

**ADVOKASI HUKUM OLEH
LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN SWADAYA MASYARAKAT (LPKSM)
LEGAL ADVOCACY BY
THE NON-GOVERNMENTAL CONSUMER PROTECTION AGENCY (LPKSM)**

Luthvi Febryka Nola

Peneliti Muda Bidang Hukum pada Pusat Pengkajian Pengolahan Data dan Informasi
Sekretariat Jenderal DPR RI, email: febi_80@yahoo.com

Naskah diterima: 16 Juli 2014

Naskah direvisi: 26 September 2014

Naskah diterbitkan: 24 November 2014

Abstract

LPKSM's existence in Indonesia is very important and potential to assist the government to protect the rights of consumers, especially relating to the right to advocacy. This paper discusses the form of legal advocacy and the strengthening of legal advocacy by LPKSM. The authors found that LPKSM has done legal advocacy in the form of demonstrations and "lobi" to policy changes, providing education and information about consumer regulations, finding solution for consumer problems, a defense in court and out of court, and involving the community in the decision process. Unfortunately, the legislation on consumer protection do not provide specific regulation about legal advocacy by LPKSM, so that potential for anarchy, lack of supporting media and less concerned local government with the issue of consumer protection. Therefore, the author thought that definition and tipe of legal advocacy, LPKSM legal advocacy activities must be firm explicit in the Consumer Protection Act, especially regarding activities, sanctions, rewards, finance, associations and codes of conduct for LPKSM.

Key words: legal advocacy, LPKSM, strengthening

Abstrak

Keberadaan LPKSM di Indonesia sangatlah penting dan memiliki potensi untuk dikembangkan dalam rangka membantu pemerintah melindungi hak konsumen terutama terkait dengan hak untuk mendapatkan advokasi. Tulisan ini membahas bentuk advokasi hukum dan upaya yang dapat dilakukan untuk memperkuat advokasi hukum yang dilakukan oleh LPKSM. Penulis menemukan bahwa LPKSM telah secara aktif melakukan advokasi hukum dalam bentuk lobi berupa demonstrasi dan masukan terhadap perubahan kebijakan, memberikan pendidikan dan informasi peraturan perundang-undangan, upaya mencari solusi, pembelaan di pengadilan dan luar pengadilan serta mengikutsertakan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan. Namun kelemahannya adalah peraturan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen tidak mengatur secara tegas advokasi hukum oleh LPKSM, sehingga terdapat potensi anarki, kurangnya media pendukung dan kebijakan pemerintah daerah yang kurang peduli dengan masalah perlindungan konsumen. Oleh sebab itu menurut penulis pengaturan kegiatan advokasi hukum LPKSM dalam UU Perlindungan Konsumen perlu dipertegas terutama menyangkut pengertian, jenis, bentuk kegiatan, sanksi dan penghargaan, pembiayaan, pembentukan asosiasi dan kode etik bagi LPKSM.

Kata kunci: advokasi hukum, LPKSM, penguatan

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perlindungan konsumen bukanlah konsep baru dalam peraturan perundang-undangan Indonesia karena sudah diatur sejak zaman penjajahan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata terutama dalam Buku Ketiga tentang perikatan. Namun perkembangan

Perlindungan Konsumen berlaku, landasan filosofis yang ingin diwujudkan oleh UU ini belum juga tercapai. Kasus-kasus pelanggaran hak konsumen cenderung mengalami peningkatan. Kondisi ini terlihat dari data pelanggaran hak konsumen oleh pelaku usaha yang dikeluarkan oleh Kementerian Perdagangan sebagaimana tergambar dalam tabel 1.

Tabel 1. Hasil Pengawasan Barang 2011-2013

No.	Jenis Pelanggaran	2011	2012	2013				2011- 2013
				Jan-Mar	Apr-Sep	Okt-Des	Jan-Des	
1.	SNI	28	179	28	112	78	218	425
2.	Buku Manual & Kartu Garansi	51	87	36	78	31	145	283
3.	Label	23	247	24	78	55	157	427
4.	Produk diawasi distribusinya (Formalin)	-	5	0	21	24	45	50
5.	Penandaan Sesuai	-	1	12	18	6	36	37
	Total	102	519	100	307	194	601	1222

Sumber: Kementerian Perdagangan²

dalam masyarakat membuat hukum keperdataan turut mengalami perkembangan sehingga lahirlah berbagai peraturan baru yang bersifat lebih spesifik, termasuk hukum yang berkaitan dengan konsumen. Peraturan khusus konsumen diundangkan pada tahun 1999 melalui Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen).

Adapun landasan filosofis pembentukan UU Perlindungan Konsumen adalah untuk menyeimbangkan posisi konsumen dengan pelaku usaha dan memberikan perlindungan terhadap konsumen yang kerap menjadi objek aktivitas bisnis merugikan dari pengusaha dalam mengejar keuntungan yang sebesar-besarnya.¹ Landasan filosofis ini tentunya sangatlah mulia dan sesuai dengan nilai keadilan yang terdapat pada sila kedua Pancasila dan tujuan negara dalam alinea 4 Undang-Undang Dasar 1945. Namun setelah kurang lebih 15 tahun UU

Berbagai kasus pelanggaran konsumen ini sebetulnya sudah coba diantisipasi oleh UU Perlindungan konsumen melalui pengaturan tentang hak konsumen yang harus ditaati oleh pelaku usaha. Pelanggaran terhadap hak konsumen ini dilengkapi dengan sanksi hukum. Hak konsumen tersebut antara lain adalah hak untuk mendapatkan advokasi.

Permasalahannya, UU Perlindungan Konsumen tidak mengatur lebih lanjut apa yang dimaksudkan dengan advokasi. Sehingga memunculkan berbagai asumsi tentang apa yang dimaksudkan dengan advokasi. Kegiatan advokasi kembali dimunculkan dalam Peraturan Pemerintah No. 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (PP LPKSM). Advokasi menjadi salah satu sub tugas dari lembaga ini. Sama halnya dengan UU Perlindungan Konsumen, PP LPKSM tidak menjelaskan apa yang dimaksud dengan advokasi.

Pengertian advokasi menurut Ritu R. Sharma adalah upaya untuk merubah kebijakan, kedudukan atau program dari berbagai macam

¹ Penjelasan umum, UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

² Direktorat Jenderal Standarisasi dan Perlindungan Konsumen, Kementerian Perdagangan, *Pelaksanaan Kebijakan Perlindungan Konsumen*, Makalah dalam rangka kegiatan Pemantauan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang diselenggarakan oleh bagian Pemantauan Perundang-Undangan Setjen DPR RI.

³ Ritu R. Sharma, *Pengantar Advokasi Panduan Latihan*, Peterjemah: P. Soemitro, *An Introduction to Advocacy Training Guide*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004, hal.1.

institusi, seperti lembaga swadaya masyarakat, kementerian dan parlemen.³ Adapun bentuk perubahan tersebut dapat berupa upaya mengajukan, mempertahankan atau merekomendasikan suatu gagasan di hadapan orang lain; berbicara menarik perhatian masyarakat; bekerjasama dengan orang lain dan organisasi lain dalam rangka membangun dukungan; mencari solusi terhadap suatu permasalahan; melakukan aktifitas jangka pendek yang spesifik untuk mencapai pandangan tentang perubahan jangka panjang; menyusun strategi untuk mempengaruhi pengambilan keputusan; penggunaan strategi lobi, pemasaran kepada masyarakat, memberi informasi, pendidikan dan komunikasi, membentuk organisasi masyarakat; dan mengikutsertakan masyarakat di dalam proses pengambilan keputusan yang mempengaruhi kehidupan mereka.⁴

Berdasarkan pengertian yang diungkapkan oleh Ritu ini maka lingkup dari advokasi sangatlah luas dan bersifat hukum maupun non hukum. Sehingga dengan tidak jelasnya pengaturan dalam UU, kegiatan advokasi oleh LPKSM menjadi sangat luas pula.

Dalam praktiknya LPKSM dapat melakukan mediasi dan negosiasi yang bersifat *quasi yudisial*. Kegiatan ini tentunya harus dilakukan oleh orang-orang yang memiliki kemampuan mediasi dan pengetahuan tentang peraturan konsumen yang luas. Apabila dilakukan oleh sembarangan orang hasilnya tentu tidak akan maksimal dan berpotensi terjadinya pelanggaran-pelanggaran hukum. Hal ini terbukti karena dalam prakteknya banyak pihak-pihak yang mengeluhkan tentang aktifitas LPKSM yang tidak bertanggung jawab seperti melakukan pemerasan dan penipuan.⁵

Selain ditimpa beberapa isu negatif, LPKSM juga mengalami perkembangan yang tidak begitu mengembirakan. Data tahun 2012

terdapat 254 LPKSM, namun yang aktif hanya sekitar 90 LPKSM.⁶

Keberadaan LPKSM sesungguhnya sangatlah penting karena menjadi media keikutsertaan masyarakat membantu pemerintah dalam rangka perlindungan konsumen. Diaturinya peran serta masyarakat dalam UU Perlindungan konsumen ini dengan tujuan supaya berbagai aspirasi, potensi dan sumber daya dalam masyarakat dapat tersalurkan. LPKSM merupakan lembaga non pemerintah⁷ yang dapat didirikan oleh setiap orang yang memiliki ketertarikan terhadap masalah konsumen. Prosedur pendiriannya pun juga dipermudah, cukup hanya dengan mendaftar pada pemerintah kabupaten/kota.

