibat bobot risiko yang keliru, sehingga pengawasan tidak fokus pada objek berisiko tinggi.</p> <p>5. Kebingungan pembagian tugas antara pusat dan daerah (duplikasi atau celah kewenangan) yang menyebabkan inefisiensi dan konflik pelaksanaan pengawasan.</p> <p>6. Keterbatasan kapasitas teknis petugas untuk pengawasan digital/post-border, menghambat pemanfaatan sistem baru dan analitik risiko.</p>	<p>3. Menyusun matriks risiko melalui kajian multi-stakeholder (pelaku usaha, pemerintah, akademisi), menetapkan metodologi pembobotan baku, dan dapat dievaluasi secara periodik.</p> <p>4. Menghubungkan hasil pemetaan risiko dengan alokasi SDM dan anggaran sehingga pengawasan berbasis risiko memperoleh prioritas sumber daya yang proporsional.</p> <p>5. Menetapkan pembagian kewenangan yang tegas melalui peraturan/PKS, menyusun pedoman locus-objek pengawasan pusat-daerah, serta mekanisme rujukan kasus lintas wilayah.</p> <p>6. Menyelenggarakan program peningkatan kapasitas (pelatihan, sertifikasi, dan on-job training) serta pembentukan tim teknis pusat yang mendampingi daerah saat transisi digital.</p>	

BAB III**ARAH KEBIJAKAN, STRATEGI, KERANGKA REGULASI, DAN KERANGKA KELEMBAGAAN****3.1 ARAH KEBIJAKAN DAN STRATEGI NASIONAL****3.1.1 Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional 2025-2045**

Visi Indonesia Emas 2045 adalah:

“Negara Kesatuan Republik Indonesia yang Berdaulat, Maju, dan Berkelanjutan.”

Perwujudan visi tersebut dicapai melalui 5 (lima) sasaran utama, 8 (delapan) agenda pembangunan, dan 17 (tujuh belas) arah pembangunan. Pencapaian visi melalui 5 (lima) sasaran utama dan target pada tahun 2045 yang terdiri atas:

1. Meningkatkan pendapatan per kapita hingga setara negara maju dan masuk ke dalam ekonomi lima terbesar di dunia. Indonesia memiliki target: (i) Pendapatan (*Gross National Income*) per kapita sekitar USD 23,000-30,300, yang didorong oleh (ii) Kontribusi PDB Maritim menjadi 15,0 persen berbasis inovasi, secara inklusif, dan berkelanjutan, (iii) Kontribusi PDB Manufaktur menjadi 28,0 persen menciptakan lapangan pekerjaan layak (*decent job*) yang meningkatkan jumlah penduduk berpendapatan menengah sekitar 80 persen.
2. Menurunkan kemiskinan dan ketimpangan. Indonesia memiliki target: (i) Tingkat Kemiskinan menurun menjadi 0,5-0,8 persen dengan memastikan bahwa pengukuran kemiskinan dapat mengukur kesejahteraan rakyat secara absolut dan peningkatannya dapat dibandingkan antar waktu dan antar wilayah, (ii) Rasio Gini dengan skor indeks 0,29-0,32 mencerminkan ketimpangan pendapatan antar penduduk semakin menurun, dan (iii) Kontribusi PDRB Kawasan Timur Indonesia menjadi 28,5 persen mencerminkan ketimpangan antarwilayah menurun.
3. Meningkatkan kepemimpinan dan pengaruh Indonesia di dunia internasional, dicerminkan oleh penguatan diplomasi internasional dan kepemimpinan global, pengaruh budaya, peran aktif dalam organisasi internasional, serta berkontribusi terhadap penyelesaian isu-isu global. Indonesia memiliki target peringkat 15 besar *Global Power Index* (GPI).
4. Meningkatkan daya saing sumber daya manusia (SDM) untuk kesejahteraan masyarakat yang dibentuk berdasarkan peningkatan kualitas SDM secara merata melalui peningkatan pendidikan, pelatihan dan pengembangan, sikap dan etos kerja, penguasaan teknologi, inovasi dan kreativitas, dan Kesehatan. Indonesia memiliki target untuk mencapai skor Indeks Modal Manusia (*Human Capital Index*) menjadi 0,73.
5. Menurunkan intensitas emisi Gas Rumah Kaca (GRK) menuju *net zero emission*. Indonesia berkomitmen kuat untuk melaksanakan pembangunan secara berkelanjutan

sekaligus ramah lingkungan dalam kerangka ekonomi hijau dan memiliki target untuk: (i) Menurunkan intensitas emisi GRK sebesar 93,5 persen dari basis level 2010, serta (ii) Meningkatkan Indeks Kualitas Lingkungan Hidup menjadi skor indeks 83,00.

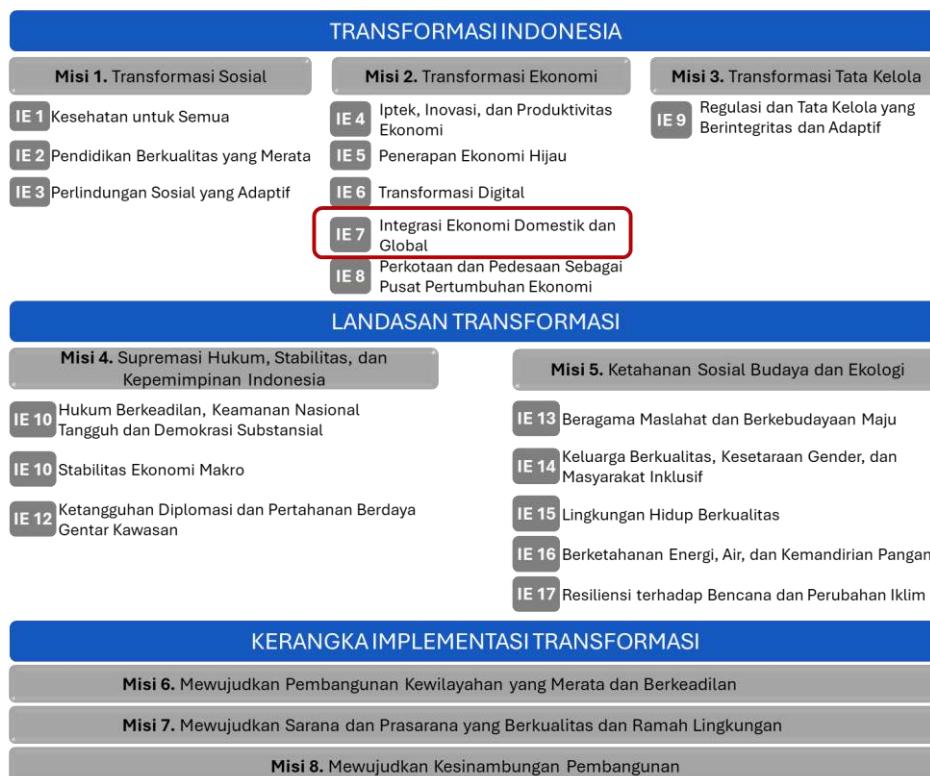
Dalam rangka mewujudkan visi Indonesia Emas 2045, diperlukan pembangunan yang kompetitif dan didorong oleh peningkatan produktivitas yang inklusif dan berkelanjutan melalui 8 (delapan) misi (agenda) pembangunan yang terdiri atas:

1. **Mewujudkan transformasi sosial** untuk membangun manusia yang sehat, cerdas, kreatif, sejahtera, unggul, dan berdaya saing.
2. **Mewujudkan transformasi ekonomi** untuk meningkatkan produktivitas melalui inovasi iptek, ekonomi produktif (termasuk industri manufaktur, ekonomi dan keuangan syariah, pertanian, ekonomi biru dan bio-ekonomi, pariwisata, ekonomi kreatif, UMKM dan koperasi, tenaga kerja, serta BUMN), penerapan ekonomi hijau, transformasi digital, integrasi ekonomi domestik dan global, serta pembangunan perkotaan dan perdesaan sebagai pusat pertumbuhan ekonomi.
3. **Mewujudkan transformasi tata kelola** untuk membangun regulasi dan tata kelola yang berintegritas dan adaptif.
4. **Memantapkan supremasi hukum, stabilitas dan kepemimpinan Indonesia** dengan memantapkan stabilitas ekonomi, politik, hukum dan keamanan nasional, serta memperkuat ketangguhan diplomasi Indonesia di tingkat global dan membangun kekuatan pertahanan berdaya gentar kawasan.
5. **Memantapkan ketahanan sosial budaya dan ekologi** dengan memperkuat ketangguhan individu, keluarga, komunitas, masyarakat, pembangunan karakter, dan lingkungan yang mampu menyeimbangkan hubungan timbal balik antara sosial budaya dan ekologi, serta mengoptimalkan modal sosial budaya untuk tahan menghadapi berbagai bencana, perubahan dan guncangan, serta dapat berpartisipasi dalam pembangunan dan menjaga keberlanjutan sumber daya alam.
6. **Pembangunan kewilayahan** diwujudkan untuk meningkatkan pemerataan dan keadilan pembangunan melalui penerjemahan agenda transformasi sosial, ekonomi, dan tata kelola, yang dilengkapi dengan landasan transformasi supremasi hukum, stabilitas, dan kepemimpinan Indonesia, serta ketahanan sosial budaya dan ekologi. Penerjemahan tersebut dilakukan sesuai karakteristik masing-masing wilayah.
7. **Dukungan sarana dan prasarana yang berkualitas dan ramah lingkungan** menjadi faktor kunci pengembangan wilayah sekaligus sebagai pilar pendukung agenda transformasi..
8. **Kesinambungan pembangunan** untuk mengawal pencapaian Indonesia Emas yang diwujudkan melalui kaidah pelaksanaan yang efektif serta pembiayaan pembangunan.

Pelaksanaan 8 (delapan) agenda pembangunan tersebut terbagi ke dalam 5 (lima) tahap transformasi ekonomi, sosial, dan tata kelola. Adapun dukungan Kementerian Perdagangan akan fokus pada transformasi ekonomi sebagai berikut:

1. Tahap pertama pada periode 2025-2029 adalah Perkuatan Fondasi Transformasi yang fokus pada hilirisasi SDA unggulan, peningkatan kapasitas riset inovasi dan produktivitas tenaga kerja, penerapan ekonomi hijau, pemenuhan akses digital di seluruh wilayah Indonesia, dan pembangunan perkotaan dan pusat-pusat pertumbuhan utamanya di luar pulau Jawa
2. Tahap kedua pada periode 2030-2034 adalah Akselerasi Transformasi yang akan fokus pada percepatan peningkatan produktivitas secara masif, penguatan dan perluasan pusat-pusat pertumbuhan serta optimalisasi sumber-sumber pertumbuhan ekonomi baru;
3. Tahap ketiga pada periode 2035-2039 adalah Ekspansi global yang akan fokus pada pusat kekuatan ekonomi terpadu (*integrated Economic Powerhouse*) dengan jaringan rantai global dan domestik, serta ekspor yang kokoh; dan
4. Tahap keempat pada periode 2040-2045 adalah Perwujudan Indonesia Emas dengan fokus terwujudnya Indonesia sebagai negara berpendapatan tinggi.

Pelaksanaan 8 (delapan) misi (agenda) tersebut dilaksanakan melalui 17 arah (tujuan) pembangunan, dimana Kementerian Perdagangan berperan penting dalam mendukung Agenda Pembangunan Transformasi Ekonomi, melalui Arah Pembangunan Indonesia Emas 7 (IE 7), yaitu “Integrasi Ekonomi Domestik dan Konektivitas Global”.



Gambar 3.1-1 Arah Pembangunan Nasional Jangka Panjang

Arah kebijakan yang tertuang dalam Arah Pembangunan Indonesia Emas 7 (IE 7) Integrasi Ekonomi Domestik dan Konektivitas Global antara lain:

1. Penguatan integrasi konektivitas dengan intra dan antar kawasan pertumbuhan ekonomi
2. Penciptaan pusat-pusat pertumbuhan baru yang efisien, dan penguatan daya saing pusat-pusat pertumbuhan yang sudah ada, termasuk Kawasan Industri (KI) dan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK), Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas (KPBPB), Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) sesuai dengan potensi wilayah untuk menciptakan keunggulan kompetitif
3. Penguatan logistik nasional utamanya melalui pemanfaatan teknologi digital untuk menuju logistik 4.0, peningkatan kualitas SDM logistik, penciptaan ekosistem logistik yang efisien, serta penguatan kelembagaan logistik
4. Penguatan kuantitas dan kualitas infrastruktur konektivitas darat, laut, dan udara yang mendorong penguatan keterkaitan nilai tambah antarwilayah secara lebih terintegrasi
5. Peningkatan keterkaitan ekonomi antar pusat-pusat pertumbuhan melalui penguatan keterkaitan rantai pasok antarwilayah, peningkatan kerja sama ekonomi dan promosi dagang antardaerah, serta mendorong partisipasi daerah dalam rantai pasok global
6. Peningkatan pangsa ekspor barang dan jasa bernilai tambah tinggi di pasar global melalui ekspansi ekspor ke negara yang memiliki potensi pertumbuhan penduduk dan konsumsi yang tinggi
7. Penguatan partisipasi Indonesia dalam rantai pasok global, utamanya di kawasan Asia Timur, Asia Tenggara, Asia Selatan, serta Kawasan Afrika; dan
8. Peningkatan Investasi untuk integrasi ekonomi domestik dan konektivitas global.

Kementerian Perdagangan berperan dalam mendukung arah kebijakan tersebut, terutama pada arah kebijakan ke-5 (lima) “Peningkatan keterkaitan ekonomi antar pusat-pusat pertumbuhan”, ke-6 (enam) “Peningkatan pangsa ekspor barang dan jasa bernilai tambah tinggi di pasar global”, dan ke-7 (tujuh) “Penguatan partisipasi Indonesia dalam rantai pasok global (global value chain)”.

3.1.1.2 RENCANA PEMBANGUNAN JANGKA MENENGAH NASIONAL 2025-2029



Gambar 3.1-2 Sasaran, Indikator, dan Program pembangunan Prioritas Nasional 5

Sumber: Rencana RPJMN 2025-2029

Pada kerangka kerja Kementerian Perdagangan dalam mendukung program pembangunan nasional, khususnya dalam meningkatkan perdagangan domestik dan ekspor untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan integrasi ekonomi domestik dengan konektivitas global. Kerangka kerja ini berfokus pada dua tujuan utama:

1. Meningkatkan Nilai Tambah, Produktivitas, dan Daya Saing Industri Pengolahan, yang dilakukan melalui :
 - Pengembangan hilirisasi industri berbasis Sumber Daya Alam (SDA) unggulan, industri padat karya terampil, padat teknologi dan inovasi, serta berorientasi eksport (5.1).
 - Pengembangan aglomerasi industri di Kawasan Industri/Kawasan Ekonomi Khusus (KI/KEK) prioritas sebagai pusat pertumbuhan baru (5.2).

Untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing industri pengolahan, penting untuk mendorong pertumbuhan sektor ini melalui inovasi, peningkatan produktivitas, dan efisiensi. Dalam hal ini, tujuan pertama dinilai melalui Indikator kontribusi industri pengolahan terhadap PDB dan penurunan biaya logistik sebagai persentase dari PDB menjadi acuan utama.

2. Integrasi Ekonomi Domestik dan Konektivitas Global, yang dilakukan melalui:
 - Dilakukan melalui optimalisasi *backbone* integrasi ekonomi dan perkuatan Sistem Logistik Nasional (Sislognas) (5.3).
 - Peningkatan investasi untuk integrasi ekonomi domestik dan global (5.4).
 - Peningkatan perdagangan domestik antarwilayah dan ekspor, serta peningkatan partisipasi dalam rantai nilai global (5.5).

Integrasi ekonomi domestik dan koneksi global dinilai dengan indikator persentase meningkatkannya ekspor barang dan jasa dari PDB serta mendorong pertumbuhan pembentukan modal tetap bruto.

Kementerian Perdagangan berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan integrasi ekonomi domestik dengan koneksi global. Upaya ini dilakukan melalui berbagai cara, mulai dari memfasilitasi dan meningkatkan ekspor produk Indonesia, memperkuat pasar domestik dan perdagangan antarwilayah, hingga membangun infrastruktur perdagangan seperti Kawasan Industri/Kawasan Ekonomi Khusus (KI/KEK) dan mengoptimalkan Sistem Logistik Nasional (Sislognas). Kementerian Perdagangan juga aktif memfasilitasi investasi untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan keterkaitan ekonomi domestik dan global dengan mendorong perdagangan antarwilayah serta meningkatkan ekspor dan partisipasi dalam rantai nilai global.

Program Pembangunan 5.5		Peningkatan Perdagangan Domestik, Antarwilayah, dan Ekspor serta Peningkatan Partisipasi dalam Rantai Nilai Global							
Indikator PP 5.5	Nilai Total Pembelian Perdagangan Antar Wilayah	Koefisien Variasi Harga Barang Pokok Antar Wilayah*	Kontribusi Ekspor Barang Indonesia Terhadap Total Ekspor Barang Dunia	Nilai Ekspor Jasa Indonesia	Pangsa Pasar Nilai Ekspor Indonesia yang Bergabung Dalam Rantai Nilai Global				
Kegiatan Pembangunan	5.5.1 Peningkatan Keterkaitan Ekonomi dan Rantai Nilai Domestik, Antardaerah, dan dengan Global	5.5.2 Peningkatan Ekspor Produk Berteknologi Menengah Tinggi	5.5.3 Peningkatan Ekspor Produk Penyeraf Tenaga Kerja Tinggi	5.5.4 Peningkatan Ekspor Produk Pertanian, Perikanan, dan Industri Berbasis SDA	5.5.5 Peningkatan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif	5.5.6 Peningkatan Rantai Nilai Produk Elektronik dan Otomotif, incl. EV	5.5.7 Peningkatan Utilisasi FTA/CEPA untuk Mendorong Partisipasi dalam Rantai Nilai Global	5.5.8 Peningkatan Kualitas Produk, Persaingan Usaha, dan Perlindungan Konsumen	
Indikator Pembangunan	No Indikator	Satuan	Baseline (2022)	Target	K/L Pengampu				
	01 Persentase Produk Indonesia ber-SNI yang Diterima Negara Tujuan Ekspor	Persen	31,09 (2023)	33,23	Badan Standardisasi Nasional				
	02 Persentase Produk ber-SNI	Persen	17,51 (2023)	22,55	Badan Standardisasi Nasional				
	03 Indeks Persaingan Usaha	Indeks	4,877,00 (2022)	6,007,00	Komisi Pengawas Persaingan Usaha				
	04 Indeks Keberdayaan Konsumen	Indeks	53,23 (2022)	75	Kementerian Perdagangan				
Proyek Pembangunan Prioritas 5.5.8	1 Pengembangan standar nasional produk dalam rangka pengamanan pasar domestik dan pemenuhan standar pasar ekspor	2 Penguatan akreditasi, kalibrasi, pengujian, inspeksi, dan sertifikasi	3 Percepatan penerapan dan pemberlakuan secara wajib standar produk dan tata kelola ekosistem standardisasi	4 Penciptaan iklim persaingan usaha yang sehat	5 Pemberdayaan Konsumen				

Gambar 3.1-3 Indikator dan Kegiatan Program Pembangunan 5.5

Sumber: Rencana RPJMN 2025-2029

Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (Ditjen PKTN) memiliki peran yang sangat penting dalam program pembangunan 5.5 yaitu Peningkatan Perdagangan Domestik, Antarwilayah, dan Ekspor serta Peningkatan Partisipasi dalam Rantai Nilai Global , terutama dalam peningkatan kualitas produk, persaingan usaha, dan perlindungan konsumen (5.5.9). Ditjen PKTN memiliki peran yang sangat strategis dalam mendukung program pembangunan di bidang perlindungan konsumen dan tertib niaga. Dalam peningkatan kualitas produk Ditjen PKTN mengawasi penerapan SNI untuk produk-produk tertentu, baik barang maupun jasa, guna menjamin kualitas dan keamanan produk yang beredar di pasar. Ditjen PKTN mengawasi perizinan usaha di bidang perdagangan, kegiatan perdagangan domestik dan internasional, serta barang impor untuk mencegah praktik perdagangan yang merugikan dan melindungi konsumen. Ditjen PKTN mengawasi keamanan, label, iklan, dan harga barang dan jasa yang beredar di pasar untuk melindungi konsumen dari produk yang tidak aman, informasi menyesatkan, dan praktik perdagangan yang tidak wajar. Selain itu, Ditjen PKTN meningkatkan pemahaman konsumen akan hak dan kewajibannya, mendukung pengembangan lembaga perlindungan konsumen (BPSK dan

LPKSM), serta mendorong peningkatan keberdayaan konsumen untuk melindungi diri. Poin 5.5.9 yaitu Pemberdayaan Konsumen, yang berkaitan dengan peningkatan kualitas produk, persaingan usaha, dan perlindungan konsumen, dapat dicapai melalui intervensi strategis terhadap pelaku usaha dan konsumen yang dijalankan oleh Ditjen PKTN.

3.1.1.3 PERATURAN PRESIDEN NOMOR 49 TAHUN 2024 TENTANG STRATEGI NASIONAL PERLINDUNGAN KONSUMEN

Perlindungan konsumen merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan nasional, khususnya dalam menciptakan iklim perdagangan yang sehat, berkeadilan, dan berdaya saing. Peraturan Presiden Nomor 49 Tahun 2024 tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen (Stranas PK) menetapkan arah kebijakan dan strategi yang terintegrasi guna mewujudkan masyarakat yang sejahtera melalui perlindungan yang optimal terhadap konsumen. Stranas PK 2024 dibangun di atas tiga pilar utama yang saling melengkapi, yaitu: (1) Peningkatan Efektivitas Peran Pemerintah dan Lembaga, (2) Peningkatan Keberdayaan Konsumen, dan (3) Peningkatan Kepatuhan Pelaku Usaha.

- a. Pilar pertama, *Peningkatan Efektivitas Peran Pemerintah dan Lembaga*, difokuskan pada penguatan sistem dan kelembagaan perlindungan konsumen, serta harmonisasi regulasi yang berlaku. Isu strategis yang menjadi perhatian meliputi penguatan lembaga penyelesaian sengketa konsumen, peningkatan layanan kemetrologian di daerah, pengembangan sistem penyelesaian sengketa alternatif berbasis daring (*online*), peningkatan inklusivitas dan pemerataan perlindungan, serta pembaruan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen.
- b. Pilar kedua, *Peningkatan Keberdayaan Konsumen*, diarahkan pada peningkatan literasi, kesadaran, dan kemampuan konsumen dalam memperjuangkan haknya. Strategi yang ditempuh meliputi penyelenggaraan program edukasi dan advokasi konsumen yang efektif, mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam pengawasan, serta penguatan internalisasi nilai-nilai perlindungan konsumen di semua lapisan masyarakat. Isu strategis yang dihadapi pada pilar ini antara lain efektivitas program pemberdayaan konsumen serta penguatan peran Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) sebagai mitra pemerintah.
- c. Pilar ketiga, *Peningkatan Kepatuhan Pelaku Usaha*, menitikberatkan pada upaya membangun kesadaran, tanggung jawab, dan ketaatan pelaku usaha terhadap ketentuan perundang-undangan. Strategi yang digunakan meliputi peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha, penguatan komunikasi yang efektif dengan pemangku kepentingan, penciptaan iklim persaingan usaha yang sehat, serta pengawasan dan penegakan hukum yang tegas dan konsisten. Isu strategis dalam pilar ini mencakup tingkat kepatuhan pelaku usaha, pemanfaatan teknologi digital dalam transaksi perdagangan, tertib ukuran pada industri halal, serta penguatan persaingan usaha.

Pelaksanaan strategi nasional ini memprioritaskan sejumlah sektor yang memiliki dampak langsung terhadap kehidupan masyarakat, antara lain sektor obat dan makanan, listrik dan gas rumah tangga, jasa pariwisata dan ekonomi kreatif, jasa keuangan, jasa telekomunikasi, jasa transportasi, jasa layanan kesehatan, perumahan, air dan sanitasi, serta barang elektronik, telematika, dan kendaraan bermotor. Selain sektor prioritas, terdapat pula sektor pendukung seperti perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE) dan jasa logistik, yang juga memerlukan perhatian serius mengingat peranannya dalam menunjang rantai pasok dan distribusi barang maupun jasa.

3.2 ARAH KEBIJAKAN DAN STRATEGI KEMENTERIAN PERDAGANGAN

Proses penyusunan Rencana Strategis Kementerian Perdagangan Tahun 2025–2029 mencakup proses penerjemahan dan pengembangan bidang perdagangan sesuai dengan arahan Presiden dan kebijakan nasional yang tercantum dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2025–2029. Dalam mendukung Prioritas Nasional 5. “Melanjutkan Hilirisasi dan Mengembangkan Industri Berbasis Sumber Daya Alam untuk Meningkatkan Nilai Tambah di Dalam Negeri”, Kementerian Perdagangan berperan dalam mendukung sasaran Peningkatan Integrasi Ekonomi Domestik dan Konektivitas Global melalui dua arah kebijakan utama:

- (i) Perdagangan dalam negeri untuk dapat meningkatkan perdagangan antarwilayah dan pengembangan rantai pasok domestik, stabilisasi harga, serta peningkatan konektivitas perdagangan dalam negeri ke pasar global;
- (ii) Perdagangan luar negeri untuk meningkatkan daya saing ekspor, yang dikompetisikan secara global guna memperluas pangsa pasar barang dan jasa bernilai tambah tinggi, serta memperkuat partisipasi dalam rantai nilai global;

Rumusan arah kebijakan dan strategi Kementerian Perdagangan Tahun 2025-2029 telah melalui proses partisipatif yang melibatkan pemangku kepentingan (stakeholders) bidang perdagangan, baik di tingkat pusat dan daerah, sehingga menjamin proses perencanaan yang berkualitas. Berdasarkan proses tersebut, Kementerian Perdagangan menetapkan 3 (tiga) Arah Kebijakan antara lain: (1) Pengamanan Pasar Dalam Negeri; (2) Perluasan Pasar Ekspor; dan (3) UMKM Bisa Ekspor, dengan penjabaran arah kebijakan dan strategi sebagai berikut.

3.1.1 PENGAMANAN PASAR DALAM NEGERI

Kementerian Perdagangan menetapkan arah kebijakan periode 2025-2029 yang berfokus pada peningkatan pengamanan pasar dalam negeri dan penguatan ketahanan perdagangan domestik sebagai fondasi stabilitas ekonomi nasional. Dalam menghadapi tekanan global seperti fluktuasi harga, disrupti rantai pasok, dan lonjakan impor, upaya pengamanan pasar domestik diarahkan tidak hanya dilaksanakan melalui kebijakan perdagangan lintas batas, namun turut didukung dengan

peningkatan ketahanan perdagangan dalam negeri melalui peningkatan koneksi perdagangan domestik.

Strategi pengamanan perdagangan melalui instrumen trade remedies untuk mencegah arus impor yang merugikan ekonomi dan perdagangan dalam negeri. Sementara strategi ketahanan pasar dalam negeri utamanya dilakukan melalui peningkatan perdagangan antarwilayah sehingga memperkuat integrasi pasar domestik, sehingga pasokan dan harga perdagangan antar wilayah resilien, terlindungi dari arus impor. Hal ini juga didukung dengan strategi optimalisasi pemanfaatan dan pengawasan perdagangan berjangka, termasuk sistem resi gudang dan pasar lelang komoditas, yang menyediakan mekanisme stabilisasi harga komoditas dan mendukung arahan Presiden dalam mewujudkan swasembada pangan.

Dalam rangka pengamanan pasar dalam negeri, diperlukan strategi ketahanan pasar dalam negeri melalui peningkatan pemasaran untuk konsumsi produk dalam negeri. Sedangkan optimalisasi sarana perdagangan seperti pasar rakyat, logistik distribusi, dan pusat logistic berikat (PLB) memperkuat simpul perdagangan fisik dan menurunkan disparitas harga. Pengamanan pasar dari praktik persaingan tidak sehat dilakukan melalui penerapan instrumen Bea Masuk Tindakan Pengamanan (BMTP) dan Bea Masuk Antidumping (BMAD) guna melindungi industri dalam negeri serta menjaga iklim persaingan usaha yang sehat. Sementara strategi perlindungan konsumen melalui peningkatan keberdayaan konsumen dan ketaatan pelaku usaha, termasuk penerapan standar domestik memperkuat iklim usaha perdagangan yang sehat dan resilien.