Praktik pada beberapa negara memang menunjukkan peran yang sangat signifikan dari organisasi konsumen masyarakat dalam melakukan advokasi perlindungan konsumen. Malaysia memiliki "persatuan pengguna" atau *Federation of Malaysian Consumer Associations (FOMCA)* yang menjadi tempat penyelesaian sengketa konsumen paling sering dipilih oleh masyarakat.⁸ Begitu juga di India, Pemberian advokasi merupakan kegiatan utama yang dilakukan oleh *Voluntary Consumer Organisations (VCOs)*.⁹

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat diketahui bahwa keberadaan LPKSM sangatlah penting dan memiliki potensi untuk dikembangkan dalam rangka membantu pemerintah melindungi hak konsumen terutama terkait dengan hak untuk mendapatkan advokasi. Namun terdapat beberapa

⁴ *Ibid.*, hal.7-8.

⁵ Gunarto, *Beberapa Catatan Pelaksanaan Tugas Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM)*, Disampaikan dalam Diskusi Internal Tim Hukum P3DI Setjen DPR RI, 2012.

⁶ *Jumlah BPSK Minim, Perlindungan Konsumen Terancam*, <http://www.centroone.com/news/2012/1y/jumlah-bpsk-minim-perlindungan-konsumen-terancam/>, diakses tanggal 3 Oktober 2014.

⁷ Pasal 1 angka 9 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁸ Kartini Aboo Talib@khalid dkk., *Carta Presepsi Pengguna: Isu Pengguna dan Mekanisme, Proceedings of International Conference on Consumerism 2013 (ICC2013), Consumer Sovereignty In The Global Era*, Malaysia: 2013, hal.685.

⁹ Abbokar Siddiq, *The Role of Voluntary Consumer Organisations in Consumer Protection - an Empirical Study in India, Ibid.*, hal.552.

permasalahan terkait dengan advokasi hukum yang dilakukan LPKSM. Oleh sebab itu dalam kajian ini penulis ingin mengkaji:

1. Bagaimana bentuk advokasi hukum yang dilakukan oleh LPKSM?
2. Apakah upaya yang dapat dilakukan untuk memperkuat advokasi hukum yang dilakukan oleh LPKSM?

C. Tujuan dan Kegunaan

Tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui:

1. Bentuk advokasi hukum yang dilakukan oleh LPKSM.
2. Upaya untuk memperkuat advokasi hukum LPKSM.

Sedangkan kegunaan dari tulisan ini adalah dapat menjadi masukan bagi anggota DPR dalam melakukan perubahan terhadap UU Perlindungan Konsumen terkait kegiatan advokasi oleh LPKSM. Selain itu juga menjadi bahan bagi anggota dewan dalam melakukan pengawasan pelaksanaan UU Perlindungan Konsumen sehubungan dengan kegiatan LPKSM.

II. KERANGKA PEMIKIRAN

A. Advokasi

Pengertian advokasi beraneka ragam, selain berdasarkan pendapat Ritu R. Sharma yang telah dijelaskan sebelumnya, terdapat pendapat lain tentang advokasi. Seperti menurut Valerie Miller dan Jane Covey, advokasi adalah usaha membangun organisasi-organisasi demokratis yang kuat untuk membuat para penguasa bertanggung jawab dan berupaya meningkatkan keterampilan serta pengertian rakyat tentang bagaimana kekuasaan bekerja.¹⁰ Pendapat Valerie Miller dan Jane Covey dipengaruhi pandangan bahwa advokasi tidak dapat terlepas dari pengaruh kekuasaan dan politik.¹¹ Bentuk advokasi dapat berupa lobi untuk mempengaruhi secara langsung pembuat kebijakan, bisa juga berupa pembangunan organisasi akar

¹⁰ Valerie Miller & Jane Covey, *Pedoman Advokasi: Perencanaan, Tindakan dan Refleksi*, Penerjemah: Hermoyo, *Advocacy Sourcebook: Framework for Planning, Action and Reflection*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005, hal. 12.

¹¹ *Ibid.*, hal.11.

rumpun yang kuat dan pemberian pendidikan serta pemberdayaan untuk meningkatkan kesadaran politik masyarakat sehingga dapat menjadi pembela-pembela yang efektif.¹²

Pengertian lain dari advokasi dikemukakan oleh Hermawanto¹³ yang menyatakan bahwa, advokasi adalah segenap aktivitas pengerahan sumber daya untuk membela, memajukan, bahkan mengubah tatanan untuk mencapai tujuan yang lebih baik sesuai dengan yang diharapkan. Pendapat Hermawanto ini didasarkan dari asal kata advokasi dalam bahasa Inggris yaitu *to advocate* yang berarti membela atau bisa juga memajukan atau mengemukakan. Kemudian dari *The Heritage Dictionary of Current English* mengartikan advokasi sebagai menciptakan sesuatu yang baru dan belum pernah ada sebelumnya.¹⁴

Advokasi terbagi 2, yaitu:

1. Advokasi hukum, kegiatan advokasi yang dilakukan oleh orang tertentu (sarjana hukum) dalam lembaga-lembaga peradilan (polisi, jaksa, pengadilan dan lain lain) dalam mendapatkan suatu keputusan hukum.¹⁵ Berdasarkan prosedur atau mekanisme, maka advokasi hukum dapat dibagi atas:¹⁶
 - a. Litigasi atau formal, yaitu upaya hukum formal menggunakan mekanisme formal institusi hukum dan struktur administrasi yang ada, seperti kepolisian, kejaksaan dan pengadilan.¹⁷ Adapun kegiatan sumber daya yang dapat digolongkan advokasi litigasi adalah kegiatan membela memajukan, bahkan mengubah tatanan dengan menggunakan jalur pengadilan.
 - b. Non litigasi atau non formal, merupakan upaya pemanfaatan potensi berbagai

¹² *Ibid.*

¹³ Hermawanto, *Advokasi*. dalam Buku Panduan Bantuan Hukum di Indonesia, Jakarta: YLBHI & AusAID, 2009.

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ Tim Advokasi DPW, *Advokasi*, Makalah Pelatihan Advokasi, 2012, http://pks-jakbar.or.id/filedownload/Pelatihan%20Advokasi_JakBar.ppt, diakses tanggal 14 Maret 2013.

¹⁶ Hermawanto, *Advokasi*, hal. 476.

¹⁷ *Ibid.*

kekuatan di luar acara persidangan pengadilan.¹⁸

2. Advokasi non hukum, kegiatan advokasi yang dilakukan oleh siapa saja warga masyarakat demi mencapai, mengubah atau memengaruhi suatu kebijakan publik.¹⁹ Advokasi non hukum ini juga bermacam-macam ada advokasi sosial dan ekonomi. Kegiatan advokasi non hukum dapat berupa kunjungan, dan *social pressure*.

B. LPKSM

LPKSM adalah lembaga non pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.²⁰ Menurut Pasal 44 ayat (3) UU Perlindungan Konsumen, tugas LPKSM meliputi:

1. menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
2. memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukan;
3. bekerjasama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan 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.

Kelima tugas LPKSM itu dijabarkan lagi secara lebih spesifik dalam PPLPKSM. Pasal 4 PP LPKSM mengatur bahwa penyebaran informasi oleh LPKSM dilakukan melalui penyebaran berbagai pengetahuan mengenai perlindungan konsumen termasuk peraturan perundang-undangan terkait. Sedangkan untuk pemberian nasehat kepada konsumen diatur dalam Pasal 5 PP LPKSM dapat dilakukan secara lisan atau

tulisan agar konsumen dapat melaksanakan hak dan kewajibannya. Pasal 6 PP LPKSM mengatur bahwa kerjasama LPKSM dengan instansi terkait meliputi pertukaran informasi mengenai perlindungan konsumen, pengawasan atas barang/jasa yang beredar, penyuluhan serta pendidikan konsumen.

Untuk membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, Pasal 7 PP LPKSM menyatakan bahwa LPKSM dapat melakukan advokasi atau pemberdayaan konsumen agar mampu memperjuangkan haknya secara mandiri, baik perseorangan maupun kelompok. Sedangkan untuk tugas pengawasan perlindungan konsumen, LPKSM bersama pemerintah dan masyarakat melakukan penelitian, pengujian dan/atau survei.

C Teori Penegakan Hukum

Penegakan hukum adalah proses dilakukannya upaya untuk tegaknya atau berfungsinya norma-norma hukum secara nyata sebagai pedoman perilaku dalam lalu lintas atau hubungan-hubungan hukum dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara.²¹ Faktor-Faktor yang dapat mempengaruhi penegakan hukum adalah:²²

1. Faktor hukumnya sendiri, adapun gangguan yang berasal dari hukum berupa tidak diikuti asas-asas berlakunya hukum, belum adanya aturan pelaksana dari suatu ketentuan dalam UU dan ketidakjelasan arti kata-kata dalam peraturan yang mengakibatkan kesimpangsiuran dalam penafsiran dan penerapan.
2. Faktor penegak hukum, yaitu pihak-pihak yang membentuk maupun menerapkan hukum. Halangan-halangan yang dapat dijumpai dari penegak hukum adalah:
 - a. Keterbatasan kemampuan untuk menempatkan diri dalam peran pihak lain dengan siapa dia berinteraksi.

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ Tim Advokasi DPW, *Advokasi*.

²⁰ Pasal 1 angka 9 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

²¹ Jimly Asshiddiqie, *Penegakan hukum*, http://jimly.com/makalah/namafile/56/Penegakan_Hukum.pdf, diakses tanggal 4 Juni 2013.

²² Soerjono Soekanto, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, Jakarta: PT RajaGrafindo, 2004, hal.8-67.

- b. Tingkat aspirasi yang relatif belum tinggi.
 - c. Kegairahan yang sangat terbatas untuk memikirkan masa depan sehingga kurang proyeksi.
 - d. Belum adanya kemampuan untuk menunda pemuasan suatu kebutuhan tertentu, terutama kebutuhan materiel.
 - e. Kurangnya daya inovatif yang sebenarnya merupakan pasangan konservatif.
3. Faktor sarana dan fasilitas yang mendukung penegakan hukum, antara lain mencakup tenaga manusia yang berpendidikan dan terampil termasuk masalah jumlah, organisasi yang baik, peralatan yang memadai, keuangan yang cukup, kepastian dan kecepatan menangani penanganan perkara.
 4. Faktor masyarakat yakni lingkungan dimana hukum tersebut berlaku atau diterapkan, faktor ini sangat berkaitan dengan pandangan masyarakat terhadap penegak hukum, efektifitas sanksi, kompetensi hukum dan peran lembaga-lembaga sosial yang berpengaruh.
 5. Faktor kebudayaan, yakni sebagai hasil karya, cipta, dan rasa yang didasarkan pada karsa manusia di dalam pergaulan hidup. Kebudayaan pada sistem hukum pada dasarnya mencakup nilai-nilai yang mendasari hukum yang berlaku, nilai-nilai abstrak menenai apa yang dianggap baik sehingga dianut dan apa yang buruk sehingga dihindari. Nilai-nilai cenderung berpasangan, seperti: nilai konservatif pasangannya nilai inovatif.

D. Teori Perubahan hukum

Menurut Ahmad Musthafa Al-Maraghi, hukum dibuat dan diundangkan untuk kepentingan manusia yang berubah seiring dengan perubahan kondisi, situasi, waktu dan tempat.²³ Agar hukum dapat memenuhi

²³ Ahmad Musthafa Al-Maraghi dalam Abdul Manan, *Aspek-Aspek Pengubah Hukum*, Jakarta: Kencana Prenada Media, 2005, hal.4.

kepentingan manusia maka hukum harus berubah pula sesuai dengan kondisi zaman.²⁴

Perubahan hukum memiliki dua pandangan yaitu tradisional dan modern. Menurut pandangan tradisional, hukum berkembang mengikuti kejadian-kejadian yang terjadi dalam suatu tempat dan selalu berada di belakang peristiwa yang terjadi itu sehingga bersifat pasif.²⁵ Sedangkan pandangan modern berpendapat hukum tidak hanya bersifat pasif akan tetapi hukum harus aktif tampil secara bersamaan dengan peristiwa yang terjadi, bahkan kalau perlu hukum harus tampil dahulu baru peristiwa mengikuti.²⁶

E. Teori Sistem Hukum

Adapun yang dimaksud dengan sistem hukum adalah suatu susunan atau tatanan yang diatur, suatu keseluruhan terdiri atas bagian-bagian yang berkaitan satu sama lain, tersusun menurut suatu rencana atau pola, hasil dari suatu pemikiran, untuk mencapai suatu tujuan tertentu.²⁷ Bagian-bagian yang terdapat dalam sistem hukum adalah struktur hukum, substansi hukum dan budaya hukum.²⁸ Menurut Lawrence M. Friedman yang dimaksud dengan unsur-unsur sistem hukum tersebut adalah:²⁹

1. Struktur hukum, yaitu keseluruhan institusi-institusi hukum yang ada beserta aparatnya, mencakupi antara lain kepolisian dengan para polisinya, kejaksaan dengan jaksanya, pengadilan dengan hakimnya, dan lain-lain.
2. Substansi hukum yaitu keseluruhan aturan hukum, norma hukum dan asas hukum, baik yang tertulis maupun tidak tertulis, termasuk putusan pengadilan.
3. Budaya hukum, yaitu opini-opini, kepercayaan-kepercayaan (keyakinan-keyakinan), kebiasaan-kebiasaan, cara berpikir, dan cara bertindak, baik dari

²⁴ *Ibid.*

²⁵ *Ibid.*, hal.7.

²⁶ *Ibid.*, hal.8.

²⁷ Soemali, *Asas dan Sistem Hukum*, <http://soemali.dosen.narotama.ac.id/files/2011/08/Asas-dan-Sistem-Hukum.ppt>, diakses tanggal 4 Juni 2013.

²⁸ Lawrence M. Freidman, *Sistem Hukum Perspektif Ilmu Sosial*, Jakarta: Nusa Media, 2011, hal.17.

²⁹ *Ibid.*, hal.13-19.

para penegak hukum maupun dari warga masyarakat, tentang hukum dan berbagai fenomena yang berkaitan dengan hukum.

III. ANALISIS

A. Bentuk Advokasi Hukum LPKSM

Peraturan perundang-undangan di Indonesia umumnya tidak secara tegas membuat pembatasan pengertian dan lingkup advokasi, termasuk UU Perlindungan Konsumen. Dalam UU Perlindungan Konsumen hanya diatur advokasi sebagai bagian dari salah satu hak konsumen dan tidak diberikan penjelasan lebih lanjut tentang advokasi tersebut. Peraturan pelaksana dari UU Perlindungan Konsumen yaitu PP LPKSM juga tidak mengatur secara tegas tentang advokasi. Pasal 7 PP LPKSM, hanya mengatur bahwa dalam menjalankan tugasnya membantu memperjuangkan hak konsumen, LPKSM dapat melakukan advokasi atau pemberdayaan terhadap konsumen.

Kondisi di atas berbanding terbalik dengan pendapat ahli yang banyak mengungkap advokasi. Pendapat ahli ini tentunya dapat dijadikan acuan untuk mengetahui apa yang dimaksudkan dengan advokasi. Berdasarkan pengertian advokasi yang diungkapkan para ahli maka dapat diketahui bahwa advokasi adalah segala upaya pengerahan sumber daya untuk membela, memajukan, bahkan mengubah tatanan kebijakan, kedudukan atau program dari berbagai macam institusi. Adapun bentuk sumber daya yang dikerahkan dalam rangka advokasi adalah:

1. Organisasi-organisasi demokratis yang kuat yang dibentuk dengan memanfaatkan potensi kekuatan sosial dan politik yang tersedia, seperti menggunakan pengaruh kekuatan tokoh masyarakat, institusi keagamaan, institusi kepemudaan, kekuatan partai politik dan demonstrasi.
2. Organisasi akar rumput yang kuat dan pemberian pendidikan serta pemberdayaan untuk meningkatkan kesadaran politik masyarakat sehingga dapat menjadi pembela-pembela yang efektif.
3. Penggunaan mekanisme formal institusi hukum dan struktur administrasi yang ada, seperti kepolisian, kejaksaan dan pengadilan.

LPKSM tentunya dapat dimasukkan ke dalam kategori sumber daya yang pertama karena biasanya yang tertarik untuk mendirikan LPKSM adalah tokoh masyarakat yang peduli dengan permasalahan konsumen. Mereka biasanya dari golongan pengacara, akademisi, tokoh adat dan agama, seperti Lembaga Bantuan Hukum (LBH) dan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI).

YLKI merupakan cikal bakal adanya LPKSM terdapat di Jakarta dan tersebar pula di beberapa daerah di Indonesia. YLKI umumnya didirikan dan diurus oleh para akademisi dan aktivis-aktivis perlindungan konsumen. Sedangkan LBH yang khusus melindungi konsumen didirikan oleh para pengacara-pengacara yang tertarik pada usaha perlindungan terhadap konsumen. Untuk LPKSM yang mewakili kelompok masyarakat tertentu biasanya didirikan oleh orang-orang terpandang dalam organisasi tersebut. Para pendiri dan pengurus ini memiliki potensi kekuatan secara sosial dan politik sehingga dapat menjadi sumber daya dalam melakukan kegiatan advokasi.

Dari beberapa pendapat para ahli berkaitan dengan LPKSM dapat diketahui juga bahwa bentuk aktivitas yang dilakukan dalam rangka advokasi secara garis besar meliputi:

1. Lobi untuk mempengaruhi secara langsung pembuat kebijakan.
2. Pemberian pendidikan serta pemberdayaan untuk meningkatkan kesadaran politik masyarakat sehingga dapat menjadi pembela-pembela yang efektif.
3. Bekerjasama dengan orang lain dan organisasi lain dalam rangka membangun dukungan.
4. Mencari solusi terhadap suatu permasalahan.
5. Memberikan informasi.
6. Membela, memajukan, bahkan mengubah tatanan dengan menggunakan jalur pengadilan dan di luar pengadilan.
7. Mengikutsertakan masyarakat di dalam proses pengambilan keputusan yang mempengaruhi kehidupan mereka.

Berkaitan dengan kegiatan advokasi di atas maka kegiatan LPKSM yang dapat digolongkan

dalam bentuk lobi adalah kegiatan demonstrasi yang dilakukan LPKSM dalam upaya memperjuangkan nasib konsumen, seperti demonstrasi yang dilakukan oleh LPKSM Kujang Nusantara menuntut pencabutan izin perusahaan leasing.³⁰ Kegiatan demonstrasi biasanya dilakukan setelah adanya kasus pelanggaran hak konsumen. Demonstrasi merupakan kegiatan yang efektif menarik perhatian umum termasuk pembuat kebijakan karena dilakukan secara berkelompok dengan berbagai atribut yang menarik perhatian. Akan tetapi, demonstrasi juga memiliki potensi untuk terjadinya tindakan anarki atau pemanfaatan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.