3.1.2 PERLUASAN PASAR EKSPOR BARANG DAN JASA

Dalam rangka akselerasi transformasi ekonomi struktural Indonesia periode 2025–2029, Kementerian Perdagangan menetapkan arah kebijakan yang berfokus pada perluasan pasar ekspor serta pengembangan produk ekspor berdaya saing. Salah satu strategi utama adalah memperkuat diplomasi dan kerja sama internasional melalui penyelesaian perundingan perdagangan strategis hingga tahap disepakati. Hal ini menjadi dasar perluasan penetrasi pasar ekspor nontradisional dan mengurangi hambatan ekspor sehingga membuka peluang pasar bagi eksportir Indonesia. Strategi ini diperkuat melalui peningkatan kualitas informasi pasar melalui jejaring di luar negeri, strategi promosi yang lebih terarah berdasarkan target perluasan pasar ekspor, serta termasuk penyelenggaraan temu bisnis untuk perluasan ekspor.

Arah kebijakan ini selain mendukung Prioritas Nasional 5. Melanjutkan Hilirisasi dan Mengembangkan Industri Berbasis SDA untuk Meningkatkan Nilai Tambah di Dalam Negeri, juga mendukung penugasan strategis untuk mendukung PN 2. Memantapkan Sistem Pertahanan Keamanan Negara dan Mendorong Kemandirian Bangsa melalui Swasembada Pangan, Energi, Air, Ekonomi Syariah, Ekonomi Digital, Ekonomi Hijau, dan Ekonomi Biru.

Sejalan dengan arahan Presiden dan amanat kegiatan pembangunan RPJMN 2025-2029, Kementerian Perdagangan mendukung pengembangan produk ekspor yang bernilai tambah, dan

berdaya saing, yang meliputi kelompok produk prioritas berikut: 1. Hilirisasi produk pertanian dan industri berbasis SDA serta transformasinya dari komoditas primer menjadi produk hilirisasi (contoh: kelapa sawit, karet, kelapa, rumput laut, sagu, singkong, nikel, tembaga, bauksit, dan timah), 2. Produk berteknologi menengah dan tinggi (contoh: semikonduktor, kosmetik dan farmasi, kendaraan bermotor listrik berbasis baterai, mesin dan peralatan industri), 3. Produk jasa dan digital (contoh: jasa bisnis, logistik, distribusi, dan komoditas digital), 4. Produk hijau/environmental goods, termasuk produk bioekonomi, serta 5. Produk yang memperluas serapan tenaga kerja.

Perluasan pasar dan peningkatan daya saing produk ekspor berkontribusi terhadap peningkatan nilai ekspor, sekaligus memperkuat kapasitas perekonomian Indonesia dalam merespon dinamika perdagangan global. Dalam dukungannya terhadap penguatan ekspor dan pengamanan pasar dalam negeri, Kementerian Perdagangan melaksanakan pengendalian dan fasilitasi perdagangan melalui penguatan kebijakan impor yang diarahkan untuk menekan ketergantungan terhadap impor bahan baku dan barang modal, serta mengatur peredaran barang impor secara selektif. Langkah ini dimaksudkan untuk mendukung penguatan hilirisasi berbasis SDA, meningkatkan daya saing produk Indonesia, serta mendorong transformasi ekspor.

3.1.3 UMKM “BISA” EKSPOR

Kementerian Perdagangan berkomitmen untuk memperkuat ekspor nasional melalui peningkatan kapasitas pelaku usaha berbasis ekspor secara inklusif. Dalam menghadapi dinamika pasar global dan rantai pasok, strategi ekspor tidak hanya berfokus pada pelaku usaha eksportir (*established exporters*), tetapi juga diarahkan untuk mencetak UMKM dan *start-up* sebagai eksportir baru. Penguatan kapasitas usaha eksportir ini dilaksanakan melalui pelatihan, pendampingan, konsultasi, dan layanan yang komprehensif untuk membantu UMKM ekspor, serta memperhatikan karakteristik dan keunggulan produk lokal daerah sebagai basis ekspor.

Arah kebijakan peningkatan peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam kegiatan ekspor memiliki slogan “Berani Inovasi dan Siap Adaptasi” Ekspor. UMKM Bisa Ekspor diterjemahkan dengan dua pendekatan: (i) *Resourced-based approach* melalui berani inovasi pada kreativitas, promosi, dan teknologi, sementara (ii) *Market-based approached* melalui siap adaptasi pada tren pasar, antisipasi pasar ekspor potensial, dan regulasi pasar ekspor. Inovasi dan peningkatan kapabilitas menjadi elemen penting dalam peningkatan kualitas dan daya saing produk, sementara kemampuan adaptif menjadi kunci agar UMKM dapat merespons perubahan tren pasar global, termasuk standar dan regulasi teknis produk.

Kementerian Perdagangan turut mendukung pengembangan ekosistem Perdagangan Melalui Sistem Elektronik termasuk penyesuaian kebijakan yang sesuai dengan perkembangan teknologi, pemanfaatan e-commerce dan peran aggregator di daerah untuk mengonsolidasikan logistik ekspor, mengefisiensikan biaya, dan memperluas jangkauan pasar internasional bagi UMKM eksportir. Hal ini diharapkan untuk mendorong peningkatan ekspor berbasis daerah, maupun memperkuat keterkaitan ekonomi lokal dengan rantai nilai global (GVC).

3.3 ARAH KEBIJAKAN DAN STRATEGI DIREKTORAT JENDERAL PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN TERTIB NIAGA

Dalam menghadapi dinamika perlindungan konsumen dan pengelolaan perdagangan yang semakin kompleks, Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga memainkan peran strategis dalam merumuskan strategi kebijakan perlindungan konsumen untuk periode 2025-2029. Dalam mendukung strategi Kementerian Perdagangan melalui strategi “pengamanan dalam pasar” yang sebagai bagian yang juga mendukung Prioritas Nasional 5. “Melanjutkan Hilirisasi dan Mengembangkan Industri Berbasis Sumber Daya Alam untuk Meningkatkan Nilai Tambah di Dalam Negeri” berikut merupakan arahan Direktur Jendral PTKN dalam Rencana Strategis Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga.

1. Peningkatan literasi konsumen melalui pengembangan karakter dan perilaku yang lebih bijak dalam bertransaksi.

Peningkatan literasi konsumen menjadi salah satu fondasi utama perlindungan konsumen. Dengan menekankan pada kemampuan literasi sebagai dasar harapannya pemahaman terhadap hak dan kewajiban mendorong pembentukan karakter dan perilaku konsumen agar lebih bijak, kritis, dan bertanggung jawab dalam bertransaksi. Hal ini mencakup kemampuan untuk menilai informasi produk atau jasa secara objektif, memahami risiko yang melekat dalam suatu transaksi, serta berani menggunakan mekanisme pengaduan apabila terjadi pelanggaran hak. Penguatan literasi konsumen semakin relevan dengan pesatnya perkembangan perdagangan digital, di mana konsumen berhadapan dengan berbagai tantangan baru seperti *dark pattern*, manipulasi iklan daring, serta potensi penipuan lintas platform. Melalui peningkatan literasi, konsumen diharapkan menjadi lebih berdaya dalam mengambil keputusan transaksi yang rasional, mendukung praktik usaha yang sehat, sekaligus menjadi mitra strategis pemerintah dalam mengawasi pasar.

2. Penguatan standardisasi dengan penilaian risiko dan peningkatan ketertelusuran produk atau jasa.

Dalam konteks perlindungan konsumen, penguatan standardisasi tidak hanya berarti menetapkan standar teknis, tetapi juga memastikan bahwa standar tersebut diterapkan secara konsisten di seluruh rantai produksi dan distribusi. Penilaian berbasis risiko menjadi pendekatan strategis agar pengawasan lebih tepat sasaran, efisien, dan mampu menjangkau sektor-sektor yang paling rentan terhadap praktik perdagangan tidak sesuai ketentuan. Peningkatan ketertelusuran produk dan jasa juga menjadi prioritas, seiring dengan meningkatnya tuntutan konsumen terhadap transparansi asal-usul, proses produksi, hingga keamanan barang dan jasa yang dikonsumsi. Melalui sistem ketertelusuran yang terintegrasi, konsumen dapat lebih percaya terhadap produk dalam negeri sekaligus terlindungi dari barang yang tidak memenuhi standar. Hal ini juga memberikan kepastian bagi pelaku usaha

yang taat, karena sistem distribusi yang jelas mampu mencegah praktik curang serta meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar global.

3. Peningkatan efektivitas dan efisiensi pengawasan.

Peningkatan efektivitas dan efisiensi pengawasan menjadi bagian penting dalam memperkuat tata kelola perdagangan nasional. Diperlukan sinergi antara pemerintah pusat dan daerah menjadi kunci dalam membangun sistem pengawasan yang terintegrasi, adaptif, dan berorientasi hasil. Pemerintah daerah berperan sebagai ujung tombak pengawasan di lapangan melalui pelibatan dinas perdagangan, forum perlindungan konsumen daerah, dan unit teknis pengawasan barang beredar. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital dan analisis data berperan sebagai penunjang efisiensi sistem pengawasan, terutama dalam mempercepat proses pelaporan, pemetaan risiko, dan tindak lanjut hasil temuan di lapangan. Di sisi lain, pemberdayaan masyarakat juga diperlukan untuk memperkuat market kontrol, khususnya melalui mekanisme pelaporan mandiri dan kanal komunikasi publik yang transparan. Dengan tata kelola yang sinergis antara pusat, daerah, dan masyarakat, sistem pengawasan dapat berjalan lebih efisien, akuntabel, dan responsif terhadap dinamika pasar yang terus berkembang

4. Penataan kelembagaan dan meningkatkan kapasitas sumber daya manusia.

Penataan kelembagaan mencakup penyelarasan struktur organisasi, penguatan peran unit teknis di lapangan, serta revitalisasi lembaga agar lebih efektif dalam memberikan layanan kepada masyarakat. Selain itu, perlu diiringi peningkatan kapasitas SDM, melalui aparatur pengawas dan pelaksana layanan publik yang memiliki kompetensi teknis, manajerial, dan digital yang memadai. Program pengembangan kapasitas dapat dilakukan melalui pelatihan berkelanjutan, pertukaran pengetahuan dengan lembaga internasional, serta pemanfaatan teknologi pembelajaran digital.

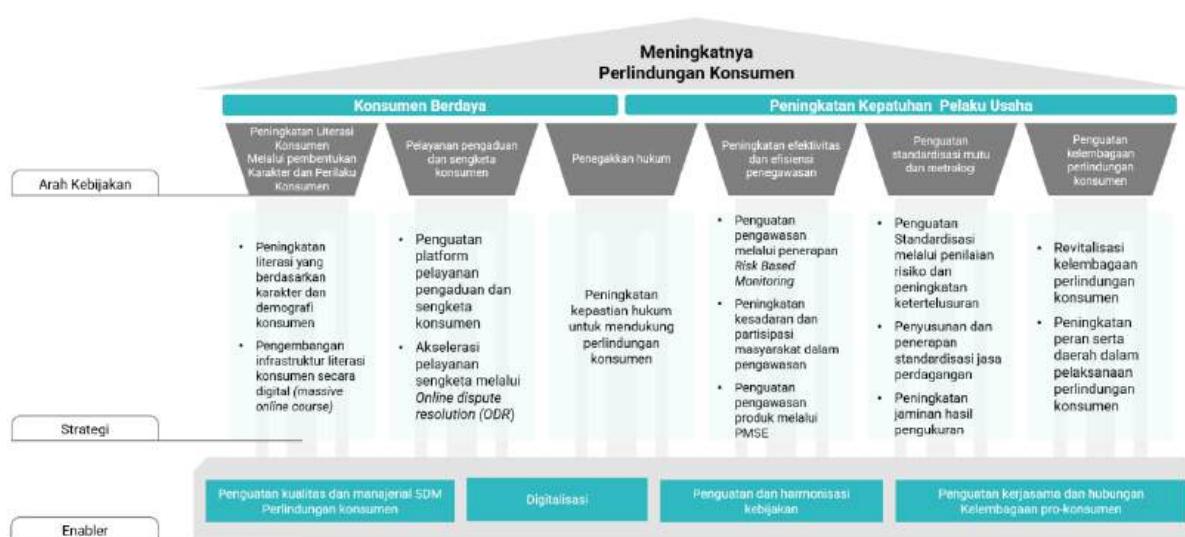
5. Prinsip keadilan dalam pelayanan serta memberdayakan pemerintah daerah untuk mendukung kinerja Kementerian Perdagangan.

Prinsip keadilan dalam pelayanan publik menjadi landasan utama dalam upaya perlindungan konsumen dan tertib niaga. Keadilan dimaknai sebagai akses yang setara bagi seluruh masyarakat untuk mendapatkan perlindungan tanpa diskriminasi, baik berdasarkan wilayah, tingkat ekonomi, maupun latar belakang sosial. Hal ini penting karena perlindungan konsumen tidak hanya dirasakan di pusat kota atau kalangan tertentu, tetapi juga harus menjangkau seluruh konsumen di Indonesia, masyarakat berpenghasilan rendah, serta kelompok rentan lainnya. Dalam konteks tersebut, pemberdayaan pemerintah daerah menjadi kunci untuk memperluas jangkauan perlindungan konsumen. Pemerintah daerah diharapkan mampu mengambil peran aktif dalam pengawasan perdagangan dan pelayanan penyelesaian sengketa konsumen. Kolaborasi pusat-daerah juga memperkuat konsistensi kebijakan, sehingga perlindungan konsumen dapat diterapkan secara merata di seluruh wilayah Indonesia.

6. Penguatan Digitalisasi dalam aktivitas pengawasan dan edukasi konsumen

Kompleksitas perdagangan digital menuntut model pengawasan yang lebih adaptif, cerdas, dan responsif. Pemanfaatan teknologi digital menjadi instrumen strategis untuk memperkuat perlindungan konsumen melalui pengawasan yang berbasis data dan kolaborasi lintas lembaga. Integrasi *big data analytics* serta basis data lintas kementerian/lembaga memungkinkan deteksi dini terhadap potensi pelanggaran, mempercepat respons kebijakan, dan meningkatkan akurasi intervensi di pasar. Selain melalui pendekatan teknologi, pemberdayaan masyarakat juga menjadi pilar penting dalam memperluas jangkauan pengawasan. Partisipasi aktif konsumen melalui kanal pengaduan digital, *feedback* layanan publik, dan program edukasi konsumen dapat mendorong terciptanya sistem pengawasan yang tidak hanya bersifat represif, tetapi juga preventif. Dengan melibatkan masyarakat sebagai mitra pengawas, penguatan digitalisasi di bidang perlindungan konsumen tidak hanya menjaga kepercayaan publik terhadap pasar, tetapi juga menumbuhkan budaya kepatuhan dan tanggung jawab di kalangan pelaku usaha.

Arahan ini diterjemahkan ke dalam arah kebijakan dan strategi Ditjen PKTN sebagai berikut.



Dalam mendukung strategi Kemendag “Pengamanan Dalam Pasar” melalui peningkatan keberdayaan konsumen dan peningkatan pengawasan kegiatan perdagangan dan ketaatan pelaku usaha. Ditjen PKTN berperan dalam meningkatkan perlindungan konsumen untuk periode 2025–2029 diarahkan melalui dua pilar utama, yaitu Konsumen Berdaya dan Peningkatan Kepatuhan Pelaku Usaha. Kedua pilar ini saling mendukung, sebab perlindungan yang efektif hanya dapat terwujud ketika konsumen memiliki literasi dan keberdayaan yang memadai, sementara pelaku usaha menjalankan aktivitas perdagangan dengan patuh dan bertanggung jawab. Dari dua pilar ini diturunkan enam arah kebijakan strategis yang menjadi landasan dalam penyusunan program dan kegiatan Ditjen PKTN. Melalui pilar konsumen berdaya terdapat beberapa arah kebijakan sebagai berikut.

1. Peningkatan Literasi Konsumen melalui Pembentukan Karakter dan Perilaku Konsumen

Kebijakan ini menekankan pentingnya literasi konsumen sebagai fondasi perlindungan konsumen. Literasi yang dimaksud bukan hanya pengetahuan formal mengenai hak dan kewajiban, tetapi juga mencakup pembentukan karakter dan perilaku bijak dalam bertransaksi. Penguatan literasi dilakukan dengan dua strategi:

- a. Peningkatan literasi berdasarkan karakter dan demografi konsumen.

Strategi ini bertujuan agar pesan edukasi lebih tepat sasaran, mengingat profil konsumen Indonesia sangat beragam baik dari sisi usia, pendidikan, maupun akses digital. Pendekatan dilakukan berbasis segmen karakter dan demografi konsumen, sehingga pesan edukasi lebih tepat sasaran. Di sisi lain, pemanfaatan teknologi digital memperluas jangkauan literasi, memungkinkan masyarakat dari berbagai latar belakang memperoleh akses informasi perlindungan konsumen.

- b. Pengembangan infrastruktur literasi konsumen secara digital (*massive online course*).

Pemanfaatan teknologi digital, termasuk pengembangan modul pembelajaran daring, memperluas akses literasi ke seluruh lapisan masyarakat. Digitalisasi juga memungkinkan integrasi dengan data pengawasan dan pengukuran capaian literasi konsumen.

2. Pelayanan Pengaduan dan Sengketa Konsumen

Akses terhadap mekanisme pengaduan dan penyelesaian sengketa merupakan salah satu hak dasar konsumen yang perlu dijamin. Arah kebijakan ini bertujuan memperkuat sistem pelayanan pengaduan agar lebih responsif, transparan, dan mampu menyelesaikan permasalahan ditindaklanjuti.

- a. Penguatan platform pelayanan pengaduan dan sengketa konsumen.

Melalui modernisasi dan integrasi platform, konsumen dapat lebih mudah menyampaikan keluhan, memantau tindak lanjut, dan memperoleh kepastian hukum atas laporan yang diajukan. Platform ini juga berfungsi sebagai basis data untuk analisis tren permasalahan konsumen, yang dapat menjadi masukan bagi perbaikan regulasi maupun kebijakan pengawasan. Hal ini dapat diwujudkan melalui penguatan sarana layanan pengaduan, peningkatan kapasitas SDM pendukung, serta pembinaan lembaga konsumen.

- b. Akselerasi pelayanan sengketa melalui *Online Dispute Resolution* (ODR).

Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan penyelesaian sengketa dilakukan secara daring, lebih cepat, murah, dan efisien dibandingkan mekanisme konvensional. ODR juga membuka akses lebih luas bagi konsumen di berbagai daerah untuk mendapatkan perlindungan yang sama.

3. Penegakan Hukum

Penegakan hukum merupakan instrumen penting untuk memberikan kepastian dan efek jera dalam perlindungan konsumen. Tanpa kepastian hukum, regulasi yang ada hanya menjadi norma formal yang sulit diimplementasikan secara konsisten. Oleh karena itu, arah kebijakan ini menegaskan pentingnya memperkuat kepastian hukum, meningkatkan kepatuhan pelaku usaha, serta memberikan perlindungan bagi konsumen.

- a. Peningkatan kepastian hukum untuk mendukung perlindungan konsumen.

Strategi ini dilakukan dengan memperkuat kerangka regulasi, memastikan penerapannya secara konsisten, serta menindak tegas pelanggaran yang merugikan konsumen. Kepastian hukum juga mencakup transparansi prosedur, kejelasan sanksi, serta harmonisasi regulasi antar-kementerian/lembaga agar tidak terjadi tumpang tindih kewenangan. Hal ini dapat terwujud melalui rencana penyusunan /penyesuaian regulasi terkait perlindungan konsumen.

Secara keseluruhan, pilar Konsumen Berdaya menegaskan bahwa perlindungan konsumen tidak hanya soal pengawasan atau penindakan, tetapi juga tentang membangun kapasitas, memberikan akses keadilan, dan menjamin kepastian hukum. Sementara, peningkatan kepatuhan pelaku usaha dapat dicapai melalui:

1. Peningkatan Efektivitas dan Efisiensi Pengawasan

Pengawasan perdagangan merupakan instrumen utama untuk memastikan kepatuhan pelaku usaha terhadap regulasi. Kompleksitas arus barang dan jasa, termasuk perkembangan perdagangan digital, menuntut cara pengawasan yang lebih adaptif, tepat sasaran, dan efisien. Oleh karena itu, arah kebijakan ini menekankan pentingnya mengoptimalkan efektivitas dan efisiensi pengawasan dengan strategi sebagai berikut:

- a. Penguatan pengawasan melalui penerapan *Risk-Based Monitoring*.

Dengan pendekatan berbasis risiko, sumber daya pengawasan dapat difokuskan pada sektor atau pelaku usaha dengan potensi risiko tertinggi. Hal ini membuat proses pengawasan lebih efektif dan efisien.

- b. Peningkatan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pengawasan.

Pengalaman masyarakat sebagai pengguna/konsumen dapat berkontribusi dalam pengawasan melalui kanal pengaduan. Dengan pengembangan kanal pengaduan secara daring dapat memperluas jangkauan pengawasan yang mampu mendorong budaya kepatuhan bagi pelaku usaha.

- c. Penguatan pengawasan produk melalui Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE).

Dengan meningkatnya transaksi daring, konsumen menghadapi risiko baru, mulai dari produk tidak sesuai standar hingga praktik penipuan. Ditjen PKTN menekankan pentingnya memastikan produk di platform digital memenuhi standar

mutu dan keamanan, sekaligus mendorong platform e-commerce agar lebih bertanggung jawab dalam melindungi konsumen.

2. Penguatan Standardisasi Mutu dan Metrologi

Standardisasi mutu dan Metrologi Legal merupakan pilar penting dalam menjamin keadilan, keamanan, serta kepastian dalam transaksi perdagangan. Penguatan standardisasi dan pengukuran dalam transaksi perdagangan merupakan faktor penting dalam mewujudkan perlindungan konsumen dan kepastian berusaha. Untuk itu, penguatan standardisasi mutu dan metrologi diarahkan pada beberapa hal utama:

- Penguatan standardisasi melalui penilaian risiko dan peningkatan keterelusuran.

Pendekatan ini memungkinkan standardisasi difokuskan pada produk atau jasa yang memiliki tingkat risiko tinggi terhadap keselamatan dan keamanan konsumen, serta pada sektor yang memerlukan keterjaminan mutu dan transparansi rantai distribusi. Dengan cara ini, penerapan standar tidak hanya meningkatkan perlindungan konsumen, tetapi juga mendukung kepatuhan pelaku usaha terhadap regulasi dan memperkuat daya saing melalui pengakuan hasil uji dan pengukuran pada tingkat nasional maupun internasional.

- Penyusunan dan penerapan standardisasi jasa perdagangan.

Perkembangan ekonomi berbasis layanan, termasuk perdagangan digital, menuntut adanya acuan mutu yang lebih komprehensif. Pengembangan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) Jasa Perdagangan menjadi salah satu instrumen yang dapat memastikan layanan jasa perdagangan memiliki standar kompetensi yang jelas, sekaligus memberikan kepastian kualitas bagi konsumen dan pelaku usaha.

- Peningkatan jaminan hasil pengukuran.

Peningkatan kapasitas balai metrologi dan laboratorium pengujian bertujuan memastikan keandalan hasil pengukuran serta memperkuat kepercayaan konsumen terhadap pasar. Penguatan diarahkan pada kapasitas lembaga metrologi dan laboratorium pengujian, baik di pusat maupun daerah, agar hasil ukur dapat diandalkan, konsisten, serta diakui secara nasional maupun internasional.

3. Penguatan Kelembagaan Perlindungan Konsumen

Arah kebijakan ini menitikberatkan pada peningkatan kapasitas lembaga perlindungan konsumen yang ada, serta perluasan peran pemerintah daerah dalam mendukung implementasi perlindungan konsumen di tingkat lokal.

- Revitalisasi kelembagaan perlindungan konsumen.

Penguatan diarahkan pada revitalisasi kelembagaan perlindungan konsumen seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Revitalisasi ini mencakup peningkatan

tata kelola, efektivitas penyelesaian sengketa, serta optimalisasi fungsi edukasi dan advokasi bagi masyarakat.

- b. Peningkatan peran serta daerah dalam pelaksanaan perlindungan konsumen.

Pemerintah daerah didorong untuk mengambil peran aktif dalam perlindungan konsumen, baik melalui pengawasan barang beredar, pelayanan tera/tera ulang, maupun fasilitasi penyelesaian sengketa konsumen. Kolaborasi pusat dan daerah juga memastikan konsistensi implementasi kebijakan di lapangan serta memperluas jangkauan perlindungan hingga seluruh wilayah Indonesia.

Untuk meningkatkan perlindungan konsumen, Ditjen PKTN merancang sejumlah penggerak (*enabler*) yang menjadi elemen pendukung utama agar arah kebijakan dan strategi dapat berjalan efektif. Pertama, penguatan kualitas dan manajerial sumber daya manusia di bidang perlindungan konsumen agar pelayanan publik dan pengawasan dapat dijalankan secara profesional, adaptif, dan responsif terhadap dinamika perdagangan. Kedua, digitalisasi yang diposisikan sebagai katalis untuk mempercepat pelayanan, meningkatkan efisiensi, serta memperluas akses masyarakat melalui integrasi sistem informasi, dan transformasi digitalisasi layanan PKTN. Ketiga, penguatan dan harmonisasi kebijakan yang memastikan regulasi di tingkat pusat dan daerah berjalan selaras, mengurangi tumpang tindih dan pembagian jelas antara pusat-daerah untuk mengembangkan hubungan kerja sama kedepannya, serta memberikan kepastian hukum bagi konsumen maupun pelaku usaha. Keempat, penguatan kerja sama dan hubungan kelembagaan pro-konsumen, baik dengan pemerintah daerah, asosiasi pelaku usaha, lembaga luar negeri, maupun organisasi masyarakat sipil, guna memperluas jangkauan perlindungan konsumen.

3.4 KERANGKA REGULASI

Bagian ini menjelaskan gambaran umum mengenai Kerangka Regulasi yang diperlukan oleh Kementerian/Lembaga dalam menjalankan tugas, fungsi, dan kewenangannya. Kerangka regulasi yang menjadi landasan bagi kebijakan Kementerian Perdagangan disusun untuk memastikan tercapainya keseimbangan antara perlindungan terhadap konsumen dan ketaatan pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan perdagangan. Regulasi-regulasi tersebut mencakup peraturan perundang-undangan yang mengatur fondasi peningkatan keberdayaan konsumen, efektivitas penyelesaian sengketa, penguatan LPKSM berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang revisinya merupakan inisiatif dari DPR RI. Serta dari sisi pelaku usaha terdapat penguatan Metrologi Legal, pembaruan regulasi mutu, K3L, dan standardisasi SDM untuk meningkatkan pemenuhan mutu serta kepatuhan pelaku usaha. Dalam konteks Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (Ditjen PKTN), kerangka regulasi ini memiliki relevansi langsung terhadap sasaran strategis meningkatnya perlindungan konsumen melalui keberdayaan konsumen, pengawasan barang dan jasa, pemenuhan mutu serta pengawasan

perdagangan. Arah dan kebutuhan regulasi yang relevan kemudian dirumuskan dalam matriks Kerangka Regulasi.