Lobi juga dapat dilakukan dalam kondisi tidak ada pengaduan dari konsumen, contohnya upaya LPKSM memberi masukan dan mengajukan rancangan peraturan dalam rangka memperbaiki kebijakan perlindungan konsumen baik skala lokal yaitu terkait dengan peraturan daerah maupun berskala nasional terkait dengan revisi UU Perlindungan Konsumen dan peraturan terkait lainnya. Keterlibatan YLKI pada proses pembuatan UU Perlindungan Konsumen dapat dijadikan contoh lobi seperti ini.

Permasalahannya adalah kontribusi LPKSM dalam memberi masukan bagi perubahan kebijakan dewasa ini masih sangat terbatas terutama berkaitan dengan perubahan kebijakan lokal. Hal ini terbukti masih terbatasnya peraturan daerah terkait masalah perlindungan konsumen. Sedangkan secara nasional, masukan untuk perubahan kebijakan umumnya datang dari Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). Masukan dari BPKN dapat mewakili LPKSM karena komisioner badan ini salah satunya menurut Pasal 36 UU Perlindungan Konsumen, berasal dari LPKSM.

Pemberian pendidikan merupakan kegiatan advokasi agar konsumen mengetahui haknya dan lebih berhati-hati, seperti mengenai pentingnya mengecek tanggal *expired* barang

³⁰ LPKSM Paksa Bubarkan Leasing, <http://www.radar-karawang.com/2013/01/lpksm-paksa-bubarkan-leasing.html>, diakses tanggal 7 Oktober 2014.

sebelum membeli. Kegiatan pendidikan ini berkaitan dengan kegiatan advokasi lainnya yaitu pemberian informasi karena dalam aktifitas pendidikan pengajar akan menyampaikan berbagai informasi. Berkaitan dengan advokasi hukum, informasi yang disampaikan dapat berupa peraturan perundang-undangan terkait perlindungan konsumen. Pemberian informasi dan pendidikan oleh LPKSM tentunya akan dapat menanamkan kesadaran masyarakat berkaitan dengan hak-haknya sebagai konsumen. Menurut Soejono Soekanto, Upaya penanaman kesadaran merupakan salah satu cara yang efektif dalam mengubah budaya masyarakat terutama masyarakat bawah.³¹

Permasalahannya adalah media pendidikan dan penyampaian informasi yang dapat dimanfaatkan oleh LPKSM untuk melakukan advokasi masih sangat terbatas. Meski ada beberapa LPKSM yang mengeluarkan majalah perlindungan konsumen, sifatnya tidak tetap karena biasanya terkendala masalah pendanaan. Sebagai perbandingan di India, hampir 50% LPKSM pada 2 kota besar di India (Dakshina Kannada dan Udupi) menerbitkan buletin atau majalah berkala terkait perlindungan konsumen.³²

Perkembangan terbaru, pemerintah (Kementerian Perdagangan) telah memiliki *website* perlindungan konsumen yang dapat memberikan informasi terbaru tentang perlindungan konsumen. Keberadaan *website* ini tentunya sangat baik terutama untuk masyarakat perkotaan. Namun belum semua masyarakat melek teknologi, oleh sebab itu media konvensional seperti majalah dan brosur, tetap perlu dikembangkan.

Kegiatan advokasi hukum selanjutnya berkaitan dengan kerjasama. LPKSM tidak dapat hanya mengandalkan sumber daya para pendiri maupun pengurus dalam melakukan advokasi karena advokasi sebagai upaya penerahan sumber daya untuk membela, memajukan, bahkan mengubah tatanan kebijakan, kedudukan atau program dari

³¹ Soejono Soekanto, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi*, hal.66.

³² Abbokar Siddiq, *The Role of Voluntar*, hal.552-553.

berbagai macam institusi tentunya bukanlah merupakan perkara yang mudah.

Beberapa LPKSM menyadari dalam membangun kekuatan advokasi perlindungan konsumen perlu menjalin kerjasama perlindungan dengan organisasi-organisasi akar rumput, seperti: karang taruna, Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) dan sekolah-sekolah. Kerjasama dengan organisasi akar rumput dilakukan sebagai upaya preventif atau pencegahan di bidang perlindungan konsumen. Kerjasama dibangun dalam bentuk pendidikan, sosialisasi dan pemberian informasi mendasar terkait peraturan, tanda kadaluarsa, hak-hak konsumen serta tindakan yang dapat diambil apabila hak-hak mereka sebagai konsumen dilanggar.

Kerjasama dengan organisasi akar rumput memiliki banyak keuntungan dalam rangka meningkatkan perlindungan kepada konsumen. Keuntungan pertama adalah jumlah mereka yang sangat banyak dan tersebar sampai ke pelosok-pelosok, sehingga apabila LPKSM dapat menjalin hubungan baik dengan organisasi akar rumput ini maka sangat membantu penyebarluasan perlindungan konsumen sampai ke daerah-daerah terpencil. Selain itu, anggota organisasi akar rumput memiliki latar belakang usia, pendidikan dan ekonomi yang beragam sehingga apabila LPKSM mampu menjalin hubungan baik dengan berbagai kalangan yang ada dalam organisasi ini maka perlindungan konsumen akan mencapai banyak kalangan.

Dampak jangka panjang dari membangun hubungan baik dengan organisasi akar rumput ini adalah berbagai kalangan masyarakat akan menyadari hak-haknya dan dapat terlebih dahulu memperjuangkannya sendiri. Apabila perjuangan mereka mengalami kebuntuan, mereka juga dapat mengetahui pihak-pihak yang dapat mereka hubungi untuk membantu memperjuangkan hak mereka yang telah dilanggar dengan mengutamakan jalur-jalur non litigasi terlebih dahulu dan kemudian jalur litigasi.

Beberapa LPKSM juga telah mengembangkan kerjasama dengan pemerintah. Kerjasama ini akan dapat membantu LPKSM dalam meningkatkan

kualitas sumber daya. Permasalahannya adalah pembinaan terhadap sumber daya pemerintah yang menguasai masalah perlindungan konsumen masih sangat kurang terutama di daerah ditambah lagi dengan masalah desentralisasi yang membuat kekuasaan pemerintah daerah sangat kuat sehingga mampu memutasi pegawai termasuk pegawai yang telah memiliki kemampuan tentang perlindungan konsumen, terkadang dipindahkan ke bidang lain.³³ Sehingga dalam rangka pembinaan sumber daya LPKSM tentunya menjadi tidak maksimal apabila dilakukan oleh pegawai yang tidak ahli dibidangnya. Berkaitan dengan masalah bantuan keuangan, sangat sulit bagi LPKSM mengharapkan bantuan kepada pemerintah. Untuk mendirikan BPSK saja tidak semua pemerintah daerah kabupaten/kota berkenan. Kondisi ini menunjukkan bahwa kesadaran terhadap masalah perlindungan konsumen masih sangat kurang terutama bagi pemerintah daerah.

Antara LPKSM juga perlu melakukan kerjasama yang dapat dikembangkan dalam pertemuan rutin yang difasilitasi oleh pemerintah. Kerjasama ini penting untuk dibangun dalam rangka mempermudah tukar menukar informasi, sumber daya, sosialisasi, menghindari benturan dan saling curiga antar LPKSM serta mengalang kekuatan LPKSM dalam usaha merubah kebijakan pemerintah yang merugikan konsumen.

Kegiatan advokasi selanjutnya berupa upaya mencari solusi terhadap suatu permasalahan berkaitan dengan aktivitas dari LPKSM dalam menerima keluhan dan pengaduan. Kegiatan ini merupakan bagian dari kegiatan advokasi hukum yang dapat dilakukan di dalam maupun di luar pengadilan. Kegiatan keempat ini ada hubungannya dengan kegiatan keenam berupa upaya membela, memajukan, bahkan mengubah tatanan dengan menggunakan jalur pengadilan (litigasi) dan di luar pengadilan (non litigasi).

Tugas LPKSM yang dapat dikategorikan sebagai advokasi litigasi adalah membantu konsumen memperjuangkan haknya dengan cara

³³ Hasil wawancara dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Kalimantan Selatan yang dilakukan dalam rangka kegiatan pemantauan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen oleh Bagian Pemantauan UU Setjen DPR RI Tanggal 19-23 Mei 2014.

beracara di pengadilan. Bentuk kegiatan advokasi hukum di dalam pengadilan setidaknya melalui gugatan perdata dan pidana, gugatan *class action*, upaya *legal standing* dan *judicial review*. Dalam perkara pidana dan perdata, LPKSM berperan sebagai kuasa hukum konsumen dalam melakukan upaya hukum tersebut. YLKI sebagai bagian dari LPKSM pernah terlibat dalam gugatan *class action* melawan PT PLN karena pemadaman listrik di wilayah Jawa Bali (1997),³⁴ kemudian melawan PT Telkom atas penentuan tarif yang tidak fair, serta melawan PT PALYJA JAYA karena buruknya kualitas air yang diterima pelanggan.³⁵ Dalam *class action*, LPKSM akan berperan sebagai wakil dari konsumen yang dirugikan.