1. Rancangan Undang-Undang tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal;
2. Rancangan Peraturan Pemerintah yang merupakan Peraturan Pelaksanaan dari Undang-Undang Republik Indonesia tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal;
3. Rancangan Peraturan Pemerintah tentang Penyelenggaraan Undang-Undang Perlindungan Konsumen;
4. Rancangan Peraturan Pemerintah tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan;
5. Peraturan Menteri Perdagangan tentang Standardisasi Bidang Perdagangan;
6. Peraturan Menteri Perdagangan tentang Pengawasan Metrologi Legal;
7. Rancangan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 21 Tahun 2023 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 26 Tahun 2021 tentang Penetapan Standar Kegiatan Usaha dan Produk pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Perdagangan;
8. Rancangan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen;
9. Rancangan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Pelaksanaan Tugas, Tata Cara Pendaftaran, serta Pembatalan Tanda Daftar Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat;
10. Rancangan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Ketentuan Eksport Standard Indonesian Rubber (SIR);
11. Rancangan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Unit Metrologi Legal;
12. Rancangan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Sistem Pengaduan dan Penyelesaian Sengketa Konsumen Secara Elektronik;
13. Rancangan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Pelaksanaan Pengawasan Barang Beredar dan Jasa;
14. Rancangan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Petunjuk Teknis Persetujuan Tipe dan Evaluasi Tipe;
15. Rancangan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Barang dalam Keadaan Terbungkus;
16. Rancangan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Pelaksanaan Pengawasan Kegiatan Perdagangan;

17. Rancangan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 33 Tahun 2025 tentang Standar Kegiatan Usaha dan/atau Standar Produk/Jasa pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Perdagangan dan Metrologi Legal;
18. Rancangan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Petunjuk Teknis Pembinaan, Monitoring, dan Evaluasi Kegiatan Usaha Reparasi Alat Ukur, Alat Takar, Alat Timbang, dan Alat Perlengkapan.

Penjelasan mengenai kerangka regulasi secara menyeluruh dicantumkan pada Lampiran 3. Matriks Kerangka Regulasi.

3.5 KERANGKA KELEMBAGAAN

Kerangka kelembagaan sangat penting untuk memastikan tercapainya sasaran strategis yang telah ditetapkan. Hal ini mencakup penentuan fungsi dan struktur organisasi yang jelas, serta tata kelola yang efektif antar unit dalam organisasi. Selain itu, pengelolaan sumber daya manusia menjadi aspek krusial, baik dalam hal kualitas maupun kuantitas tenaga kerja yang dibutuhkan, guna mendukung operasional dan pencapaian tujuan organisasi secara optimal. Bagian ini menjelaskan tentang kebutuhan terkait fungsi dan struktur organisasi, serta tata kelola antar unit organisasi dan pengelolaan sumber daya manusia. Hal ini mencakup kebutuhan sumber daya manusia, baik dari segi kualitas maupun kuantitas, yang diperlukan untuk mendukung pencapaian Sasaran Strategis.

3.5.1 STRUKTUR ORGANISASI

Adapun struktur organisasi Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga periode 2025– 2029 adalah sebagai berikut:



Gambar 3.5-1 Struktur Organisasi Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga 2025-2029

Struktur organisasi Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (Ditjen PKTN) terdiri atas Sekretariat Ditjen PKTN serta lima direktorat teknis, yaitu Direktorat Pemberdayaan Konsumen, Direktorat Metrologi, Direktorat Pengawasan Barang Beredar dan Jasa, Direktorat Standardisasi dan Pengendalian Mutu, serta Direktorat Tertib Niaga. Setiap direktorat didukung oleh unit pelaksana teknis di daerah, seperti Balai Standardisasi Metrologi Legal (BSML) Regional I-IV, Balai Pengujian Mutu Barang, Balai Kalibrasi, dan Balai Sertifikasi, serta Balai Pengawasan Tertib Niaga di Medan, Bekasi, Surabaya, dan Makassar.

3.5.2 TATA LAKSANA ORGANISASI

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 6 Tahun 2025 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Perdagangan, Ditjen PKTN mempunyai tugas menyelenggarakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang perlindungan konsumen dan tertib niaga dengan fungsi sebagai berikut:

- a. perumusan kebijakan di bidang pemberdayaan konsumen, standardisasi perdagangan dan pengendalian mutu, Metrologi Legal, pengawasan kegiatan perdagangan, serta pengawasan barang beredar dan/atau jasa;
- b. pelaksanaan kebijakan di bidang pemberdayaan konsumen, standardisasi perdagangan dan pengendalian mutu, dan Metrologi Legal;
- c. pelaksanaan pengawasan dan penyidikan kegiatan perdagangan, barang beredar dan/atau jasa, dan Metrologi Legal
- d. penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria di bidang pemberdayaan konsumen, standardisasi perdagangan dan pengendalian mutu, Metrologi Legal, pengawasan kegiatan perdagangan, serta pengawasan barang beredar dan/atau jasa;
- e. pemberian bimbingan teknis dan supervisi di bidang pemberdayaan konsumen, standardisasi perdagangan dan pengendalian mutu, Metrologi Legal, pengawasan kegiatan perdagangan, serta pengawasan barang beredar dan/atau jasa;
- f. pelaksanaan pemantauan, analisis, evaluasi dan pelaporan di bidang pemberdayaan konsumen, standardisasi perdagangan dan pengendalian mutu, Metrologi Legal, pengawasan kegiatan perdagangan, serta pengawasan barang beredar dan/atau jasa;
- g. pelaksanaan administrasi Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga; dan
- h. pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Menteri

Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga terdiri atas Sekretariat Direktorat Jenderal, Direktorat Pemberdayaan Konsumen, Direktorat Standardisasi dan Pengendalian Mutu, Direktorat Metrologi, Direktorat Pengawasan Barang Beredar dan Jasa, dan Direktorat Tertib Niaga dengan pembagian tugas dan fungsi yang jelas pada masing-masing Direktorat.

3.5.2.1 SEKRETARIAT DIREKTORAT JENDERAL PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN TERTIB NIAGA

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Perdagangan, Sekretariat Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga merupakan unit organisasi Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga di bidang koordinasi dan pelayanan administratif. Sekretariat Direktorat Jenderal mempunyai tugas melaksanakan koordinasi pelaksanaan tugas dan pemberian pelayanan dukungan teknis dan administrasi kepada seluruh satuan organisasi di lingkungan Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga.

- a. penyiapan koordinasi dan penyusunan rencana, program, anggaran di Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga;
- b. penyiapan koordinasi, pelaksanaan, dan pelaporan urusan keuangan di Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga;
- c. penyiapan koordinasi dan pelaksanaan penelaahan hukum dan penyusunan rancangan peraturan perundang-undangan;
- d. penyiapan koordinasi dan pelaksanaan kerja sama, pelayanan informasi publik, serta pengelolaan data dan informasi di Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga;
- e. penyiapan koordinasi dan pelaksanaan urusan sumber daya manusia, organisasi dan tata laksana di Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga;
- f. penyiapan koordinasi dan pelaksanaan, pemantauan, analisis, evaluasi, dan pelaporan kinerja, fasilitasi reformasi birokrasi, kepatuhan internal, dan manajemen risiko di Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga;
- g. penyiapan koordinasi dan pelaksanaan pengelolaan perlengkapan dan rumah tangga serta barang milik/kekayaan negara di Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga; dan
- h. penyiapan koordinasi dan pelaksanaan tata usaha, tata persuratan, dan kearsipan di Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga.

Sekretariat Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga terdiri dari bagian umum serta kelompok jabatan fungsional dan pelaksana.

3.5.2.2 DIREKTORAT PEMBERDAYAAN KONSUMEN

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 6 Tahun 2025 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Perdagangan, Direktorat Pemberdayaan Konsumen mempunyai tugas melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang pemberdayaan konsumen. Adapun Direktorat Pemberdayaan Konsumen menyelenggarakan fungsi sebagai berikut.

- a. penyiapan perumusan kebijakan di bidang perlindungan konsumen, pelayanan konsumen, bimbingan konsumen dan pelaku usaha, kemitraan perlindungan konsumen, serta bimbingan dan evaluasi kelembagaan perlindungan konsumen;
- b. penyiapan pelaksanaan kebijakan di bidang perlindungan konsumen, pelayanan konsumen, bimbingan konsumen dan pelaku usaha, kemitraan perlindungan konsumen, serta bimbingan dan evaluasi kelembagaan perlindungan konsumen;
- c. penyiapan penyusunan pedoman, norma, standar, prosedur, dan kriteria di bidang perlindungan konsumen, pelayanan konsumen, bimbingan konsumen dan pelaku usaha, kemitraan perlindungan konsumen, serta bimbingan dan evaluasi kelembagaan perlindungan konsumen;
- d. penyiapan pemberian bimbingan teknis dan supervisi pelaksanaan kebijakan di bidang perlindungan konsumen, pelayanan konsumen, bimbingan konsumen dan pelaku usaha, kemitraan perlindungan konsumen, serta bimbingan dan evaluasi kelembagaan perlindungan konsumen;
- e. penyiapan pemantauan, analisis, evaluasi, dan pelaporan di bidang perlindungan konsumen, pelayanan konsumen, bimbingan konsumen dan pelaku usaha, kemitraan perlindungan konsumen, serta bimbingan dan evaluasi kelembagaan perlindungan konsumen; dan
- f. pelaksanaan urusan tata usaha dan rumah tangga di Direktorat Pemberdayaan Konsumen.

Direktorat Pemberdayaan Konsumen terdiri dari subbagian tata usaha serta kelompok jabatan fungsional dan pelaksana. Dalam melaksanakan tugas dan fungsinya, Direktorat Pemberdayaan Konsumen berkoordinasi dengan beberapa pihak seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), dan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN).

3.5.2.3 DIREKTORAT STANDARDISASI DAN PENGENDALIAN MUTU

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 6 Tahun 2025 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Perdagangan, Direktorat Standardisasi dan Pengendalian Mutu mempunyai tugas melaksanakan melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang standardisasi perdagangan dan pengendalian mutu dengan fungsi sebagai berikut.

- a. penyiapan perumusan kebijakan di bidang standardisasi bidang perdagangan, kemitraan standardisasi, pengendalian mutu, informasi mutu, dan sarana mutu;
- b. penyiapan pelaksanaan kebijakan di bidang standardisasi bidang perdagangan, kemitraan standardisasi, pengendalian mutu, informasi mutu, dan sarana mutu;
- c. penyiapan penyusunan pedoman, norma, standar, prosedur, dan kriteria di bidang standardisasi bidang perdagangan, kemitraan standardisasi, pengendalian mutu, informasi mutu, dan sarana mutu;
- d. penyiapan pemberian bimbingan teknis dan supervisi di bidang standardisasi bidang perdagangan, kemitraan standardisasi, pengendalian mutu, informasi mutu, dan sarana mutu;

- e. penyiapan evaluasi dan pelaporan di bidang standardisasi bidang perdagangan, kemitraan standardisasi, pengendalian mutu, informasi mutu, dan sarana mutu; dan
- f. pelaksanaan urusan tata usaha dan rumah tangga di Direktorat Standardisasi dan Pengendalian Mutu.

Direktorat Standardisasi dan Pengendalian Mutu terdiri dari subbagian tata usaha serta kelompok jabatan fungsional dan jabatan pelaksana.

3.5.2.4 DIREKTORAT METROLOGI

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 6 Tahun 2025 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Perdagangan, Direktorat Metrologi mempunyai tugas melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang Metrologi Legal. Adapun Direktorat Metrologi menyelenggarakan fungsi sebagai berikut:

- a. penyiapan perumusan kebijakan di bidang kelembagaan Metrologi Legal, kemitraan Metrologi Legal, alat ukur, alat takar, alat timbang dan alat perlengkapan, standar ukuran, personil Metrologi Legal, barang dalam keadaan terbungkus, dan pengawasan Metrologi Legal;
- b. penyiapan pelaksanaan kebijakan di bidang kelembagaan Metrologi Legal, kemitraan Metrologi Legal, alat ukur, alat takar, alat timbang dan alat perlengkapan, standar ukuran, personil Metrologi Legal, dan barang dalam keadaan terbungkus;
- c. penyiapan pelaksanaan pengawasan dan penyidikan Metrologi Legal;
- d. penyiapan penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria di bidang kelembagaan Metrologi Legal, alat ukur, alat takar, alat timbang dan alat perlengkapan, standar ukuran, barang dalam keadaan terbungkus, dan pengawasan Metrologi Legal;
- e. penyiapan pemberian bimbingan teknis dan supervisi di bidang kelembagaan metrologi legal, alat ukur, alat takar, alat timbang dan alat perlengkapan, standar ukuran, barang dalam keadaan terbungkus, dan pengawasan Metrologi Legal;
- f. penyiapan evaluasi dan pelaporan di bidang kelembagaan Metrologi Legal, kemitraan Metrologi Legal, alat ukur, alat takar, alat timbang dan alat perlengkapan, standar ukuran, personil Metrologi Legal, barang dalam keadaan terbungkus, pengawasan dan penyidikan Metrologi Legal;
- g. pelaksanaan urusan tata usaha dan rumah tangga Direktorat Metrologi.

Direktorat Metrologi terdiri dari subbagian tata usaha serta kelompok jabatan fungsional dan jabatan pelaksana. Untuk menguraikan tugas dan fungsi di atas, Direktorat Metrologi terdiri dari kelompok jabatan fungsional sebagai berikut:

- a. Kelompok substansi perencanaan, analisa, kerja sama, dan komunikasi publik di bidang Metrologi Legal;

- b. Kelompok substansi pembinaan dan evaluasi Sumber Daya Manusia di bidang Metrologi Legal; c. Kelompok substansi pembinaan dan evaluasi kelembagaan di bidang Metrologi Legal;
- c. Kelompok substansi Alat Ukur, Takar, Timbang, dan Perlengkapannya (UTTP), Standar Ukuran, dan Laboratorium serta Instalasi Uji Metrologi Legal;
- d. Kelompok substansi pengawasan dan penyidikan di bidang Metrologi Legal

Disamping itu, untuk menyelenggarakan pelayanan publik, Direktorat Metrologi membentuk Unit Pelaksana Teknis sebagai berikut:

- a. Balai Pengujian Alat Ukur, Takar, Timbang, dan Perlengkapannya
- b. Balai Pengelolaan Standar Nasional Satuan Ukuran
- c. Balai Standardisasi Metrologi Legal Regional I di Medan
- d. Balai Standardisasi Metrologi Legal Regional II di Yogyakarta
- e. Balai Standardisasi Metrologi Legal Regional III di Banjarmasin
- f. Balai Standardisasi Metrologi Legal Regional IV di Makassar

3.5.2.5 DIREKTORAT PENGAWASAN BARANG BEREDAR DAN JASA

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 6 Tahun 2025 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Perdagangan Direktorat Pengawasan Barang Beredar dan Jasa mempunyai melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang pengawasan barang beredar dan/atau jasa dengan fungsi sebagai berikut.

- a. penyiapan perumusan kebijakan di bidang pengawasan barang beredar dan/atau jasa, bimbingan petugas pengawas yang menangani pengawasan barang beredar dan/atau jasa, dan evaluasi petugas pengawas yang menangani pengawasan barang beredar dan/atau jasa;
- b. penyiapan pelaksanaan kebijakan di bidang pengawasan barang beredar dan/atau jasa, bimbingan petugas pengawas yang menangani pengawasan barang beredar dan/atau jasa, dan evaluasi petugas pengawas yang menangani pengawasan barang beredar dan/atau jasa;
- c. penyiapan pelaksanaan pengawasan, tindak lanjut hasil pengawasan dan penyidikan hasil pengawasan barang beredar dan/atau jasa;
- d. penyiapan penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria di bidang pengawasan barang beredar dan/atau jasa, bimbingan petugas pengawas yang menangani pengawasan barang beredar dan/atau jasa, dan evaluasi petugas pengawas yang menangani pengawasan barang beredar dan/atau jasa;
- e. penyiapan pemberian bimbingan teknis dan supervisi di bidang pengawasan barang beredar dan/atau jasa;
- f. pelaksanaan fasilitasi teknis dan pengembangan jaringan kemitraan di bidang pengawasan barang beredar dan/atau jasa;

- g. penyiapan pelaksanaan pemantauan, analisis, evaluasi, dan pelaporan di bidang pengawasan barang beredar dan/atau jasa; dan
- h. pelaksanaan urusan tata usaha dan rumah tangga di Direktorat Pengawasan Barang Beredar dan Jasa.

Direktorat Pengawasan Barang Beredar dan Jasa terdiri dari subbagian tata usaha serta kelompok jabatan fungsional dan jabatan pelaksana.

3.5.2.6 DIREKTORAT TERTIB NIAGA

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 6 Tahun 2025 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Perdagangan, Direktorat Tertib Niaga mempunyai melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang pengawasan kegiatan perdagangan. Adapun Direktorat Tertib Niaga menyelenggarakan fungsi sebagai berikut:

- a. penyiapan perumusan kebijakan di bidang pengawasan kegiatan perdagangan, bimbingan petugas pengawas yang menangani pengawasan kegiatan perdagangan, dan evaluasi petugas pengawas yang menangani pengawasan kegiatan perdagangan;
- b. penyiapan pelaksanaan kebijakan pengawasan di bidang pengawasan kegiatan perdagangan, bimbingan petugas pengawas yang menangani pengawasan kegiatan perdagangan, dan evaluasi petugas pengawas yang menangani pengawasan kegiatan perdagangan;
- c. penyiapan pelaksanaan pengawasan, tindak lanjut hasil pengawasan dan penyidikan hasil pengawasan kegiatan perdagangan;
- d. penyiapan penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria di bidang pengawasan kegiatan perdagangan, bimbingan petugas pengawas yang menangani pengawasan kegiatan perdagangan, dan evaluasi petugas pengawas yang menangani pengawasan kegiatan perdagangan;
- e. penyiapan pemberian bimbingan teknis dan supervisi di bidang pengawasan kegiatan perdagangan;
- f. pelaksanaan fasilitasi teknis dan pengembangan jaringan kemitraan di bidang pengawasan kegiatan perdagangan;
- g. penyiapan pelaksanaan pemantauan, analisis, evaluasi, dan pelaporan di bidang pengawasan kegiatan perdagangan; dan h. pelaksanaan urusan tata usaha dan rumah tangga di Direktorat Tertib Niaga.

Direktorat Tertib Niaga terdiri dari subbagian tata usaha serta kelompok jabatan fungsional dan jabatan pelaksana.

3.5.3 KEBUTUHAN JUMLAH DAN KOMPETENSI SDM

Dalam menjalankan program dan kegiatan Rencana Strategis Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga diperlukan sumber daya manusia untuk memenuhi kebutuhan pelaksanaan fungsi tugas berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 6 Tahun 2025 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Perdagangan sebagai berikut.

1. Jabatan Kepala UPT tersebut sebanyak 13 Jabatan yang tersebar sebanyak 3 Jabatan pada Direktorat Standardisasi dan Pengendalian Mutu, 6 Jabatan pada Direktorat Metrologi, dan 4 Jabatan pada Direktorat Tertib Niaga.
2. Fungsional Tertentu yakni Pengawas Perdagangan, Penjamin Mutu Produk, Pengujji UTTP, Penyuluh Kemetrologian, dan Analis Perdagangan.
3. Pejabat Administrasi yang diintegrasikan ke dalam Jabatan Fungsional Tertentu yang sudah ada seperti Pengujji Mutu Barang, Penera, Pengawas Kemetrologian, Pranata Laboratorium Kemetrologian, Analis Kebijakan, Perencana, Perancangan Peraturan Perundang-Undangan, Analis Pengelola Keuangan dan APBN, Analis Kepegawaian, dan Pranata Humas.

Untuk menunjang kinerja Ditjen PKTN diperlukan sumber daya manusia yang berkualitas. Namun tidak hanya berkualitas tapi juga kuantitas dikarenakan luasnya jangkauan kinerja Ditjen PKTN. Jumlah SDM Ditjen PKTN per 31 Desember 2024 seluruhnya berjumlah 852 orang dengan komposisi sebagai berikut:

- a) Sekretariat Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga terdiri atas: Bagian Umum dan kelompok jabatan fungsional dengan jumlah pegawai sebanyak 47 orang.
- b) Direktorat Pemberdayaan Konsumen terdiri atas Subbagian Tata Usaha dan kelompok jabatan fungsional dengan jumlah pegawai sebanyak 40 orang.
- c) Direktorat Standardisasi dan Pengendalian Mutu terdiri atas: Subbagian Tata Usaha dan kelompok jabatan fungsional dengan jumlah pegawai sebanyak 59 orang. Direktorat Standardisasi dan Pengendalian Mutu juga terdiri dari Balai Pengujian Mutu Barang, Balai Kalibrasi, dan Balai Sertifikasi dengan jumlah total pegawai pada balai-balai sebanyak 156 orang. Keseluruhan jumlah pegawai pada Direktorat Standardisasi dan Pengendalian Mutu yaitu sebanyak 215 orang.
- d) Direktorat Metrologi terdiri atas: Subbagian Tata Usaha dan kelompok jabatan fungsional dengan jumlah pegawai sebanyak 109. Direktorat Metrologi juga terdiri dari Balai Standardisasi Metrologi Legal Regional I-IV, Balai Pengujian Alat Ukur, Alat Takar, Alat Timbang dan Alat Perlengkapan, serta Balai Pengelolaan Standar Ukuran Metrologi Legal dengan jumlah pegawai pada balai-balai tersebut sebanyak 214 orang. Keseluruhan jumlah pegawai pada Direktorat Metrologi yaitu sebanyak 323 orang

- e) Direktorat Pengawasan Barang Beredar dan Jasa terdiri atas: Subbagian Tata Usaha dan kelompok jabatan fungsional dengan jumlah pegawai sebanyak 58 orang.
- f) Direktorat Tertib Niaga terdiri atas: Subbagian Tata Usaha dan kelompok jabatan fungsional dengan jumlah pegawai sebanyak 92 orang. Direktorat Tertib Niaga terdiri dari Balai Pengawasan Tertib Niaga (BPTN) Bekasi, BPTN Medan, BPTN Surabaya dan BPTN Makassar dengan jumlah pegawai pada balai-balai dimaksud yaitu sebesar 76 orang ASN. Secara keseluruhan jumlah total pegawai adalah sebesar 168 orang.

Tata laksana dan organisasi kelembagaan Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga diarahkan untuk memastikan keselarasan antara struktur organisasi, fungsi kelembagaan, serta kapasitas sumber daya manusia yang dapat mendukung meningkatnya perlindungan konsumen. Seiring meningkatnya kompleksitas pemberdayaan konsumen dan tata niaga perdagangan, maka diperlukan penyesuaian kuantitas dan kualitas SDM pelaksana pelayanan publik, edukasi konsumen, serta pengawasan digital berbasis risiko.

Strategi penguatan kelembagaan dan kompetensi SDM dapat difokuskan pada tiga pilar utama: penyelarasan struktur organisasi agar lebih responsif terhadap dinamika pasar dan teknologi, peningkatan kapasitas aparatur melalui pelatihan teknis, manajerial, dan digital yang berkelanjutan, serta optimalisasi peran balai di daerah sebagai ujung tombak layanan perlindungan konsumen dan tertib niaga. Integrasi jabatan administrasi ke dalam jabatan fungsional menjadi langkah penting menuju birokrasi yang lebih profesional dan adaptif. Selain itu, kolaborasi dengan pemerintah daerah, lembaga internasional serta pemanfaatan platform pembelajaran digital diharapkan dapat memperkuat kompetensi aparatur dalam menghadapi tantangan perlindungan konsumen di era ekonomi digital.

BAB IV TARGET KINERJA DAN KERANGA PENDANAAN

4.1 TARGET KINERJA

Dalam penyusunan Rencana Strategis Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga 2025-2029, perlu dilakukan penyusunan target kinerja sebagai hasil dari satuan hasil yang direncanakan akan dicapai dari setiap indikator kinerja. Indikator kinerja beserta target kinerja akan disusun untuk menjadi tolok ukur keberhasilan dari pelaksanaan Rencana Strategis Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga 2025-2029. Indikator kinerja Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga berkontribusi langsung terhadap Prioritas Nasional No. 5 RPJMN 2025–2029, yaitu “Melanjutkan hilirisasi dan mengembangkan industri berbasis sumber daya alam untuk meningkatkan nilai tambah di dalam negeri.” Melalui penguatan perlindungan

konsumen dengan keberdayaan konsumen, pengawasan barang dan jasa, serta penegakan tertib niaga. Upaya ini sekaligus mendukung pencapaian Visi Kementerian Perdagangan 2025–2029, yaitu “Perdagangan yang ekspansif dan terintegrasi dengan rantai pasar domestik dan global dalam rangka mewujudkan Indonesia Maju menuju Indonesia Emas 2045,” khususnya tujuan meningkatnya keamanan dan ketahanan pasar dalam negeri. Pada bagian ini, akan dijelaskan mengenai hasil dan satuan hasil yang akan dicapai dari setiap indikator kinerja, baik indikator kinerja program dan indikator kinerja kegiatan. Strategi Ditjen PKTN tahun 2025-2030 berfokus pada meningkatnya perlindungan konsumen. Dengan indikator yang terdiri dari Indeks keberdayaan Konsumen dan Indeks Ketaatan Pelaku Usaha.

Tabel 4.1-1 Sasaran dan Indikator Strategis Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga 2025-2029

No	Indikator	Satuan	Target				
			2025	2026	2027	2028	2029
Sasaran Strategis : Meningkatnya Perlindungan Konsumen							
1	Indeks Keberdayaan Konsumen	Indeks	63	66	69	72	75
2	Indeks Ketaatan Pelaku Usaha	Indeks	53	55	58	60	63

Dalam kerangka triloka perlindungan konsumen yang terdiri dari pemerintah, konsumen, dan pelaku usaha, kinerja Ditjen PKTN diukur melalui dua indeks utama: Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) dan Indeks Ketaatan Pelaku Usaha (IKPU). Kedua indeks ini dipandang sama penting, di mana capaian IKK dibandingkan target dinilai setara (50:50) dengan capaian IKPU. Dengan demikian, kinerja Ditjen PKTN dapat dilihat secara berimbang dari sisi konsumen maupun pelaku usaha.

Interpretasi Target IKK dan IKPU

- IKK (Indeks Keberdayaan Konsumen): semakin tinggi capaian dibandingkan target menunjukkan konsumen semakin mampu memahami dan teredukasi perlindungan konsumen dari sisi pra pembelian, pembelian, hingga pasca pembelian.
- IKPU (Indeks Ketaatan Pelaku Usaha): semakin tinggi capaian dibandingkan target menunjukkan pelaku usaha semakin patuh atau tertib secara pengukuran, keterjaminan barang/jasa, standardisasi, maupun tertib niaga.

Karena keduanya dipandang setara, maka pencapaian target IKK dan IKPU harus dilihat bersama-sama. Keberhasilan di sisi konsumen tanpa diimbangi ketaatan pelaku usaha, atau sebaliknya, akan memberikan gambaran kinerja yang belum utuh. Dengan demikian, capaian Ditjen PKTN dianggap optimal bila kedua indeks mencapai target sesuai porsi yang telah ditetapkan.

Sementara sasaran strategis diturunkan ke dalam lima sasaran program yaitu sasaran program 1 “Meningkatnya Keberdayaan Konsumen” dengan indikator indeks literasi konsumen, sasaran program 2 “Meningkatnya Tertib Ukur” dengan indikator indeks tertib ukur, sasaran program 3 “Meningkatnya Efektivitas Pengawasan Barang Beredar Dan Jasa” dengan indikator Indeks tertib

mutu, sasaran program 4 “Meningkatnya Pemenuhan Persyaratan Mutu Produk” dengan indikator indeks kendali mutu, serta sasaran program 5 “Meningkatnya Tertib Niaga di Bidang Pengawasan Kegiatan Perdagangan” dengan indikator indeks tertib niaga.

Tabel 4.1-2 Indikator Program Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga 2025-2029

No	Indikator	Satuan	Tahun				
			2025	2026	2027	2028	2029
1	Indeks Literasi Konsumen	Indeks	56	56,5	57	57,5	58
2	Indeks Tertib Ukur	Indeks	46	49	51	53	55
3	Indeks Tertib Mutu	Indeks	37	39	41	43	45
4	Indeks Kendali Mutu	Indeks	70	74	78	82	85
5	Indeks Tertib Niaga	Indeks	60	62	64	66	68

Program Dukungan Manajemen di mendukung teknis perlindungan konsumen dan tertib niaga. Program ini berfokus pada penerapan tata kelola birokrasi yang transparan, akuntabel, dan bersih, sehingga seluruh kegiatan operasional dapat berjalan secara efektif, efisien, dan sesuai prinsip *good governance*. Indikator kinerja utama program ini adalah Indeks Penilaian Integritas Ditjen PKTN dan Nilai SAKIP (Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah).

Tabel 4.1-3 Indikator Program Dukungan Manajemen

No	Indikator	Satuan	Tahun				
			2025	2026	2027	2028	2029
1	Indeks Penilaian Integritas Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga	Indeks	74,5	74,5	74,6	74,6	74,7
2	Nilai SAKIP Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga	Nilai	83,86	84,12	84,38	84,63	84,89

4.1.1 PENGEMBANGAN KEBIJAKAN DAN PEMBERDAYAAN KONSUMEN

Dalam upaya mewujudkan Asta Cita PN 5, mendukung visi misi, dan strategi Kementerian Perdagangan “Pengamanan Pasar dalam Negeri” melalui perlindungan konsumen untuk mendukung capaian indikator kinerja utama, yaitu Indeks Keberdayaan Konsumen. Kegiatan pengembangan kebijakan dan pemberdayaan konsumen ini memiliki fokus kepada kegiatan pengembangan kebijakan dan pemberdayaan konsumen yang tercermin melalui sasaran kegiatan: 1) Meningkatnya pemahaman terkait perlindungan konsumen, 2) Meningkatnya kapasitas SDM penyelenggara perlindungan konsumen, 3) Terjaminnya pelayanan konsumen, serta 4) Meningkatnya implementasi kerja sama perlindungan konsumen. Sasaran kegiatan ini didukung dengan sembilan rincian output yang beberapa diantaranya yaitu Rancangan Revisi Undang-Undang

Perlindungan Konsumen, bimbingan teknis kepada SDM LPKSM dan BPSK serta pengembangan Online Dispute Resolution (ODR). Dengan indikator kinerja pada tabel berikut.

Tabel 4.1-4 Sasaran dan Indikator Kegiatan Pengembangan Kebijakan dan Pemberdayaan Konsumen 2025-2029

No	Indikator	Satuan	Tahun				
			2025	2026	2027	2028	2029
Sasaran Kegiatan 1: Meningkatnya Pemahaman terkait Perlindungan Konsumen							
1	Persentase Kelulusan Konsumen yang diedukasi	Persen	50	50	55	55	60
2	Persentase Pemanfaatan Bahan Edukasi Perlindungan Konsumen	Persen	-	80	80	80	80
Sasaran Kegiatan 2: Meningkatnya Kapasitas SDM Penyelenggara Perlindungan Konsumen							
1	Persentase Kelulusan SDM penyelenggara perlindungan konsumen yang dibina	Persen	80	80	80	80	80
Sasaran Kegiatan 3: Terjaminnya Pelayanan Konsumen							
1	Persentase penyelesaian penanganan layanan pengaduan konsumen	Persen	100	100	100	100	100
2	Tingkat Implementasi ODR	Persen	90	90	100	100	100
Sasaran Kegiatan 4: Meningkatnya Implementasi Kerja Sama Perlindungan Konsumen							
1	Persentase tindak lanjut/ implementasi kerja sama terkait perlindungan konsumen	Persen	100	100	100	100	100

4.1.2 PENINGKATAN TERTIB UKUR

Dalam upaya mewujudkan Asta Cita PN 5, mendukung visi misi, dan strategi Kementerian Perdagangan “Pengamanan Pasar dalam Negeri” melalui perlindungan konsumen untuk mendukung capaian indikator kinerja utama, yaitu Indeks Kepatuhan Pelaku Usaha. Kegiatan peningkatan tertib ukur memiliki fokus kepada peningkatan tertib ukur dari kegiatan perdagangan yang tercermin melalui sasaran kegiatan: 1) Meningkatnya kepatuhan terhadap regulasi di bidang Metrologi Legal, 2) Meningkatnya kinerja daerah di bidang Metrologi Legal, 3) Meningkatnya jaminan hasil pengukuran serta keberterimaan nasional dan internasional, 4) Meningkatnya digitalisasi di bidang Metrologi Legal, serta 5) Meningkatnya kerja sama di bidang metrologi. Sasaran kegiatan ini didukung dengan 19 rincian output yang beberapa diantaranya yaitu Rancangan Undang-Undang Metrologi Legal, implementasi kerja sama di bidang Metrologi Legal, verifikasi standar ukuran Metrologi Legal milik UPT serta pembinaan pelaku usaha dalam urusan Metrologi Legal. Dengan indikator kinerja pada tabel berikut.

Tabel 4.1-5 Sasaran dan Indikator Kegiatan Peningkatan Tertib Ukur 2025-2029

No	Indikator	Satuan	Tahun				
			2025	2026	2027	2028	2029
Sasaran Kegiatan 1: Meningkatnya Kepatuhan Terhadap Regulasi di Bidang Metrologi Legal							

No	Indikator	Satuan	Tahun				
			2025	2026	2027	2028	2029
1	Persentase tindak lanjut hasil pengawasan di bidang Metrologi Legal	Persen	100	100	100	100	100
2	Indeks Pemahaman Masyarakat Terhadap Metrologi Legal	Indeks	60	62	64	66	68
3	Indeks Efektivitas Regulasi di Bidang Metrologi Legal	Indeks	66	68	70	73	76
Sasaran Kegiatan 2: Meningkatnya Kinerja Daerah di Bidang Metrologi Legal							
1	Persentase jumlah daerah yang masuk kriteria Tertib Ukur	Persen	1,5	1,7	2,0	2,5	3,0
Sasaran Kegiatan 3: Meningkatnya Jaminan Hasil Pengukuran serta Keberterimaan Nasional dan Internasional							
1	Tingkat Jaminan Hasil Pengukuran	Persen	79	79,5	80	80,5	81
2	Tingkat Pemenuhan Persyaratan uji Nasional/Internasional	Persen	55	57	59	61	63
Sasaran Kegiatan 4: Meningkatnya Digitalisasi di Bidang Metrologi Legal							
1	Tingkat Digitalisasi di bidang Metrologi Legal	Persen	25	30	40	50	60
Sasaran Kegiatan 5: Meningkatnya Kerja Sama di Bidang Metrologi Legal							
1	Jumlah negara yang terlibat kerja sama di bidang Metrologi Legal	Negara	2	2	2	2	2

4.1.3 PENINGKATAN EFEKTIVITAS PENGAWASAN BARANG BEREDAR DAN JASA

Dalam upaya mewujudkan Asta Cita PN 5, mendukung visi misi, dan strategi Kementerian Perdagangan “Pengamanan Pasar dalam Negeri” melalui perlindungan konsumen untuk mendukung capaian indikator kinerja utama, yaitu Indeks Kepatuhan Pelaku Usaha. Kegiatan peningkatan efektivitas pengawasan barang beredar dan jasa memiliki fokus kepada peningkatan efektivitas pengawasan barang beredar dan jasa di perdagangan yang tercermin melalui sasaran: 1) Terjaminnya pengawasan barang dan jasa berdasarkan pemetaan berbasis risiko; 2) Terjaminnya penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen. Sasaran kegiatan ini didukung dengan 6 rincian output yang beberapa diantaranya yaitu pembinaan petugas pengawas barang beredar dan jasa dan implementasi *Indonesian Market Surveillance* (INAMS) dengan indikator kinerja pada tabel berikut.

Tabel 4.1-6 Sasaran dan Indikator Kegiatan Peningkatan Efektivitas Pengawasan Barang Beredar Dan Jasa 2025-2029

No	Indikator	Satuan	Tahun				
			2025	2026	2027	2028	2029
Sasaran Kegiatan 1: Terjaminnya pengawasan barang dan jasa berdasarkan pemetaan berbasis risiko							

No	Indikator	Satuan	Tahun				
			2025	2026	2027	2028	2029
1	Persentase Implementasi Penilaian Berbasis Risiko pada Pengawasan Barang Beredar	Persen	100	100	100	100	100
2	Persentase Implementasi Penilaian Berbasis Risiko pada Pengawasan Perdagangan Jasa	Persen	100	100	100	100	100
3	Persentase Implementasi Digitalisasi Pengawasan Barang Beredar dan Jasa	Persen	65	70	75	80	85
Sasaran Kegiatan 2: Terjaminnya Penegakan Hukum di Bidang Perlindungan Konsumen							
1	Persentase tindak lanjut hasil pengawasan barang beredar dan jasa	Persen	100	100	100	100	100

4.1.4 STANDARDISASI DAN PENGENDALIAN MUTU

Dalam upaya mewujudkan Asta Cita PN 5, mendukung visi misi, dan strategi Kementerian Perdagangan “Pengamanan Pasar dalam Negeri” melalui perlindungan konsumen untuk mendukung capaian indikator kinerja utama, yaitu Indeks Kepatuhan Pelaku Usaha. Kegiatan standardisasi dan pengendalian mutu memiliki fokus kepada peningkatan standardisasi dan pengendalian mutu melalui sasaran: 1) Meningkatnya penerapan dan/atau pemberlakuan standar/persyaratan teknis/pedoman teknis, 2) Meningkatnya kompetensi lembaga penilaian kesesuaian, 3) Meningkatnya tindaklanjut hasil kerjasama terkait standardisasi dan pengendalian mutu, 4) Meningkatnya kualitas layanan standardisasi dan pengendalian mutu, Sasaran kegiatan ini didukung dengan 12 rincian output yang beberapa diantaranya yaitu pengembangan SKKNI Bidang perdagangan, produk yang dinilai risikonya, kesepakatan kerja sama terkait standardisasi dan pengendalian mutu, serta Peraturan Menteri Perdagangan terkait Standardisasi Bidang Perdagangan. Dengan indikator kinerja pada tabel berikut.

Tabel 4.1-7 Sasaran dan Indikator Kegiatan Standardisasi Dan Pengendalian Mutu 2025-2029

No	Indikator	Satuan	Tahun				
			2025	2026	2027	2028	2029
Sasaran Kegiatan 1: Meningkatnya Penerapan dan/atau Pemberlakuan Standar/Persyaratan Teknis/Pedoman Teknis							
1	Persentase Tingkat Kesesuaian Mutu Produk Terhadap Ketentuan Melalui Penilaian Risiko Produk	Persen	75	78	81	84	87
Sasaran Kegiatan 2: Meningkatnya Kompetensi Lembaga Penilaian Kesesuaian							
1	Persentase LPK yang Kinerjanya Memenuhi Ketentuan	Persen	70	72	74	76	78
Sasaran Kegiatan 3: Meningkatnya Tindaklanjut Hasil Kerja Sama Terkait Standardisasi dan Pengendalian Mutu							

No	Indikator	Satuan	Tahun				
			2025	2026	2027	2028	2029
1	Persentase Tindaklanjut Kesepakatan terkait Mutu	Persen	56	64	72	80	84
Sasaran Kegiatan 4: Meningkatnya Kualitas Layanan Standardisasi dan Pengendalian Mutu							
1	Percentase <i>Service Level Agreement</i> (SLA) Direktorat Standardisasi dan Pengendalian Mutu	Persen	97	97	97	98	98
2	Indeks Kepuasan pelanggan Direktorat Standardisasi dan Pengendalian Mutu	Indeks	95	95	95	96	96

Kegiatan Pelayanan Pengujian Mutu Barang memiliki fokus kepada peningkatan layanan pengujian mutu barang bagi pelaku usaha yang tercermin melalui sasaran Meningkatnya kualitas layanan pengujian mutu barang, dengan indikator kinerja pada tabel berikut.

Tabel 4.1-8 Target Kinerja Kegiatan Pelayanan Pengujian Mutu Barang

No	Indikator	Satuan	Tahun				
			2025	2026	2027	2028	2029
Sasaran Kegiatan 1: Meningkatnya Kualitas Layanan Pengujian Mutu Barang							
1	Percentase <i>Service Level Agreement</i> (SLA) Layanan Balai Pengujian Mutu Barang	Persen	97	97	97	98	98
2	Indeks Kepuasan Pelanggan Balai Pengujian Mutu Barang	Indeks	95	95	95	96	96

Kegiatan Pelayanan Kalibrasi memiliki fokus kepada peningkatan layanan kalibrasi bagi pelaku usaha yang tercermin melalui sasaran Meningkatnya kinerja kegiatan pelayanan kalibrasi, dengan indikator kinerja pada tabel berikut.

Tabel 4.1-9 Target Kinerja Kegiatan Pelayanan Kalibrasi

No	Indikator	Satuan	Tahun				
			2025	2026	2027	2028	2029
Sasaran Kegiatan 1: Meningkatnya Kualitas Layanan Kalibrasi							
1	Percentase <i>Service Level Agreement</i> (SLA) Layanan Balai Kalibrasi	Persen	97	97	97	98	98
2	Indeks Kepuasan Pelanggan Balai Kalibrasi	Indeks	95	95	95	96	96

Kegiatan Pelayanan Sertifikasi memiliki fokus kepada peningkatan layanan sertifikasi bagi pelaku usaha yang tercermin melalui sasaran Meningkatkan kualitas layanan sertifikasi produk, dengan indikator kinerja pada tabel berikut.

Tabel 4.1-10 Target Kinerja Kegiatan Pelayanan Sertifikasi

No	Indikator	Satuan	Tahun				
			2025	2026	2027	2028	2029
Sasaran Kegiatan 1: Meningkatkan Kualitas Layanan Sertifikasi Produk							
1	Percentase Service Level Agreement (SLA) Layanan Balai Sertifikasi	Persen	97	97	97	98	98
2	Indeks Kepuasan Pelanggan Balai Sertifikasi	Indeks	95	95	95	96	96

4.1.5 PENINGKATAN TERTIB NIAGA

Dalam upaya mewujudkan Asta Cita PN 5, mendukung visi misi, dan strategi Kementerian Perdagangan “Pengamanan Pasar dalam Negeri” melalui perlindungan konsumen untuk mendukung capaian indikator kinerja utama, yaitu Indeks Kepatuhan Pelaku Usaha. Kegiatan direktorat tertib niaga memiliki fokus kepada pengawasan kegiatan perdagangan dan penegakan hukum di bidang perdagangan yang tercermin melalui sasaran: 1) Meningkatnya pengawasan kegiatan perdagangan berbasis risiko; dan 2) Terjaminnya penegakkan hukum di bidang perdagangan. Sasaran kegiatan ini didukung dengan tujuh rincian output yang beberapa diantaranya yaitu pembinaan petugas pengawasan, pengawasan kegiatan perdagangan, serta pengawasan *post border*. Dengan indikator kinerja pada tabel berikut:

Tabel 4.1-11 Sasaran dan Indikator Kegiatan Peningkatan Tertib Niaga 2025-2029

No	Indikator	Satuan	Tahun				
			2025	2026	2027	2028	2029
Sasaran Kegiatan 1: Meningkatnya Pengawasan Kegiatan Perdagangan Berbasis Risiko							
1	Persentase implementasi penilaian berbasis risiko pada pengawasan kegiatan perdagangan	Persen	73	78	84	89	94
2	Persentase implementasi penilaian berbasis risiko pada pengawasan kegiatan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik	Persen	45	55	65	75	85
3	Persentase implementasi penilaian berbasis risiko pada pengawasan kegiatan post border	Persen	70	75	80	85	90
4	Tingkat implementasi digitalisasi pengawasan kegiatan perdagangan	Persen	38	40	42	45	50
Sasaran Kegiatan 2: Terjaminnya Penegakkan Hukum di Bidang Perdagangan							
1	Persentase Penegakan Hukum Hasil Pengawasan Kegiatan Perdagangan	Persen	100	100	100	100	100

4.1.6 DUKUNGAN MANAJEMEN DAN DUKUNGAN TEKNIS LAINNYA

Kegiatan Sekretariat Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga memiliki fokus kepada dukungan manajemen dan pelaksanaan tugas dan fungsi Ditjen PKTN dalam rangka mendukung meningkatnya birokrasi yang transparan, akuntabel, dan bersih yang tercermin melalui sasaran kegiatan meningkatnya transparansi, akuntabilitas, dan kinerja ASN Ditjen PKTN, dengan indikator pada tabel berikut.

Tabel 4.1-12 Sasaran dan Indikator Kegiatan Dukungan Manajemen Dan Dukungan Teknis Lainnya Ditjen Perlindungan Konsumen Dan Tertib Niaga 2025-2029

No	Indikator	Satuan	Tahun				
			2025	2026	2027	2028	2029
Sasaran Kegiatan 1: Meningkatnya Transparansi, Akuntabilitas, dan Kinerja ASN Ditjen PKTN							
1	Predikat Penilaian WTA Ditjen PKTN	Predikat	WTA Madya				
2	Nilai Indikator Kinerja Pelaksanaan Anggaran (IKPA) Ditjen PKTN	Satuan	92	92	92	93	93
3	Indeks Kepuasan Pelanggan Ditjen PKTN (Survei Kepuasan Masyarakat)	Indeks	90	91	92	93	94
4	Indeks Evaluasi Kemanfaatan Kebijakan di Bidang Perlindungan Konsumen	Predikat	Cukup	Cukup	Baik	Baik	Baik

4.2 KERANGKA PENDANAAN

Kementerian Perdagangan melalui Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga turut mendukung pencapaian RPJMN 2025–2029, khususnya pada Prioritas Nasional (PN) 5 – Hilirisasi dan Pengembangan Industri Berbasis Sumber Daya Alam untuk Meningkatkan Nilai Tambah di Dalam Negeri. Dukungan tersebut dilaksanakan melalui serangkaian kegiatan yang berfokus pada penguatan sistem perlindungan konsumen, peningkatan efektivitas pengawasan barang beredar dan jasa, serta penegakan tertib niaga untuk memastikan produk hasil hilirisasi beredar secara aman, memenuhi standar mutu, dan memberikan nilai tambah bagi pasar domestik.

Untuk mendukung capaian tersebut, kerangka pendanaan Ditjen PKTN periode 2025–2029 diarahkan untuk memperkuat pelaksanaan kegiatan berbasis *outcome* dalam mendukung pencapaian indikator kinerja utama, yaitu Indeks Keberdayaan Konsumen dan Indeks Ketaatan Pelaku Usaha. Pendanaan disusun dengan mempertimbangkan hasil evaluasi periode sebelumnya, termasuk tren pagu dan realisasi belanja operasional serta non-operasional, guna memastikan efektivitas penggunaan anggaran dan kesinambungan program. Untuk mendukung implementasi program tersebut, diperlukan penguatan dukungan manajemen, meliputi peningkatan kapasitas kelembagaan, pengembangan SDM, modernisasi sistem informasi, serta koordinasi lintas sektor. Kebutuhan pendanaan dipenuhi melalui APBN (Rupiah Murni dan PNBP), Pinjaman dan/atau

Hibah Luar Negeri (PHLN), serta skema alternatif seperti Kerja Sama Pemerintah dan Badan Usaha (KPBU) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dana tersebut dikelola Ditjen PKTN untuk mendanai kegiatan prioritas di bidang keberdayaan konsumen, metrologi, pengawasan, standardisasi, dan tertib niaga. Rincian kerangka pendanaan dituangkan dalam lampiran matriks, yang memuat rencana alokasi pada Rincian Output (RO) yang secara langsung mendukung penugasan indikator RPJMN 2025–2029 serta pelaksanaan Renstra Kementerian Perdagangan 2025–2029.

Bagian ini menjelaskan kebutuhan pendanaan yang diperlukan untuk mencapai Sasaran Strategis, Sasaran Program, dan Sasaran Kegiatan Ditjen PKTN. Pendanaan diarahkan untuk mendukung pencapaian indikator kinerja utama, yaitu Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) dan Indeks Ketaatan Pelaku Usaha (IKPU), melalui lima program prioritas: (1) Program Peningkatan Keberdayaan Konsumen, (2) Program Peningkatan Tertib Ukur, (3) Program Peningkatan Efektivitas Pengawasan Barang Beredar dan Jasa, (4) Program Peningkatan Pemenuhan Persyaratan Mutu Produk, dan (5) Program Peningkatan Tertib Niaga di Bidang Pengawasan Perdagangan. Rincian alokasi dan proyeksi pendanaan dituangkan dalam Tabel Perkiraan Kebutuhan Anggaran sebagai dasar pengendalian dan evaluasi pelaksanaan Renstra Ditjen PKTN 2025–2029 dengan sumber pendanaan melalui RM dan PNBP.

Tabel 4.2-1 Perkiraan Kebutuhan Anggaran Renstra Ditjen PKTN 2025-2029

PROGRAM/KEGIATAN	Perkiraan Kebutuhan Anggaran (dalam Juta Rupiah)*					UNIT KERJA PELAKSANA
	2025	2026	2027	2028	2029	
3724- Pengembangan Kebijakan dan Pemberdayaan Konsumen	7.493.000	6.460.666	7.220.000	8.038.167	8.742.050	Direktorat Pemberdayaan Konsumen
3726-Peningkatan Tertib Ukur	14.358.226	23.520.146	24.709.487	26.015.147	27.409.593	Direktorat Metrologi
3727-Peningkatan Efektivitas Pengawasan Barang Beredar dan Jasa	5.130.500	6.130.480	6.704.490	7.174.530	7.629.690	Direktorat Pengawasan Barang Beredar dan Jasa
3732-Peningkatan Pelayanan Pengujian Mutu Barang	8.017.560	10.862.820	4.885.000	4.990.000	5.095.000	Balai Pengujian Mutu Barang
3733- Standardisasi dan Pengendalian Mutu	3.980.170	5.197.387	5.108.758	5.053.277	5.620.627	Direktorat Standardisasi dan Pengendalian Mutu
3734-Peningkatan Pelayanan Kalibrasi	1.420.000	2.323.280	2.437.638	2.547.297	2.677.895	Balai Kalibrasi
3735-Peningkatan Pelayanan Sertifikasi	817.548	1.008.917	1.071.834	1.120.812	1.187.623	Balai Sertifikasi

PROGRAM/KEGIATAN	Perkiraan Kebutuhan Anggaran (dalam Juta Rupiah)*					UNIT KERJA PELAKSANA
	2025	2026	2027	2028	2029	
3992-Peningkatan Tertib Niaga	10.421.888	17.563.631	19.982.824	21.774.247	23.573.415	Direktorat Tertib Niaga

Kebutuhan yang berpotensi muncul namun belum sepenuhnya termuat pada saat penyusunan dokumen Rencana Strategis ini dapat dipengaruhi oleh kondisi yang mempengaruhi pelaksanaan perlindungan konsumen di Indonesia. Seperti faktor eksternal, seperti perkembangan ekonomi global, kemajuan teknologi, dinamika geopolitik, perubahan pola konsumsi masyarakat, maupun meningkatnya isu keberlanjutan. Di samping itu, faktor internal berupa penyesuaian regulasi, kapasitas fiskal, serta dinamika kelembagaan juga berpotensi menimbulkan kebutuhan baru yang tidak sepenuhnya dapat diproyeksikan sejak awal. Sehubungan dengan hal tersebut penyesuaian anggaran dapat dilakukan secara periodik sesuai kebutuhan dan prioritas pembangunan nasional. Mekanisme evaluasi tahunan melalui laporan kinerja, pengendalian internal, serta masukan dari para pemangku kepentingan menjadi instrumen utama untuk memastikan bahwa kebijakan, program, dan kegiatan tetap relevan, efektif, dan responsif terhadap perubahan sehingga dibutuhkan penyesuaian dari tahun ke tahun.

Rencana Strategis Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (Ditjen PKTN) periode 2025–2029 merupakan penjabaran dari visi, misi, serta tujuan strategis Kementerian Perdagangan dalam mendukung agenda pembangunan nasional, khususnya melalui penguatan perlindungan konsumen dan tertib niaga. Dokumen ini merupakan implementasi dari Rencana Strategis Kementerian Perdagangan periode 2025—2029, yang tetap mengacu pada Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2025—2029. Penyusunan Rencana Strategis ini bertujuan untuk menjadi pedoman bagi unit kerja di lingkungan Ditjen PKTN selama lima tahun ke depan dalam merencanakan Rencana Kerja (Renja) dan Rencana Kerja Anggaran (RKA) Ditjen PKTN.

Seluruh sasaran strategis, program, dan kegiatan yang dirumuskan dalam Renstra Ditjen PKTN diarahkan untuk meningkatkan keberdayaan konsumen serta memperkuat ketaatan pelaku usaha dalam rangka mewujudkan perlindungan konsumen yang efektif. Upaya tersebut diwujudkan melalui lima program utama, yaitu (1) Meningkatnya Keberdayaan Konsumen, (2) Meningkatnya Tertib Ukur, (3) Meningkatnya Efektivitas Pengawasan Barang Beredar dan Jasa, (4) Meningkatnya Pemenuhan Persyaratan Mutu Produk, dan (5) Meningkatnya Tertib Niaga di Bidang Pengawasan Perdagangan, yang didukung dengan program manajemen kelembagaan untuk memastikan tata kelola yang transparan, akuntabel, dan bersih. Selain itu, rencana strategis Ditjen PKTN ini juga dimaksudkan sebagai panduan bagi berbagai *stakeholder*, baik di tingkat pusat maupun daerah.