LPKSM juga dapat bertindak atas namanya sendiri dan tidak mewakili konsumen yang dirugikan melalui mekanisme *legal standing*. Adapun yang menjadi dasar hukum bagi LPKSM melakukan *legal standing* adalah Pasal 46 huruf c UU Perlindungan Konsumen. Pasal ini juga memberikan persyaratan bagi LPKSM yang akan melakukan *legal standing*, yaitu:

1. LPKSM yang berbentuk badan hukum atau yayasan;
2. anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen; dan
3. telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya. *Legal standing* adalah hak gugat dari seseorang, sekelompok orang atau organisasi.³⁶

Legal standing merupakan kelanjutan dari tugas pengawasan terhadap perlindungan konsumen, dimana LPKSM menemukan kegiatan-kegiatan yang terindikasi merugikan konsumen, maka menurut UU Perlindungan Konsumen, LPKSM dapat mengajukan

gugatan. *Legal standing* pernah diajukan oleh LSM anti rokok yang tergabung dalam Tim Advokasi Hukum Korban Iklan Rokok (TAHKIR), termasuk YLKI didalamnya.³⁷ *Legal standing* diajukan terkait jam tayang dan iklan rokok, yang bertentangan dengan PP No. 38 Tahun 2000 tentang Perubahan PP No. 81 Tahun 1999 tentang Pengamanan Rokok bagi Kesehatan; UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers dan UU Perlindungan Konsumen.³⁸ Gugatan ini didaftarkan di Pengadilan Negeri Jakarta Selatan tahun 2002.³⁹

LPKSM dapat juga mengajukan *judicial review* kepada mahkamah konstitusi, seperti Yayasan Lembaga Konsumen Asuransi Indonesia (YLKAI) yang melakukan permohonan *judicial review* atas UU No. 37 Tahun 2004 tentang Kepailitan dan Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang (PKPU) pada tahun 2004.⁴⁰

Jalur non litigasi merupakan jalur penyelesaian sengketa di luar pengadilan. Dalam menggunakan jalur non litigasi ini selain dengan berusaha terlebih dahulu memperjuangkan nasibnya sendiri dan setelah menemui jalan buntu konsumen dapat berkonsultasi atau meminta nasihat dari LPKSM. Sehingga konsumen memiliki kemampuan negosiasi yang baik dan seimbang dengan pelaku usaha. Namun apabila diperlukan peranan LPKSM dalam prakteknya dapat menjadi mediator antara konsumen dan pelaku usaha. Sebagai mediator, LPKSM akan memfasilitasi pihak-pihak yang bersengketa.

LPKSM yang secara aktif membantu konsumen memperjuangkan haknya melalui upaya alternatif penyelesaian sengketa di luar pengadilan, seperti yang dilakukan oleh Yayasan Konsumen Surabaya-Jawa Timur (YKS-Jatim).⁴¹

³⁴ Soemali, *Gugatan Kelompok*, <http://soemali.dosen.narotama.ac.id/files/2011/08/Gugatan-Kelompok.ppt>, diakses tanggal 4 Juni 2013.

³⁵ Yulati, *Pemberdayaan Konsumen Berkaitan dengan Hak Konsumen Air Minum (PDAM) di Kota Malang*, Makalah Workshop dengan Komisi D DPRD Kota Malang, 9 Juli 2008, <http://ayobelajarhaki.wordpress.com/>, diakses tanggal 13 Juni 2006.

³⁶ Soemali, *Gugatan Kelompok*.

³⁷ *Gugatan LSM Anti Rokok atas Iklan Rokok Bermasalah Segera Disidangkan*, <http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol6057/gugatan-lsm-anti-rokok-atas-iklan-rokok-bermasalah-segera-disidangkan>, diakses tanggal 17 Oktober 2014.

³⁸ *Ibid.*

³⁹ *Ibid.*

⁴⁰ Perkara MK No. 071/PUU-II/2004.

⁴¹ Hermastoeti, *Model Advokasi Pemberdayaan Konsumen di Propinsi Jawa Timur*, Adil Jurnal Hukum, Vol. 1 No. 3, 2010, hal.242.

Adapun bentuk penyelesaian sengketa yang dilakukan oleh YKS-Jatim adalah dengan cara mengirimkan pemberitahuan kepada pelaku usaha bahwasanya telah terjadi pelanggaran terhadap konsumen, apabila mendapat tanggapan positif dari pelaku usaha maka YKS-Jatim akan menjadi mediator penyelesaian masalah. Namun apabila mendapat respon negatif dari pelaku usaha maka YKS-Jatim akan menyarankan kepada konsumen untuk menyelesaikan masalahnya ke BPSK.

Keberadaan YKS-Jatim sebagai mediator menunjukkan bahwa proses yang mereka jalani adalah proses mediasi. Mediasi menurut Pasal 1 angka 10 UU No. 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Penyelesaian Sengketa Alternatif (UU No. 30 Tahun 1999), merupakan salah satu bentuk penyelesaian sengketa di luar pengadilan khusus masalah perdata. Upaya mediasi yang dilakukan terlebih dahulu oleh LPKSM ini tentunya sangat membantu berbagai pihak terutama konsumen dan produsen karena akan membantu penyelesaian secara cepat dan murah. BPSK dan pengadilan juga akan terbantu karena tidak terjadi penumpukan kasus.

Saat ini gugatan konsumen yang masuk ke BPSK cukup banyak. Selain itu tidak seluruh daerah memiliki BPSK. Berdasarkan data dari Kementerian Perdagangan, baru terdapat 124 BPSK dengan rincian memiliki anggota dan sekretariat 58, hanya anggota 12, belum mempunyai anggota dan sekretariat 54.⁴² Sedangkan jumlah kabupaten dan kota seluruh Indonesia saat ini mencapai 514.⁴³ Menurut Kementerian Perdagangan terdapat tiga kendala yang dihadapi oleh BPSK yaitu tidak mempunyai kewenangan eksekutorial, kemampuan sumber daya manusia yang terbatas dan pendanaan sangat bergantung kepada kebijakan masing-masing daerah.⁴⁴

Permasalahannya adalah tidak ada aturan yang jelas dalam peraturan perundang-

undangan konsumen terkait dengan Penyelesaian Sengketa Alternatif yang dapat dilakukan oleh LPKSM. Beda halnya dengan BPSK yang diberikan tugas dan kewenangan secara langsung melakukan mediasi atau arbitrase atau konsiliasi berdasarkan Pasal 52 UU Perlindungan Konsumen. Akibatnya beberapa pihak memperlakukan upaya mediasi yang dilakukan oleh beberapa LPKSM.

Sedangkan bentuk kegiatan advokasi terakhir adalah mengikutsertakan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan yang mempengaruhi kehidupan mereka. Kegiatan ini sebetulnya telah tergambarkan dari proses pendirian LPKSM yang didirikan oleh masyarakat dan dari peran aktif sejumlah LPKSM membantu konsumen memperjuangkan haknya melalui upaya alternatif. Analisa bentuk advokasi hukum LPKSM menunjukkan bahwa advokasi hukum penyelesaian sengketa di luar pengadilan, seperti pada proses negosiasi dan mediasi sesungguhnya para pihak termasuk masyarakat bersengketalah yang berhak mengambil keputusan.

B. Upaya Memperkuat Advokasi Hukum oleh LPKSM

Analisa bentuk advokasi hukum LPKSM menunjukkan bahwa advokasi hukum yang telah dilakukan oleh LPKSM sangat bermanfaat bagi upaya peningkatan perlindungan konsumen di Indonesia. Untuk itu perlu adanya upaya untuk meningkatkan peran LPKSM dalam pemberian advokasi, salah satu upaya yang perlu dilakukan yakni dengan melakukan perubahan terhadap aturan tentang advokasi dalam hukum perlindungan konsumen.

Perubahan hukum memiliki dua pandangan yaitu tradisional dan modern. Menurut pandangan tradisional, hukum berkembang mengikuti kejadian-kejadian yang terjadi dalam suatu tempat dan selalu berada di belakang peristiwa yang terjadi itu sehingga bersifat pasif.⁴⁵ Sedangkan pandangan modern berpendapat hukum tidak hanya bersifat pasif akan tetapi hukum harus aktif tampil secara bersamaan

⁴² Direktorat Jenderal Standarisasi dan Perlindungan Konsumen, Kementerian Perdagangan, *Pelaksanaan Kebijakan Perlindungan*.

⁴³ *Daftar Kabupaten dan Kota di Indonesia*, http://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_kabupaten_dan_kota_di_Indonesia, diakses tanggal 16 Oktober 2014.

⁴⁴ Direktorat Jenderal Standarisasi dan Perlindungan Konsumen, Kementerian Perdagangan, *Pelaksanaan Kebijakan Perlindungan*.

⁴⁵ Abdul Manan, *Aspek-Aspek Pengubah Hukum*, hal.7.

dengan peristiwa yang terjadi, bahkan kalau perlu hukum harus tampil dahulu baru peristiwa mengikuti.⁴⁶ Perubahan hukum sehubungan dengan kejelasan tugas advokasi yang dilakukan oleh LPKSM menggunakan pandangan modern dengan menggabungkan sisi pasif dan aktif.