Rencana strategis ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam menyusun rencana strategis daerah yang mendukung pencapaian sasaran pembangunan di bidang perlindungan konsumen dan tertib niaga. Sementara itu, bagi masyarakat dan publik, rencana strategis ini memuat parameter kuantitatif yang penting untuk mengukur keberhasilan program pemerintah, untuk memperhitungkan ketercapaian sasaran dalam mendukung kinerja Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga. Dengan demikian, Renstra Ditjen PKTN periode 2025–2029 diharapkan menjadi pedoman yang komprehensif sekaligus menjadi komitmen bersama dalam mewujudkan konsumen yang berdaya dan pelaku usaha yang bertanggung jawab sebagai upaya perlindungan konsumen menuju Indonesia Emas 2045.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: MATRIKS KINERJA DAN PENDANAAN DIREKTORAT JENDERAL PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN TERTIB NIAGA

Program / Kegiatan	Sasaran Program (Outcome)/ Sasaran Kegiatan (Output)/ Indikator	Satuan	TARGET					ALOKASI (dalam ribu rupiah)					UNIT KERJA PELAKSANA
			2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga	Sasaran Strategis: Meningkatnya Perlindungan Konsumen						•	116.970.363,0	141.408.693,0	143.629.756,7	151.539.912,5	160.255.096,7	Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga
	- Indeks Keberdayaan Konsumen	Indeks	63	66	69	72	75						
	- Indeks Ketaatan Pelaku Usaha	Indeks	53	55	58	60	63						
Program Perdagangan Dalam Negeri	Sasaran Program: Meningkatnya Konsumen Berdaya dan Pelaku Usaha yang Bertanggungjawab							51.638.892,0	73.067.327,0	72.120.030,7	76.713.477,5	81.935.892,7	
	- Indeks Keberdayaan Konsumen	Indeks	56	56,5	57	57,5	58						
	- Indeks Tertib Ukar	Indeks	46	49	51	53	55						
	- Indeks Tertib Mutu	Indeks	37	39	41	43	45						
	- Indeks Kendali Mutu	Indeks	70	74	78	82	85						
	- Indeks Tertib Niaga	Indeks	60	62	64	66	68						

Program / Kegiatan	Sasaran Program (Outcome)/ Sasaran Kegiatan (Output)/ Indikator	Satuan	TARGET					ALOKASI (dalam ribu rupiah)					UNIT KERJA PELAKSANA
			2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
Kegiatan: Pengembangan Kebijakan dan Pemberdayaan Konsumen								7.493.000	6.460.666	7.220.000	8.038.167	8.742.050	Direktorat Pemberdayaan Konsumen
	Meningkatnya pemahaman terkait perlindungan konsumen												
	- Persentase Kelulusan Konsumen yang diedukasi	Persen (%)	50	50	55	55	60						
	- Persentase Pemanfaatan Bahan Edukasi Perlindungan Konsumen	Persen (%)	-	80	80	80	80						
	Meningkatnya Kapasitas SDM Penyelenggara Perlindungan Konsumen												
	- Persentase Kelulusan SDM penyelenggara perlindungan konsumen yang dibina	Persen (%)	80	80	80	80	80						
	Terjaminnya Pelayanan Konsumen												
	- Persentase penyelesaian pengaduan konsumen	Persen (%)	100	100	100	100	100						
	- Tingkat Implementasi ODR	Persen (%)	90	90	100	100	100						
	Meningkatnya Kerja Sama Perlindungan Konsumen												
	- Persentase tindak lanjut/ implementasi kerja sama terkait perlindungan konsumen	Persen (%)	100	100	100	100	100						
	Output												
	Rancangan Revisi Undang-Undang Perlindungan Konsumen	Rekomendasi Kebijakan	1					2.250.000					
	Rancangan Kebijakan dan NSPK di bidang Perlindungan Konsumen	Rekomendasi Kebijakan	2	2	3	3	3	100.000	200.000	300.000	330.000	363.000	
	Tindak lanjut/implementasi dari hasil kesepakatan yang tercipta atas Kerja Sama Perlindungan Konsumen	Kesepakatan	3	4	4	5	5	1.330.000	1.773.333	1.773.333	2.216.667	2.216.667	
	Layanan Pengaduan Konsumen	Orang	2.000	2.000	2.200	2.200	2.400	150.000	200.000	220.000	220.000	240.000	

Program / Kegiatan	Sasaran Program (Outcome)/ Sasaran Kegiatan (Output)/ Indikator	Satuan	TARGET					ALOKASI (dalam ribu rupiah)					UNIT KERJA PELAKSANA
			2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
	Bimbingan Teknis kepada SDM LPKSM	Lembaga	10	15	20	25	30	200.000	300.000	400.000	500.000	600.000	
	Bimbingan Teknis kepada SDM BPSK	Lembaga	15	20	25	30	35	553.000	737.333	921.667	1.106.000	1.290.333	
	Konsumen yang Diedukasi	Orang	2.500	2.500	2.750	2.750	3.000	2.410.000	2.500.000	2.750.000	2.750.000	3.000.000	
	Pelaku Usaha yang Diedukasi	Orang	200	200	250	250	300		200.000	250.000	250.000	300.000	
	Online Dispute Resolution/ODR	Layanan	1	1	1	1	1	500.000	550.000	605.000	665.500	732.050	
Kegiatan: Peningkatan Tertib Ukur								14.358.226	23.520.146	24.709.487	26.015.147	27.409.593	Dirktorat Metrologi
	Meningkatnya Kepatuhan Terhadap Regulasi di Bidang Metrologi Legal												
	- Persentase tindak lanjut hasil pengawasan di bidang Metrologi Legal	Persen (%)	100	100	100	100	100						
	- Indeks Pemahaman Masyarakat Terhadap Metrologi Legal	Indeks	60	62	64	66	68						
	- Indeks Efektivitas Regulasi di Bidang Metrologi Legal	Indeks	66	68	70	73	76						
	Meningkatnya Kinerja Daerah di Bidang Metrologi Legal												
	- Persentase jumlah daerah yang masuk kriteria Tertib Ukur	Persen (%)	1,5	1,7	2,0	2,5	3,0						
	Meningkatnya Jaminan Hasil Pengukuran Serta Keberterimaan Nasional dan Internasional												
	- Tingkat Jaminan Hasil Pengukuran	Persen (%)	79	80	80	81	81						

Program / Kegiatan	Sasaran Program (Outcome)/ Sasaran Kegiatan (Output)/ Indikator	Satuan	TARGET					ALOKASI (dalam ribu rupiah)					UNIT KERJA PELAKSANA
			2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
	- Tingkat Pemenuhan Persyaratan uji Nasional/Internasional	Persen (%)	55	57	59	61	63						
	Meningkatnya digitalisasi di bidang Metrologi Legal												
	- <i>Tingkat Digitalisasi di bidang Metrologi Legal</i>	Persen (%)	25	30	40	50	60						
	Meningkatnya Kerja Sama di Bidang Metrologi Legal												
	- <i>Jumlah negara yang terlibat kerja sama di bidang Metrologi Legal</i>	negara	2	2	2	2	2						
	<u>Output:</u>												
	Rancangan Undang-undang Metrologi Legal	Rekomendasi Kebijakan	1	1	1	1	1	1.500.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	
	Rancangan Kebijakan dan NSPK bidang Metrologi	Rekomendasi Kebijakan	2	3	3	3	3	100.000	630.000	661.500	694.575	729.304	
	Layanan Perijinan Metrologi Legal	Produk	700	700	700	700	700	200.000	210.000	220.500	231.525	243.101	
	Standar Ukuran Metrologi Legal Milik UPT yang diverifikasi	produk	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.127.433	1.183.805	1.242.995	1.305.145	1.370.402	
	Standar Ukuran Metrologi Legal Milik UML yang diverifikasi	produk	14.600	15.100	15.100	15.100	15.100	821.984	2.144.200	2.251.410	2.363.981	2.482.180	
	Layanan evaluasi tipe & tera/tera ulang penanganan khusus	produk	10.000	12.000	12.000	12.000	12.000	2.379.630	2.635.500	2.767.275	2.905.639	3.050.921	
	Forum Metrologi Legal Internasional dan Regional	Forum	3	3	3	3	3	400.000	420.000	441.000	463.050	486.203	
	Implementasi kerja sama di bidang metrologi legal	Kesepakatan	3	3	3	3	3	150.000	157.500	165.375	173.644	182.326	
	Tindak lanjut pengawasan Metrologi Legal	Lembaga	4	4	4	4	4	125.000	131.250	137.813	144.703	151.938	
	Instalasi Pengelolaan Standar Ukuran Metrologi Legal (SUML)	Unit	2	6	6	6	6	35.487	900.000	945.000	992.250	1.041.865	
	Instalasi Pengujian UTTP	Unit	1	1	1	1	1	8.100	1.800.000	1.890.000	1.984.500	2.083.725	

Program / Kegiatan	Sasaran Program (Outcome)/ Sasaran Kegiatan (Output)/ Indikator	Satuan	TARGET					ALOKASI (dalam ribu rupiah)					UNIT KERJA PELAKSANA
			2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
	Sistem Informasi Metrologi Legal	Sistem Informasi	1	1	1	1	1	417.000	437.850	459.743	482.730	506.866	
	Unit Metrologi Legal yang dibentuk	Lembaga	5	5	5	5	5	200.000	350.000	367.500	385.875	405.169	
	Unit Metrologi Legal yang dibina	Lembaga	405	378	383	388	393	3.100.000	3.254.998	3.417.747	3.588.635	3.768.067	
	Masyarakat yang diedukasi	Orang	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	2.410.000	1.000.000	1.050.000	1.102.500	1.157.625	
	Pelaku usaha yang dibina	Badan Usaha	-	1.000	1.000	1.000	1.000	0	1.000.000	1.050.000	1.102.500	1.157.624	
	UTTP yang diawasi	Produk	6.460	6.065	6.775	7.540	8.195	659.776	1.205.036	1.480.741	1.812.790	2.167.286	
	BDKT yang diawasi	Produk	590	497	527	564	609	723.816	760.007	845.888	950.355	1.077.703	
	SDM Metrologi Legal yang diuji dan dibina	Orang	-	250	300	350	400	0	300.000	315.000	330.750	347.288	
Kegiatan: Peningkatan Efektivitas Pengawasan Barang Beredar dan Jasa								5.130.500	6.130.480	6.704.490	7.174.530	7.629.690	Direktorat Pengawasan Barang Beredar dan Jasa
	Terjaminnya pengawasan barang beredar dan jasa berdasarkan pemetaan berbasis risiko												
	- Persentase Implementasi Penilaian Berbasis Risiko pada Pengawasan Barang Beredar	Persen (%)	100	100	100	100	100						
	- Persentase Implementasi Penilaian Berbasis Risiko pada Pengawasan Perdagangan Jasa	Persen (%)	100	100	100	100	100						
	- Persentase Implementasi Digitalisasi Pengawasan Barang Beredar dan Jasa	Persen (%)	65	70	75	80	85						
	Terjaminnya Penegakan Hukum di Bidang Perlindungan Konsumen												
	- Persentase tindak lanjut hasil pengawasan barang beredar dan jasa	Persen (%)	100	100	100	100	100						
	<u>Output:</u>												

Program / Kegiatan	Sasaran Program (Outcome)/ Sasaran Kegiatan (Output)/ Indikator	Satuan	TARGET					ALOKASI (dalam ribu rupiah)					UNIT KERJA PELAKSANA
			2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
	Petugas Pengawas Barang Beredar dan Jasa yang Dibina	Orang	95	95	95	105	105	320.000	320.000	471.000	525.470	551.800	
	Pengawasan Barang Beredar di Pasar	Produk	325	350	375	400	425	3.748.700	4.725.000	5.062.500	5.400.000	5.737.500	
	Pengawasan Perdagangan Jasa	Produk	40	45	50	55	60	554.300	577.980	642.200	706.420	770.640	
	Indonesian Market Surveillance (INAMS)	Sistem Informasi	1	1	1	1	1	150.000	150.000	156.320	160.380	168.400	
	Rancangan Kebijakan dan NSPK Bidang Pengawasan Barang Beredar dan Jasa	NSPK	3	3	3	3	3	132.500	132.500	138.000	141.700	148.750	
	Tindak Lanjut Hasil Pengawasan Barang Beredar dan Jasa	Produk	3	3	3	3	3	225.000	225.000	234.470	240.560	252.600	
Kegiatan: Peningkatan Pelayanan Pengujian Mutu Barang								8.017.560	10.862.820	4.885.000	4.990.000	5.095.000	Balai Pengujian Mutu Barang
	Meningkatnya kualitas layanan Pengujian Mutu Barang												
	- Persentase SLA Layanan BPMB	Persen (%)	97	97	97	98	98						
	- Indeks Kepuasan pelanggan	Indeks	95	95	95	96	96						
	<u>Output:</u>												
	Layanan Pengujian Mutu Barang	Produk	4.000	4.050	4.100	4.150	4.200	2.468.170	2.400.000	2.550.000	2.600.000	2.650.000	
	Pemeliharaan dan Pengembangan Ruang Lingkup Pengujian	Unit	181	200	205	210	215	1.419.000	1.962.820	1.785.000	1.840.000	1.895.000	
	Pengadaan Alat Laboratorium Pengujian	Unit	3	2	2	2	2	4.130.000	6.500.000	550.000	550.000	550.000	
Kegiatan: Standardisasi dan Pengendalian Mutu								3.980.170	5.197.387	5.108.758	5.053.277	5.620.627	Direktorat Standardisasi dan Pengendalian Mutu
	Meningkatnya Penerapan dan/atau Pemberlakukannya Standar/Persyaratan Teknis/Pedoman Teknis												

Program / Kegiatan	Sasaran Program (Outcome)/ Sasaran Kegiatan (Output)/ Indikator	Satuan	TARGET					ALOKASI (dalam ribu rupiah)					UNIT KERJA PELAKSANA
			2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
	- Persentase tingkat kesesuaian mutu produk terhadap ketentuan melalui penilaian risiko produk	Persen (%)	75	78	81	84	87						
	Meningkatnya Kompetensi Lembaga Penilaian Kesesuaian												
	- Persentase LPK Binaan yang Kinerjanya Memenuhi Ketentuan	Persen (%)	70	72	74	76	78						
	Meningkatnya Tindaklanjut Hasil Kerjasama Terkait Standardisasi Dan Pengendalian Mutu												
	- Persentase Tindaklanjut Kesepakatan terkait Mutu	Persen (%)	56	64	72	80	84						
	Meningkatnya kualitas layanan standardisasi dan pengendalian mutu												
	- Persentase SLA Layanan Ditstandarisasi	Persen (%)	97	97	97	98	98						
	- Indeks Kepuasan pelanggan	Indeks	95	95	95	96	96						
	Output												
	SKKNI Jasa Bidang Perdagangan	NSPK	-	3	3	2	3	0	557.793	557.793	371.862	557.793	
	NSPK terkait standardisasi dan pengendalian mutu	NSPK	5	4	5	5	5	575.000	557.304	696.630	696.630	696.630	
	Pemangku Kepentingan yang Dibina	Orang	493	550	600	650	700	493.000	525.000	606.375	694.575	790.079	
	Produk yang Dinilai Risikonya	Produk	2	2	2	2	2	950.000	952.380	955.050	958.300	1.002.215	
	Lembaga Sertifikasi Produk Terdaftar yang Dibina	Lembaga	53	53	53	53	53	61.000	63.000	65.000	67.000	70.000	
	Lembaga Penilaian Kesesuaian terkait Mutu Produk	Lembaga	47	47	47	47	47	470.000	485.000	500.000	515.000	531.000	
	Kesepakatan kerja sama terkait standardisasi dan pengendalian mutu	Kesepakatan	5	5	5	5	5	562.000	600.000	618.000	637.000	657.000	

Program / Kegiatan	Sasaran Program (Outcome)/ Sasaran Kegiatan (Output)/ Indikator	Satuan	TARGET					ALOKASI (dalam ribu rupiah)					UNIT KERJA PELAKSANA
			2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
	Layanan Standardisasi dan Pengendalian Mutu	Layanan	4	4	4	4	4	65.000	67.000	70.000	73.000	76.000	
	Sertifikat Sistem Mutu Yang Dipertahankan (ISO 9001, ISO 37001, dan ISO 17043)	Produk	3	3	3	3	3	320.000	330.000	330.000	330.000	330.000	
	Peraturan Menteri Perdagangan terkait Standardisasi Bidang Perdagangan	Permen	1	1	-	-	-	150.000	150.000				
	Standar Acuan Contoh Karet Konvensional	NSPK	-	100	-		100		200.000			200.000	
	Layanan Mandiri Informasi Mutu (LAMANSITU)	Sistem Informasi	1	1	1	1	1	334.170	709.910	709.910	709.910	709.910	
Kegiatan: Peningkatan Pelayanan Kalibrasi								1.420.000	2.323.280	2.437.638	2.547.297	2.677.895	Balai Kalibrasi
	Meningkatnya kualitas layanan Kalibrasi												
	- Presentase SLA Layanan Kalibrasi	Persen (%)	97	97	97	98	98						
	- Indeks Kepuasan Pelanggan	Indeks	95	95	95	96	96						
	<u>Output:</u>												
	Ruang Lingkup Pelayanan Kalibrasi Yang Dipelihara dan Dikembangkan	Unit	2	2	2	2	2	792.745	1.000.000	1.026.140	1.047.580	1.089.959	
	Layanan Kalibrasi	Sertifikat	4.800	7.500	8.000	8.500	9.000	627.255	1.323.280	1.411.498	1.499.717	1.587.936	
Kegiatan: Peningkatan Pelayanan Sertifikasi								817.548	1.008.917	1.071.834	1.120.812	1.187.623	Balai Sertifikasi
	Meningkatkan Kualitas Layanan Sertifikasi Produk												
	- Presentase SLA Layanan Sertifikasi	Persen (%)	97	97	97	98	98						
	- Indeks Kepuasan Pelanggan	Indeks	95	95	95	96	96						
	<u>Output:</u>												

Program / Kegiatan	Sasaran Program (Outcome)/ Sasaran Kegiatan (Output)/ Indikator	Satuan	TARGET					ALOKASI (dalam ribu rupiah)					UNIT KERJA PELAKSANA
			2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
	Sertifikasi Produk Tipe 5 Dalam Negeri	produk	10	12	13	14	15	101.920	123.312	133.588	139.120	149.822	
	Sertifikasi Produk Tipe 5 Luar Negeri	produk	5	7	8	9	10	103.995	146.181	167.064	174.711	196.550	
	Sertifikasi Produk Tipe 1 Dalam Negeri	produk	3	3	3	3	3	5.280	5.280	5.821	6.112	6.417	
	Sertifikasi Produk Tipe 1 Luar Negeri	produk	3	1	1	1	1	11.424	3.808	3.998	4.198	4.408	
	Sertifikasi Person	Orang	25	30	35	40	40	16.925	20.670	24.115	27.560	27.860	
	Layanan Pemeriksaan Produk Halal	Produk	30	30	30	30	30	121.175	121.175	133.595	140.275	147.288	
	Pengembangan dan Pemeliharaan Ruang Lingkup Pelayanan Sertifikasi	Unit	2	2	2	2	2	456.829	588.491	603.653	628.836	655.278	
Kegiatan: Peningkatan Tertib Niaga								10.421.888	18.375.999	21.262.304	23.117.702	24.984.042	Direktorat Tertib Niaga
	Meningkatnya Pengawasan Kegiatan Perdagangan Berbasis Risiko												
	- Persentase implementasi penilaian berbasis risiko pada pengawasan kegiatan perdagangan	Persen (%)	73	78	84	89	94						
	- Persentase implementasi penilaian berbasis risiko pada pengawasan kegiatan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik	Persen (%)	45	55	65	75	85						
	- Persentase implementasi penilaian berbasis risiko pada pengawasan kegiatan post border	Persen (%)	70	75	80	85	90						
	- Tingkat implementasi digitalisasi pengawasan kegiatan perdagangan	Persen (%)	38	40	42	45	50						
	Terjaminnya Penegakan Hukum di Bidang Perdagangan												
	- Persentase Tindak Lanjut Hasil Pengawasan di Bidang Perdagangan	Persen (%)	100	100	100	100	100						
	<i>Output:</i>												

Program / Kegiatan	Sasaran Program (Outcome)/ Sasaran Kegiatan (Output)/ Indikator	Satuan	TARGET					ALOKASI (dalam ribu rupiah)					UNIT KERJA PELAKSANA
			2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
	Petugas Pengawas Kegiatan Perdagangan yang dibina	Orang	60	100	150	150	150	1.260.000	2.205.000	3.472.875	3.646.519	3.828.845	
	Pelaku usaha yang diedukasi	Orang	100	200	300	400	400	100.000	210.000	330.750	463.049	486.201	
	Pengawasan Kegiatan Perdagangan	Lembaga	355	364	373	382	391	5.202.400	7.699.998	8.284.904	8.909.049	9.574.896	
	Pengawasan Post Border	Produk	807	855	905	955	1.005	3.629.488	7.239.001	8.045.550	8.914.448	9.850.231	
	Rancangan Kebijakan dan NSPK Bidang Pengawasan Kegiatan Perdagangan	NSPK	2	2	3	3	3	100.000	105.000	165.375	173.644	182.326	
	Sistem Pengawasan Tertib Niaga	Sistem Informasi	-	1	1	1	1	0	417.000	437.850	459.743	482.730	
	Penegakan Hukum Hasil Pengawasan Kegiatan Perdagangan	Lembaga	2	5	5	5	5	130.000	500.000	525.000	551.250	578.813	
Program Dukungan Manajemen								65.331.471	68.341.366	71.509.726	74.826.435	78.319.204	Sekretariat Ditjen PKTN
	Meningkatnya Birokrasi yang Transparan, Akuntabel, dan Bersih												
	-Indeks Penilaian Integritas Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga	Indeks	74,50	74,50	74,60	74,60							
	-Nilai SAKIP Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga	Nilai	83,86	84,12	84,38	84,63							
Kegiatan : Dukungan Manajemen dan Dukungan Teknis Lainnya Ditjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga								65.331.471	68.341.366	71.509.726	74.826.435	78.319.204	Sekretariat Ditjen PKTN
	Meningkatnya Transparansi, Akuntabilitas, dan Kinerja ASN Ditjen PKTN												
	Predikat Penilaian WTA Ditjen PKTN	Predikat	WTA Madya	WTA Madya	WTA Madya	WTA Madya							
	Nilai Indikator Kinerja Pelaksanaan Anggaran (IKPA) Ditjen PKTN	Satuan	92	92	93	93	93						
	Indeks Kepuasan Pelanggan Ditjen PKTN (Survey Kepuasan Masyarakat)	Indeks	90	91	92	93	94						
	Indeks Evaluasi Kemanfaatan Rekomendasi Kebijakan di bidang perlindungan konsumen	Predikat	Cukup	Cukup	Baik	Baik	Baik						

Program / Kegiatan	Sasaran Program (Outcome)/ Sasaran Kegiatan (Output)/ Indikator	Satuan	TARGET					ALOKASI (dalam ribu rupiah)					UNIT KERJA PELAKSANA
			2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
	Predikat Penilaian WTA Ditjen PKTN	Predikat	WTA Madya										
0	<u>Output:</u>												
	Pengadaan Perangkat TIK	Unit	99	99	99	99	99	1.739.404	1.798.617	1.860.793	1.926.072	1.994.618	
	Pemeliharaan Teknologi Informasi dan Komunikasi	Unit	997	997	997	997	997	717.624	748.036	779.970	813.499	848.704	
	Layanan Organisasi dan Tata Kelola Internal	Layanan	1	1	1	1	1	5.370.325	5.638.841	5.920.783	6.216.822	6.527.664	
	Layanan Umum	Layanan	19	19	19	19	19	3.337.069	3.484.912	3.640.148	3.803.147	3.974.295	
	Layanan Perkantoran	Layanan	19	19	19	19	19	51.607.849	54.002.101	56.516.067	59.155.734	61.927.382	
	Layanan Sarana Internal	Unit	22	23	23	23	23	350.000	359.199	366.758	374.695	383.030	
	Layanan Prasarana Internal	m2	115	115	120	120	125	230.000	231.500	243.140	245.297	257.782	
	Layanan Perencanaan dan Penganggaran	Dokumen	7	7	7	7	7	1.319.600	1.385.580	1.454.859	1.527.601	1.603.982	
	Layanan Pemantauan dan Evaluasi	Dokumen	5	5	5	5	5	434.600	456.330	479.146	503.103	528.259	
	Sistem Informasi Manajemen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (SIMPKTN)	Sistem Informasi	1	1	1	1	1	225.000	236.250	248.062	260.465	273.488	

LAMPIRAN 2: MATRIKS PENDANAAN ANGGARAN PENDAPATAN DAN BELANJA NEGARA DAN SUMBER PENDANAAN LAINNYA YANG SAH TERHADAP KEGIATAN PRIORITAS/PROYEK PRIORITAS DIREKTORAT JENDERAL PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN TERTIB NIAGA

Kegiatan Prioritas/ Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam ribu rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam ribu rupiah)					Total (dalam ribu rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
05-Melanjutkan Hilirisasi dan Mengembangkan Industri Berbasis Sumber Daya Alam untuk Meningkatkan Nilai Tambah di Dalam Negeri							56,323,405	73,067,327	72,120,031	76,713,477	81,935,891						56,323,405	73,067,327	72,120,031	76,713,477	81,935,891
05-Peningkatan Perdagangan Domestik, Antarwilayah, dan Ekspor serta Peningkatan Partisipasi dalam Rantai Nilai Global							56,323,405	73,067,327	72,120,031	76,713,477	81,935,891						56,323,405	73,067,327	72,120,031	76,713,477	81,935,891
Layanan Kalibrasi	Jumlah Sertifikat Produk yang diterbitkan	4800	7500	8000	8500	9000	627,255	1,323,280	1,411,498	1,499,717	1,587,936						627,255	1,323,280	1,411,498	1,499,717	1,587,936
Layanan Mandiri Informasi Mutu (LAMANSITU)	Jumlah sistem yang dipelihara	1 Sertifikat	334,170	709,910	709,910	709,910	709,910						334,170	709,910	709,910	709,910	709,910				
Layanan Pemeriksaan Produk Halal	Jumlah Layanan Pemeriksaan Produk Halal	30	30	30	30	30	121,175	121,175	133,595	140,275	147,288						121,175	121,175	133,595	140,275	147,288
Layanan Pengujian Mutu Barang	Jumlah Sertifikat yang diterbitkan	8000	8100	8200	8300	8400	2,468,170	2,400,000	2,550,000	2,600,000	2,650,000						2,468,170	2,400,000	2,550,000	2,600,000	2,650,000
Masyarakat yang diedukasi	Jumlah masyarakat yang diedukasi	5000	5000	5000	5000	5000	2,410,000	1,000,000	1,050,000	1,102,500	1,157,623						2,410,000	1,000,000	1,050,000	1,102,500	1,157,623
Pemeliharaan dan Pengembangan Ruang Lingkup Layanan Pengujian Mutu Barang	Jumlah Alat Laboratorium yang dipelihara	362	400	410	420	430	1,419,390	1,962,820	1,785,000	1,840,000	1,895,000						1,419,390	1,962,820	1,785,000	1,840,000	1,895,000
Pengawasan Barang Beredar di Pasar	Jumlah Barang Beredar yang diawasi	325	350	375	400	425	3,748,700	4,725,000	5,062,500	5,400,000	5,737,500						3,748,700	4,725,000	5,062,500	5,400,000	5,737,500
Pengembangan dan Pemeliharaan Ruang Lingkup Pelayanan Sertifikasi	Jumlah Pengembangan dan Pemeliharaan Ruang Lingkup Pelayanan Sertifikasi	2 Sertifikat	456,829	588,491	603,653	628,836	655,278						456,829	588,491	603,653	628,836	655,278				
Peralatan Laboratorium Uji	Jumlah Alat Uji yang diadakan	6 Sertifikat	4 Sertifikat	4 Sertifikat	4 Sertifikat	4 Sertifikat	4,130,000	6,500,000	550,000	550,000	550,000						4,130,000	6,500,000	550,000	550,000	550,000
Peraturan Menteri Perdagangan terkait Standardisasi Bidang Perdagangan	Jumlah Rancangan Peraturan Menteri yang Disusun	1 Sertifikat	1 Sertifikat	0 Sertifikat	0 Sertifikat	0 Sertifikat	150,000	150,000	-	-	-						150,000	150,000	-	-	-
Produk yang Dimiliki Risikonya	Jumlah data hasil ketelusuran/ penilaian risiko produk	2 Sertifikat	950,000	952,380	955,050	958,300	1,002,215						950,000	952,380	955,050	958,300	1,002,215				
Rancangan Kebijakan dan NSPK Bidang Pengawasan Barang Beredar dan Jasa	Jumlah Rancangan Kebijakan dan NSPK Bidang Pengawasan Barang Beredar dan Jasa	3 Sertifikat	132,500	132,500	138,000	141,700	148,750						132,500	132,500	138,000	141,700	148,750				
Rancangan Kebijakan dan NSPK di bidang Perlindungan Konsumen	Jumlah Kesesuaian dan Kebutuhan Kebijakan menurut Konsumen dan Pelaku Usaha	2 Sertifikat	2 Sertifikat	3 Sertifikat	3 Sertifikat	3 Sertifikat	100,000	200,000	300,000	330,000	363,000						100,000	200,000	300,000	330,000	363,000
Rancangan Undang-undang Metrologi Legal	Jumlah Rancangan Undang-undang Metrologi Legal	1 Sertifikat	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000						5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000				
Ruang Lingkup Pelayanan Kalibrasi Yang Dipelihara dan Dikembangkan	Ruang Lingkup Pelayanan Kalibrasi Yang Dipelihara dan Dikembangkan	2 Sertifikat	792,745	1,000,000	1,026,140	1,047,580	1,089,959						792,745	1,000,000	1,026,140	1,047,580	1,089,959				

Kegiatan Prioritas/ Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam ribu rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam ribu rupiah)					Total (dalam ribu rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
UTTP yang diawasi	Jumlah UTTP yang diawasi	6460 Sertifikat	6065 Sertifikat	6775 Sertifikat	7540 Sertifikat	8195 Sertifikat	659,776	1,205,036	1,480,741	1,812,790	2,167,286						659,776	1,205,036	1,480,741	1,812,790	2,167,286
BDKT yang diawasi	Jumlah BDKT yang diawasi	590 Sertifikat	497 Sertifikat	527 Sertifikat	564 Sertifikat	609 Sertifikat	723,816	760,007	845,888	950,355	1,077,703						723,816	760,007	845,888	950,355	1,077,703
Tindak lanjut/implementasi dari hasil kesepakatan yang tercipta atas Kerja Sama Perlindungan Konsumen	Jumlah partisipasi pada forum Kerja Sama Perlindungan Konsumen	3 Sertifikat	4 Sertifikat	4 Sertifikat	5 Sertifikat	5 Sertifikat	1,330,000	1,773,333	1,773,333	2,216,667	2,216,667						1,330,000	1,773,333	1,773,333	2,216,667	2,216,667
Layanan Pengaduan Konsumen	Jumlah pengaduan konsumen yang masuk melalui saluran layanan konsumen meliputi whatsapp, email, telepon, website, datang langsung, dan surat	2000 Sertifikat	2000 Sertifikat	2200 Sertifikat	2200 Sertifikat	2400 Sertifikat	150,000	200,000	220,000	220,000	240,000						150,000	200,000	220,000	220,000	240,000
Pengawasan Post Border	Jumlah PIB yang diawasi	807 Sertifikat	855 Sertifikat	905 Sertifikat	955 Sertifikat	1005 Sertifikat	3,629,488	7,239,001	8,045,550	8,914,448	9,850,231						3,629,488	7,239,001	8,045,550	8,914,448	9,850,231
Pengawasan Kegiatan Perdagangan	Jumlah Pelaku Usaha/Kegiatan Perdagangan yang Diawasi	355 Sertifikat	364 Sertifikat	373 Sertifikat	382 Sertifikat	391 Sertifikat	5,202,400	7,699,998	8,284,904	8,909,049	9,574,896						5,202,400	7,699,998	8,284,904	8,909,049	9,574,896
Rancangan Revisi Undang-Undang Perlindungan Konsumen	Rancangan Revisi Undang-Undang Perlindungan Konsumen	1 Sertifikat	0 Sertifikat	0 Sertifikat	0 Sertifikat	0 Sertifikat	2,250,000	-	-	-	-						2,250,000	-	-	-	-
Konsumen yang Diedukasi	Jumlah Konsumen yang mengikuti kegiatan sosialisasi dan edukasi	2500 Sertifikat	2500 Sertifikat	2750 Sertifikat	2750 Sertifikat	3000 Sertifikat	2,000,000	2,500,000	2,750,000	2,750,000	3,000,000						2,000,000	2,500,000	2,750,000	2,750,000	3,000,000
Pelaku Usaha yang Diedukasi	Jumlah Pelaku Usaha yang mengikuti kegiatan sosialisasi dan edukasi	200 Sertifikat	200 Sertifikat	250 Sertifikat	250 Sertifikat	300 Sertifikat	200,000	200,000	250,000	250,000	300,000						200,000	200,000	250,000	250,000	300,000
Bimbingan Teknis kepada SDM LPKSM	Jumlah SDM LPKSM yang dibina	10 Sertifikat	15 Sertifikat	20 Sertifikat	25 Sertifikat	30 Sertifikat	200,000	300,000	400,000	500,000	600,000						200,000	300,000	400,000	500,000	600,000
Forum Metrologi Legal Internasional dan Regional	Jumlah partisipasi aktif pada forum metrologi legal	3 Sertifikat	3 Sertifikat	3 Sertifikat	3 Sertifikat	3 Sertifikat	400,000	420,000	441,000	463,050	486,203						400,000	420,000	441,000	463,050	486,203
Implementasi kerja sama di bidang metrologi legal	Jumlah kesepakatan kerja sama nasional dan internasional di bidang Metrologi Legal	3 Sertifikat	3 Sertifikat	3 Sertifikat	3 Sertifikat	3 Sertifikat	150,000	157,500	165,375	173,644	182,326						150,000	157,500	165,375	173,644	182,326
Indonesian Market Surveillance (INAMS)	Jumlah Pemeliharaan sistem Indonesia Market Surveillance (INAMS)	1 Sertifikat	1 Sertifikat	1 Sertifikat	1 Sertifikat	1 Sertifikat	150,000	150,000	156,320	160,380	168,400						150,000	150,000	156,320	160,380	168,400
Instalasi Pengelolaan Standar Ukuran Metrologi Legal (SUML)	Jumlah instalasi pengelolaan SUML yang menjamin keberterimaan hasil pengukuran	2 Sertifikat	6 Sertifikat	6 Sertifikat	6 Sertifikat	6 Sertifikat	900,000	900,000	945,000	992,250	1,041,865						900,000	900,000	945,000	992,250	1,041,865
Kesepakatan kerja sama terkait standarisasi dan pegendalian mutu	Jumlah kesepakatan kerja sama terkait standarisasi dan pegendalian mutu	5 Sertifikat	5 Sertifikat	5 Sertifikat	5 Sertifikat	5 Sertifikat	562,000	600,000	618,000	637,000	657,000						562,000	600,000	618,000	637,000	657,000
LAYANAN PERIJINAN METROLOGI LEGAL	Jumlah perijinan tipe dan produk perijinan lainnya yang diterbitkan	700 Sertifikat	700 Sertifikat	700 Sertifikat	700 Sertifikat	700 Sertifikat	200,000	210,000	220,500	231,525	243,101						200,000	210,000	220,500	231,525	243,101
Layanan Standardisasi dan Pengendalian Mutu	Jumlah layanan verifikasi mutu produk sesuai ketentuan	4 Sertifikat	4 Sertifikat	4 Sertifikat	4 Sertifikat	4 Sertifikat	65,000	67,000	70,000	73,000	76,000						65,000	67,000	70,000	73,000	76,000
Lembaga Sertifikasi Produk Terdaftar yang Dibina	Jumlah pelaku usaha yang dibina	0 Sertifikat	1000 Sertifikat	1000 Sertifikat	1000 Sertifikat	1000 Sertifikat	-	1,000,000	1,050,000	1,102,500	1,157,624						61,000	63,000	65,000	67,000	70,000
Pelaku usaha yang dibina	Jumlah pelaku usaha yang dibina	0 Sertifikat	1,000 Sertifikat	1,000 Sertifikat	1,000 Sertifikat	1,000 Sertifikat	-	1,000,000	1,050,000	1,102,500	1,157,624						-	1,000,000	1,050,000	1,102,500	1,157,624
Pelaku usaha yang diedukasi	Jumlah Pelaku Usaha yang mengikuti kegiatan sosialisasi dan edukasi	100 Sertifikat	200 Sertifikat	300 Sertifikat	400 Sertifikat	400 Sertifikat	100,000	210,000	330,750	463,049	486,201						100,000	210,000	330,750	463,049	486,201
Pemangku Kepentingan yang Dibina	Jumlah Pemangku Kepentingan yang dibina	493 Sertifikat	550 Sertifikat	600 Sertifikat	650 Sertifikat	700 Sertifikat	493,000	525,000	606,375	694,575	790,079						493,000	525,000	606,375	694,575	790,079
Penegakan Hukum Hasil Pengawasan Kegiatan Perdagangan	Jumlah Ekspose dan/atau Pemusnahan Hasil Pengawasan di Bidang Perdagangan	2 Sertifikat	5 Sertifikat	5 Sertifikat	5 Sertifikat	5 Sertifikat	130,000	500,000	525,000	551,250	578,813						130,000	500,000	525,000	551,250	578,813
Petugas Pengawas barang beredar dan jasa yang dibina	Jumlah Petugas Pengawas Pusat dan Daerah yang mengikuti peningkatan kompetensi SDM	95 Sertifikat	95 Sertifikat	95 Sertifikat	105 Sertifikat	105 Sertifikat	320,000	320,000	471,000	525,470	551,800						320,000	320,000	471,000	525,470	551,800
Petugas Pengawas Kegiatan Perdagangan yang dibina	Jumlah Petugas Pengawas Kegiatan Perdagangan yang dibina	95 Sertifikat	100 Sertifikat	150 Sertifikat	150 Sertifikat	150 Sertifikat	1,260,000	1,392,632	2,193,395	2,303,064	2,418,218						1,260,000	1,392,632	2,193,395	2,303,064	2,418,218
Rancangan Kebijakan dan NSPK bidang Metrologi	Jumlah Rancangan kebijakan dan NSPK bidang metrologi	2 Sertifikat	3 Sertifikat	3 Sertifikat	3 Sertifikat	3 Sertifikat	630,000	630,000	661,500	694,575	729,304						630,000	630,000	661,500	694,575	729,304

Kegiatan Prioritas/ Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam ribu rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam ribu rupiah)					Total (dalam ribu rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
Rancangan Kebijakan dan NSPK Bidang Pengawasan Kegiatan Perdagangan	Jumlah Rancangan Kebijakan dan NSPK Bidang Pengawasan Kegiatan Perdagangan	2 Sertifikat	2 Sertifikat	3 Sertifikat	3 Sertifikat	3 Sertifikat	100,000	105,000	165,375	173,644	182,326	-	-	-	-	-	100,000	105,000	165,375	173,644	182,326
SDM Metrologi Legal yang diuji dan dibina	Jumlah SDM yang ditetapkan sebagai Pegawai Berhak (PB)	0 Sertifikat	250 Sertifikat	300 Sertifikat	350 Sertifikat	400 Sertifikat	-	300,000	315,000	330,750	347,288	-	-	-	-	-	300,000	315,000	330,750	347,288	
Sistem informasi metrologi legal	Jumlah pengembangan Sistem Informasi Metrologi Legal	1 Sertifikat	417,000	437,850	459,743	482,730	506,866	-	-	-	-	-	417,000	437,850	459,743	482,750	506,866				
Sistem Pengawasan Tertib Niaga	Jumlah Operasional dan Pemeliharaan Sistem Informasi	0 Sertifikat	1 Sertifikat	1 Sertifikat	1 Sertifikat	1 Sertifikat	-	417,000	437,850	459,743	482,730	-	-	-	-	-	417,000	437,850	459,743	482,730	
SKKNI Jasa Bidang Perdagangan	Jumlah SKKNI yang disusun	3 Sertifikat	3 Sertifikat	3 Sertifikat	2 Sertifikat	3 Sertifikat	-	557,793	557,793	371,862	557,793	-	-	-	-	-	557,793	557,793	371,862	557,793	
Standar ukuran metrologi legal milik UPT yang diverifikasi	Jumlah SUMI, Milik UPT yang diverifikasi	1100 Sertifikat	1100 Sertifikat	1100 Sertifikat	1100 Sertifikat	1,127,433	1,183,805	1,242,995	1,305,145	1,370,402	-	-	-	-	-	1,127,433	1,183,805	1,242,995	1,305,145	1,370,402	
Tindak Lanjut Hasil Pengawasan Barang Bercedar dan Jasa	Jumlah Tindak Lanjut hasil pengawasan barang bercedar dan jasa yang tidak sesuai ketentuan	3 Sertifikat	225,000	225,000	234,470	240,560	252,600	-	-	-	-	-	225,000	225,000	234,470	240,560	252,600				
Tindak lanjut pengawasan metrologi legal	Jumlah tindak lanjut hasil pengawasan di bidang metrologi legal	4 Sertifikat	125,000	131,250	137,813	144,703	151,938	-	-	-	-	-	125,000	131,250	137,813	144,703	151,938				
Unit Metrologi Legal yang dibentuk	Jumlah Unit Metrologi Legal (UML) yang memperoleh SKKPTITU Surat Keterangan Kemampuan Pelayanan Tera dan Tera Ulang)	5 Sertifikat	200,000	350,000	367,500	385,875	405,169	-	-	-	-	-	200,000	350,000	367,500	385,875	405,169				
Bimbingan Teknis kepada SDM BPSK	Jumlah SDM BPSK yang dibina	15 Sertifikat	20 Sertifikat	25 Sertifikat	30 Sertifikat	35 Sertifikat	553,000	737,333	921,667	1,106,000	1,290,333	-	-	-	-	-	553,000	737,333	921,667	1,106,000	1,290,333
Instalasi Pengujian UTTP	Jumlah instalasi pengujian UTTP yang sesuai standar internasional	1 Sertifikat	8,100	1,800,000	1,890,000	1,984,500	2,083,725	-	-	-	-	-	8,100	1,800,000	1,890,000	1,984,500	2,083,725				
Lembaga Penilaian Kesesuaian terkait Mutu Produk	Jumlah LPK yang mengikuti dan menyelesaikan uji profisiensi	47 Sertifikat	470,000	485,000	500,000	515,000	531,000	-	-	-	-	-	470,000	485,000	500,000	515,000	531,000				
NSPK terkait standardisasi dan pengendalian mutu	Jumlah NSPK yang disusun	5 Sertifikat	4 Sertifikat	5 Sertifikat	5 Sertifikat	5 Sertifikat	575,000	557,304	696,630	696,630	696,630	-	-	-	-	-	575,000	557,304	696,630	696,630	696,630
Pengawasan Perdagangan Jasa	Jumlah Jasa yang diawasi	40 Sertifikat	45 Sertifikat	50 Sertifikat	55 Sertifikat	60 Sertifikat	554,300	577,980	642,200	706,420	770,640	-	-	-	-	-	554,300	577,980	642,200	706,420	770,640
Sertifikat Sistem Mutu Yang Dipertahankan (ISO 9001, ISO 37001, dan ISO 17045)	Jumlah Sertifikat penerapan Sistem Manajemen Mutu, Sistem Manajemen Anti Penyuapan, dan Pelayenggaran Uji Profisiensi yang Dipertahankan	3 Sertifikat	320,000	330,000	330,000	330,000	330,000	-	-	-	-	-	320,000	330,000	330,000	330,000	330,000				
Standar ukuran metrologi legal milik UML yang diverifikasi	Jumlah SUMI, milik UML yang diverifikasi	14,600 Sertifikat	15,100 Sertifikat	15,100 Sertifikat	15,100 Sertifikat	15,100 Sertifikat	821,984	2,144,200	2,251,410	2,363,981	2,482,180	-	-	-	-	-	821,984	2,144,200	2,251,410	2,363,981	2,482,180
Unit Metrologi Legal yang dibina	Jumlah UML yang sesuai ketentuan yang berlaku	405 Sertifikat	378 Sertifikat	383 Sertifikat	388 Sertifikat	393 Sertifikat	3,100,000	3,254,998	3,417,747	3,588,635	3,768,067	-	-	-	-	-	3,100,000	3,254,998	3,417,747	3,588,635	3,768,067
Layanan evaluasi tipe dan tera/tera ulang penanganan khusus	Jumlah UTTP yang dievaluasi tipe dan ditera/tera ulang	10,000 Sertifikat	12,000 Sertifikat	12,000 Sertifikat	12,000 Sertifikat	12,000 Sertifikat	2,379,630	2,635,500	2,767,275	2,905,639	3,050,921	-	-	-	-	-	2,379,630	2,635,500	2,767,275	2,905,639	3,050,921
Online Dispute Resolution (ODR)	Jumlah Masyarakat yang menggunakan sistem ODR	1 Sertifikat	500,000	550,000	605,000	665,500	732,050	-	-	-	-	-	500,000	550,000	605,000	665,500	732,050				
Standar Acuan Contoh Karet Konvensional	Jumlah Standar Acuan yang Dibuat	100 Sertifikat	100 Sertifikat	0 Sertifikat	0 Sertifikat	100 Sertifikat	-	200,000	-	200,000	-	-	-	-	-	-	200,000	-	-	-	200,000
Sertifikasi Person	Jumlah Sertifikat Person yang Diterbitkan	25 Sertifikat	30 Sertifikat	35 Sertifikat	40 Sertifikat	40 Sertifikat	16,925	20,670	24,115	27,560	27,860	-	-	-	-	-	16,925	20,670	24,115	27,560	27,860
Sertifikasi Produk Tipe 5 Dalam Negeri	Jumlah Sertifikat Produk Tipe 5 Dalam Negeri yang diterbitkan	10 Sertifikat	12 Sertifikat	13 Sertifikat	14 Sertifikat	15 Sertifikat	101,920	123,312	133,588	139,120	149,822	-	-	-	-	-	101,920	123,312	133,588	139,120	149,822
Sertifikasi Produk Tipe 5 Luar Negeri	Jumlah Sertifikat Produk Tipe 5 Luar Negeri yang diterbitkan	5 Sertifikat	7 Sertifikat	8 Sertifikat	9 Sertifikat	10 Sertifikat	103,995	146,181	167,064	174,711	196,550	-	-	-	-	-	103,995	146,181	167,064	174,711	196,550
Sertifikasi Produk Tipe 1 Dalam Negeri	Jumlah Sertifikat Produk Tipe 1 Dalam Negeri yang diterbitkan	3 Sertifikat	5,280	5,280	5,821	6,112	6,417	-	-	-	-	-	5,280	5,280	5,821	6,112	6,417				
Sertifikasi Produk Tipe 1 Luar Negeri	Jumlah Sertifikat Produk Tipe 1 Luar Negeri yang diterbitkan	3 Sertifikat	1 Sertifikat	1 Sertifikat	1 Sertifikat	1 Sertifikat	11,424	3,808	3,998	4,198	4,408	-	-	-	-	-	11,424	3,808	3,998	4,198	4,408

Kegiatan Prioritas/ Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam ribu rupiah)				Alokasi Non-APBN (dalam ribu rupiah)				Total (dalam ribu rupiah)						
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
Layanan Kalibrasi	Jumlah Sertifikat Produk yang diterbitkan	4800 Sertifikat	7500 Sertifikat	8000 Sertifikat	8500 Sertifikat	9000 Sertifikat	627,255	1,323,280	1,411,498	1,499,717	1,587,936						627,255	1,323,280	1,411,498	1,499,717	1,587,936
Layanan Mandiri Informasi Mutu (LAMANSITU)	Jumlah sistem yang dipelihara	1 Sertifikat	334,170	709,910	709,910	709,910	709,910						334,170	709,910	709,910	709,910	709,910				
Layanan Pemeriksaan Produk Halal	Jumlah Layanan Pemeriksaan Produk Halal	30 Sertifikat	121,175	121,175	133,595	140,275	147,288						121,175	121,175	133,595	140,275	147,288				
Layanan Pengujian Mutu Barang	Jumlah Sertifikat yang diterbitkan	8000 Sertifikat	8100 Sertifikat	8200 Sertifikat	8300 Sertifikat	8400 Sertifikat	2,468,170	2,400,000	2,550,000	2,600,000	2,650,000						2,468,170	2,400,000	2,550,000	2,600,000	2,650,000
Masyarakat yang diedukasi	Jumlah masyarakat yang diedukasi	5000 Sertifikat	2,410,000	1,000,000	1,050,000	1,102,500	1,157,623						2,410,000	1,000,000	1,050,000	1,102,500	1,157,623				
Pemeliharaan dan Pengembangan Ruang Lingkup Layanan Pengujian Mutu Barang	Jumlah Alat Laboratorium yang dipelihara	362 Sertifikat	400 Sertifikat	410 Sertifikat	420 Sertifikat	430 Sertifikat	1,419,390	1,962,820	1,785,000	1,840,000	1,895,000						1,419,390	1,962,820	1,785,000	1,840,000	1,895,000

LAMPIRAN 3: MATRIKS KERANGKA REGULASI

No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Penanggung Jawab	Unit Terkait/Institusi	Target Penyelesaian
1	Rancangan Undang-Undang Republik Indonesia tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal	<p>1. Istilah atau definisi metrologi pada UUML secara fundamental sudah tidak sesuai dengan terminologi dan definisi terbaru di dunia.</p> <p>2. Belum terdapatnya tujuan dan lingkup pengaturan dalam UUML.</p> <p>3. <i>Core business</i> metrologi legal adalah pengukuran yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat dan nasional, sehingga dapat berhubungan dengan sektor lain, untuk itu perlu disusun rencana strategis nasional metrologi legal yang sinergis.</p> <p>4. Pada praktek penggunaan satuan ukuran di Indonesia saat ini tidak terbatas satuan ukuran Sistem Internasional (SI) namun juga satuan ukuran lain yang digunakan secara umum di masyarakat.</p> <p>5. Sistem pengukuran dari berbagai bidang metrologi (metrologi sains, metrologi legal dan metrologi industri) harus mampu telusur sampai ke Standar Nasional Satuan Ukuran (SNSU).</p> <p>6. Ketentuan Pasal 13, Pasal 17 dan Pasal 18 dalam UUML telah diubah oleh Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang. Namun ketentuan Pasal 12 Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1981 belum mengatur tentang kriteria alat ukur, alat takar, alat timbang dan alat perlengkapan yang wajib diterapkan</p>	Kementerian Perdagangan/Direktorat Metrologi	Kementerian Hukum dan HAM, Kementerian Sekretariat Negara, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional Republik Indonesia/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, Badan Standardisasi Nasional, Kementerian Dalam Negeri, Kementerian Keuangan, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika, Kementerian Pekerjaan Umum, Kementerian Dalam Negeri, Kementerian Perindustrian, Kementerian Ketenagakerjaan, Kementerian Perhubungan, Kementerian Kesehatan, Kementerian Komunikasi dan Informatika, Kementerian Pekerjaan Umum, Badan Pengawas Obat dan Makanan.	Telah diusulkan masuk dalam Prolegnas Jangka Menengah Tahun 2025 - 2029

No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Penanggung Jawab	Unit Terkait/Institusi	Target Penyelesaian
		<p>ditera ulang, kewajiban bagi pelaku usaha dan masyarakat dan ketentuan tentang penyetelan.</p> <p>7. Perubahan sistem pemerintahan dalam tatanan penyelenggaraan metrologi legal yang semula sentralistik yang dijalankan oleh Pemerintah Pusat menjadi otonomi yang dijalankan oleh Pemerintah Daerah</p> <p>8. Teknologi alat ukur, alat takar, alat timbang dan alat perlengkapan yang berkembang pesat dan makin bertambahnya jumlah alat ukur masal seiring waktu, Sehingga dengan melibatkan pihak non pemeritah (badan usaha) untuk melakukan layanan tera dan tera ulang.</p> <p>9. Ketentuan tanda tera yang saat ini terlalu rinci dalam suatu undang-undang perlu disederhanakan dan pengaturan selanjutnya diatur dalam Peraturan Pemerintah</p> <p>10. Pengaturan Barang Dalam Keadaan Terbungkus (BDKT) menuntut untuk dilakukan pengawasan kepada seluruh produk yang dikemas hal ini menjadi beban bagi pemerintah sementara produk yang terkena kriteria BDKT sangat banyak, oleh karena itu perlu diatur produk mana yang ditetapkan sebagai BDKT dan didesain mekanisme pengaturan lain dimana pelaku usaha dapat menyatakan bahwa produk kemasan yang diproduksi telah memenuhi ketentuan melalui penilaian yang diatur dan di implementasikan dalam proses produksi sehingga pengawasan produk BDKT dapat disesuaikan</p>			

No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Penanggung Jawab	Unit Terkait/Institusi	Target Penyelesaian
		<p>11. Pengaturan sanksi terhadap pelanggaran akan lebih diutamakan sanksi administratif sesuai dengan asas Ultimum Remidium.</p> <p>Pengenaan sanksi denda dan penjara pada Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1981 sudah tidak sesuai, sehingga disesuaikan dengan UU Nomor 1 Tahun 2023 tentang KUHP.</p>			
2	Rancangan Peraturan Pemerintah yang merupakan peraturan pelaksanaan dari Undang-Undang Republik Indonesia tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peraturan Presiden tentang Strategi Nasional Metrologi Legal; dan 2. Peraturan Pemerintah tentang: <ul style="list-style-type: none"> a. Satuan Ukuran Turunan dan Satuan Ukuran Lain; b. Kertelusuran Standar Ukuran dan Alat Ukur, Alat Takar, Alat Timbang, dan Alat Perlengkapan; c. Jenis Alat Ukur, Alat Takar, Alat Timbang dan Alat Perlengkapan yang Digunakan Untuk Kepentingan Umum; d. Kewajiban Tera Ulang dan Pembebasan dari Kewajiban Tera Ulang; e. Penyetelan dan Perbaikan Alat Ukur, Alat Takar, Alat Timbang dan Alat Perlengkapan; f. Badan Usaha yang Melakukan Kegiatan Tera dan/atau Tera Ulang Alat Ukur, Alat Takar, Alat Timbang dan Alat Perlengkapan; g. Penggunaan Alat Ukur, Alat Takar, Alat Timbang dan Alat Perlengkapan untuk Kepentingan Umum; 	Kementerian Perdagangan/ Direktorat Metrologi	Kementerian Hukum dan HAM, Kementerian Sekretariat Negara, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional Republik Indonesia/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, Badan Standardisasi Nasional, Kementerian Dalam Negeri, Kementerian Keuangan, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika, Kementerian Pekerjaan Umum, Kementerian Dalam Negeri, Kementerian Perindustrian, Kementerian Ketenagakerjaan, Kementerian Perhubungan, Kementerian Kesehatan, Kementerian Komunikasi dan Informatika, Kementerian Pekerjaan Umum, Badan Pengawas Obat dan Makanan	2027 - 2029

No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Penanggung Jawab	Unit Terkait/Institusi	Target Penyelesaian
		<p>h. Tanda Tera dan Sertifikat Tera;</p> <p>i. Ketentuan mengenai persyaratan kewajiban penjaminan kesesuaian pelabelan dan kebenaran kuantitas Barang Dalam Keadaan Terbungkus dan Pernyataan Secara Mandiri;</p> <p>j. Ketentuan mengenai tata cara pengenaan Sanksi Administratif;</p> <p>k. Ketentuan mengenai Penerapan standar kompetensi</p> <p>l. Ketentuan mengenai Personel Metrologi Legal;</p> <p>m. Ketentuan lebih lanjut mengenai Sistem Informasi Metrologi Legal; dan</p> <p>Ketentuan lebih lanjut mengenai Pengawasan Metrologi Legal.</p>			
3	Peraturan Pemerintah tentang Penyelenggaraan Undang-Undang Perlindungan Konsumen	Perlu diatur lebih spesifik mengenai penyelenggaraan dan pelaksanaan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan juga peran Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah, Konsumen dan juga Pelaku Usaha.	Kementerian Perdagangan/ Direktorat Pemberdayaan Konsumen	- Pemerintah pusat - Pemerintah daerah Pelaku usaha dan konsumen	Setelah RUUPK disahkan
4	Rancangan Peraturan Pemerintah tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan	<p>1. Belum terdapat pengaturan terkait tera/tera ulang sebagaimana diatur dalam Pasal 47 Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 yang mengubah ketentuan Pasal 13 Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1981;</p> <p>2. Fungsi edukasi/pembinaan BDKT belum optimal sehingga informasi tidak tersampaikan secara menyeluruh kepada pelaku usaha BDKT maupun pengguna BDKT. Selama ini fungsi</p>	Kementerian Perdagangan/ Direktorat Metrologi	Kementerian Hukum dan HAM, Kemenko Bidang Perekonomian, Kementerian ESDM, Kementerian Perhubungan, Kementerian Perindustrian, BSN	Tahun 2026

No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Penanggung Jawab	Unit Terkait/Institusi	Target Penyelesaian
		<p>pengawas dalam hal tindakan represif masih rendah sehingga peraturan berkaitan dengan BDKT masih belum dikenal meskipun pada penerapannya sudah digunakan dan pelaku usaha yang mengemas/ membungkus, memproduksi, mengimpor produk BDKT menggunakan aturan yang beragam sesuai kebutuhan. Adanya lingkup dan variasi jenis dari BDKT pun memerlukan perlakuan yang berbeda dalam hal pemeriksaan dan pengujian akan kebenaran BDKT, sehingga perlu dibuatkan pedoman yang disesuaikan dengan lingkup dan variasi jenis BDKT tersebut.</p>			
5	Peraturan Menteri Perdagangan tentang Standardisasi Bidang Perdagangan	<p>Urgensi dan tujuan penyusunan, antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kekosongan hukum terkait standardisasi barang dan jasa bidang perdagangan dan tenaga kerja bidang perdagangan; 2. Landasan hukum pengaturan mengenai standardisasi pada barang dan jasa di bidang perdagangan. 	Kementerian Perdagangan/ Direktorat Standardisasi dan Pengendalian Mutu	Badan Standardisasi Nasional, Pelaku usaha dan konsumen	Tahun 2025
6	Peraturan Menteri Perdagangan tentang Pengawasan Metrologi Legal	<p>Urgensi dan tujuan penyusunan, antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penambahan pengaturan pengamatan metrologi legal dan pemantauan bagi daerah yang belum memiliki sumber daya manusia Pengawas dan Pengamat Tera; 2. Kegiatan pengawasan dilakukan oleh Pengawas dan Kegiatan pengamatan dilakukan oleh Pengamat Tera; 3. Kegiatan pemantauan dilakukan oleh Aparatur Sipil Negara yang bertugas Daerah; 	Kementerian Perdagangan/ Direktorat Metrologi	Pelaku usaha dan konsumen	Tahun 2025