Perubahan hukum terjadi secara pasif apabila ditinjau dari 3 komponen yang mengalami perubahan hukum menurut Lawrence M. Freidman. Adapun 3 komponen tersebut adalah struktur, materi dan budaya hukum.⁴⁷ Struktur hukum lembaga peradilan dan BPSK memperlihatkan keterbatasan sumber daya dalam menyelesaikan berbagai kasus sengketa konsumen. Sedangkan materi hukum memperlihatkan adanya ketidakjelasan aturan tentang advokasi dalam peraturan perundang-undangan terkait perlindungan konsumen. Selanjutnya budaya masyarakat memperlihatkan juga pengetahuan terbatas terhadap hukum perlindungan konsumen, sedangkan peradilan di Indonesia menganut asas fiksi hukum.⁴⁸ Asas ini memandang setiap orang mengetahui hukum tanpa kecuali.⁴⁹

Perubahan UU Perlindungan Konsumen dan PP LPKSM juga bersifat aktif jika ditinjau dari politik hukum perlindungan konsumen yang menitikberatkan kepada aktifitas pendidikan dan pemberdayaan menyangkut hak konsumen. Politik hukum ini terlihat dari dasar menimbang UU Perlindungan Konsumen. Sehingga apabila politik hukum ini terus dikembangkan maka diharapkan masyarakat ke depannya akan memahami hak-haknya sebagai konsumen. Pentingnya pendidikan dan pemberdayaan terhadap konsumen terlihat

hasil penelitian yang dilakukan oleh Windayani Agustina⁵⁰ dan hasil kajian dari Herwastoeti.⁵¹

Pendidikan dan pemberdayaan kepada konsumen tentunya akan meningkatkan pengetahuan masyarakat sehubungan haknya sebagai konsumen. Sehingga keberhasilan kegiatan ini akan berimbas pada kenaikan jumlah sengketa konsumen dikemudian hari. Untuk mengantisipasi kondisi ini maka keberadaan LPKSM perlu dikembangkan untuk dapat membantu lembaga peradilan menyelesaikan sengketa konsumen di luar peradilan. Permasalahan struktur hukum, materi hukum, budaya hukum dan politik hukum advokasi LPKSM menunjukkan perlu dilakukan perubahan terhadap peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen terkait fungsi advokasi LPKSM. Berdasarkan Pasal 7 ayat (1) UU No. 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan, jenis dan hirarki peraturan perundang-undangan terdiri atas:

- a. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- b. Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat;
- c. Undang-Undang/Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang;
- d. Peraturan Pemerintah;
- e. Peraturan Presiden;
- f. Peraturan Daerah Provinsi; dan
- g. Peraturan Daerah Kabupaten/Kota.

UU merupakan jenis peraturan perundang-undangan yang paling tepat diubah berkaitan dengan tugas advokasi LPKSM karena bersifat nasional dan pedoman bagi peraturan di bawahnya. Selain itu materi pengaturan dalam UU juga lebih luas dibandingkan aturan di bawahnya. Adapun materi yang perlu dimuat dalam UU Perlindungan Konsumen terkait advokasi hukum oleh LPKSM adalah:

⁴⁶ *Ibid.*, hal.8.

⁴⁷ Lawrence M. Freidman, *Sistem Hukum Perspektif*, hal.15-17.

⁴⁸ *Menjadikan Fiksi Hukum Tak Sekedar Fiksi*, <http://www.hukumonline.com/berita/baca/lt4ffe7ed9ac70f/menjadikan-fiksi-hukum-tak-sekadar-fiksi>, diakses tanggal 9 Januari 2013.

⁴⁹ *Fiksi Hukum Harus Didukung Sosialisasi Hukum*, <http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol19115/fiksi-hukum-harus-didukung-sosialisasi-hukum->, diakses tanggal 8 Januari 2013.

⁵⁰ Windayani Agustina, *Peran dan Fungsi Yayasan Lembaga Konsumen dalam Memberikan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen (Studi di Yayasan Lembaga Konsumen Malang)*, Tesis, Universitas Muhammadiyah Malang, 2006.

⁵¹ Herwastoeti, *Model Advokasi Pemberdayaan*.

1. Pengertian Advokasi

Berdasarkan pendapat para ahli, kegiatan advokasi LPKSM yang ada selama ini telah menjadi bagian dari advokasi. Hanya saja sumber daya yang dikerahkan masih terbatas sebagai organisasi demokratis yang kuat. Oleh sebab itu sumber daya LPKSM harus diperkuat dengan sumber daya dalam bentuk organisasi akar rumput yang memberikan pendidikan dan pemberdayaan untuk meningkatkan kesadaran politik masyarakat sehingga dapat menjadi pembela yang efektif.

Organisasi akar rumput tentunya merupakan sumber daya di luar LPKSM itu sendiri yang awalnya di advokasi oleh suatu LPKSM kemudian membentuk jaringan dalam upaya melaksanakan kegiatan perlindungan konsumen. Sehingga pengertian yang paling tepat dari advokasi adalah segala upaya penerahan sumber daya baik di dalam maupun di luar LPKSM untuk membela, memajukan, bahkan mengubah tatanan kebijakan, kedudukan atau program dari berbagai macam institusi.

2. Jenis Advokasi

Advokasi menurut teorinya terbagi atas hukum dan non hukum. Perbedaan antara keduanya adalah latar belakang dari pemberi advokasi. Untuk Advokasi hukum dilakukan oleh orang yang memiliki latar belakang hukum atau bisa juga penegak hukum. LPKSM seperti ini dalam prakteknya banyak, biasanya LPKSM yang berlatar belakang LBH.

Advokasi hukum ini perlu untuk di klasifikasikan secara khusus karena advokasi ini memerlukan keterampilan khusus, seperti kemampuan terhadap peraturan perundang-undangan, proses hukum, mediasi, penyuluhan dan pendidikan hukum. Apabila advokasi hukum dilakukan oleh sembarangan orang atau orang yang tidak mengerti hukum, tentunya malah akan merugikan konsumen. Seperti gugatan yang tidak tepat yang diajukan konsumen kepada BPSK justru dapat menyebabkan konsumen kalah dalam berperkara di BPSK. Untuk menjaga supaya advokasi hukum dilakukan oleh orang-orang yang mengerti hukum maka UU Perlindungan

konsumen hendaknya memberi sanksi kepada LPKSM yang advokasi hukumnya tidak dijalankan oleh orang hukum.

3. Kegiatan dalam rangka Advokasi Hukum a. Lobi

Dalam istilah hukum lobi adalah upaya untuk menyampaikan pendapat, Indonesia memiliki aturan tentang penyampaian pendapat dimuka umum, yaitu UU No. 9 Tahun 1998 tentang Kemerdekaan Menyampaikan Pendapat dimuka umum. Untuk mencegah supaya terjadinya tindakan anarki atau pemanfaatan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab, maka LPKSM perlu juga mengetahui produk perundang-undangan terkait tata cara penyampaian pendapat di muka umum selain perundang-undangan terkait perlindungan konsumen.

Begitu juga terkait peran aktif LPKSM dalam memberikan masukan sehubungan dengan perbaikan produk peraturan perundang-undangan, tentunya LPKSM harus memiliki pengetahuan tentang produk peraturan perundang-undangan yang ingin dirubah dan UU No. 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan. Sosialisasi peraturan perundang-undangan ini tentunya yang paling tepat melakukannya adalah pemerintah karena memiliki aparat sampai ke daerah-daerah. Fungsi ini telah diatur dalam Pasal 5 PP No. 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen (PP No. 58 Tahun 2001).

Akan tetapi sampai sekarang, pengetahuan sumber daya LPKSM tentang peraturan perundang-undangan perlindungan konsumen masih sangat kurang. Kondisi ini menunjukkan kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah. Hal ini disebabkan oleh kurangnya kemampuan dari aparat pemerintah sendiri tentang produk perundang-undangan terkait perlindungan konsumen karena UU terkait perlindungan konsumen memang cukup banyak, belum lagi masalah pendanaan dan desentralisasi. Kondisi ini menurut Soejono Soekanto merupakan salah satu faktor sarana

dan prasarana yang dapat mempengaruhi penegakan hukum.⁵²

Selain pengetahuan tentang peraturan perundang-undangan, LPKSM tentunya harus memiliki pengalaman tentang praktek perlindungan konsumen sebagai dasar sosial memberikan masukan dalam perundang-undangan. Selain itu, kemampuan sumber daya LPKSM untuk mempengaruhi orang lain tentunya juga harus baik. Oleh sebab itu berkaitan dengan lobi dalam upaya mengubah kebijakan hanya dapat dilakukan oleh LPKSM yang telah memiliki pengalaman dalam bidang perlindungan konsumen. Oleh sebab itu tidak mengherankan apabila LPKSM yang aktif dalam rangka memberikan masukan sehubungan perubahan UU Perlindungan Konsumen hanya YLKI karena mereka memang telah lama berdiri, berpengalaman dalam melindungi konsumen dan telah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat.

Kondisi ini bisa diperbaiki apabila pemerintah serius melakukan pembinaan terhadap LPKSM. Pembinaan LPKSM harusnya dengan program jangka panjang yaitu bagaimana usaha mempertahankan LPKSM supaya dapat bertahan dalam melakukan perlindungan terhadap konsumen. Untuk mendukung fungsi pembinaan terhadap LPKSM maka UU perlindungan konsumen hendaknya dapat mengatur pemberian insentif terhadap LPKSM atau individu yang berjasa dalam rangka perlindungan konsumen.

Sedangkan untuk mencegah pemanfaatan lobi kuratif dalam bentuk demo oleh pihak yang tidak bertanggung jawab maka pengawasan terhadap LPKSM perlu ditingkatkan. Pada Pasal 5 PP No. 59 Tahun 2001, sanksi yang diberikan kepada LPKSM yang tidak melakukan kegiatan perlindungan konsumen hanyalah dalam bentuk pembatalan pendaftaran. Padahal tanpa mendaftarkan LPKSM masih dapat beroperasi. Oleh sebab itu UU Perlindungan Konsumen haruslah mengatur sanksi yang tegas terhadap orang-orang yang memanfaatkan masalah perlindungan konsumen dalam rangka memperoleh keuntungan pribadi atau golongan tertentu saja.

b. Pendidikan dan Informasi

Berkembangnya tingkat pendidikan masyarakat membuat rasa keingintahuan yang begitu besar terutama masyarakat perkotaan. Sehubungan dengan perkembangan ini, LPKSM dapat menjalankan fungsi advokasi penyampaian informasi dengan lebih aktif menulis diberbagai media mengenai perkembangan pelanggaran hak konsumen dewasa ini.