No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Penanggung Jawab	Unit Terkait/Institusi	Target Penyelesaian
		<p>4. Penajaman di Unit Pengawasan pengawasan oleh kewenangan menambahkan pusat dengan parameter Pemetaan Risiko yang didasarkan pada;</p> <ul style="list-style-type: none"> a. dampak yang ditimbulkan dari penggunaan alat ukur, alat takar, alat timbang, dan alat perlengkapan, barang dalam keadaan terbungkus, dan satuan ukuran; b. wilayah/daerah yang tingkat kepatuhan pelaku usahanya rendah; dan/atau c. potensi terjadinya kejahatan dan/atau pelanggaran; <p>5. Penyesuaian dan penambahan Petunjuk Teknis Lampiran Peraturan menjadi Menteri Perdagangan yang sebelumnya diatur dalam Keputusan Direktiatur dalam Keputusan Direktur Jenderal, antara lain;</p> <ul style="list-style-type: none"> a. juknis pengamanan barang; b. juknis penggunaan dan pengelolaan segel metrologi, garis metrologi barang dalam dan label pengamanan; dan c. penyesuaian pengujian dalam juknis rangka pengawasan yang sebelumnya berpedoman pada Syarat Teknis Tera dan Tera Ulang. 			
7	Rancangan Peraturan Menteri Perdagangan atas Perubahan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 21 Tahun 2023 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri	<p>Menyesuaikan perubahan substansi dalam Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2025 dan revisi Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 dan beberapa perubahan antara lain:</p> <p>Substansi standardisasi:</p> <p>1. Adanya perubahan pengaturan mengenai Tanda Pengenal Produsen Standard Indonesia Rubber (TPP SIR), Pendaftaran</p>	Kementerian Perdagangan/Direktorat Standardisasi, dan Pengendalian Mutu dan Direktorat Metrologi	Kementerian Hukum dan HAM, Kemenko Bidang Perekonomian, Kementerian ESDM, Kementerian Perhubungan, Kementerian Perindustrian, BSN	Tahun 2025

No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Penanggung Jawab	Unit Terkait/Institusi	Target Penyelesaian	
	Perdagangan Nomor 26 Tahun 2021 tentang Penetapan Standar Kegiatan Usaha dan Produk pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Perdagangan	<p>Barang Terkait Keamanan, Keselamatan, Kesehatan, dan Lingkungan Hidup (K3L), Nomor Pendaftaran Barang (NPB), dan Pendaftaran Lembaga Penilaian Kesesuaian (LPK) dalam Peraturan Pemerintah tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko;</p> <p>2. Daftar barang terkait K3L yang wajib daidaftarkan belum mengakomodir barang-barang lainnya yang juga mempunyai potensi risiko keamanan yang mengakibatkan timbulnya korban atau kerusakan yang terkait dengan K3L.</p> <p>Substansi metrologi legal:</p> <ol style="list-style-type: none"> Penambahan kriteria pengecualian kewajiban Persetujuan Tipe untuk UTTP keperluan rumah tangga; Penambahan kelengkapan persyaratan laporan hasil pengujian Sertifikat Evaluasi Tipe dalam Perizinan Persetujuan Tipe; Penambahan persyaratan Surat Keterangan Hasil Pemeriksaan Tipe untuk perpanjangan Persetujuan Tipe. <p>Penambahan persyaratan rekomendasi dari Direktorat Metrologi dalam hal reparasi UTTP penanganan khusus pada Perizinan Tanda Daftar Usaha Reparasi.</p>				
8	Peraturan Menteri Perdagangan tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan	<p>1. Dasar pembentukan Rancangan Peraturan yaitu dalam rangka pelaksanaan Pasal 53 dan Pasal 54 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah ditetapkan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor</p>	Kementerian Direktorat Konsumen	Perdagangan/ Pemberdayaan Konsumen	<p>- Kemendagri, Dinas Perdagangan Provinsi, BPSK aktif yang ada di seluruh Provinsi.</p> <p>Pelaku usaha dan konsumen</p>	Tahun 2025

No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Penanggung Jawab	Unit Terkait/Institusi	Target Penyelesaian
	Penyelesaian Sengketa Konsumen	<p>350/MPP/KEP/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen;</p> <p>2. Pelaksanaan tugas dan wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/KEP/12/2001 sudah tidak sesuai dengan perkembangan hukum dan kebutuhan masyarakat, sehingga perlu diganti;</p> <p>3. Kebutuhan akan kepastian hukum karena adanya Perppendag Nomor 17 Tahun 2007;</p> <p>4. Diperlukannya format baku pedoman pelaksanaan penyelesaian sengketa dan alur proses penyelesaian sengketa konsumen;</p> <p>5. Perlu menambahkan norma pengaturan terkait penyelesaian sengketa secara elektronik.</p>			
9	Peraturan Menteri Perdagangan tentang Pelaksanaan Tugas, Tata Cara Pendaftaran serta Pembatalan Tanda Daftar Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat	<p>1. Dalam rangka penataan pelaksanaan tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat sesuai dengan ketentuan hukum dan peraturan perundang-undangan, perlu pengaturan lebih lanjut mengenai pelaksanaan tugas dan wewenang lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;</p> <p>2. Ketentuan mengenai tata cara pendaftaran serta pembatalan tanda daftar lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 35 Tahun 2021 tentang Tata Cara Pendaftaran serta Pembatalan Tanda Daftar Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat sudah tidak</p>	Kementerian Perdagangan/Direktorat Pemberdayaan Konsumen	<p>- Dinas Perdagangan Provinsi, LPKSM terdaftar dan beroperasional yang ada di seluruh Provinsi</p> <p>Pelaku usaha dan konsumen</p>	Tahun 2026

No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Penanggung Jawab	Unit Terkait/Institusi	Target Penyelesaian
		<p>sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan hukum di masyarakat sehingga perlu diatur kembali;;</p> <p>3. Untuk melaksanakan ketentuan Pasal 2 ayat (3) dan Pasal 10 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Nomor 89 Tahun 2019, perlu menetapkan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Pelaksanaan Tugas, Tata Cara Pendaftaran serta Pembatalan Tanda Daftar Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.</p>			
10	Rancangan Menteri Perdagangan tentang Ketentuan Ekspor Standard Indonesia Rubber (SIR)	Urgensi penyusunan untuk menyesuaikan perubahan substansi dalam Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2025, yang diantaranya mengatur bahwa Tanda Pengenal Produsen Standard Indonesian Rubber (TPP SIR) tidak termasuk Perizinan Berusaha Untuk Menunjang Kegiatan Usaha (PB UMKU) dalam Lampiran II PP 28/2025. Untuk menghindari terjadinya kekosongan hukum, pengaturan terkait TPP SIR perlu diatur dalam Rancangan Peraturan Menteri Perdagangan tersendiri.	Kementerian Perdagangan/Direktorat Standardisasi dan Pengendalian Mutu	Kemenko Perekonomian, Kementerian Perindustrian, Kementerian Pertanian, Kementerian Keuangan, Dewan Nasional Ekonomi Khusus, Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas, Kementerian Sekretariat Negara, Kementerian Hukum, Pelaku usaha dan konsumen	Tahun 2026
11	Rancangan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Unit Metrologi Legal	<p>Perlu dilakukan penyesuaian terkait dengan substansi pengaturan unit metrologi legal, sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kewajiban penyelenggaraan kegiatan tera, tera ulang, dan pengawasan bagi pemerintah daerah yang memilih urusan perdagangan; 2. Proses penilaian pembentukan Unit Metrologi Legal (UML); 	Kementerian Perdagangan/Direktorat Metrologi	Pemerintah daerah, Unit Metrologi Legal di Provinsi	Tahun 2026

No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Penanggung Jawab	Unit Terkait/Institusi	Target Penyelesaian
		<p>3. Penerbitan dan pencabutan Surat Keterangan Kemampuan Pelayanan Tera dan Tera Ulang (SKKPITU);</p> <p>4. Proses surveilans UML;</p> <p>5. Penyampaian laporan bulanan kegiatan metrologi legal;</p> <p>6. Kerja sama dan fasilitasi pelaksanaan kegiatan metrologi legal;</p> <p>7. Apresiasi Dearah Tertib Ukur dan Pasar Tertib Ukur;</p> <p>8. Penguatan sistem informasi dan peran Gubernur sebagai Wakil Pemerintah Pusat (GWPP);</p> <p>9. Ketentuan Peralihan.</p>			
12	Rancangan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Sistem Pengaduan dan Penyelesaian Sengketa Konsumen Secara Elektronik	<p>1. Undang-Undang Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa pembangunan perekonomian nasional dalam era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan/atau jasa serta dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus kepastian atas barang dan/atau jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen;</p> <p>2. Kemajuan perekonomian dan teknologi memberikan perubahan secara signifikan terhadap bagaimana proses perdagangan dilakukan;</p> <p>3. Perlu adanya sistem penyelesaian sengketa yang juga mampu mengakomodir perkembangan teknologi, untuk memudahkan peyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha yang umum disebut <i>Online Dispute Resolution</i> (ODR);</p>	Kementerian Perdagangan/ Direktorat Pemberdayaan Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> - Kemendagri, Dinas Perdagangan Provinsi, BPSK aktif yang ada di seluruh Provinsi - Pelaku usaha dan konsumen 	Tahun 2026

No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Penanggung Jawab	Unit Terkait/Institusi	Target Penyelesaian
		4. Saat ini belum ada peraturan perundang-undangan yang khusus mengatur mekanisme ODR di Indonesia. Namun demikian, terdapat beberapa peraturan yang memungkinkan adanya mekanisme ODR dalam penyelesaian sengketa konsumen dan pelaku usaha.			
13	Rancangan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Pelaksanaan Pengawasan Barang Beredar dan Jasa	Perlu dilakukan penyesuaian pada substansi dalam Permendag 69 Tahun 2018, dalam hal ini terkait dengan: 1. Ruang Lingkup Pengawasan Barang beredar dan Jasa; 2. Parameter Pengawasan; 3. Kewenangan Pengawasan; 4. Pelaksana Pengawasan; 5. Kegiatan Pengawasan; 6. Hasil Pengawasan; 7. Tindak Lanjut Pengawasan; 8. Kegiatan Pembinaan Pengawasan; 9. Data Pengawasan; 10. Publikasi Produk Hasil Pengawasan; dan 11. Penarikan Produk.	Kementerian Perdagangan/ Direktorat Pengawasan Barang Beredar dan Jasa	Pelaku usaha dan konsumen	Tahun 2026
14	Rancangan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Petunjuk Teknis	Menambahkan pengaturan terkait Pemeriksaan Tipe untuk Perizinan berupa Perpanjangan Persetujuan Tipe.	Kementerian Perdagangan/ Direktorat Metrologi	Kementerian Hukum dan HAM, Kemenko Bidang Perekonomian, Kementerian ESDM, Kementerian	Tahun 2026

No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Penanggung Jawab	Unit Terkait/Institusi	Target Penyelesaian
	Persetujuan Tipe dan Evaluasi Tipe	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perubahan pelaksana verifikasi pemenuhan persyaratan umum; 2. Penambahan ketentuan waktu pengajuan pemeriksaan tipe dan/atau pengujian Tipe atas barang contoh yang hanya dapat dilakukan pengujian Tipe di tempat terpasang tetap; 3. Penambahan ketentuan persyaratan dan waktu pengajuan perpanjangan persetujuan tipe; 4. Masa berlaku persetujuan tipe perpanjangan; 5. Penambahan ketentuan pemeriksaan tipe dalam rangka perpanjangan persetujuan tipe. 		Perhubungan, Kementerian Perindustrian, BSN	
15.	Rancangan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Barang Dalam Keadaan Terbungkus	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pasal 47 Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023, ketentuan BDKT diatur oleh Peraturan Pemerintah, tetapi belum terdapat pengaturan detail lingkup kuantitas atau jenis barang yang diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M-DAG/PER/10/2011 tentang Barang Dalam Keadaan Terbungkus (BDKT); 2. Pasal 133, 135, 136 PP 29 tahun 2021, pengaturan pencantuman pelabelan dan kesesuaian kuantitas BDKT belum diatur secara detail, seperti pengaturan tentang tinggi huruf dan angka kuantitas nominal berdasarkan nilai kuanitas dan/atau luas permukaan label, jumlah digit nilai kuantitas, dll berdasarkan rekomendasi OIML R 79:2015 (E); 3. Dalam Pasal 134, 137 PP 29 tahun 2021, Pengemas, Produsen dan Pengimpor BDKT harus menjamin kebenaran kuantitas 	Kementerian Perdagangan/Direktorat Metrologi	Kementerian Hukum dan HAM, Kementerian Sekretariat Negara, Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional Republik Indonesia/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, Badan Standardisasi Nasional, Kementerian Perindustrian, Kementerian Ketenagakerjaan, Kementerian Kesehatan, Kementerian Pertanian, Kementerian Koperasi dan UMK, Badan Pangan Nasional, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan Pelaku Usaha Produsen dan/atau Pengemas BDKT	Tahun 2026

No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Penanggung Jawab	Unit Terkait/Institusi	Target Penyelesaian
		<p>produknya tetapi belum diatur secara detail bentuk penjaminan kuantitas;</p> <p>4. Rekomendasi Internasional OIML telah mengeluarkan rekomendasi baru R 87: 2016 (E) tentang penetapan metode, lot dan sampel, dll untuk pemeriksaan BDKT yang belum diadopsi oleh Indonesia;</p> <p>5. Pada praktik penggunaan satuan ukuran di Indonesia saat ini tidak terbatas satuan ukuran Sistem Internasional (SI) namun juga satuan ukuran lain yang secara umum di Masyarakat;</p> <p>Sanksi terkait pelanggaran BDKT telah diatur lebih lanjut oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku.</p>			
16	Rancangan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Pelaksanaan Pengawasan Kegiatan Perdagangan	Perlu dilakukan penyesuaian pada substansi dalam Permendag 36 Tahun 2018 sudah dengan perubahan yang terdapat dalam Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan (PP 29/2021), yang merupakan turunan peraturan dari Undang-Undang Cipta Kerja.	Kementerian Perdagangan/Direktorat Tertib Niaga	Direktorat Jenderal Bea dan Cukai, Pelaku usaha	Tahun 2026
17	Rancangan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Perubahan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 33 Tahun 2025 tentang Standar Kegiatan Usaha dan/atau Standar Produk/Jasa pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko	<p>1. Perubahan substansi Pendaftaran Barang Terkait Keamanan, Keselamatan, Kesehatan, dan Lingkungan Hidup (K3L), Nomor Pendaftaran Barang (NPB) dan Pendaftaran Lembaga Penilaian Kesesuaian (LPK) sesuai dengan perkembangan hukum dan kebutuhan masyarakat;</p> <p>2. Perubahan daftar barang terkait K3L yang wajib didaftarkan dalam rangka meningkatkan perlindungan kepada konsumen dari kemungkinan terjadinya risiko atas penggunaan barang-barang terkait K3L;</p>	Kementerian Perdagangan/Direktorat Standardisasi dan Pengendalian Mutu, Direktorat Pemberdayaan Konsumen, dan Direktorat Metrologi	Direktorat Jenderal Bea dan Cukai, unit teknis pada Kementerian Perindustrian, Pelaku usaha dan konsumen	Tahun 2026

No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Penanggung Jawab	Unit Terkait/Institusi	Target Penyelesaian
	Sektor Perdagangan dan Metrologi Legal	<p>3. Penyesuaian Pos Tarif/HS dan menambahkan daftar barang yang telah diberlakukan SNI secara wajib yang wajib didaftarkan untuk mendapatkan NPB untuk mengakomodir terbitnya sejumlah Peraturan Menteri Perindustrian tentang pemberlakuan SNI secara wajib;</p> <p>4. Perubahan daftar barang Alat Ukur, Alat Takar, Alat Timbang dan Alat Perlengkapan yang Wajib Persetujuan Tipe;</p> <p>5. Penambahan persyaratan pengajuan permohonan Surat Keterangan Pembebasan Kewajiban Persetujuan Tipe bagi produsen;</p> <p>6. Perubahan Syarat Teknis Persetujuan Tipe Alat Ukur, Alat Takar, Alat Timbang dan Alat Perlengkapan;</p> <p>7. Perubahan substansi ketentuan kewajiban pendaftaran Petunjuk Penggunaan dan Kartu Jaminan Purna Jual dalam bahasa Indonesia diberlakukan bagi Produk Elektronika dan Produk Telematika</p>			
18	Rancangan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Petunjuk Teknis Pembinaan, Monitorting dan Evaluasi Kegiatan Usaha Reparasi Alat Ukur, Alat Takar, Alat Timbang, dan Alat Perlengkapan	<p>Menyesuaikan perubahan substansi dalam Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2025, dengan materi muatan sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penetapan persyaratan penerbitan perizinan berusaha berupa Tanda Daftar Usaha Reparasi; 2. Penetapan persyaratan untuk menjadi reparatir; 3. Penetapan lembaga/lembaga yang dapat menyelenggarakan pelatihan reparasi dan persyaratannya; 4. Penetapan standar kompetensi reparatir; 	Kementerian Perdagangan/ Direktorat Metrologi	Pelaku usaha reparasi Alat Ukur, Alat Takar, Alat Timbang, dan Alat Perlengkapan	Tahun 2026

No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Penanggung Jawab	Unit Terkait/Institusi	Target Penyelesaian
		<p>5. Mekanisme monitoring dan evaluasi terhadap lembaga pelatihan reparatir;</p> <p>6. Mekanisme monitoring dan evaluasi terhadap kegiatan usaha reparasi;</p> <p>7. Mekanisme pembinaan terhadap kegiatan usaha reparasi;</p> <p>8. Penetapan kewajiban yang harus dilakukan pelaku usaha kegiatan reparasi;</p> <p>9. Pemeriksaan kesesuaian terhadap pelaku usaha kegiatan reparasi dengan Tanda Daftar Usaha Reparasi yang sesuai ruang lingkup dan cakupan wilayah kerja.</p>			

LAMPIRAN 4: METODE PERHITUNGAN INDIKATOR RENSTRA DIREKTORAT JENDERAL PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN TERTIB NIAGA 2025-2029

I. METODE PERHITUNGAN INDIKATOR SASARAN STRATEGIS

Sasaran Strategis 2. Meningkatnya Perlindungan Konsumen memiliki dua indikator strategis, yaitu: (1) Indeks Keberdayaan Konsumen dan (2) Indeks Ketaatan Pelaku Usaha.

1. Indeks Keberdayaan Konsumen

Keberdayaan konsumen merupakan kondisi subjektif konsumen untuk mencari informasi, mengetahui hak dan kewajibannya sebagai konsumen, serta berani untuk menyampaikan keluhan saat merasa tidak puas menggunakan layanan (Simanjuntak dan Saniyya 2021). Konsumen berdaya yaitu konsumen yang sudah mampu mengelola pengetahuannya, tegas dalam merespon saat menemukan ketidakadilan sebagai konsumen, serta percaya diri dalam memperjuangkan hak-haknya sebagai konsumen (Simanjuntak 2019). Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) merupakan parameter yang menunjukkan tingkat keberanian masyarakat suatu negara sebagai konsumen apabila tidak puas dengan produk dan layanan atau merasa dirugikan dalam suatu aktivitas perdagangan. IKK merupakan dasar untuk menetapkan kebijakan di bidang perlindungan konsumen dan untuk mengukur kesadaran dan pemahaman konsumen akan hak dan kewajibannya, serta kemampuan dalam berinteraksi dengan pasar, sehingga penting bagi pemerintah untuk terus meningkatkan angka IKK. Adapun metode perhitungan IKK mengacu pada Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 1694 Tahun 2024 tentang Pedoman Penilaian Indeks Keberdayaan Konsumen.

Definisi: Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) merupakan indeks yang mengukur kesadaran, pemahaman dan kemampuan menerapkan hak dan kewajiban konsumen dalam berinteraksi dengan pasar. Instrumen penilaian tingkat keberdayaan konsumen menggunakan skor IKK dengan pengelompokan skor:

Kategori	Skor	Definisi Indeks
Sadar	0,0 – 20,0	mengenali hak dan kewajiban dasar sebagai konsumen
Paham	20,1 – 40,0	memahami hak dan kewajiban sebagai konsumen untuk melindungi dirinya
Mampu	40,1-60	mampu menggunakan hak dan kewajiban konsumen untuk menentukan pilihan terbaik termasuk menggunakan produk dalam negeri bagi diri dan lingkungannya
Kritis	60,1 – 80,0	berperan aktif memperjuangkan hak dan melaksanakan kewajibannya serta mengutamakan produk dalam negeri
Berdaya	80,1 – 100,0	memiliki nasionalisme tinggi dalam berinteraksi dengan pasar dan memperjuangkan kepentingan konsumen

Tahap Pembelian	Dimensi	Bobot
Pra Pembelian	Pencarian informasi	20%
	Pengetahuan tentang undang-undang dan lembaga perlindungan konsumen	5%
Saat Pembelian	Pemilihan barang dan jasa	25%
	Perilaku pembelian	20%
Pasca Pembelian	Kecenderungan komplain	30%

Dimensi masing-masing tahapan pembelian tersebut telah dikembangkan menjadi unsur sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan. Unsur yang digunakan pada survei ini telah 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 unsur penelitian yang digunakan beserta definisi operasionalnya.

No.	Dimensi/Unsur	Definisi Operasional
I. Pencarian Informasi (20%)		
1	Pencarian informasi yang dilakukan sebelum melakukan pembelian barang/jasa	Perilaku konsumen dalam melakukan pencarian informasi mengenai barang atau jasa yang akan dibeli, mulai dari legalitas pelaku usaha, metode pembayaran, jaminan kesalahan barang, dan garansi yang berlaku.
II. Pengetahuan Tentang UU dan Lembaga Perlindungan Konsumen (5%)		
2	Pengetahuan tentang UU perlindungan konsumen	Perilaku konsumen dalam memahami hak dan kewajibannya sebagai konsumen sebagaimana ditetapkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
3	Pengetahuan tentang materi dalam UU Nomor 8/1999 yang mencakup 4 hal pengaturan	Pemahaman konsumen terhadap garis besar/pembahasan pokok yang diatur dalam UU No 8/1999, yaitu hak dan kewajiban sebagai konsumen dan pelaku usaha
4	Pengetahuan tentang Hak Konsumen	Pemahaman konsumen terhadap segala ketentuan yang harus ditaatinya menurut UUPK selama melakukan transaksi pembelian barang/jasa, mulai dari pra pembelian, saat pembelian, sampai pasca pembelian.
5	Pengetahuan tentang Kewajiban Konsumen	Pemahaman konsumen terhadap segala ketentuan yang harus dilakukan menurut UUPK selama melakukan transaksi pembelian barang/jasa, mulai dari pra pembelian, saat pembelian, sampai pasca pembelian.
6	Pengetahuan tentang Kewajiban Pelaku Usaha	Pemahaman konsumen mengenai segala ketentuan yang harus dilakukan oleh pelaku usaha menurut UUPK terhadap barang/jasa yang diperjual-belikan, mulai dari pra pembelian, saat pembelian, sampai pasca pembelian.
7	Pengetahuan tentang Tanggung Jawab Pelaku Usaha	Pemahaman konsumen terhadap tanggung jawab pelaku usaha dalam memberikan jaminan kerugian yang diderita oleh konsumen atas barang/jasa yang telah dibeli.
8	Pengetahuan tentang pengawasan oleh masyarakat terhadap barang/jasa yang beredar di pasar	Pemahaman konsumen terhadap kriteria/aspek pengawasan barang/jasa yang beredar di pasar.

No.	Dimensi/Unsur	Definisi Operasional
9	Pengetahuan terhadap lembaga penyelenggara perlindungan konsumen	Pengetahuan konsumen terhadap lembaga perlindungan konsumen yang ada di Indonesia yang pembentukannya diatur/ditetapkan oleh Pemerintah.
III. Pemilihan Barang/Jasa (25%)		
10	Hal yang diutamakan dalam pemilihan produk	Perilaku konsumen sebelum melakukan pemilihan produk yang akan dibeli dengan mempertimbangkan garansi, spesifikasi, tampilan produk, dll.
IV. Perilaku Pembelian (20%)		
11	Perilaku konsumen dalam pembelian dan/atau penggunaan barang/jasa	Perilaku konsumen dalam mencermati produk yang telah dipilih dengan mempertimbangkan kondisi kelayakan produk untuk dikonsumsi maupun dipergunakan.
V. Perilaku Komplain (30%)		
12	Kecenderungan melakukan pengaduan	Keinginan yang dipilih dan dilakukan oleh responden untuk melakukan pengaduan apabila mengalami ketidaksesuaian dalam pembelian.

Pertanyaan tambahan yang digunakan dalam Survei Keberdayaan Konsumen:

T1 : Pihak yang cenderung akan dituju untuk mengadukan ketidakpuasan.

T2 : Informasi dan edukasi tentang perlindungan konsumen yang terdapat di media sosial mampu mempengaruhi dalam pemilihan barang/jasa.

Penyusunan Kuesioner

Dalam Survei Keberdayaan Konsumen digunakan kuesioner sebagai alat bantu pengumpulan data. Kuesioner disusun berdasarkan tujuan survei terhadap tingkat keberdayaan konsumen. Kuesioner dibagi atas 5 (lima) bagian yaitu:

- Bagian I : Identitas responden, meliputi: umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan utama, pendapatan per bulan, dan cara berbelanja.
- Bagian II : Mutu keberdayaan konsumen, pendapat responden yang memuat kesimpulan atau pendapat responden terhadap unsur-unsur penelitian yang dinilai.
- Bagian III : Keterangan terhadap mutu keberdayaan konsumen, pendapat responden mengenai alasan pemilihan jawaban kurang baik terhadap unsur-unsur penelitian yang ditanyakan.
- Bagian IV : Pertanyaan tambahan kepada responden untuk menggali informasi lebih mengenai pengalaman responden dalam pembelian barang/jasa.
- Bagian V : Saran/opini/pendapat responden terhadap keberdayaan konsumen.

Penetapan Responden dan Lokasi Survei

Sampel Responden

Responden pada penelitian ini adalah masyarakat selaku konsumen. Sampel ditentukan dengan metode multistage cluster sampling, dimana jumlah sampel telah ditentukan dalam Kerangka Acuan Kerja (KAK) yaitu sebesar 19.000 responden. Sampel ini terbagi rata pada setiap provinsi yaitu 500 per provinsi, dimana penentuan jumlah sampel tidak memperhitungkan kembali jumlah populasi

pada setiap provinsi karena desain penelitian dibuat untuk IKK nasional, sehingga sebaran pengambilan sampel di setiap provinsi adalah sama.

Penetapan Responden

Responden merupakan konsumen yang dapat berasal dari sektor sebagai berikut.

1. Obat dan Makanan.
2. Jasa Keuangan: Perbankan, Asuransi (Kesehatan, Jiwa, Hari Tua, Kendaraan, dll), Lembaga Pembiayaan (Koperasi, Pegadaian, Leasing, Kredit Tanpa Agunan).
3. Jasa Transportasi (Darat, Laut, Udara).
4. Listrik dan Gas Rumah Tangga.
5. Jasa Telekomunikasi: Telepon Dasar, Akses Internet.
6. Jasa Layanan Kesehatan: Jasa Rumah Sakit, Puskesmas, Klinik Kesehatan.
7. Perumahan: Rumah/Apartemen.
8. Barang Elektronik, Telematika (Laptop, Handphone, Komputer), dll dan Kendaraan Bermotor.
9. Jasa Pariwisata (Restoran/Rumah Makan, Hotel/Vila, Taman Rekreasi/Kelab Malam/Diskotik/Karaoke/Gelanggang Olahraga/ Arena Permainan, MICE, Spa).

Lokasi dan Waktu Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan di masing-masing wilayah kerja, yaitu di masing-masing provinsi.

Teknik Penarikan Sampel

Penarikan sampel dilakukan menggunakan teknik multistage cluster sampling dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Untuk penyusunan IKK Nasional, penarikan sampel dilakukan secara bertingkat, yang terdiri dari seluruh provinsi dan sampling acak untuk kabupaten/kota.
2. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan margin of error maksimal 1,5% dan tingkat kepercayaan 95% dengan populasi usia produktif dengan pendekatan Rumus Slovin.

Rumus Slovin: $n = N / (1 + N(e)^2)$

Keterangan : N = Usia produktif nasional; e = Margin of error; n = Jumlah sampel

Pengumpulan Data

a. Data Primer

Pengumpulan data pada wilayah kerja dilakukan dengan menggunakan metode tatap muka/wawancara kepada responden dan broadcast pesan melalui WhatsApp.

b. Data Sekunder

Selain dilakukan pengumpulan data secara langsung, juga dilakukan pengumpulan data internal untuk memahami mengenai ketentuan terkait perlindungan konsumen.

Pengolahan Data

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 dengan rumus:

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

Untuk memperoleh nilai Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) digunakan pendekatan nilai ratarata tertimbang dengan rumus sebagai berikut:

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

Untuk memudahkan interpretasi terhadap penilaian Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) yaitu antara 20-100 maka hasil penilaian tersebut di atas dikonversikan dengan nilai dasar 20, dengan rumus: IKK x 20.

2. Indeks Ketaatan Pelaku Usaha

Definisi: Indeks Ketaatan Pelaku Usaha merupakan indeks komposit yang mengukur tingkat ketaatan pelaku usaha dari empat komponen: (i) kendali mutu, (ii) tertib niaga, (iii) tertib ukur, dan (iv) tertib mutu. Kendali mutu merupakan upaya untuk menjaga standardisasi dan mutu produk di perdagangan domestik maupun ekspor. Sementara komponen lainnya dihitung berdasarkan kesesuaian terhadap pengawasan pada bidang tata niaga, Metrologi Legal, dan pengawasan barang beredar dan jasa.

Metode perhitungan indikator:

$$\text{Indeks Ketaatan Pelaku Usaha} = 22\% \text{ Indeks Kendali Mutu} + 26\% \text{ Indeks Tertib Mutu} + 25\% \text{ Indeks Tertib Ukur} + 27\% \text{ Indeks Tertib Niaga}$$

Koefisien/ bobot ditetapkan melalui metode *Analytical Hierarchy Process* yang telah disepakati pemangku kepentingan Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga untuk periode 2025-2029. Komponen indeks komposit dihitung sebagai berikut:

1. Indeks Kendali Mutu: Indeks komposit = 62% Tingkat kesesuaian mutu produk berdasarkan analisis risiko + 18% Kinerja Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) terdaftar dengan kinerja baik dan uji profisiensi memuaskan+ 20% Tindak lanjut kesepakatan terkait mutu berdasarkan dokumen sidang kerjasama
2. Indeks Tertib Mutu: Indeks komposit yang mengukur kesesuaian barang beredar dan jasa yang beredar = 70% Kesesuaian Barang Beredar + 25% Kesesuaian Perdagangan Jasa. Terdapat lima kelompok produk strategis yang diawasi: (i) logam dan mesin; (ii) pertanian, kimia, dan aneka; (iii) elektronika, listrik, dan telematika; (iv) produk K3L; serta (v) kesesuaian layanan jasa terhadap standar mutu dan persyaratan teknis
3. Indeks Tertib Ukur: Indeks komposit yang mengukur kesesuaian Metrologi Legal = 64% UTTP sesuai ketentuan + 36% BDKT sesuai ketentuan. Selain ketentuan kuantitas, penulisan pada label juga perlu sesuai dengan ketentuan yang mengacu pada OIML R87.

Alat-alat ukur, Takar, Timbang, dan Perlengkapannya (UTTP) bertanda tera yang sah dan berlaku. Contoh: timbangan di pasar, meter parkir, meter air, meter listrik, tangki ukur BBM. Sedangkan Barang dalam Keadaan Terbungkus (BDKT): Produk yang dimasukkan ke dalam kemasan tertutup, kuantitasnya telah ditentukan dan dinyatakan pada label. Contoh: liter minyak goreng dan liter beras.

4. Indeks Tertib Niaga: Indeks komposit yang mengukur ketaatan pelaku usaha = 74% sesuai dengan ketentuan kegiatan perdagangan + 26% sesuai ketentuan tata niaga impor setelah melalui kawasan pabean (*post border*)

Adapun ketentuan kegiatan perdagangan termasuk: (i) Perizinan bidang perdagangan; (ii) Perdagangan barang yang diawasi, dilarang, diatur (contohnya minuman beralkohol, barang berbahaya); (iii) Distribusi barang dan jasa; (iv) Pendaftaran Produk Dalam Negeri dan asal Impor yang terkait K3L; (v) Pemberlakuan SNI, persyaratan teknis, atau kualifikasi secara wajib; (vi) Pendaftaran gudang; (vii) Penyimpanan barang kebutuhan pokok dan barang penting. Sedangkan pengawasan pelaku usaha post border dilakukan melalui dokumen Pemberitahuan Impor Barang (PIB).

Data dasar skor IKPU pada tahun 2024 adalah 41,6, yang dihitung sebagai bagian dari IPKTN dengan komposisi 8,9% Indeks Kendali Mutu (73,13) + 16,4% Indeks Tertib Mutu (57,19) + 16,7% Indeks Tertib Ukur (72,42) + 27% Indeks Tertib Niaga (71,7).

II. METODE PERHITUNGAN INDIKATOR SASARAN PROGRAM

1. Indeks Literasi Konsumen

Indeks Literasi Konsumen adalah sebuah ukuran yang digunakan untuk mengetahui tingkatan pengetahuan, keterampilan, keyakinan, yang mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan. Variabel penilaian Indeks Literasi Konsumen terbagi menjadi 8 Unsur (menggunakan konsep Literasi Dasar):

No	Literasi Dasar	Unsur
1.	Literasi Regulatori	Pemahaman Konsumen akan hak dan kewajibannya berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen
2.	Literasi baca tulis	Pengecekan informasi/label produk
3.	Literasi numerasi	Pemahaman simbol/logo produk
4.	Literasi <i>sains</i>	Risiko penggunaan produk
5.	Literasi <i>digital</i>	Pencarian informasi dari media digital, iklan, promosi, serta Pengetahuan akan perlindungan data pribadi
6.	Literasi <i>financial</i>	Perbandingan harga
7.	Literasi budaya dan kewargaan	Produk dalam Negeri
8.	Literasi etika konsumsi	Pemilihan produk ramah lingkungan

Unsur literasi konsumen:

1. Pemahaman Konsumen akan hak dan kewajibannya berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

2. Intensitas pengecekan informasi/label produk.
3. Pengetahuan terhadap simbol/logo/informasi *non text* pada barang/jasa yang akan dibeli.
4. Pengetahuan terhadap keamanan (risiko/efek samping/bahaya penggunaan) dan kualitas barang/jasa yang dibeli.
5. Intensitas penggunaan media digital dan pemahaman atas keamanan berbelanja online di dalam mencari, memahami, membandingkan informasi produk dari berbagai sumber melalui iklan dan promosi sebelum membeli barang/jasa, serta pemahaman atas privasi dan perlindungan data pribadi.
6. Intensitas melakukan perbandingan harga barang/jasa sebelum melakukan pembelian.
7. Intensitas dalam mengutamakan pembelian produk dalam negeri untuk memberikan dukungan terhadap produk lokal.
8. Intensitas dalam pemilihan produk yang ramah lingkungan

Menghitung nilai Indeks Literasi Konsumen (ILK)

Setiap unsur memiliki penimbang yang sama dengan rumus berikut:

$$\text{Bobot nilai rata - rata tertimbang} = \frac{\text{Jumlah Bobot}}{\text{jumlah unsur}} = \frac{1}{\text{jumlah unsur}}$$

Untuk memperoleh nilai ILK digunakan pendekatan nilai rata-rata tertimbang dengan rumus sebagai berikut:

$$ILK = \frac{\text{Total dari nilai persepsi per unsur}}{\text{Total unsur yang terisi}} \times \text{nilai}$$

Untuk memperoleh nilai ILK yaitu antara 20 -100 maka hasil penilaian tersebut diatas dikonversikan dengan nilai dasar 20, dengan rumus sebagai berikut:

$$ILK (\text{Indeks Literasi Konsumen}) \times 20$$

Data yang telah masuk, akan dianalisa secara manual atau dengan menggunakan aplikasi statistik. Pengolahan data akan menghasilkan output Indeks Literasi Konsumen (ILK).

Adapun Level Indeks Literasi Konsumen adalah sebagai berikut :

No	Nilai ILK	Mutu	Kategori
1	0,0 – 20,0	E	Minim
2	20,1 – 40,0	D	Terbatas
3	40,1 – 60,0	C	Cukup
4	60,1 – 80,0	B	Cakap
5	80,1 – 100,0	A	Mahir

Definisi :

- **Minim:** Tidak memahami hak dan kewajiban sebagai konsumen, mudah terpengaruh iklan, dan tidak memeriksa informasi produk sebelum membeli;
- **Terbatas:** Mengenali hak dan kewajiban dasar sebagai konsumen, tetapi masih kesulitan memahami informasi produk yang lebih kompleks;
- **Cukup:** Mampu memahami informasi produk seperti label, harga, dan ketentuan transaksi, serta mempertimbangkan risiko sebelum membeli;
- **Cakap:** Dapat menganalisis kontrak, kebijakan pengembalian, serta membandingkan produk sebelum membeli. Lebih proaktif dalam mencari informasi;
- **Mahir:** Sangat kritis terhadap informasi produk dan layanan, memahami hak-hak hukum, serta mampu mengadvokasi kepentingan konsumen lainnya.

2. Indeks Tertib Ukur

Indeks Tertib Ukur (ITU) adalah Indeks yang mengukur pencapaian tertib ukur dengan indikator alat ukur, alat takar, alat timbang dan alat perlengkapan (UTTP) dan Barang Dalam Keadaan Terbungkus (BDKT) yang beredar di masyarakat yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

- Tertib Ukur adalah kondisi dimana UTTP yang digunakan untuk kepentingan umum khususnya transaksi perdagangan barang dan/atau jasa benar dan sah sesuai dengan ketentuan yang berlaku serta BDKT yang beredar di masyarakat telah memenuhi kesesuaian pelabelan kuantitas dan kebenaran kuantitas.
- UTTP yang sesuai ketentuan adalah UTTP yang telah dibubuh tanda tera sah yang masih berlaku, sesuai peruntukan dan penggunaan atau hasil pengukuran, penakaran dan penimbangan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Definisi mengacu pada Permendag Nomor 24 tahun 2024 tentang Kegiatan tera dan tera ulang alat ukur, alat takar, alat timbang dan alat perlengkapan Metrologi Legal.
- BDKT yang sesuai ketentuan adalah BDKT yang memenuhi kesesuaian Pelabelan kuantitas dan kebenaran kuantitas. Definisi mengacu pada Permendag Nomor 31 tahun 2011 tentang Barang Dalam Keadaan Terbungkus.

Merujuk pada UU No 2 tahun 1981 untuk menjamin kebenaran hasil pengukuran dalam transaksi perdagangan dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 yang mengatur hak-hak konsumen terkait kepastian ukuran.

Komponen:

- a) Persentase UTTP yang sesuai ketentuan;
- b) Persentase BDKT yang sesuai ketentuan.

Tingkatan Tertib Ukur didefinisikan sebagai berikut:

PELAKU USAHA		
Leveling	Range Index	Definisi
Tahu	1-20	Pelaku usaha sudah memperoleh informasi bahwa terdapat kewajiban untuk menggunakan alat ukur yang sesuai ketentuan, misalnya harus ditera atau ditera ulang secara berkala
Paham	21-40	Pelaku usaha tidak hanya tahu, tetapi juga mengerti alasan, prosedur, dan manfaat dari ketentuan Metrologi Legal, termasuk akibat jika tidak dipatuhi
Sadar	41-60	Pelaku usaha menyadari pentingnya tertib ukur bagi perlindungan konsumen dan reputasi usahanya, serta mulai menunjukkan sikap proaktif untuk memenuhi ketentuan
Tertib	61-80	Pelaku usaha secara konsisten melaksanakan kewajiban Metrologi Legal sesuai jadwal dan ketentuan, tanpa adanya pelanggaran atau intervensi dari petugas.
Bertanggung Jawab	81-100	Pelaku usaha tidak hanya tertib, tetapi juga berperan aktif dalam menciptakan ekosistem tertib ukur di lingkungan usahanya serta mendukung pengawasan Metrologi Legal secara mandiri.

Cara Perhitungan

- Indeks Tertib Ukur ditentukan melalui penjumlahan UTTP dengan bobot 64% dan BDKT dengan bobot 36%, dimana komponennya dihitung dari dua hal berikut:
 - Percentase UTTP sesuai ketentuan adalah jumlah UTTP yang diawasi yang sesuai dengan ketentuan dibagi dengan total sampel UTTP yang diawasi.
 - Percentase produk BDKT sesuai ketentuan adalah jumlah produk BDKT yang diawasi yang memenuhi kesesuaian kebenaran kuantitas dan pelabelan kuantitas dibagi dengan jumlah produk BDKT yang diawasi.
- Perhitungan capaian:
 - % UTTP sesuai ketentuan :

$$\frac{\text{Jumlah UTTP yang diawasi sesuai dengan ketentuan}}{\text{Jumlah UTTP yang diawasi}} \times 100\%$$

- % BDKT sesuai ketentuan :

$$\frac{\text{Jumlah produk BDKT yang diawasi yang memenuhi ketentuan}}{\text{Jumlah produk BDKT yang diawasi}} \times 100\%$$

- Indeks Tertib Ukur = $(64\% \times \text{percentase UTTP sesuai ketentuan}) + (36\% \times \text{percentase produk BDKT sesuai ketentuan})$

persentase BDKT sesuai ketentuan)

3. Indeks Tertib Mutu

Indeks Tertib Mutu (ITM) merupakan ukuran yang digunakan untuk menghitung persentase jumlah barang beredar dan jasa yang telah memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan dibandingkan dengan jumlah total barang dan jasa yang diawasi. Tertib Mutu sendiri menggambarkan kondisi kepatuhan pelaku usaha terhadap ketentuan yang berlaku dalam memperdagangkan barang dan/atau jasa.

Barang beredar dan/atau jasa yang dimaksud adalah barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk ditawarkan, dipromosikan, diiklankan, atau diperdagangkan di pasar rakyat, pusat perbelanjaan, toko swalayan, dan/atau sarana perdagangan lainnya. Barang dan jasa ini diperuntukkan untuk dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen, termasuk yang disimpan di gudang atau tempat penyimpanan lainnya di wilayah Republik Indonesia. Ketentuan ini berlaku bagi barang dan jasa yang berasal dari produksi dalam negeri maupun impor, sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 69 Tahun 2018.

Ruang lingkup pengawasan terhadap barang beredar meliputi parameter: standar; label dalam bahasa Indonesia; petunjuk penggunaan; jaminan layanan purna jual; cara menjual; pengiklanan; serta klausula baku. Sedangkan ruang lingkup pengawasan terhadap jasa meliputi parameter: standar; jaminan dan/atau garansi yang telah disepakati atau diperjanjikan; pengiklanan; cara menjual; serta klausula baku.

- Tingkatan Indeks Tertib Mutu didefinisikan pada tabel berikut:

No	Tingkatan	Range Indeks
1	Tahu	1 – 20
2	Paham	21 – 40
3	Sadar	41 – 60
4	Tertib	61 – 80
5	Bertanggung Jawab	81 - 100

- Ditentukan dengan bobot 75% kesesuaian barang beredar ditambah dengan 25% kesesuaian perdagangan jasa, dimana komponennya dihitung dari dua hal berikut:
 - Persentase Kesesuaian Barang Beredar;
 - Persentase Kesesuaian Perdagangan Jasa.

- Perhitungan capaian:

a) :

Jumlah Barang Beredar yang diawasi

sesuai ketentuan

$\times 100\%$

Jumlah Barang yang diawasi

- b) Persentase kesesuaian perdagangan jasa, dihitung dengan rumus:

$$\frac{\text{Jumlah Perdagangan Jasa yang diawasi sesuai ketentuan}}{\text{Jumlah Perdagangan Jasa yang diawasi}} \times 100\%$$

- c) Indeks Tertib Mutu, dihitung dengan rumus:

$$(0,75 \times \text{Persentase Kesesuaian Barang Beredar}) + (0,25 \times \text{Persentase Kesesuaian Perdagangan Jasa})$$

4. Indeks Kendali Mutu

Indeks Kendali Mutu (IKM) merupakan indeks komposit yang dihitung berdasarkan tiga komponen utama, yaitu: persentase tingkat kesesuaian mutu produk terhadap ketentuan melalui penilaian risiko produk; persentase Lembaga Penilaian Kesesuaian (LPK) yang kinerjanya memenuhi ketentuan; serta persentase tindak lanjut kesepakatan terkait mutu. Persentase tingkat kesesuaian mutu produk terhadap ketentuan melalui penilaian risiko produk adalah ukuran yang menggambarkan tingkat kepatuhan mutu produk terhadap ketentuan yang berlaku, yang diperoleh melalui proses penilaian risiko.

Persentase LPK yang kinerjanya memenuhi ketentuan mengacu pada jumlah LPK yang terdaftar di Kementerian Perdagangan dan turut berpartisipasi dalam program Uji Profisiensi yang dilaksanakan oleh Direktorat Standardisasi dan Pengendalian Mutu. Persentase tindak lanjut kesepakatan terkait mutu adalah ukuran yang menunjukkan jumlah kesepakatan yang telah ditindaklanjuti oleh pihak terkait dalam rangka pemenuhan standar mutu.

Ditentukan dengan bobot dihitung dari komposit dari persentase tingkat kesesuaian mutu produk terhadap ketentuan (62%)+ persentase LPK yang Kinerjanya Memenuhi Ketentuan (18%)+persentase Tindaklanjut Kesepakatan terkait Mutu (20%), dimana komponennya dihitung dari tiga hal berikut:

- a) Persentase tingkat kesesuaian mutu produk terhadap ketentuan melalui penilaian risiko produk;
- b) Persentase LPK terdaftar yang nilai kinerjanya minimal baik serta LPK yang berpartisipasi pada program Uji Profisiensi di Direktorat Standardisasi dan Pengendalian Mutu;
- c) Persentase Tindaklanjut Kesepakatan terkait Mutu.

Perhitungan capaian:

- a) % tingkat kesesuaian mutu produk terhadap ketentuan melalui penilaian risiko

$$\frac{\text{jumlah sampel produk yang dianalisis resikonya yang sesuai ketentuan}}{\text{jumlah sampel produk yang dianalisis}} \times 100\%$$

b) % Persentase LPK yang Kinerjanya Memenuhi Ketentuan:

$$\frac{\text{Jumlah LPK yang mendapatkan nilai minimal baik dari hasil penilaian kinerja dan LPK yang uji profisiensinya memuaskan}}{\text{Jumlah LPK terdaftar dan LPK yang mengikuti uji profensi}} \times 100\%$$

c) % Tindaklanjut Kesepakatan terkait Mutu:

$$\frac{\text{Jumlah dokumen kerjasama yg ditindaklanjuti}}{\text{Jumlah dokumen sidang yang diikuti}} \times 100\%$$

d) Indeks Kendali Mutu:

62% persentase tingkat kesesuaian mutu produk terhadap ketentuan +
18% LPK yang Kinerjanya Memenuhi Ketentuan +
20% Tindaklanjut Kesepakatan terkait Mutu

e) Target Tabel Sasaran Strategis Direktorat Jenderal PKTN

Leveling	Range Index
Tahu	1 - 20
Paham	20,1 - 40
Sadar	40,1 - 60
Tertib	60,1 - 80
Bertanggung Jawab	80,1 - 100

Pengertian Leveling untuk masing-masing index:

- Tahu (1–20)

Hanya mengetahui adanya persyaratan mutu produk, belum memiliki pemahaman praktis, dan belum melakukan aksi yang terstruktur.

- Paham (20,1–40)

Sudah memahami konsep dan pentingnya mutu, tetapi penerapannya masih lemah, tidak konsisten, dan belum menyeluruh di rantai pasok.

- Sadar (40,1–60)

Memiliki kesadaran terhadap prosedur mutu dan mulai mencoba menerapkannya, namun masih belum konsisten serta cenderung reaktif menghadapi isu mutu.

- Tertib (60,1–80)

Telah mengimplementasikan sistem penjaminan dan pengendalian mutu secara konsisten dan terstruktur di sebagian besar rantai pasok, dengan hasil stabil sesuai standar.

- Bertanggung Jawab (80,1–100)

Secara proaktif mengelola mutu dengan sistem yang matang, berfokus pada pencegahan, dan menjadi inisiatör praktik penjaminan mutu di seluruh rantai pasok.

5. Indeks Tertib Niaga

Indeks Tertib Niaga merupakan indikator yang menggambarkan indeks keberhasilan pelaksanaan tertib niaga di bidang perdagangan melalui penyelenggaraan pengawasan kegiatan perdagangan dan pengawasan post border;

Komponen:

- c) Ketaatan Pelaku Usaha Kegiatan Perdagangan;
- d) Ketaatan Pelaku Usaha *Post Border*.

Tingkatan Tertib Niaga didefinisikan sebagaimana tabel di bawah ini dengan merujuk pada UU No 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, sebagai berikut:

Leveling	Range Index
Tahu	1 - 20
Paham	20,1 - 40
Sadar	40,1 - 60
Tertib	60,1 - 80
Bertanggung Jawab	80,1 - 100

Keterangan tingkat Indeks Tertib Niaga untuk pelaku usaha

- Tahu (0,0–20,0)
Mengetahui hak dan kewajiban dasar sebagai pelaku usaha.
- Paham (20,1–40,0)
Memahami hak dan kewajiban pelaku usaha dalam upaya melindungi konsumen.
- Sadar (40,1–60,0)
Secara sadar menggunakan hak dan melaksanakan kewajiban pelaku usaha untuk melindungi konsumen serta lingkungannya.
- Tertib (60,1–80,0)
Berperan aktif, taat, dan konsisten dalam melaksanakan hak dan kewajiban pelaku usaha.
- Bertanggung jawab (80,1–100,0)
Memiliki rasa nasionalisme yang tinggi dalam menciptakan perekonomian yang sehat serta melindungi kepentingan konsumen.

Merujuk pada UU No 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen untuk menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab dan mengatur kewajiban serta hak-hak pelaku usaha. Indeks komposit yang diukur dari jumlah persentase ketaatan pelaku usaha kegiatan perdagangan dan persentase ketaatan pelaku usaha *post border* yang sesuai ketentuan dengan rumusan sebagai berikut:

74% Ketaatan Pelaku Usaha Kegiatan Perdagangan + 26% Ketaatan Pelaku Usaha Post Border

Keterangan:

- 1) Rumus Persentase Ketaatan Pelaku Usaha Kegiatan Perdagangan

$$\frac{\sum \text{Pelaku usaha yang taat hasil pengawasan tahun berjalan}}{\sum \text{Total pelaku usaha yang diawasi pada tahun berjalan}} \times 100\%$$

- 2) Rumus Persentase Ketaatan Pelaku Usaha Post Border

$$\frac{\sum \text{Pelaku usaha Post Border yang taat hasil pengawasan tahun berjalan}}{\sum \text{Total pelaku usaha Post Border yang diawasi pada tahun berjalan}} \times 100\%$$

Terdapat penurunan target dari baseline (70% di tahun 2024 menjadi 60% di tahun 2025) disebabkan adanya perubahan metode perhitungan indeks komposit pada persentase ketaatan pelaku usaha post border, yang sebelumnya merupakan persentase PIB Post Border yang sesuai ketentuan.

6. Predikat Nilai SAKIP Ditjen PKTN

Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah, yang selanjutnya disingkat SAKIP, adalah rangkaian sistematik dari berbagai aktivitas, alat, dan prosedur yang dirancang untuk tujuan penetapan dan pengukuran, pengumpulan data, pengklasifikasi, pengikhtisaran, dan pelaporan kinerja pada instansi pemerintah, dalam rangka pertanggungjawaban dan peningkatan kinerja instansi pemerintah.

Penyelenggaraan SAKIP meliputi rencana strategis, perjanjian kinerja, pengukuran kinerja, pengelolaan data kinerja, pelaporan kinerja; dan reviu dan evaluasi kinerja.

Evaluasi atas Implementasi SAKIP dilakukan oleh auditor yang ditunjuk sebagai evaluator dengan berpedoman pada Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Sipil Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 88 Tahun 2021 tentang Evaluasi Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah.

Pembobotan komponen dilakukan sebagai berikut:

No.	Komponen yang Dinilai	Bobot
1	Perencanaan Kinerja	30%
2	Pengukuran Kinerja	30%
3	Pelaporan Kinerja	15%
4	Evaluasi Akuntabilitas Kinerja Internal	25%
Total Nilai Evaluasi		100%

Predikat tingkat Akuntabilitas Kinerja sebagai berikut:

Predikat	Kriteria
AA (Nilai > 90 - 100)	Sangat Memuaskan
A (Nilai > 80 - 90)	Memuaskan
BB (Nilai > 70 - 80)	Sangat Baik
B (Nilai > 60 - 70)	Baik

CC (Nilai > 50 - 60)	Cukup (Memadai)
C (Nilai > 30 - 50)	Kurang
D (Nilai > 0 - 30)	Sangat Kurang

7. Indeks Penilaian Integritas Ditjen PKTN

Indeks Penilaian Integritas Ditjen PKTN diukur melalui Survei Penilaian Integritas (SPI). Survei Penilaian Integritas (SPI) adalah sebuah perangkat diagnostik yang dirancang untuk mengukur tingkat integritas dan memetakan risiko korupsi di lingkungan Kementerian, Lembaga, dan Pemerintah Daerah (K/L/PD).

Survei Penilaian Integritas (SPI) merupakan survei yang dilakukan terhadap Kementerian, Lembaga, dan Pemerintah Daerah (K/L/PD) untuk memetakan dan memonitor risiko korupsi serta upaya pencegahan korupsi.

SPI dikembangkan oleh KPK sebagai respons terhadap kebutuhan akan alat ukur yang objektif untuk menilai efektivitas upaya pencegahan korupsi yang telah dilakukan oleh berbagai instansi pemerintah.

Tujuan utama dilaksanakannya Survei Penilaian Integritas adalah:

1. Memetakan risiko korupsi di berbagai instansi pemerintah
2. Mengukur efektivitas upaya pencegahan korupsi yang telah dilakukan
3. Memberikan rekomendasi perbaikan sistem dan tata kelola pemerintahan
4. Mendorong peningkatan integritas dan kualitas pelayanan public
5. Menyediakan data empiris sebagai dasar pengambilan kebijakan antikorupsi

SPI menggunakan tiga sumber data yaitu:

1. Sumber Internal: Pegawai internal lingkungan Kementerian, Lembaga, atau Pemerintah Daerah.
2. Sumber Eksternal: Pengguna layanan publik, vendor, dan penerima manfaat dari pelaksanaan tugas dan fungsi instansi.
3. Sumber Eksper atau Narasumber Ahli: Auditor dari Badan Pemeriksa Keuangan (BPK), Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP), Ombudsman, dan lainnya.

Untuk menjaga objektivitas angka indeks, SPI juga menggunakan data objektif sebagai faktor koreksi. Proses pengumpulan data melibatkan pemilihan calon responden secara acak, termasuk pegawai dan pengguna layanan. Responden mengisi kuesioner daring melalui aplikasi pengirim pesan WhatsApp (WA), dan seluruh jawaban serta identitas responden dilindungi oleh KPK dan hanya digunakan untuk kebutuhan SPI.

Dimensi dan Subdimensi pada penilaian SPI sebagai berikut:

1. Dimensi Internal Terdiri dari 7 Subdimensi yaitu:
 - 1) Integritas dalam melaksanakan tugas;
 - 2) Pengelolaan Pengadaan Barang dan Jasa;

- 3) Pengelolaan Anggaran;
- 4) Pengelolaan SDM;
- 5) Perdagangan Pengaruh;
- 6) Sosialisasi Anti Korupsi;
- 7) Transparansi.

2. Dimensi Eksternal Terdiri dari 2 Subdimensi yaitu:

- 1) Integritas Pegawai;
- 2) Transparansi dan Keadilan Layanan;
- 3) Upaya Pencegahan Korupsi.

3. Dimensi Eksper terdiri dari 1 Subdimensi yaitu Integritas Instansi.

4. Dimensi Faktor Koreksi terdiri dari 2 Subdimensi yaitu:

- 1) Prevalensi Korupsi;
- 2) Integritas Pelaksanaan SPI.

Hasil Survey Penilaian Integritas terdiri dari 3 kategori penilaian yaitu:

- 1) Rentan < 72,9
- 2) Waspada 73 – 77,9
- 3) Terjaga 78-100

Nilai yang diperhitungkan adalah nilai agregat SPI Khusus pada unit eselon I Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga.

DIREKTORAT JENDERAL PERLINDUNGAN
KONSUMEN DAN TERTIB NIAGA

Gedung I Lantai 3, Jl. M.I. Ridwan Rais No. 5, Jakarta 10110, Indonesia
Phone: +62 21 – 3858171
<http://ditjenpktn.kemendag.go.id>