Oleh sebab itu dalam rangka pengembangan advokasi hukum dalam bentuk pendidikan dan pemberian informasi, pemerintah perlu memfasilitasi pemberian media bagi LPKSM baik cetak maupun elektronik dalam rangka perlindungan konsumen. Media ini dapat dimanfaatkan oleh pemerintah (BPKN) untuk menyosialisasikan peraturan terkait perlindungan konsumen dan penyebaran informasi LPKSM bermasalah.

Terhadap pelaku usaha perlu diwajibkan untuk memiliki media untuk menginformasikan produk atau barang yang dihasilkannya. Informasi dalam media tersebut dapat berupa keuntungan penggunaan produk, cara penggunaan, dampak negatif apabila penggunaan produk tidak sesuai dengan aturan. Keberadaan media ini dapat juga sebagai sarana promosi dari pelaku usaha. Kewajiban ini perlu diatur dalam UU untuk menekan pelaku usaha karena kewajiban ini akan berdampak pada sejumlah biaya yang harus dikeluarkan pelaku usaha. Apabila tidak diatur secara tegas kemungkinan hal ini tidak akan terealisasi dengan baik.⁵³

c. Kerjasama

Kerjasama dengan organisasi akar rumput haruslah dikembangkan dengan cara membangun konsep kemandirian dari organisasi ini sendiri dan membangun sumberdaya baru sehingga dapat berdiri sebagai LPKSM yang baru dan dapat menularkan informasi perlindungan sampai ke lingkungan masyarakat yang terkecil dan terpencil.

Untuk mendorong kerjasama antara LPKSM dengan organisasi akar rumput maka tugas kerjasama LPKSM yang diatur dalam Pasal

⁵² Soejono Soekanto, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi*, hal. 37.

⁵³ Suraiya Ishak, Ahmad Rafli Che Omar & Amira Azmi, *Kebertanggungjawaban Peniaga terhadap Pengguna: Kes Pemiagaan Makanan Berpremis*, Proceedings hal. 593.

44 ayat (3) UU Perlindungan Konsumen harus dikembangkan. Pasal ini hanya mendorong LPKSM bekerjasama dengan instansi pemerintah, harusnya ditambahkan juga kerjasama dengan organisasi kemasyarakatan dan LPKSM lain. UU juga dapat mengatur supaya LPKSM memiliki asosiasi, fungsi organisasi utama ini nantinya dapat mengatur dan meningkatkan kerjasama antar LPKSM, LPKSM dengan organisasi kemasyarakatan terkait, LPKSM dengan instansi. Selain itu organisasi juga dapat membentuk sebuah kode etik yang dapat jadi pedoman LPKSM dalam melakukan advokasi dan memudahkan pengawasan serta penindakan terhadap LPKSM bermasalah.

Sebagai perbandingan, Malaysia telah memiliki asosiasi lembaga perlindungan konsumen yang dikenal dengan *the Federation of Malaysian Consumer Associations (FOMCA)*. FOMCA berdiri semenjak tahun 1973 dengan tujuan untuk memperkuat posisi lembaga perlindungan konsumen dan supaya tuntutan mereka berkaitan dengan perlindungan terhadap hak konsumen dapat didengar.⁵⁴ Malaysia tidak hanya memiliki FOMCA akan tetapi juga ERA Consumer Malaysia yang fokus mengurus penelitian, pendidikan, isu konsumen dan HAM.

Asosiasi ini juga dapat membantu pemerintah dalam mengembangkan kualitas sumber daya LPKSM. Bantuan-bantuan terhadap LPKSM dapat dipusatkan kepada organisasi ini untuk kemudian disalurkan oleh organisasi kepada LPKSM daerah yang membutuhkan. Sehingga LPKSM tidak terlalu bergantung kepada pemerintah daerah.

d. Pemberian solusi, pembelaan konsumen dan keikutsertaan masyarakat

Berkaitan dengan upaya advokasi hukum di luar pengadilan diatur dalam UU No. 30 Tahun 1999 berupa arbitrase dan alternatif penyelesaian sengketa (APS). Bentuk APS bermacam-macam yaitu konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi,

dan penilaian ahli. Dalam rangka upaya advokasi hukum di luar pengadilan hendaknya LPKSM dapat melakukan konsultasi, negosiasi dan mediasi. Namun kewenangan LPKSM hendaknya hanya dibatasi kepada tiga bentuk ini saja karena pada ketiga bentuk APS ini LPKSM hanya membantu, sedangkan keputusan tetap ditangan para pihak. Berbeda dengan kegiatan konsiliasi, dan penilaian ahli karena hasil APS tidak ditentukan oleh para pihak.

Kewenangan APS oleh LPKSM ini hendaknya dibatasi hanya bagi LPKSM yang dapat melakukan advokasi hukum atau LPKSM yang berlatar belakang hukum. Hal ini dikarenakan untuk menjadi seorang negosiator maupun mediator butuh kemampuan khusus.

Sebagai perbandingan, salah satu asosiasi konsumen di Malaysia yaitu ERA Consumer Malaysia memiliki bagian tersendiri yang khusus menangani masalah mediasi, yaitu *National Consumer Complaint Centre (NCCC)*. NCCC menerima pengaduan dari konsumen, pengaduan tersebut akan disampaikan dan dinegosiasikan dengan pelaku usaha untuk mendapatkan ganti rugi bagi konsumen.⁵⁵

Pemberian tugas penyelesaian sengketa di luar pengadilan ini harus diimbangi dengan pengawasan serius oleh pemerintah terhadap kegiatan advokasi LPKSM dan tindakan tegas bagi LPKSM yang melanggar. Pengawasan ini untuk mengantisipasi upaya pemerasan yang dilakukan LPKSM yang tidak bertanggung jawab dengan berkedok pemberian pendampingan hukum pada konsumen. Untuk pengawasan dan sanksi sudah terdapat aturan dalam Kepmenperindag No. 302 Tahun 2001.

Pengawasan akan lebih mudah apabila, LPKSM tidak dapat menerima dana dari masyarakat. Tidak adanya larangan menerima dana dari masyarakat seperti yang berlaku selama ini membuka kesempatan bagi LPKSM untuk mengambil keuntungan dalam menjalankan tugasnya membantu konsumen. Namun kondisi Indonesia saat ini tidak memungkinkan memberlakukan pengaturan ini karena dengan kondisi seperti sekarang dimana

⁵⁴ Zeti Zuryani Mohd Zakuan, Rahmah Ismail, Sakina Shaik Ahmad Yusoff, Che Norlia Mustafa & Ruzian Markom, *Institutional Framework as a Consumer Protection Framework in Malaysia, Ibid.*, hal.53

⁵⁵ *Ibid.*, hal. 53-54.

tidak ada laranganpun, LPKSM sudah kesulitan memecahkan masalah dana. Apabila hal ini dilakukan maka hanya sedikit LPKSM yang mampu bertahan karena benar-benar harus didirikan oleh orang-orang yang telah mampu secara materil dan mampu memberikan subsidi pada kegiatan LPKSM. Sehingga hanya sedikit LPKSM yang mampu bertahan.

Alternatif lainnya adalah dengan dilakukan pembatasan, untuk kegiatan apa LPKSM dapat memungut biaya dan berapa besar biaya yang dapat dikenakan kepada masyarakat. Selain itu dapat pula didorong supaya LPKSM memiliki suatu kode etik terkait pemungutan dana dari masyarakat.

IV. PENUTUP

A. Kesimpulan

Peraturan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen tidak mengatur secara tegas advokasi hukum oleh LPKSM. Hal ini tidak berarti LPKSM tidak melakukan advokasi hukum karena dalam prakteknya LPKSM melakukannya dalam bentuk lobi berupa demonstrasi dan masukan terhadap perubahan kebijakan. LPKSM juga memberikan pendidikan dan informasi peraturan perundang-undangan. Advokasi hukum dalam bentuk kerjasama dengan organisasi akar rumput dan pemerintah juga dilakukan oleh LPKSM. Kegiatan advokasi selanjutnya yang dilakukan LPKSM adalah upaya mencari solusi, pembelaan di pengadilan dan luar pengadilan serta mengikutsertakan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan. Pada masing-masing kegiatan ini terdapat beberapa kelemahan, dalam lobi terdapat potensi anarki dan pemanfaatan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab serta masih terbatasnya jumlah LPKSM yang melakukan lobi dalam rangka merubah kebijakan oleh LPKSM. Kelemahan lainnya adalah tidak tersedianya media yang memadai bagi LPKSM untuk melakukan pendidikan dan informasi. Berkaitan kegiatan kerjasama dengan pemerintah dalam rangka meningkatkan kualitas sumber daya terhambat karena masalah kebijakan pemerintah daerah yang kurang peduli dengan masalah perlindungan konsumen. Terkait

dengan pemberian solusi membela, memajukan, mengubah tatanan dengan menggunakan jalur di luar pengadilan tidak ada aturan yang jelas mengenai kewenangan LPKSM dalam rangka melakukan APS.

Upaya memperkuat LPKSM dalam pemberian advokasi hukum, adalah dengan mengatur secara tegas pengertian, jenis dan kegiatan advokasi hukum LPKSM dalam UU Perlindungan Konsumen. Lingkup sumber daya dalam pengertian advokasi hendaknya di perluas tidak hanya LPKSM akan tetapi juga sumber daya di luar LPKSM. Perluasan ini untuk merangkul organisasi akar rumput dalam rangka perlindungan konsumen. Sedangkan untuk jenis LPKSM harus diatur adanya advokasi hukum tersendiri di luar advokasi non hukum. Hal ini untuk menegaskan bahwa advokasi hukum hanya dapat dilakukan oleh LPKSM yang latar belakang pengurusnya adalah hukum karena advokasi hukum memerlukan keahlian khusus yang terlihat dari kegiatan advokasi hukum. Kegiatan LPKSM yang dapat diklasifikasikan sebagai advokasi hukum adalah lobi, pendidikan, informasi, kerjasama, konsultasi, pembelaan, dan keikutsertaan masyarakat. Beberapa kegiatan advokasi telah diatur dalam peraturan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen, hanya saja tidak ditegaskan bahwa kegiatan tersebut merupakan bagian dari advokasi hukum.

B. Saran

UU Perlindungan Konsumen hendaknya mengatur advokasi secara khusus baik itu pengertian, jenis dan kegiatan. Terkait advokasi hukum harus dilakukan oleh orang yang berlatar belakang hukum, pelanggaran terhadap ketentuan ini sebaiknya diberikan sanksi yang tegas (*punishment*). Kegiatan advokasi hukum oleh LPKSM yang pertama adalah lobi. Untuk mendukung kegiatan lobi maka perlu diatur juga ketentuan *reward*. Kegiatan kedua adalah pendidikan dan informasi. Untuk mendukung kegiatan ini perlu adanya aturan tentang penyediaan media oleh pemerintah dan terhadap pelaku usaha juga perlu diwajibkan untuk memiliki media untuk menginformasikan

produk atau barang yang dihasilkannya. Untuk advokasi hukum dalam bentuk kerjasama, Pasal 44 ayat (3) UU Perlindungan konsumen perlu dikembangkan, tidak hanya mendorong LPKSM bekerjasama dengan instansi pemerintah saja akan tetapi juga dengan organisasi kemasyarakatan lainnya termasuk LPKSM lainnya juga. Selain itu juga perlu diatur tentang pembentukan asosiasi LPKSM seluruh Indonesia dan kode etik. Advokasi hukum selanjutnya adalah dalam bentuk pemberian solusi, pembelaan konsumen dan keikutsertaan masyarakat. Sehubungan dengan advokasi ini maka UU Perlindungan Konsumen perlu memberikan kewenangan kepada LPKSM untuk melakukan APS yang berbentuk konsultasi, negosiasi dan mediasi. Idealnya untuk mendukung advokasi hukum, LPKSM dilarang untuk menerima dana dari masyarakat, akan tetapi kondisi LPKSM Indonesia saat ini tidak memungkinkan untuk itu oleh sebab itu pemungutan dana pada masyarakat ini hendaknya diatur dalam kode etik LPKSM.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Al-Maraghi, Ahmad Musthafa dalam Abdul Manan. *Aspek-Aspek Pengubah Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media, 2005.
- Hermawanto. *Advokasi dalam Buku Panduan Bantuan Hukum di Indonesia*. Jakarta: YLBHI & AusAID, 2009.
- Ishak, Suraiya, Ahmad Rafli Che Omar & Amira Azmi. *Kebertanggungjawaban Peniaga terhadap Pengguna: Kes Perniagaan Makanan Berpremis. Proceedings of International Conference on Consumerism 2013 (ICC2013). Consumer Sovereignty In The Global Era, Malaysia: 2013.*
- Kartini Aboo Talib@khalid dkk. *Carta Presepsi Pengguna: Isu Pengguna dan Mekanisme. Proceedings of International Conference on Consumerism 2013 (ICC2013). Consumer*

Sovereignty In The Global Era, Malaysia: 2013.

- Freidman, Lawrence M. *Sistem Hukum Perspektif Ilmu Sosial*. Jakarta: Nusa Media, 2011.
- Siddiq, Abbokar. *The Role of Voluntary Consumer Organisations in Consumer Protection - an Empirical Study in India. Proceedings of International Conference on Consumerism 2013 (ICC2013). Consumer Sovereignty In The Global Era, Malaysia: 2013.*
- Soekanto, Soerjono. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*. Jakarta: PT RajaGrafindo, 2004.
- Zuryani, Zeti Mohd Zakuan, Rahmah Ismail, Sakina Shaik Ahmad Yusoff, Che Norlia Mustafa & Ruzian Markom. *Institutional Framework as a Consumer Protection Framework in Malaysia. Proceedings of International Conference on Consumerism 2013 (ICC2013). Consumer Sovereignty In The Global Era, Malaysia: 2013.*

Jurnal

- Dhermawan, A.A.Oka. *Optimalisasi Perlindungan Nasabah Bank Melalui Peran Advokasi Lembaga Perlindungan Konsumen dan Good Corporate Governance*. Jurnal Pengembangan Hukum Bisnis. Vol. 28 No.3/Tahun 2009.
- Hermastoeti. *Model Advokasi Pemberdayaan Konsumen di Propinsi Jawa Timur*. Adil Jurnal Hukum. Vol.1 No. 3/Tahun 2010.

Terjemahan

- Miller, Valerie & Jane Covey. *Pedoman Advokasi: Perencanaan, Tindakan dan Refleksi*. Penerjemah: Hermoyo. *Advocacy Sourcebook: Framework for Planning, Action and Reflection*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005.
- Sharma, Ritu R., *Pengantar Advokasi Panduan Latihan*, Peterjemah: P. Soemitro. *An Introduction to Advocacy Training Guide*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004.

Website

Asshiddiqie, Jimly. *Penegakan hukum*. http://jimly.com/makalah/namafile/56/Penegakan_Hukum.pdf, diakses tanggal 4 Juni 2013.

Daftar Kabupaten dan Kota di Indonesia, http://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_kabupaten_dan_kota_di_Indonesia, diakses pada tanggal 16 Oktober 2014.

Fiksi Hukum Harus Didukung Sosialisasi Hukum, <http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol19115/fiksi-hukum-harus-didukung-sosialisasi-hukum->, diakses tanggal 8 Januari 2013.

Gugatan LSM Anti Rokok atas Iklan Rokok Bermasalah Segera Disidangkan, <http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol6057/gugatan-lsm-anti-rokok-atas-iklan-rokok-bermasalah-segera-disidangkan>, diakses tanggal 17 Oktober 2014.

Menjadikan Fiksi Hukum Tak Sekedar Fiksi, <http://www.hukumonline.com/berita/baca/lt4ffe7ed9ac70f/menjadikan-fiksi-hukum-tak-sekedar-fiksi>, diakses tanggal 9 Januari 2013.

Soemali. *Gugatan Kelompok*. <http://soemali.dosen.narotama.ac.id/files/2011/08/Gugatan-Kelompok.ppt>, diakses tanggal 4 Juni 2013.

Soemali. *Asas dan Sistem Hukum*. <http://soemali.dosen.narotama.ac.id/files/2011/08/Asas-dan-Sistem-Hukum.ppt>, diakses tanggal 4 Juni 2013.

Tim Advokasi DPW. *Advokasi*. Makalah "Pelatihan Advokasi", 2012, <http://pks-jakbar.or.id/filedownload/Pelatihan%20AdvokasiJakBar.ppt>, diakses tanggal 14 Maret 2013.

Jumlah BPSK Minim, Perlindungan Konsumen Terancam", <http://www.centroone.com/news/2012/1y/jumlah-bpsk-minim-perlindungan-konsumen-terancam/>, diakses tanggal 3 Oktober 2014.

LPKSM Paksa Bubarkan Leasing, <http://www.radar-karawang.com/2013/01/lpksm-paksa-bubarkan-leasing.html>, diakses tanggal 7 Oktober 2014.

Yulati. *Pemberdayaan Konsumen Berkaitan dengan Hak Konsumen Air Minum (PDAM) di Kota Malang*. Makalah Workshop dengan Komisi D DPRD Kota Malang, 9 Juli 2008, <http://ayobelajarhaki.wordpress.com/>, di akses tanggal 13 Juni 2006.

Peraturan Perundang-undangan

Indonesia. *Undang-Undang tentang Arbitrase Dan Alternatif Penyelesaian Sengketa*. UU No. 30, LN No.138 tahun 1999. TLN. No. 3872.

Indonesia. *Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen*. UU No. 8, LN No. 42 tahun 1999. TLN. No. 3821.

Indonesia. *Undang-Undang tentang Bantuan Hukum*. UU No. 16, LN No.104 tahun 2011. TLN. No. 5248.

Indonesia. *Peraturan Pemerintah tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat*, PP No. 59, LN No.104 Tahun 2001. TLN. No. 4127.

Makalah

Agustina, Windayani. *Peran dan Fungsi Yayasan Lembaga Konsumen dalam Memberikan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen (Studi di Yayasan Lembaga Konsumen Malang)*. Tesis, Universitas Muhammadiyah Malang, 2006.

Direktorat Jenderal Standarisasi dan Perlindungan Konsumen, Kementerian Perdagangan, *Pelaksanaan Kebijakan Perlindungan Konsumen*, makalah dalam rangka *Pemantauan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang diselenggarakan oleh bagian Pemantauan Perundang-Undangan Setjen DPR RI*.

Gunarto. *Beberapa Pelaksanaan Tugas Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM)*. Disampaikan dalam Diskusi Internal Tim Hukum P3DI Setjen DPR RI, 2012.

Sari, Indah Masita. *Efektifitas Tugas Yayasan Lembaga Konsumen dalam Perlindungan Hukum bagi Konsumen Pengguna Jasa Laundry atas Kerugian yang ditanggung Akibat Kelalaian Pelaku Usaha (Studi di Kota Malang)*. Skripsi, Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Malang, 2008.